

2023

INFORMES EN CONTRAST

23 TURISME RESPONSABLE

SLUM TOURISM

Controvèrsies entorn del turisme i la pobresa

ALEJANDRA LÓPEZ i CARLA IZCARA





INFORMES EN CONTRAST
23

Slum tourism.

Controvèrsies entorn del turisme i la pobresa

Alejandra López i Carla Izcara

Alba Sud Editorial

Sèrie Informes en Contrast, núm. 23, 2023

Aquest informe es publica en el marco del projecte “Plataforma de recerca en turisme, drets humans i equitat de gènere sobre Amèrica Llatina. 2a Fase”, impulsat per Alba Sud amb el suport de l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament (convocatòria 2020).



Del text:

Alejandra López i Carla Izcara



D'aquesta edició:

Alba Sud Editorial

info@albasud.org

www.albasud.org

Disseny gràfic: [Boixader Goenaga](#)

Fotografia de portada: Comuna 13, Colòmbia. Imatge de Carla Izcara

Barcelona, 2023

ISBN: 978-84-09-47740-1



Alejandra López

Alejandra López Ballart és Graduada en Turisme pel CETT-UB, centre adscrit a la Universitat de Barcelona. Aquest informe es resultat d'una investigació iniciada pel seu treball de final de grau. Entre les seves publicacions destaca: [Desigualtats de gènere en el mercat laboral turístic](#) (en co-autoria amb Núria Abellan, Carla Izcara i Marta Salvador, núm. 14, 2021).



Carla Izcara

Carla Izcara Conde és tècnica en investigació i comunicació a Alba Sud i graduada en Turisme. Les seves investigacions s'enfoquen en com repensar el turisme des d'una perspectiva local i de gènere, així com l'anàlisi del treball turístic. Entre les seves publicacions més recents destaquen: [Reactivació turística i transformacions del treball. Barcelona, escenari de precarietat](#) (en co-autoria amb Ernest Cañada, Alba Sud Editorial, Informes en contrast núm. 21, 2022); [Transformar el turisme des de la proximitat. Com abordem el debat a Catalunya?](#) (en co-autoria amb Ernest Cañada, Alba Sud Editorial, Informes en contrast núm. 19, 2022); [Turismos de proximidad, un plural en disputa](#) (editat amb Ernest Cañada, Icaria Editorial, 2021); [Desigualtats de gènere en el mercat laboral turístic](#) (en co-autoria amb Núria Abellan, Carla Izcara i Marta Salvador, núm. 14, 2021).

RESUM

L'*slum tourism* és un fenomen creixent en l'àmbit global i ha captat molt d'interès acadèmic i mediàtic durant els darrers anys. Aquest tipus de turisme consisteix amb realitzar tours en zones deprimides o empobrides de ciutats, principalment del Sud Global, on la situació de pobresa és un dels atractius principals. Si considerem el context actual d'increment de les desigualtats i la reactivació turística després de la pandèmia de la COVID-19, el debat al voltant de l'*slum tourism* es torna inajornable. D'altra banda, una major organització de l'oci i el turisme en la proximitat, pot comportar també un augment de visites als barris perifèrics de les zones urbanes del Nord Global que, a vegades, podrien compartir característiques amb el que entenem per *slum tourism*. Així, aquest informe té com a objectiu sistematitzar l'estat del coneixement en la literatura acadèmica a partir de cinc punts temàtics. En primer lloc, una anàlisi del concepte i marc històric de l'*slum tourism*, seguit de la gestió dels tours. En tercer lloc, enumerar les motivacions de les parts implicades i els impactes. Finalment, es pretén contribuir a un debat caracteritzat per la seva controvèrsia ètica.

Paraules clau: *slum tourism*, favela, turisme, pobresa.



Comuna 13, Colòmbia. Imatge de Carla Izcara.

ÍNDEX

- pàg. 6 **1.** Introducció
- pàg. 9 **2.** Objectius i metodologia
- pàg. 10 **3.** Estat de la qüestió
- pàg. 10 3.1. Concepte i marc històric de l'*slum tourism*
- pàg. 11 3.1.1. Marc històric i orígens
- pàg. 11 3.1.2. *Slum tourism* i altres tipologies de turisme
- pàg. 12 3.2. La gestió de l'*slum tourism*
- pàg. 14 3.2.1. El rol del guia i la importància de les narratives
- pàg. 18 3.3. Motivacions
- pàg. 18 3.3.1. Motivacions del turista
- pàg. 20 3.3.2. Motivacions de les empreses de tours
- pàg. 21 3.3.3. Motivacions de la comunitat local
- pàg. 24 3.4. Impactes
- pàg. 24 3.4.1. Impactes positius
- pàg. 25 3.4.2. Impactes negatius
- pàg. 30 3.5. Controvèrsia ètica al voltant de l'*slum*
- pàg. 34 **4.** Discussió i conclusions
- pàg. 42 Referències

1. INTRODUCCIÓ

L'*slum tourism* és un fenomen creixent a nivell global i ha captat molt d'interès acadèmic i mediàtic durant els últims anys. Aquest tipus de turisme, té com a atracció central la pobresa de la destinació (Frenzel et al., 2015), així com la cultura popular, l'estètica i la violència (Dürr et al., 2020). Així doncs, la característica més distingible d'aquests tours és que **s'organitzen en zones deprimides o empobrides i el seu contingut barreja les característiques d'un determinat entorn amb la història i els conflictes socials** (Hoogendoorn et al., 2019). Malgrat la popularització d'aquest fenomen a partir dels anys noranta, en ciutats del "Sud Global", especialment a Rio de Janeiro, Mumbai, Johannesburg o Ciutat del Cap, té els seus orígens en el segle XIX en ciutats del "Nord Global", com Londres, París o Nova York (Agus i Indra, 2018) quan les elits d'aquestes ciutats visitaven barris menys privilegiats o enclavaments ètnics buscant entreteniment i experiència (Dürr et al., 2020).

Una de les raons del seu creixement té a veure amb l'augment del fenomen *slum* (Frenzel et al., 2015), concebut a partir dels moviments de població rural cap a les ciutats i la seva necessitat de trobar alternatives econòmiques. D'altra banda, l'any 2002, es va estrenar la pel·lícula "City of Gold" que va globalitzar la "marca favela". En aquest film es representava aquell territori com a violent i problemàtic, encara que fascinant (Törnberg i Uitermark, 2021). Aquest fet, en una dinàmica de turisme postfordista, que comporta diversificar l'oferta i generar interès per viure experiències més "autèntiques" i fora de les formes tradicionals i massificades de turisme (Frenzel i Blakeman, 2015; DeAraujo et al., 2018), a més d'una voluntat de contribuir al desenvolupament (Hoogendoorn, et al., 2019), condueix cap a un nou fenomen turístic on **la pobresa es converteix en atractiu comercialitzable**.

La popularització d'aquest fenomen ha comportat una **discussió ètica i moral**. Un dels focus principals ha estat al voltant de la terminologia *slum*. En el món acadèmic, Scheyvens (2001) va fer la primera connexió entre el turisme en aquestes zones urbanes i el turisme de pobresa, tot i que no va usar el terme *slum* (Hoogendoorn et al., 2019). Des d'una perspectiva de desenvolupament urbà s'han categoritzat com a espais d'arribada (Yagi i Frenzel, 2022) i encara que la definició d'aquestes zones és complexa, atès que es veu lligada a variacions segons el context geogràfic, socioespacial i històric (Hoogendoorn i Giddy, 2017), les **Nacions Unides de l'Hàbitat** consideren que han de ser àrees massificades i insegures amb un accés inadequat a l'aigua, sanitat, infraestructures i habitatge (Hoogendoorn et al., 2019).

1. INTRODUCCIÓ

Així, en general, un *slum* es caracteritza per certs trets relacionats amb la pobresa, la misèria, la violència i la falta d'higiene, donant pas a una sèrie de prejudicis i estigmes que perjudiquen el desenvolupament d'aquestes àrees, incloent-hi activitats com el turisme (Fernandes et al., 2019).

Un *slum* es caracteritza per certs trets relacionats amb la pobresa, la misèria, la violència i la falta d'higiene, donant pas a una sèrie de prejudicis i estigmes que perjudiquen el desenvolupament d'aquestes àrees.

Per això, la pràctica del turisme *slum* ha estat especialment **criticada per la presentació de la pobresa com una mercaderia** (Booyens i Rogerson, 2018; Frenzel i Blakeman, 2015), a més del seu caràcter voyeurístic (Booyens i Rogerson, 2018, 2019; Frenzel, 2017) i el sorgiment de preguntes sobre les desigualtats de poder (Agus i Indra, 2018; Auala et al., 2019). No obstant això, també existeix una narrativa oposada, que destaca les avantatges del turisme en àrees empobrides, especialment **beneficis econòmics i de desenvolupament de la comunitat** (Frenzel, 2017). Sovint també pot representar-se com una eina per a la reducció de la pobresa en una zona (Auala et al., 2019) encara que també sobresurten els impactes positius de caràcter social.

Aquestes dues apreciacions, les autores Huysamen, Barnett i Staton (2020), a partir de la proposta de Nuissl i Heinrischs (2013), les classifiquen en “*slums* de desesperació”, llocs d'exclusió social i econòmica i amb poca capacitat de mobilització social i “*slums* d'esperança”, que en ressaltaria el seu potencial productiu i els mostren com a llocs de resiliència i empenedoria, adoptant així una perspectiva molt neoliberal. D'aquesta manera, la diferenciació es pot fer a partir de l'apreciació de la paraula *slum* per a la comunitat local, perquè d'una banda s'usa com a eina política de reivindicació per a posar el focus en les males condicions de vida, i per un altre es pot definir com un terme degradant que afecta la seva dignitat i estigmatitza el lloc on viuen (Hoogendoorn et al., 2019).

Així, ens trobem enfront d'un nou fenomen turístic que implica un gran debat ètic i moral i que capta l'atenció no només de l'acadèmia, sinó també d'agents turístics i mitjans de comunicació. Actualment, gairebé tres anys després de la pandèmia de la COVID-19, estem en un món amb majors índexs de desigualtat. L'informe “[Poverty and Shared Prosperity 2022: Correcting Course](#)” del **Banc Mundial** informa que a finals del 2020, setanta milions de persones es van veure empeses a la pobresa extrema, elevant el numero global total a més de 700 milions. Encara que aquesta crisi sanitària va tenir greus implicacions a nivell global, les economies més riques s'han recuperat a un ritme més ràpid que les economies de renda baixa i mitjana. Paral·lelament, la pujada dels preus alimentaris i subministraments derivada de la crisi climàtica i els conflictes entre els principals productors d'aliments del món, ha generat major vulnerabilitat, així com l'encariment dels combustibles. Finalment, l'informe classifica 2022 com el segon pitjor any, després de 2020, per a la reducció de la pobresa.

Tenint en compte el context d'increment de les desigualtats i en un moment de reactivació turística i de tornar a “viatjar al sud” el debat al voltant de l'*slum tourism* es torna inajornable. D'altra banda, una major organització de l'oci i el turisme en la

1. INTRODUCCIÓ

proximitat, pot comportar també un augment de visites als barris perifèrics de les zones urbanes del Nord Global que, a vegades, podrien compartir característiques amb el que entenem per *slum tourism*. En conseqüència, aquest informe vol sistematitzar l'estat del coneixement sobre l'*slum tourism* a la literatura científica produïda en els últims anys per entendre millor aquest fenomen i els diferents aspectes que l'envolten.

Bogotá. Imatge de Delaney Turner a Unsplash.



2.

OBJETIUS I METODOLOGIA

Aquesta publicació sorgeix arran del Treball de Final de Grau (CETT-UB) d'Alejandra López Ballart "Estat de la qüestió de l'*slum tourism* en la literatura científica", sota la tutorització d'Ernest Cañada, publicat al gener de 2020. Amb una revisió, ampliació i actualització dels continguts es pretén oferir un primer acostament general al fenomen de l'*slum tourism*.

La hipòtesi de partida és que les transformacions experimentades en el mercat turístic des d'una perspectiva posfordista han donat lloc a una multiplicació d'atractius turístics que han arribat a comercialitzar la mateixa pobresa, la qual cosa ha comportat una interpel·lació ètica a aquesta nova manera d'organitzar l'activitat turística, com es dona en el cas de l'*slum tourism*.

En concret, es pretén identificar els diferents debats i temes d'interès discutits en la literatura científica sobre turisme d'*slum*. En segon lloc, comprendre millor el concepte d'*slum* i *slum tourism*. Finalment, es busca identificar les diferents controvèrsies i narratives existents dins de l'acadèmia al voltant del concepte.

Per això s'ha dut a terme un estudi de caràcter exploratori sobre l'estat de la qüestió de la literatura, i de caràcter descriptiu, per tal d'aprofundir en els diferents debats i controvèrsies que han sorgit entorn d'aquest fenomen.

La metodologia utilitzada consisteix en una revisió sistemàtica de la literatura acadèmica a través de la base de dades Scopus. Mitjançant aquesta eina s'ha realitzat una cerca

d'articles i capítols de llibre que incloguessin en el títol, resum o paraules clau els conceptes d'"*slum tourism*", "*favela*", "*township*", "*gueto*" i "turisme".

La metodologia utilitzada consisteix en una revisió sistemàtica de la literatura acadèmica a través de la base de dades Scopus.

A partir dels resultats obtinguts d'aquesta cerca tan sols es van tenir en compte aquells articles que fossin en anglès i no es va considerar un límit temporal de publicació. A partir d'una revisió més detallada

d'aquest total, es van seleccionar trenta-vuit textos de manera aleatòria publicats entre 2015 i 2022. Aquests articles eren majoritàriament estudis de cas i revisions de la literatura.

3.

ESTAT DE LA QÜESTIÓ

En aquest apartat es presenten els resultats obtinguts, a partir de l'anàlisi realitzada, dividits entre els diferents elements destacats per la literatura científica sobre *slum tourism*. De manera inicial, s'exposa una introducció sobre el concepte d'*slum tourism* i la dificultat de la seva definició, a més de proporcionar el marc històric concret en el qual s'ha desenvolupat. A partir d'aquí, s'analitzen les característiques en la gestió aquest tipus de pràctica turística, les motivacions que porten als diferents actors principals a involucrar-se en l'activitat, així com la idealització de la pobresa dins d'aquest fenomen. Finalment, s'exposen els diversos impactes positius i negatius, tant sobre els turistes com sobre la comunitat, donant un millor enteniment de la controvèrsia existent al voltant d'un turisme que té la pobresa com a atractiu principal.

3.1. CONCEPTE I MARC HISTÒRIC DE L'SLUM TOURISM

Un aspecte important a tenir en compte quan es parla d'*slum tourism* és l'**ambigüitat i complexitat** que comporta la definició del mateix concepte, la qual cosa és motiu de discussions i debats en la literatura científica (Hoogendoorn i Giddy, 2017). En aquest treball, l'*slum tourism* es defineix de la manera més àmpliament acceptada i referenciada, en la qual aquesta pràctica es caracteritza per la presència de la pobresa com a atractiu principal o un d'ells (Frenzel et al., 2015), encara que existeixen altres definicions com "veure com viu l'altra meitat" (Hoogendoorn i Giddy, 2017), amb clares connexions entre totes dues maneres d'entendre el concepte.

És usual trobar diferents noms sota el paraigua del concepte *slum* o en relació amb destinacions d'*slum tourism* (Korstanje i Cisneros, 2017; Koens i Thomas, 2016) com poden ser els *townships* a Sud-Àfrica, les faveles del Brasil, les comunes de Colòmbia, els *kampongs* d'Indonèsia o els *gecekondus* turcs, entre altres. Podrien ser discutides les diferències entre uns i altres assentaments d'habitatges, fins i tot existeix una heterogeneïtat destacable entre residents d'un mateix territori (Koens i Thomas, 2015, 2016; Frenzel et al., 2015). No obstant això, aquest tipus d'enclavaments solen tenir en comú una certa **marginalització** i una associació a algunes **percepcions negatives i estereotips** (Fernandes et al., 2019; Frenzel, 2018; Hoogendoorn et al., 2019).

D'altra banda, alguns autors indiquen que la pràctica de l'*slum tourism* no es dona únicament en països del Sud Global, sinó que també pot trobar-se en forma de tours per barris amb menys recursos de les ciutats més importants del món o per zones on viuen

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

persones en situació de carrer (Frenzel, 2018). Alguns exemples podrien ser Brick Lane a Londres, Neukölln a Berlín o les *banelieues* de París.

3.1.1. Marc històric i orígens

Tot i que aquesta pràctica turística s'hagi reconegut recentment de manera més àmplia, sobretot al Sud Global, **els seus orígens es remunten al segle XIX en països del Nord Global**. Aquesta pràctica va començar al Londres victorià a partir de l'interès de les classes més acomodades per la pobresa i la filantropia, realitzant tours pel barri marginal d'East End, sovint d'incògnit, i amb el propòsit d'entretenir-se, encara que a vegades mantenien una justificació moral definint els seus actes com a filantròpics (Frenzel et al., 2015; Dürr et al., 2020; Sloan et al., 2015). Durant aquesta època va sorgir el concepte d'"*slumming*", actualment també referit a la realització de tours per aquestes zones, a partir del mateix nom "*slum*", utilitzat per a assenyalar a aquells "mals habitatges" (Frenzel et al., 2015).

La primera vegada que es va fer referència a aquest concepte va ser en un passatge de 1850 escrit per un arquebisbe de Westminster anomenat Nicolas Wiseman, en el qual es reflecteix una imatge molt fosca, caòtica i incivilitzada, encara que també atreïa la curiositats (Frenzel et al., 2015).

A partir d'aquest moment, l'activitat es va estendre per altres ciutats amb el propòsit de comparar els *slums* d'una zona i d'una altra, donant pas a l'establiment de les primeres companyies especialitzades en diverses ciutats dels Estats Units (Frenzel et al., 2015).

De manera més recent, **es percep un creixement de la popularitat d'aquesta pràctica en ciutats del Sud Global** (Hoogendoorn i Giddy, 2017) i una major professionalització (Agus i Indra, 2018), relacionada amb el sorgiment d'un "nou gust" del turista per la pobresa (Booyens i Rogerson, 2019b) i per experiències més autèntiques i allunyades del tradicional (Auala et al., 2019).

3.1.2. Relació de l'*slum tourism* amb altres tipologies de turisme

Un altre aspecte esmentat sovint en la literatura científica sobre *slum tourism* és l'existència d'altres formes de turisme amb els quals es poden trobar certs paral·lelismes o solapaments amb la pràctica estudiada. Una d'aquestes és el **turisme de voluntariat** o volunturisme, perquè també es veu altament relacionat amb situacions de pobresa i amb la motivació altruista dels visitants (Frenzel et al., 2015; Herrero Amo et al., 2019). Booyens (2010) ho compara com una forma més autèntica i interactiva que l'*slum tourism* (Auala et al., 2019).

També es relaciona amb el **dark tourism** (Frenzel et al., 2015; DeAraujo et al., 2018), el qual consisteix a visitar llocs relacionats amb la mort i el patiment, la qual cosa a vegades no es considera equivalent a l'observació de situacions de pobresa com en

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

l'*slum tourism* (Privitera, 2015). Altres autors destaquen el fet que totes dues tipologies de turistes "s'aventuren en el sofriment d'uns altres per confirmar la seva posició privilegiada de consumidors del primer món" (Korstanje i Cisneros, 2017).

La tercera tipologia de turisme amb la qual s'han trobat certes connexions és el **turisme de desenvolupament** (Frenzel et al., 2015; Herrero Amo et al., 2019), del qual es diu que té solapaments amb l'*slum tourism* perquè representa una opció de desenvolupament per a les comunitats locals.

3.2. LA GESTIÓ DE L'*SLUM TOURISM*

Com s'ha pogut observar en l'apartat anterior, el turisme *slum* presenta diferents formes, atès que és un fenomen que ha sorgit durant els últims anys en diferents punts del món amb característiques molt diverses entre ells. Una de les pràctiques habituals és la seva **vinculació amb una iniciativa de desenvolupament de la comunitat**, ja sigui per part del govern com per organitzacions sense ànim de lucre que busquen una font d'ingressos per a mantenir els seus projectes (Angelini, 2019; Booyens i Rogerson, 2019; Frenzel, 2017)

El turisme *slum* presenta múltiples formes, atès que és un fenomen que ha sorgit durant els últims anys en diferents punts del món amb característiques molt diverses entre ells.

En alguns casos l'activitat va ser inicialment posada en marxa per empreses locals, mentre que en uns altres van ser iniciatives externes les que van començar a operar aquest tipus d'oferta (Angelini, 2019; Chili i Mabaso, 2016). D'altra banda, Loukaitoi-Sideris i Soureli presenten com a tendència freqüent la possibilitat que els pioners en la creació de tours siguin expulsats dels seus negocis i substituïts per empreses més grans que poden atreure a un nombre major de visitants (Giddy i Hoogendoorn, 2018). En termes generals, els tours inclouen activitats molt variades, però relacionades amb l'artesania, la gastronomia, els esdeveniments artístics, recorreguts i l'allotjament (Angelini, 2019; Frenzel et al., 2015; Giddy i Hoogendoorn, 2017, 2018; Sloan et al., 2015). La durada de la visita sol oscil·lar entre les dues o tres hores per tour, amb grups generalment reduïts (de quatre a set persones més un o dues guies) (Angus i Indra, 2018; Frenzel et al., 2015; Frenzel i Blakeman, 2015). La majoria de guies solen operar de manera informal i combinen aquesta activitat amb altres treballs degut a que els tours depenen molt de l'afluència de turistes i dels **brokers**, persones que intermedien entre el turista i l'oferta *slum* (Yagi i Frenzel, 2022).

La majoria de les parades realitzades durant els tours, així com el recorregut o les explicacions, solen estar preparades i preestablertes amb anterioritat. La flexibilitat per a fer canvis o l'adaptació a diversos interessos del públic pot variar segons la companyia que els opera o la disposició de qui guia (Frenzel i Blakeman, 2015; Frenzel et al., 2015). La realització del tour pot dur-se a terme en diversos vehicles (petites furgonetes, jeep, bus, taxi), encara que també amb bicicleta o caminant són uns dels més populars perquè permet més interacció amb la població local, a més de brindar més oportunitats

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

de retorn en comerços locals (Booyens i Rogerson, 2019; Fernandes et al., 2019; Frenzel et al., 2015; Rompu, 2018).

En relació amb les dimensions de qui opera l'oferta i les estructures organitzatives, aquestes poden ser molt variades i conuiu en una mateixa destinació d'*slum tourism*: turoperadors amb diversos treballadors, companyies d'un únic guia, empreses originades a partir d'antics treballadors d'empreses més grans i guies autodidactes (Frenzel i Blakeman, 2015; Frenzel et al., 2015; Koens i Thomas, 2016).

D'altra banda, en molts casos, es presenta qui gestiona els tours com persones que no viuen dins de l'espai *slum* en què es realitza l'activitat, sinó que hi viuen fora, motiu que podria agreujar l'acusació d'aquesta activitat com a explotació contra l'*slum* i qui l'habita (Frenzel, 2017).

Frenzel et al. (2015) identifiquen un **predomini d'operadors externs**, especialment en els tours organitzats. Koens i Thomas (2015), afirmen que, fins a inicis dels anys 2000, els *townships* sud-africans els gestionaven turoperadors locals, però a partir d'aleshores cinc grans turoperadors de fora es van fer amb el 80-90% del mercat, deixant a la majoria de petits turoperadors competint pel 10-20% de visitants restant.



Guia local Comuna 13, Colòmbia. Imatge de Carla Izcara.

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

Aquests aspectes han provocat una qüestió freqüent en la literatura a propòsit de qui té més **dret a realitzar tours** en un *slum*, sobretot tenint en compte les possibles contradiccions entre locals i forasters sobre la narrativa produïda, a més de l'ús de l'espai públic dins de la zona i qui se'n beneficia (Angelini, 2019; Giddy i Hoogendoorn, 2018). D'altra banda, també s'han analitzat algunes de les limitacions dels operadors locals de participar en l'activitat turística com són la falta de capital financer, les condicions desfavorables del mercat, ja sigui per la naturalesa competitiva de la indústria turística o la dificultat d'accés a aquesta, la manca de comprensió sobre la cultura de negoci, condicions de l'entorn social i econòmiques incertes, la falta de cohesió i competitivitat entre els diferents grups dins de la comunitat i l'abús d'alguns operadors cap a altres negocis, casos de corrupció o l'existència de prejudicis enfront dels estrangers (Auala et al., 2019; Koens i Thomas, 2015; 2016).

Un altre aspecte que seria necessari tenir en compte és que l'oferta majoritària d'*slum tourism* es dirigeix a **visitants internacionals**. Això s'associa al fet que, d'una banda, hi ha una falta d'interès i prejudicis per part del turisme domèstic, i per una altra, aquests llocs resulten més exòtics per a aquelles persones que venen d'altres latituds (Agus i Indra, 2018; Chili i Mabaso, 2016; Fernandes et al., 2019; Giddy i Hoogendoorn, 2018; Hoogendoorn et al., 2019).

3.2.1. El rol del guia i la importància de les narratives

Un dels elements al qual se li ha prestat més atenció en la literatura acadèmica, així com dels més rellevants dins de la gestió de tours a les *slums*, és el guiat. Aquesta figura es reivindica com a experta local i juga un rol molt important en la representació de la comunitat i l'experiència obtinguda pels visitants (Angelini, 2019; Rompu, 2018). Un dels motius pels quals la seva presència és rellevant és perquè pot ajudar els turistes a

El guia pot ajudar els turistes a endinsar-se i circular per un espai associat a uns certs riscos vinculats a la criminalitat, la pobresa o la falta de seguretat.

endinsar-se i circular per un espai associat a uns certs riscos vinculats a la criminalitat, la pobresa o la falta de seguretat (Frenzel i Blakeman, 2015). D'aquesta manera, pot assegurar-se que aquestes visites són apropiades per a l'entorn, i respondre davant qualsevol ambigüitat ètica o inseguretat sobre violència a la comunitat (Frenzel i Blakeman, 2015).

A més, el guia es troba en una posició intermediària entre els interessos externs i els de la comunitat, alhora que determina la relació entre visitants i residents (Angelini, 2019; Dürr et al., 2020; Frenzel i Blakeman, 2015; Frenzel et al., 2015). També té la capacitat de transformar la narrativa que s'ofereix a les visites, contribuint així a la creació d'atracció a partir de l'*slum* (Frenzel i Blakeman, 2015; Rompu, 2018).

En referència a la intermediació i a la narrativa construïda al voltant, la **influència de les expectatives** dels turistes en el discurs pot contribuir a l'experiència i l'autenticitat de la informació proporcionada. Per això, a vegades es qüestiona l'existència d'una

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

“autenticitat escenificada”, en la qual s’és conscient de la presència del visitant (Angelini, 2019; Frenzel i Blakeman, 2015; Potgieter, et al., 2019b).

Si s’analitzen les narratives amb major profunditat, segons Yagi i Frenzel (2022) el seu discurs es fonamenta en la pobresa i les condicions de vida precàries com l’entorn, l’accessibilitat, la neteja, les condicions d’habitabilitat, etc. D’altra banda, el guia també tindria el poder de silenciar uns certs punts de vista o temes o interpretar-los d’una manera concreta (Dürr et al., 2020). Així, depèn de com s’enfoquin els tours, poden utilitzar-se com a mitjà per a crear consciència en el govern sobre ajudes que necessiten les comunitats *slum* o sobre diversos temes que les afectin (Angus i Indra, 2018; Frenzel et al., 2015).

Seguint aquest fil, hi ha unes certes narratives que mostren un **risc de sobrepolitització**, allunyant la narrativa de les pròpies visions, perspectives i experiències de la comunitat local i de qui la visita (Booyens i Rogerson, 2019). En canvi, hi ha altres autors, com Henry (2020), que veuen un **potencial despolitizador** al no tenir com a missatge central la desposseïció capitalista i imperialista. Existeix també una crítica sobre com el discurs del *bróker* pugui projectar un espai capitalista liberal on es premia l’esforç individual per a sortir “de la pobresa” i en canvi, no es posa suficient atenció a les característiques estructurals que determinen aquella exclusió i pobresa (Dürr et al., 2020).



Salvador Bahía, Brasil. Imatge d’Ernest Cañada.

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

Taula 1. La gestió de l'*slum tourism*.

Participants a la gestió de tours	
Gestió dels tours per part d'emprenedories locals	Angelini, 2019 Chili i Mabaso, 2016 Giddy i Hoogendoorn, 2018 Koens i Thomas, 2015
Gestions inicials de tours per part d'emprenedories externes	Angelini, 2019
Surgeixen qüestions sobre qui té més dret a gestionar tours en els <i>slum</i>	Angelini, 2019 Giddy i Hoogendoorn, 2018
Existeixen limitacions en la participació d'emprenedories locals a l'activitat turística	Booyens i Rogerson, 2018 Chili i Mabaso, 2016
Molts dels actors que gestionen els tours viuen fora de l' <i>slum</i>	Herrero Amo et al., 2019 Giddy i Hoogendoorn, 2018 Frenzel, 2017 Frenzel et al., 2015 Koens i Thomas, 2015
Formes de gestió dels tours	
Els tours actualment es gestionen i comercialitzen de manera professional	Booyens y Rogerson, 2019 Agus i Indra, 2018 Frenzel et al., 2015
Presència d'una gran varietat de formes de gestió de tours	Angelini, 2019 Hoogendoorn i Giddy, 2018 Giddy i Hoogendoorn, 2017 Frenzel et al., 2015
Les companyies d' <i>slum tourism</i> atrauen principalment a turistes internacionals	Fernandes et al., 2019 Hoogendoorn et al., 2019 Agus i Indra, 2018 Giddy i Hoogendoorn, 2018 Hoogendoorn i Giddy, 2018 Chili i Mabaso, 2016
Les iniciatives d' <i>slum tourism</i> com part de projectes de desenvolupament de la comunitat	Angelini, 2019 Booyens i Rogerson, 2019 Frenzel, 2017 Frenzel et al., 2015
La majoria de tours es preestableixen i planegen amb anterioritat	Frenzel i Blakeman, 2015 Frenzel et al., 2015

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

Limitacions de la comunitat local per a participar	
Falta de capital financer	Auala et al., 2019 Frenzel et al., 2015
Condicions desfavorables del mercat turístic	Auala et al., 2019 Koens i Thomas, 2015
Falta de comprensió de la cultura de negoci	Auala et al., 2019
No hi ha suficient evidència de que la presència de visites generi oportunitats econòmiques per a les petites empreses locals.	Durr et al., 2020
Entorn social i de negocis incerts	Koens i Thomas, 2015
Creences pròpies o convencions socials de la comunitat	Koens i Thomas, 2016, 2015
El rol del guia i la importància de les narratives	
El guia es reivindica com a expert local	Angelini, 2019 Rompu, 2018
El guia actúa com a intermediari entre els interesos externs i els de la comunitat	Angelini, 2019
El guia representa un element clau de representació de la comunitat	Sarrica et al., 2021 Angelini, 2019 Dürr et al., 2020
El guia facilita i determina la relació entre turistes i residents	Dürr et al., 2020 Frenzel et al., 2015 Frenzel i Blakeman, 2015
El guía té el poder de transformar la narrativa	Dürr et al., 2021, 2020 Rompu, 2018 Frenzel et al., 2015
El guía ajuda als turistes a circular per un espai associat a certs riscos	Frenzel i Blakeman, 2015
Els tours poden ser una eina de concienciació del govern sobre les necessitats de la zona	Dürr et al., 2020 Angus i Indra, 2018 Frenzel et al., 2015
El guia proporciona narratives sobre la importància de visitar els <i>slums</i>	Frenzel i Blakeman, 2015

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

Risc de sobrepolitització des de perspectives acadèmiques occidentals i polititzades.	Booyens i Rogerson, 2019
Potencial despolititzador por no tenir com a focus central la desposseció capitalista i imperialista	Henry, 2020
Projectar un espai capitalista liberal on es premia l'“esforç individual per sortir de la pobresa”	Dürr et al., 2020
La narrativa s'influencia per les expectatives dels turistes així com la comunicació d'aquests tours condiona a qui participa	Huysamen et al., 2020 Angelini, 2019 Griffin i Muroon, 2019. Potgieter et al., 2019b
La pobresa i les condicions de vida precàries (entorn, accessibilitat, neteja del riu, condicions d'habitabilitat, etc.) són part fonamental del discurs dels guies	Yagi i Frenzel, 2022

Font: elaboració pròpia.

3.3. MOTIVACIONS

Un dels temes en els quals la literatura ha concentrat més esforços és l'estudi de les motivacions dels diferents actors que participen en l'*slum tourism*, sobretot per part dels turistes i els qui gestionen els tours, encara que també sobre la comunitat local. Les motivacions tenen relació amb les intencions de cada agent en la realització d'unes certes pràctiques, la qual cosa resulta de gran interès si es té en compte el debat ètic al voltant d'aquesta forma de turisme.

3.3.1. Motivacions dels turistes

Qui practica *slum tourism* pot tenir diverses motivacions. No obstant això, es percep el predomini de la cerca **d'experiències considerades autèntiques i reals**, que fins i tot són descrites com un aspecte essencial dins d'aquesta activitat (DeAraujo et al., 2018; Frenzel, 2017; Giddy i Hoogendoorn, 2018; Herrero Amo et al., 2019). A més, dins d'aquesta exploració es valora altament la interacció amb la comunitat local (Booyens i Rogerson, 2018; Potgieter et al., 2019).

Una altra motivació important és l'**altruisme o la voluntat d'ajudar a la comunitat local o en el desenvolupament del país** (DeAraujo et al., 2018; Herrero Amo et al., 2019; Frenzel et al., 2015). També, existeix una relació de l'*slum tourism* amb l'interès cultural i el patrimoni, a més de la intenció de visitar una cultura diferent de la pròpia (Booyens i Rogerson, 2018; Booyens i Rogerson, 2019; Giddy i Hoogendoorn, 2018;

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

Potgieter et al., 2019). Aquesta motivació està molt present en els *townships* sud-africans, perquè el patrimoni sobre la lluita contra l'apartheid s'ha convertit en un atractiu important del país (Hoogendoorn et al., 2019).

Altres motivacions relacionades amb aquest fenomen són l'**exotisme** (Fernandes et al., 2019) i la **demanda d'emocions** a partir de la visita d'una realitat desconeguda (Frenzel et al., 2015). Per exemple, el mateix sentit del **perill** i de l'**aventura** que pot experimentar-se en transitar un lloc amb característiques poc habituals en comparació amb l'entorn de qui el visita (Törnberg i Uitermark, 2021). De fet, mostrar aspectes aparentment negatius com la **violència** o la **pobresa** urbana pot crear major curiositat. Així, "retratar negativament el lloc" pot derivar en un augment de visites (D'Araújo et al., 2021). Aquest interès es coneix com a "**puenting social**", terme que fa referència a com les classes acomodades busquen experimentar aquesta "divisió i caiguda social sense córrer un risc real" (Griffin i Muldoon, 2020). Per això, també es valora la **seguretat** que proporciona un tour organitzat en un espai desconegut associat amb aspectes violents o de criminalitat (Hoogendoorn i Giddy, 2017).

Tant pel·lícules com llibres, videojocs o reportatges, entre altres, donen a conèixer aquests llocs a nivell internacional.

Finalment, és necessari destacar el **paper dels mitjans** en la incitació a visitar un *slum*, a més de les expectatives que formen sobre aquest indret (Angelini, 2019). Tant pel·lícules com llibres, videojocs o reportatges, entre altres, donen a conèixer aquests llocs a nivell internacional (Frenzel et al., 2015). Així, aquestes representacions poden col·laborar en la perpetuació d'una imatge específica i significats culturals (Dürr et al., 2020). Per això s'hauria de consensuar com s'expliquen aquests territoris per a determinar quins són els factors que atreuen les visites (D'Araújo et al., 2021).

Per exemple, DeAraujo et al. (2018) assenyalen l'increment d'atractiu de les faveles brasileres a partir de l'atenció a la cultura narcotraficant de la pel·lícula "City of God" (2002), igual que en el cas del barri de Moravia, a Medellín, el qual va guanyar popularitat a partir de la història de Pablo Escobar (Herrero Amo et al., 2019), o la influència de "Slumdog Millionaire" (2008) en els *slums* de l'Índia (Booyens i Rogerson, 2019b). En estudis anteriors sobre la influència del cinema en els fluxos turístics s'ha determinat que el factor principal d'atracció eren els paisatges. En canvi, en el cas de les faveles, l'interès neix a partir dels arguments sobre injustícia social en contextos de patiment i violència (D'Araújo et al., 2021).

Per a concloure, actualment no només s'hauria de tenir en compte l'impacte del cinema, sinó el de tots els mitjans, incloent-hi els tradicionals, però també de les xarxes socials. Així, ens trobem davant d'un nou repte per als estudis urbans, perquè **la configuració de les ciutats passa també per com es representen en les xarxes socials** (Törnberg i Uitermark, 2021).

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ**3.3.2. Motivacions de les empreses de tours**

La principal motivació per a organitzar visites a *slums* gira al voltant de la **conscienciació, l'educació i la voluntat de crear una nova narrativa que pugui canviar les percepcions negatives** sobre certes comunitats que s'associen a situacions de misèria, marginalitat i, fins i tot, perillositat. Generalment aquesta nova imatge sol estar relacionada amb una major seguretat i positivitat i s'intenta mostrar que el lloc és més que pobresa, violència i misèria (Angelini, 2019; Auala et al., 2019; Fernandes et al., 2019; Hoogendoorn i Giddy, 2017). Una de les empreses més esmentades en la literatura en relació amb aquest tema és *Reality Tours and Travel*, que va iniciar l'*slum tourism* a Mumbay, l'Índia, particularment en l'*slum* de Dharavi (Frenzel et al., 2015). Aquest operador mostra la seva intenció de canviar els prejudicis existents en la zona, ensenyant persones treballadores, indústria, seguretat i sentit de la comunitat (Frenzel i Blakeman, 2015; Silkker i Koens, 2015).

Altres motivacions presents en la literatura analitzada són la creació d'oportunitats d'ocupació (Angelini, 2019), l'ajut en la transformació de la comunitat (Dürr et al., 2020) o l'oferta d'experiències inusuals (Hoogendoorn i Giddy, 2017).

També es donen casos, com alguns tours a Johannesburg, que prefereixen no considerar-se part de l'*slum tourism*, amb l'argument que la seva oferta se centra en temàtiques culturals i relacionades amb l'art, la història o la renovació urbana (Giddy i



Sudàfrica. Imatge de Hush Naidoo Jade. Photography a Unsplash.

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

Hoogendoorn, 2018; Hoogendoorn i Giddy; 2017). No obstant això, és necessari tenir en compte la falta de claredat del concepte i les connotacions negatives que aquest comporta (Frenzel, 2018).

3.3.3. Les motivacions de la comunitat

Respecte a la comunitat, es discuteixen les seves motivacions per a participar o rebre turisme i també s'assenyalen les percepcions en relació amb aquest.

El interés de la población amfitriona por los posibles beneficios económicos a partir de la creación de tours es una de las motivaciones más destacables.

L'interès de la població amfitriona pels possibles **beneficis econòmics** a partir de la creació de tours és una de les motivacions més destacades (Agus i Indra, 2018; Ncube i Kruger, 2018). Per part seva, Silkker i Koens afirmen que "els residents de l'*slum* de Dharavi a Mumbay, en general solen mostrar-se tolerants al turisme, sobretot quan senten que aquest pot estimular el desenvolupament en el lloc on viuen" (2015; 77).

Un altre interès que motiva a la població local respecte al desenvolupament del turisme és el **benefici social**, com canviar les creences establertes sobre aquells territoris o establir una oportunitat d'interacció amb persones estrangeres i d'aprenentatge d'anglès dels infants (Angelini, 2019; Dürr et al., 2020; Silkker i Koens, 2015).

D'altra banda, les percepcions de la comunitat poden variar segons diversos aspectes, com per exemple: la interacció turista-resident (Auala et al., 2019), les relacions creades entre visitats i visitants, la participació de la comunitat en l'activitat turística, l'opció de guanyar coneixement o de treballar en la indústria o si confien en els plans del govern i els secunden (Ncube i Kruger, 2018).

Per exemple, Silkker i Koens (2015) assenyalen que tres quartes parts de la població local no era completament conscient que les companyies de tours guanyaven diners amb les visites, factor que podria afectar la seva percepció.

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

Taula 2. Motivacions dels turistes, empreses de tours i de la comunitat.

Motivacions dels turistes	
Expectatives existents a partir dels mitjans (pel·lícules, llibres, etc.). Aquí s'inclouria la nova tendència de realitat virtual i la "mediatització" d'aquests llocs	DeAraujo et al., 2021, 2018 Törnberg i Uitermark, 2021. Griffin i Muroon, 2020. Angelini, 2019 Booyens i Rogerson, 2019b Dürr et al., 2020 Herrero Amo et al., 2019 Frenzel et al., 2015
Interessos culturals yi patrimonials	Booyens i Rogerson, 2019, 2018 Hoogendoorn et al., 2019 Potgieter et al., 2019 Giddy i Hoogendoorn, 2018
Experimentar autenticitat i realitat	DeAraujo et al., 2021 Sarrica et al., 2021 Herrero Amo et al., 2019 DeAraujo et al., 2018 Giddy i Hoogendoorn, 2018 Frenzel, 2017
Interès per interactuar amb la comunitat local	Potgieter et al., 2019 Booyens i Rogerson, 2018 Frenzel i Blakeman, 2015 Muldoon i Mair, 2016
Voluntat per ajudar a la comunitat local/altruisme/caritat	Herrero Amo et al., 2019 DeAraujo et al., 2018 Frenzel et al., 2015
Interès per l'exotisme	Fernandes et al., 2019
Cerca d'emocions, aventura i perill	Törnberg i Uitermark, 2021 Henry, 2020 Frenzel et al., 2015
"Puenting" social	Griffin i Muldoon, 2020
Violència	De Araujo et al., 2021 Dürr et al., 2020

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

Pobresa, experimentar-la de forma segura	De Araújo et al., 2021 Griffin & Muldon 2020. Henry 2020 Hoogendoorn et al., 2019
Proporció de seguretat per part dels tours	Sarrica et al., 2021 Hoogendoorn i Giddy, 2017

Motivacions de les empreses de tours

Crear una nova narrativa, educar i conscienciar al turista	Angelini, 2019 Auala et al., 2019 Fernandes et al., 2019 Hoogendoorn y Giddy, 2017 Frenzel et al., 2015 Frenzel i Blakeman, 2015 Silkker i Koens, 2015
Crear oportunitats de feina	Angelini, 2019
Ajudar a transformar la comunitat	Dürr et al., 2020 Hoogendoorn i Giddy, 2017
Oferir experiències fora d'allò que es habitual	Hoogendoorn i Giddy, 2017
Oferta de temàtiques no centrades en la pobresa (història, art, etc.)	Giddy i Hoogendoorn, 2018 Hoogendoorn i Giddy, 2017
Hi ha operadors que no es consideren part de l' <i>slum tourism</i>	Hoogendoorn i Giddy, 2017

Motivacions i percepcions de la comunitat

Interès pels beneficis econòmics	Angus i Indra, 2018 Silkker i Koens, 2015
Interès pels beneficis socials	Angelini, 2019 Dürr et al., 2020 Silkker i Koens, 2015
Existeixen diversos motius pels que les percepcions de la comunitat poden variar	Auala et al., 2019 Dürr et al., 2020 Silkker i Koens, 2015

Font: elaboració pròpia.

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

3.4. IMPACTES

Els efectes del turisme en zones de pobresa urbana també han sigut un tema recurrent en la literatura, generalment sospesant aquells impactes que afecten de manera positiva o negativa a l'entorn on es duu a terme l'activitat. Aquest apartat exposa aquests diversos impactes, diferenciant si afecten la comunitat o al turista.

3.4.1. Impactes positius

L'impacte positiu de l'*slum tourism* sobre la comunitat més esmentat per l'academia està relacionat amb els **beneficis econòmics i en termes de desenvolupament** (Frenzel et al., 2015). Aquests solen arribar a la comunitat de diverses formes. En alguns casos un percentatge del cost del tour va destinat a la comunitat o qui gestiona els tours realitza iniciatives o accions benèfiques. D'altres vegades els mateixos turistes proporcionen ajudes econòmiques directes a la comunitat amfitriona (Angus i Indra, 2018; Auala et al., 2019; Frenzel, 2017; Giddy i Hoogendoorn, 2018). Alguns tours també acosten a clients potencials -turistes- a les botigues o bars de dins de l'espai *slum*, permetent-los gastar diners en aquests (Fernandes et al., 2019). L'ús dels guies també s'esmenta com una mena de retorn cap a la comunitat (Frenzel, 2017).



Terrasses Comuna 13, Colòmbia. Imatge de Carla Izcara.

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

Aquest impacte es relaciona diverses vegades amb el potencial del turisme com a ajut en la reducció de la pobresa, sobretot en països en desenvolupament (Auala et al., 2019; Potgieter et al., 2019b; Sloan et al., 2015). No obstant això, aquest aspecte és també qüestionat en un gran nombre de casos.

El segon impacte positiu és el **canvi de percepció** que provoca la visita turística sobre la comunitat (Agus i Indra, 2018; Frenzel et al., 2015). D'aquesta manera, es contribueix a reduir els prejudicis sobre les comunitats dels *slums* i les faveles i es contraresten estigmes territorials (Frenzel, 2017).

Les visites també serveixen com a eina de reflexió, atès que “planteja qüestions morals i ètiques sobre explotació de pobresa, divisions racials i econòmiques, diferències de poder en les relacions hoste-amfitrió i la mirada del turista”.

El tercer i últim impacte en la comunitat és la **creació d'un sentiment d'orgull** entre els seus habitants, perquè generalment ningú sol mostrar interès pel lloc on viuen o per la pròpia comunitat (Auala et al., 2019; Frenzel et al., 2015; Herrero Amo et al., 2019).

Respecte als **impactes positius sobre el turista**, generalment no s'han analitzat amb la mateixa profunditat. No obstant això, a partir dels articles seleccionats, es poden apreciar alguns efectes en el visitant, com la possibilitat d'un **intercanvi cultural enriquidor** (Auala et al., 2019; Privitera, 2015). Les visites a zones de pobresa també serveixen com a eina de reflexió, atès que “planteja qüestions morals i ètiques sobre explotació de pobresa, divisions racials i econòmiques, diferències de poder en les relacions hoste-amfitrió i la mirada del turista” (Mkono, 2016; 207). A més, els tours poden servir com a font de coneixement sobre una zona concreta (Rompu, 2018) i també representen una fuga de la monotonia del dia a dia de la persona que fa turisme (Privitera, 2015).

3.4.2. Impactes negatius

Si s'observa el que diu la literatura sobre els diferents efectes negatius de l'activitat turística en els espais de pobresa, com *slums*, *townships* o faveles, és possible identificar que un número significatiu estan relacionats amb la comunitat amfitriona. Un dels més destacables és que els tours són una forma d'**explotació**, especialment per part dels turoperadors sobre la comunitat i els guies, encara que també per part d'aquests últims sobre la comunitat (Booyens i Rogerson, 2018; Frenzel, 2017; Frenzel et al., 2015; Koens i Thomas, 2016).

D'altra banda, vinculat al tema de l'explotació, sobresurt l'argument que **la comunitat local rep molt pocs beneficis** o existeix una evidència limitada que aquests arribin a ella (Booyens i Rogerson, 2019; Dürr et al., 2020), un fet que contradiu a altres autors sobre el potencial del turisme per a la reducció de la pobresa. A més, Kieti i Magio assenyalen que són poques les comunitats que consideren els guanys econòmics o la creació d'ocupació com a beneficis, perquè només afecten a unes poques persones (citada a Frenzel et al., 2015).

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

De mateixa manera, es destaca l'existència de **divisions entre els beneficiaris del turisme dins d'una mateixa comunitat**. Per exemple, en el context sud-africà, els guanys del turisme no es reparteixen igual entre la comunitat, perquè tradicionalment els emprenedors blancs han dominat el mercat (Chili i Mabaso, 2016). Així mateix, generalment els guanys del turisme acaben en el nord d'Europa o els Estats Units, d'on provenen la majoria de turistes i inversors (Korstanje i Cisneros, 2017). Aquestes divisions en l'organització dels tours poden derivar en un **increment de la desigualtat dins de les comunitats**.

Un altre tema que destaca negativament en les destinacions *d'slum tourism* és l'existent **desigualtat de classe** (Angelini, 2019). Atès que el turisme mercantilitza els llocs i persones mitjançant les visites, es dubta de la seva capacitat per a ajudar les comunitats a sortir de situacions de pobresa (Korstanje i Cisneros, 2017). De la mateixa manera, els tours es presenten com una forma en la qual els turistes se senten millor sobre el seu privilegi econòmic, alleujant-los de càrregues morals en relació amb una situació de pobresa i desesperança present en les seves expectatives.

Alguns autors afirmen que, mitjançant la globalització i l'integració dels països en desenvolupament en l'economia-món, els únics països que surten beneficiats són aquells més desenvolupats, perjudicant als que no formen part dels països dominants (Agus i Indra, 2018; Korstanje i Cisneros, 2017; Nisbett, 2017; Rompu, 2017). Així que els impactes positius de *l'slum tourism* serien únicament per als visitants del Nord



Rio de Janeiro. Imatge d'AXP. Photography a Unsplash.

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

Global, en termes de noves experiències durant el viatge, o les empreses estrangeres encarregades de la comercialització dels tours.

En contradicció amb alguns arguments a favor d'aquesta tipologia de turisme, altres publicacions argumenten que els tours **perpetuen els estereotips existents en un territori** o no expliquen la seva història real (Angelini, 2019; Frenzel et al., 2015; Herrero Amo et al., 2019; Potgieter et al., 2019b). A més, segons el comportament de les visites, la població local pot considerar que cometten faltes d'educació cap a la comunitat o sentir que estan violant la seva privacitat, especialment quan prenen fotografies (Frenzel et al., 2015; Herrero Amo et al., 2019; Nisbett, 2017; Potgieter et al., 2019b).

Una possible conseqüència del desenvolupament d'una zona mitjançant el turisme és la **gentrificació**, perquè aquests canvis en una àrea pobra poden comportar la deslocalització d'anteriors residents, traslladant la pobresa en lloc de reduir-la (Frenzel et al., 2015; Giddy i Hoogendoorn, 2018). Un exemple és el que va succeir al Brasil el 2013 arran de l'auge del turisme pro pobre. Es van començar a construir hotels i co-workings i les faveles van experimentar els mateixos processos de gentrificació de les ciutats del Nord Global, a causa de l'arribada de les indústries creatives (Törnberg i Uitermark, 2021).

Finalment, un fenomen analitzat des de diverses perspectives per la literatura científica és el de la **idealització de la pobresa** i d'espais associats a aquesta. Aquest aspecte es relaciona amb l'actitud dels turistes respecte als llocs visitats i destaca les desigualtats existents entre totes dues parts. El concepte d'"**alteritat**", o la consideració de la comunitat local com "**els altres**", juga un paper important en la construcció de l'interès per visitar aquests llocs (Korstanje i Cisneros, 2017; Mkono, 2016). De fet, existeix una fascinació cosmopolita per l'"altre" com a una cosa exòtica, barrejada amb la concepció de l'autenticitat com allò que només pot trobar-se en l'alteritat, expressat en la pobresa i situat espacialment en un *slum* (Törnberg i Uitermark, 2021).

Aquest canvi pot donar lloc a una visió idealitzada de la pobresa, en la qual aquesta es normalitza, despolititza i fins i tot els residents es descriuen com a "pobres, però feliços".

Alguns operadors pretenen canviar la imatge exterior sobre l'espai *slum*, com s'ha discutit en l'apartat anterior. No obstant això, aquest canvi pot donar lloc a una **visió idealitzada de la pobresa**, en la qual aquesta es normalitza, despolititza i fins i tot els residents es descriuen com a "pobres però feliços", legitimant d'alguna manera

les desigualtats existents (Booyens i Rogerson, 2019; Frenzel, 2017). Nisbett afirma que "no discutint els factors que creen i mantenen els *slums*, el lloc i la seva pobresa es desconnecten dels seus orígens i les desigualtats estructurals s'invisibilitzen" (2017: 42). De fet, si la pobresa es converteix en un producte turístic, mai serà erradicada, perquè guanya atractiu i s'idealitzen les condicions de misèria i explotació (Korstanje i Cisneros, 2017).

Els possibles **impactes negatius sobre el turista** de l'*slum tourism* semblen no ser un tema rellevant en la literatura. L'únic efecte identificat seria la dubtosa autenticitat

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

de l'experiència viscuda pel resident. Com s'ha comentat amb anterioritat en aquest treball, el comportament de la comunitat local sol veure's influenciat pel que volen veure les visites, creant en unes certes circumstàncies i la "necessitat d'actuar" davant d'elles (Booyens i Rogerson, 2018; Frenzel, 2017; Potgieter et al, 2019b).

Taula 3. Impactes generats a la comunitat i al turista de l'*slum tourism*.

Impactes positius per a la comunitat local	
Beneficis econòmics i de desenvolupament	Agus i Indra, 2018 Dürr et al., 2020, 2021 Fernandes et al., 2019 Frenzel, 2017 Frenzel et al., 2015 Giddy i Hoogendoorn, 2018 Hoogendoorn et al., 2019
Canvis en la percepció del turista sobre la comunitat local	Agus i Indra, 2018 Dürr et al., 2020, 2021 Frenzel, 2017 Frenzel et al., 2015 Giddy i Hoogendoorn, 2018 Griffin i Muldon 2020
Creació d'un sentiment d'orgull entre la comunitat local	Auala et al., 2019 Frenzel et al., 2015 Herrero Amo et al., 2019
El turisme en espais <i>slum</i> com a ajuda per combatre la pobresa i desenvolupar la comunitat	Auala et al., 2019 Booyens y Rogerson, 2018 Potgieter et al., 2019b Sloan et al., 2015
Generar espais de denúncia i reivindicació	Dürr et al., 2020
Impactes positius pel turista	
Promoure l'intercanvi cultural	Auala et al., 2019 Privitera, 2015
L' <i>slum tourism</i> com una eina de reflexió	Mkono, 2016
Oportunitat per a escapar de la monotonia i la rutina diària	Privitera, 2015
Obtenció de coneixement sobre una zona	Rompu, 2018

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

Impactes negatius per la comunitat local	
Els tours com una forma d'explotació	Booyens i Rogerson, 2018 Frenzal, 2017 Frenzal et al., 2015 Koens i Thomas, 2016
La comunitat local rep molts pocs beneficis econòmics	Booyens i Rogerson, 2018 Dürr et al., 2020 Frenzal et al., 2015
Existeix una divisió de beneficiaris entre els residents d'una mateixa comunitat	Auala et al., 2019 Chili i Mabaso, 2016 Koens i Thomas, 2015 Koens i Thomas, 2016
Presència i reproducció de desigualtats racials i/o de classes existents	Angelini, 2019 Korstanje i Cisneros, 2017 Mkono, 2016 Dürr et al., 2020
La integració dels països en vies de desenvolupament només beneficia aquells més desenvolupats	Korstanje y Cisneros, 2017 Nisbett, 2017 Rompu, 2018
Desaprovació de la comunitat cap a la realització de tours al seu entorn	Angelini, 2019 Potgieter et al., 2019b
Percepció que els tours creen una mala representació de l' <i>slum</i>	Frenzel et al., 2015 Herrero Amo et al., 2019
Gentrificació a causa del desenvolupament de les àrees urbanes i l'activitat turística	Dürr et al, 2021 Frenzel et al., 2015 Giddy y Hoogendoorn, 2018 Törnberg. Y Uitermark, J. (2021)
Violació de la privacitat de la població local	Frenzel et al., 2015 Hoogendoorn et al., 2019 Nisbett, 2017 Potgieter et al., 2019
Massificació i soroll	Hoogendoorn et al, 2019

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

La idealització de la pobresa	
Casos d'idealització de la pobresa provocada pel tour	Booyens i Rogerson, 2019 Frenzel, 2017 Griffin i Muldoon, 2020 Huyasamen et al., 2020 Nisbett, 2017
Vendre la pobresa com un producte de consum cultural dins de l'oferta turística de la ciutat	Dürr et al., 2020
Pràctiques d'alteritat	Korstanje i Cisneros, 2017 Mkono, 2016
Impactes negatius pel turista	
Creació d'una idea mitificada i preconcebuda per part dels mitjans	Dürr et al., 2020
Romantització sobre la participació als tours per part de qui els gestiona	Frenzel et al., 2015

Font: elaboració pròpia.

3.5. CONTROVERSIA ÈTICA AL VOLTANT DE L'SLUM

De tots els debats existents en la literatura acadèmica analitzada, el caràcter controvertit i el dilema ètic que suposa l'*slum tourism* és el que ha despertat més atenció. Això es deu principalment al fet que en aquesta forma de turisme s'uneixen **el gaudi i la pobresa** (Agus i Indra, 2018), afectant així els valors morals sobre els quals ha existit un ampli consens social. De la mateixa forma, també s'ha criticat la creació d'una atracció turística basada en la pobresa, considerant aquest tipus de problemàtica social com una mercaderia i promovent la seva "estetització" (Booyens i Rogerson, 2019; Dürr et al., 2020). Henry (2020) explica la "mercantilització capitalista de la pobresa" (Auala et al., 2019) com la forma en què "la desposessió es monetitza més enllà del que Marx podria haver imaginat", perquè en el marc marxista clàssic, la pobresa no té valor de canvi, però amb el fenomen *slum*, adquireix un valor de mercat i es comercialitza (Törnberg i Uitermark, 2021).

En molts casos, aquest tipus de pràctica es considera degradant per a la població local. A més, existeix el risc que pugui ser considerat com alguna cosa **voyeurista**, fet que ha implicat comparacions dels tours amb safaris, zoos o espectacles de pobresa i violència (Frenzel, 2017; Frenzel i Blakeman, 2015; Giddy i Hoogendoorn, 2018).

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

Així mateix, aquesta controvèrsia dona lloc a una certa ambivalència ètica entre els turistes, causada per la seva posició com a potencials consumidors d'aquesta criticada pràctica turística. Alguns autors consideren l'*slum tourism* com a **etnocèntrica** (Henry, 2020) i una forma de **colonialisme** (Mkono, 2016) en la qual la comunitat es representa com naïf i dependent (Griffin i Muroon, 2020). Sandip Roy ho descriu com a “gent blanca descobrint-se a ells mateixos en llocs de gent morena” (Nisbett, 2017; 43). De fet, el passat colonial seria l'origen de la legitimació i naturalització de la submissió d'aquests territoris i la seva explotació (Korstanje i Cisneros, 2017). En relació a aquest tema, Korstanje i Cisneros (2017) es pregunten si la naturalesa comercial del turisme li impedeix tenir en compte l'ètica, atès que quan algunes destinacions han promogut valors relacionats amb la sostenibilitat o la responsabilitat, ha estat perquè podien mercantilitzar-se. Igualment, consideren que les limitacions de l'ètica, emmarcades dins del consum, pertanyen a la creença que existeix una separació entre el que la gent desitja i el que ha de fer, a més de que es percep la responsabilitat com una elecció opcional i individual.

Dins del dilema moral existent al voltant de l'*slum tourism*, sorgeixen diverses preguntes sobre el poder i la desigualtat, aspectes que ja han estat esmentats en apartats anteriors. Aquestes contradiccions neixen a partir de les diferències socioeconòmiques presents entre hostes i amfitrions, a més de les pràctiques d'alteritat considerades per part del turista i la seva “mirada” cap a la comunitat del destí visitat (Agus i Indra, 2018; Auala et al., 2019; Booyens i Rogerson, 2019; Dürr et al., 2020; Frenzel, 2017). D'aquesta manera, es presenten **dues narratives diferents des de l'acadèmia**. Una és aquella que sosté la **crítica davant el caràcter voyeurista, denigrant o explotador de l'*slum tourism***, i una altra que defensa **una posició més educativa i filantròpica d'aquesta forma de turisme**, centrant-se de manera més significativa en els beneficis (Booyens i Rogerson, 2019; Nisbett, 2017; Privitera, 2015). Burgold i Rolfes afirmen que aquestes opinions varien segons les connotacions, negatives o positives, amb les quals s'associïn determinats destins de l'*slum tourism* (Auala et al., 2019).

Diverses investigacions consideren que l'activitat és moralment més acceptable si hi ha una interacció entre turista i comunitat local.

Un altre motiu de crítica cap a aquesta tipologia de turisme és la freqüent **falta de vinculació de la població local en l'activitat turística**, ja sigui oferint tours o participant en ells com a elements de l'experiència *slum*. No obstant això, diverses investigacions

consideren que l'activitat és moralment més acceptable si hi ha una interacció entre turista i comunitat local, fins i tot, d'aquesta manera, es justifica que els tours realitzats en jeep o minibús són més voyeurístics i, per tant, menys ètics que aquells realitzats a peu (Auala et al., 2019; Booyens i Rogerson, 2018; Frenzel, 2017; Frenzel et al., 2015).

Finalment, un altre debat present a la literatura acadèmica sobre l'*slum tourism* és per **l'ús del concepte “slum” o “slum tourism”** per a definir algunes zones o activitats turístiques. Alguns autors tenen en compte el passat despectiu d'aquest terme i prefereixen tractar-lo amb cura, mentre que uns altres l'utilitzen expressament amb la intenció de canviar aquesta associació negativa i proporcionar-li un nou significat. D'altra

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

banda, la comunitat local o les empreses de tours poden ser conscients de la seva naturalesa controvertida i intentar evitar el concepte “*slum*”, arribant a sentir-se mal representats (Frenzel 2018; Frenzel et al., 2015).

Taula 4. Controversia al voltant de l'*slum tourism*.

Controversia ètica generada al voltant de l' <i>slum tourism</i>	
Afectació als valors morals de l'opinió pública a causa de la unió del gaudi i la pobresa (crítiques sobre degradació, voyeurisme, mercantilització de la pobresa, etc.)	Dürr et al., 2021 Törnberg i Uitermark, 2021 Henry 2020 Agus e Indra, 2018 Giddy i Hoogendoorn, 2018 Auala et al., 2019 Frenzel, 2017 Frenzel i Blakeman, 2015
Surgiment de preguntes sobre poder i desigualtat	Auala et al., 2019 Booyens i Rogerson, 2019 Dürr et al., 2020 Agus i Indra, 2018 Frenzel et al., 2015
Presència de dues narratives: filantròpica i educativa vs. voyeurística i denigrant	Sarrica et al., 2021 Griffin i Muldoon, 2020 Henry 2020 Auala et al., 2019 Booyens i Rogerson, 2019 Nisbett, 2017 Privitera, 2015
Existència d'una ambivalència ètica per part dels turistes	Korstanje i Cisneros, 2017 Nisbett, 2017 Mkono, 2016
Falta d'involucració del resident a l'activitat turística	Auala et al., 2019 Frenzel et al., 2015
Controvèrsia al voltant de l'ús del concepte “ <i>slum</i> ”	Hoogendoorn et al., 2019 Huysamen et al., 2020 Frenzel, 2018 Frenzel et al., 2015
Reproduir les relacions de poder colonials mostrant la comunitat com a naïf i incapaç de fer-se valdre por si mateixa i amb la necessitat de ser rescatada per qui viatja	Griffin i Muroon, 2019

3.
ESTAT DE LA
QÜESTIÓ

Pràctica etnocèntrica que comporta actituds condescendents cap a l'agència de les poblacions locals

Henry 2020

Consideració més ètica si hi ha una interacció turista-local

Auala et al., 2019
Booyens i Rogerson, 2018
Frenzel, 2017
Frenzel et al., 2015

Font: elaboració pròpia.

Soweto, Sudàfrica. Imatge de Christo Ras a Pixabay.



4.

DISCUSSIÓ I CONCLUSIONS

A partir de l'anàlisi de trenta-vuit articles sobre diferents aspectes de l'*slum tourism*, s'observa que la majoria de la literatura prové de països del Nord Global, encara que Sud-Àfrica és el país amb major producció. No obstant això, les àrees geogràfiques d'anàlisi pertanyen íntegrament al Sud Global; a països com Sud-Àfrica, l'Índia o el Brasil, que conformen algunes de les destinacions d'*slum* més populars a nivell internacional. D'aquesta manera, s'observa el **contrast entre aquells que estudien el fenomen i els espais on es troba**. Sens dubte, aquesta diferència podria afectar el coneixement creat.

En segon lloc, la majoria de publicacions són **estudis de cas i usen metodologies qualitatives**. Les tècniques més utilitzades són l'entrevista i els qüestionaris. A més, hi ha una varietat important de temes i focus d'estudi. La gran majoria presenten, de manera més o menys explícita, l'existència d'un debat polaritzat al voltant de la valoració de l'*slum tourism*. En molts casos, aporten llum sobre els impactes causats pels tours en els territoris *slum* i identifiquen la importància d'alguns agents destacables: la figura del guia i el seu poder sobre la narrativa, el turista mitjançant les seves percepcions, motivacions i expectatives, i els impactes en la comunitat local.

A més, en tercer lloc, encara existeixen **buits en la recerca acadèmica** que necessiten ser coberts en el futur. La literatura ha centrat gran part dels seus esforços a discutir les implicacions ètiques d'aquesta pràctica, entendre la gestió de l'*slum tourism* i les motivacions per a practicar aquest tipus de turisme. Però seria necessari aprofundir en aspectes que permetessin comprendre millor la seva naturalesa, els seus orígens més recents i els seus desencadenants. També seria d'interès relacionar-ho amb altres tipologies de turisme i com aquests territoris estan experimentant transformacions a partir de l'aparició de les indústries creatives i els processos de patrimonialització.

En quart lloc, **els mateixos conceptes d'"slum" o "slum tourism" estan sovint sotmesos a diverses interpretacions i, per tant, a discussió**. La definició del concepte és problemàtica pel debat ètic present i la influència dels contextos històrics, socio-espacials i geogràfics als quals estan sotmesos aquests territoris (Privitera, 2015; Frenzel, 2018; Hoogendoorn i Giddy, 2017). Això és comprensible si es té en compte la diversitat dels *slums* de l'Índia, els *township* sud-africans o les favelas del Brasil, entre altres, perquè cadascun ha estat format i ha evolucionat sota circumstàncies heterogènies dins d'un context cultural i polític diferent. Fins i tot es destaca la idea que l'*slum tourism* no es limita a visitar assentaments informals a les afores de les ciutats

4.
DISCUSSIÓ I
CONCLUSIONS

del Sud Global, sinó que aquesta forma de turisme pot donar-se igualment en ciutats del Nord Global, com podria ser a barris de Londres, Nova York o Berlín (Frenzel, 2018).

En cinquè lloc, la **gestió dels tours** en territoris *slum* i les estructures organitzatives poden adoptar diverses formes, factor que s'explica per la diversitat de característiques de l'espai visitat, encara que també per les diferents formes de desenvolupament de les iniciatives. És habitual que es posin en marxa iniciatives d'*slum tourism* com a **eina per al desenvolupament de la comunitat o per a combatre la pobresa**. Aquest efecte és comprensible si es té en consideració el potencial del sector turístic a l'hora d'atreure ingressos i diversificar l'economia.

Encara que el turisme pugui ser un mecanisme per contribuir al desenvolupament econòmic dels territoris, en diversos articles es fa referència a la **falta de participació d'empreses locals en l'activitat turística** que, generalment, té relació amb les desigualtats de poder, la marginalització, els estigmes associats als territoris i també a les circumstàncies històriques o polítiques de cada territori *slum* (Auala et al., 2019; Koens i Thomas, 2015, 2016). Aquestes afirmacions suggereixen una necessitat de desenvolupament molt més profund i ampli que l'econòmic, atès que les connexions

Un empoderament real de la comunitat hauria de néixer des d'ella mateixa, como en les iniciatives turístiques de base comunitària.

socials entre la comunitat local i els agents externs són sovint febles, situant les persones que habiten l'*slum* en un segon pla. Un empoderament real de la comunitat hauria de néixer des d'ella mateixa, com en les iniciatives turístiques de base comunitària. No obstant això, seria essencial proporcionar una sèrie d'eines i coneixements que permetin a la població local establir una posició competitiva, reeixida i sostenible.

En sisè lloc, es destaca **el rol del guia i el poder de la narrativa**, especialment pel seu paper com a intermediari entre la comunitat i els elements externs. Això inclou a turistes, però també la seva capacitat per a atreure l'atenció política a unes certes necessitats presents en la comunitat o incrementar la conscienciació sobre les seves condicions de vida. Per això, seria necessari revisar com s'interpreta i expliquen els *slums* dins del marc turístic. També seria clau augmentar la conscienciació dels diferents agents participants. Es necessita proporcionar informació crítica i rigorosa als turistes sobre la realitat de cada destinació i els seus possibles impactes, a més de fomentar unes conductes més beneficioses una vegada formin part de l'experiència. Així mateix, les empreses de tours haurien de ser conscients de la fragilitat i vulnerabilitat del seu entorn i els locals haurien de ser dotats d'oportunitats reals per a participar i decidir sobre l'activitat, seguint sempre solucions holístiques i a llarg termini de reducció de pobresa.

En setè lloc, s'han estudiat les múltiples i diverses **motivacions dels actors involucrats**. En relació amb les motivacions dels turistes, la més prominent consisteix en la cerca d'una pretesa **autenticitat i realitat** en les experiències turístiques, on es destaca la importància d'interactuar amb la població amfitriona. D'aquí es derivaria una certa superioritat moral en la valoració d'aquesta mena d'activitats enfront d'altres

4.
DISCUSSIÓ I
CONCLUSIONS

propostes. El fet que s'aprecii més allò que és considerat com a "autèntic" pot ser que es tradueixi en la valorització d'un patrimoni folcloritzat, definit pels guies i turistes (Yagi i Frenzel, 2022), deixant així a part a la comunitat local (DeAraujo et al., 2018; Booyens i Rogerson, 2018; Frenzel, 2017; Frenzel i Blakeman, 2015; Giddy i Hoogendoorn, 2018; Herrero Amo et al., 2019; Potgieter et al., 2019).

Aquest aspecte pot ser entès si se situa l'*slum tourism* dins del conjunt de les recents **formes turístiques posfordistes**, a partir de les quals els visitants senten interès per experiències fora del comú i de la massificació, i fins i tot distant d'allò estandarditzat, buscant activitats de caràcter singular, a les quals se'ls atribueix un valor de diferenciació. D'altra banda, en l'anàlisi de l'*slum tourism* es detecta un solapament amb el turisme de voluntariat, el *dark tourism* o el turisme de desenvolupament (Aula et al., 2019; DeAraujo et al., 2018; Frenzel et al., 2015; Herrero Amo et al., 2019; Korstanje i Cisneros, 2017; Muldoon i Mair, 2016; Privitera, 2015). No obstant això, en la literatura acadèmica actual no hi ha una clara vinculació entre l'*slum tourism* i el **turisme**

Si la gestió de l'*slum tourism* fos comunitària, no distaria del que entenem per turisme urbà comunitari.

comunitari urbà (TCU). La característica principal del TCU és que es desenvolupa generalment en els barris perifèrics de les grans urbs i l'activitat turística s'organitza de manera col·lectiva, ja sigui per mitjà de tours o, per exemple, d'activitats vinculades a l'art o conservació del patrimoni cultural i natural. En aquests casos, el turisme es converteix, d'una banda, en una eina de denúncia social per a intentar millorar la situació socioeconòmica aquests territoris, alhora que hi ha una major redistribució dels beneficis en la comunitat. Així, podríem determinar que, si la gestió de l'*slum tourism* fos comunitària, no distaria del que entenem per turisme urbà comunitari.

Pel que fa a les motivacions de qui gestiona els tours, la més destacable és el propòsit de **crear conscienciació, educació i canvi en la narrativa existent sobre el territori**, sobretot per a transformar les percepcions associades a aquests llocs (Angelini, 2019; Auala et al., 2019; Fernandes et al., 2019; Frenzel et al., 2015; Frenzel i Blakeman, 2015; Hoogendoorn i Giddy, 2017; Silkker i Koens, 2015). Contràriament, aquests discursos sovint es relacionen amb casos d'idealització de la pobresa, perquè la narrativa proporcionada i els missatges transmesos a partir dels llocs visitats poden donar a entendre que no existeix un problema (Booyens i Rogerson, 2019; Frenzel, 2017; Nisbett, 2017).

Finalment, respecte a les motivacions o percepcions per part de la comunitat, en general hi ha una actitud positiva cap al desenvolupament del turisme en *slums*, especialment per la seva **capacitat de canviar els prejudicis establerts cap a ells i els beneficis econòmics aportats**. No obstant això, hi ha condicions sota les quals aquestes percepcions poden variar, com les oportunitats de treball i coneixement o el nivell d'interacció entre el turista i la població amfitriona (Agus i Indra, 2018; Angelini, 2019; Auala et al., 2019; Dürr et al., 2020; Ncube i Kruger, 2018; Silkker i Koens, 2015). No obstant això, cada espai *slum* i cada organització se sotmet a unes característiques que també poden afectar de manera diferent a la població local, sense tenir en compte

4.
DISCUSSIÓ I
CONCLUSIONS

el nivell de coneixement que pugui tenir la comunitat resident sobre els beneficis i els impactes negatius reals en el seu entorn.

En vuitè lloc, s'observen els **efectes de l'activitat turística** en els *slum*. Destaca una contradicció sobre els impactes del turisme en aquests espais, sobretot en relació amb la capacitat de desenvolupar l'economia local a partir de la generació d'ingressos i reduir la pobresa. Existeix una part de l'acadèmia que és crítica amb aquest aspecte, perquè únicament un percentatge dels locals pot arribar a beneficiar-se de l'activitat. Com avançàvem anteriorment, això guarda relació amb l'escàs nombre d'empreses locals que gestionen l'oferta turística (Angus i Indra, 2018; Auala et al., 2019; Booyens i Rogerson, 2019; Chili i Mabaso, 2016; Dürr et al., 2020; Frenzel, 2017; Frenzel et al., 2015; Giddy i Hoogendoorn, 2018; Koens i Thomas, 2015; Koens i Thomas, 2016; Potgieter et al., 2019b; Sloan et al., 2015). A més, hauria de plantejar-se fins a quin punt és capaç el turisme de combatre la pobresa quan aquesta es comercialitza i es presenta com a atractiu.

En relació a aquest últim punt, moltes de les empreses que ofereixen tours en *slums* no hi viuen (Frenzel, 2017) i si ho fan, en moltes ocasions **no mostren la intenció d'ajudar al seu desenvolupament**, sinó que el seu propòsit és poder sortir d'aquest entorn de pobresa. En altres casos, els beneficis rebuts a partir d'iniciatives d'*slum tourism* són reinvertits en la mateixa gestió del producte turístic o poden ser enviats als països d'origen de les empreses, normalment situades al Nord Global.



Rio de Janeiro. Imagen de AXP. Photography en Unsplash.

4.
DISCUSSIÓ I
CONCLUSIONS

Entre **els impactes positius de caràcter social en la comunitat**, es troba el canvi de percepció sobre la idea d'*slum*, la reducció de prejudicis i la creació d'un sentiment d'orgull entre la població (Agus i Indra, 2018; Frenzel et al, 2015; Frenzel, 2017; Auala et al., 2019; Giddy i Hoogendoorn, 2018; Herrero Amo et al., 2019). Entre els impactes socials negatius, es destacaria la manifestació de desigualtats de classe i racials, la idealització de la pobresa, la violació de la privacitat de la població local o fins i tot la perpetuació d'estigmes territorials sobre la zona (Angelini, 2019; Korstanje i Cisneros, 2017; Frenzel et al., 2015; Herrero Amo et al., 2019; Mkono, 2016; Nisbett, 2017; Ogtieter et al., 2019b). També es destaquen qüestions sobre desigualtat i poder, perquè els visitants, que venen principalment de països del Nord Global, són els que disposen de la capacitat de "decidir" sobre com hauria de definir-se l'espai o a quins valors hauria d'associar-se, fins i tot proporcionant orgull entre la població amfitriona únicament a causa de la seva presència i interès. D'altra banda, els visitants també es troben en la posició de "decidir" si les condicions de vida observades són prou precàries com per a sentir llàstima o per a deixar de considerar-ho un problema.

A partir dels diferents aspectes analitzats que caracteritzen aquest fenomen turístic, en novè lloc pot determinar-se que hi ha contradiccions significatives en la literatura acadèmica. L'origen d'aquest debat neix a partir de **l'ús de la pobresa com a una mercaderia i atractiu**, sobretot amb visitants provinents de situacions socioeconòmiques bastant més avantatjades, a més del caràcter voyeurista que adquireix aquesta pràctica, comparat sovint amb zoos o safaris (Angus i Indra, 2018; Auala et al., 2019; Booyens i Rogerson, 2018, 2019; Dürr et al., 2020; Frenzel, 2017; Frenzel i Blakeman; 2015; Giddy i Hoogendoorn et al., 2019). Aquesta controvèrsia també té en compte les diferències de poder entre hostes i amfitrions, les pràctiques d'alteritat per part dels visitants (Booyens i Rogerson, 2019; Dürr et al., 2020; Frenzel, 2017), a més de la presència d'ambivalències ètiques per part dels turistes (Mkono, 2016; Nisbett, 2017), la falta de participació de la comunitat en l'activitat turística i el repartiment de beneficis entre aquests (Auala et al., 2019; Booyens i Rogerson, 2018; Frenzel, 2017; Frenzel et al., 2015), i, finalment, la discussió vinculada als termes d'"*slum*" o "*slum tourism*".

Dürr et al., 2020 proposen entendre el turisme *slum* en el context de desenvolupament urbà i turístic. En el procés de crear la marca de la ciutat, l'embelliment de les zones urbanes més deprimides i la posada en escena de la pobresa, forma part d'una estratègia de posicionament turístic. A part de la pobresa, la cultura popular, l'estètica i la violència també són factors importants entre les motivacions dels turistes i poden convertir-se en atractius en si mateixos i conformar l'oferta cultural de la ciutat. D'aquesta manera, s'inclouen aquests barris en l'oferta d'oci de la ciutat (Sarrica et al., 2021).

Aquest debat pren la pràctica turística en aquests espais i l'analitza des d'una perspectiva ètica, prestant especial atenció als diferents actors: turistes, qui gestiona els tours i l'acadèmia. No obstant això, és necessari considerar que conceptes vinculats a l'ètica i a la moral no representen definicions o limitacions universals, fent borroses

4.
DISCUSSIÓ I
CONCLUSIONS

les línies de què pot ser considerat acceptable i què no. Així mateix, seria necessari qüestionar-se **a quina ètica i a quina opinió seria necessari adherir-se**, perquè la comunitat local és la que es veu més afectada, especialment de manera negativa, quan es duu a terme un procés de turisticació. Per exemple, Henry (2020) defensa que èticament el que seria correcte és “no mirar” i sentir aversió cap a aquesta pràctica turística. Pensa que els cossos “rics, occidentals i normalment blancs” representen la violència de l'estatu quo i que, tot i que aquelles persones que ens beneficiem de l'acumulació capitalista hauríem de ser capaces de veure les seves conseqüències, la posició moralment més adequada enfront de l'*slum tourism* és donar-se la volta.

D'altra banda, davant el qüestionament ètic existent, algunes empreses han dut a terme una sèrie d'adaptacions en la seva oferta, especialment amb el propòsit de respondre a possibles ambigüitats o crítiques. Entre aquestes destaquen l'increment de la interacció entre el turista i el resident, el rol del guia i la narrativa utilitzada, sobretot amb la condició d'assegurar una imatge més positiva i segura (Dürr et al., 2020; Fernandes et al., 2019; Frenzel i Blakeman, 2015; Frenzel, 2017). En molts casos aquestes adaptacions poden considerar-se una manera d'optar per pràctiques més inclusives i beneficioses, no obstant això, també es poden entendre com una manera de protegir el negoci dels tours i atreure a aquells clients que es senten indecisos.

En desè i últim lloc, s'ha pogut identificar una sèrie de **recomanacions** realitzades pels autors i autores cap als actors participants en el desenvolupament d'iniciatives d'*slum tourism*. Entre aquestes, destaca la intenció de dur a terme un desenvolupament turístic de manera més sostenible i inclusiu considerant que encara que hi ha molt de marge de millora (Auala et al., 2019; Chili i Mabaso, 2016; DeAraujo et al., 2018; Frenzel, 2017, 2018; Giddy i Hoogendoorn, 2018; Herrero Amo et al., 2019; Potgieter et al., 2019, 2019b).

Qualsevol activitat que s'imposi per agents externs i no compti amb el suport de la comunitat local, o sigui una iniciativa pròpia, genera més impactes negatius que positius.

Per a concloure i sumar al debat, des d'**Alba Sud** pensem que en aquest context, qualsevol activitat que s'imposi per agents externs i no compti amb el suport de la comunitat local, o sigui una iniciativa pròpia, genera més impactes negatius que positius. No s'haurien d'incloure territoris vulnerabilitzats en circuits turístics sense comprendre les complexitats i necessitats concretes d'aquests llocs. Per això, no creiem en l'homogeneització de totes aquestes pràctiques turístiques sota el paraigua de l'*slum tourism*, tant per la connotació negativa que implica el terme, com per les especificitats de cada territori. Així, diríem que **la categoria *slum tourism* ha deixat de ser útil**, atès que en el cas de poder parlar en termes positius d'algunes iniciatives, es vincularien a projectes de base comunitària, com el turisme comunitari urbà.

Dit això, i sense desmerèixer la capacitat d'aquestes comunitats per a utilitzar el turisme com a eina per a millorar les seves condicions de vida i popularitzar les seves lluites, no tot hauria de passar per processos de turisticació per aconseguir un suposat “desenvolupament” ni per captar l'atenció de l'administració pública. Aquests

4.
DISCUSSIÓ I
CONCLUSIONS

assentaments haurien de ser la prioritat de les autoritats per assegurar els drets bàsics de les poblacions que els habiten. Una vegada aconseguit aquest punt, podria entrar en joc la idea d'incloure el turisme entre les seves activitats econòmiques com una nova via d'ingrés, així com una eina per a comunicar-se i lluitar pels seus interessos.

Sao Paulo, Brasil. Imatge d'Ernest Cañada.





REFERÈNCIES

- Agus, P. i Indra K., (2018), The Indonesian Slum Tourism: Selling the Other Side of Jakarta t the World Using Destination Marketing Activity in the Case of "Jakarta Hidden Tour", Web of Conferences, 73
- Angelini, A., (2019), A Favela That Yields Fruit: Community-Based Tour Guides as Brokers in the Political Economy of Cultural Difference, *Space and Culture*, 1-19
- Auala, L. S. N., van Zyl, S.R. i Ferreira, I.W., (2019), Township tourism as an agent for the socio-economic well-being of residents, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8 (2)
- Booyens, I. i Rogerson, C.M., (2018), Creative tourism: South African townships explorations, *Tourism Review*.
- Booyens, I. i Rogerson, C.M., (2019), Re-creating slum tourism: Perspectives from South Africa, *Urbaniziv*, 30, 52-63
- Chili, N. S. i Mabaso, S. L. (2016). The challenges of developing small tourism enterprises in townships: case of Umlazi, South Africa. *Problems and Perspectives in Management*, 14 (1-1), 201-205
- DeAraujo, A. F., Vieira, A. L. i Costa, C., (2018), Developing a Model of Film-Induced Slum Tourism Motivation: An Explorative, Qualitative Approach, 13th European Conference on Innovation and Entrepreneurship.
- De Araújo, A., Vieira, A. i Costa, C. (2021). Film tourism meets slum tourism: How negative portrayals can foster a controversial tourist phenomenon. *Journal of Tourism & Development*, 36 (1), 245-254.
- Dürr, E.; Jaffe, R. i Jones, G. (2020). Brokers and Tours: Selling Urban Poverty and Violence in Latin America and the Caribbean. *Space and Culture*, 23(1), 4-14.
- Dürr, E.; Acosta, R. i Vodopivec, B. (2021). Recasting urban imaginaries: politicized temporalities and the touristification of a notorious Mexico City barrio. *International Journal of Tourism Cities*, 7 (3), 783-798.
- Fernandes, J., Mason, K. i Chakrabarti, R., (2019), Managing to make market agencements: The temporally bound elements of stigma in favelas, *Journal of Business Research*, 95, 128-142
- Frenzel, F. (2017). Slum tourism and its controversies from a management perspective. A Gudić M., Rosenbloom A. i Parkes C. (ed.). *Socially Responsible Organizations and the Challenge of Poverty* (pp. 126-133). Nueva York: Routledge
- Frenzel, F. i Blakeman, S. (2015). Making slums into attractions: the role of tour guiding in the slum tourism development in Khibera and Dharavi. *Tourism Review International*, 19, 87-100
- Frenzel, F. (2018). On the question of using the concept 'slum tourism' for urban tourism in stigmatised neighborhoods in inner city Johannesburg, *Urban Forum*, 29 (1), 51-62
- Frenzel, F., Koens, K., Steinbrink, M. i Rogerson, M. (2015). Slum tourism: state of the art. *Tourism Review International*, 18, 237-252
- Giddy, J. K. i Hoogendoorn, G., (2018), Ethical concerns around inner city walking tours, *Urban Geography*
- Griffin, T. i Muldoon, M. (2020). Exploring virtual reality experiences of slum tourism. *Tourism Geographies*. Doi: 10.1080/14616688.2020.1713881
- Henry, J. (2020). Morality in aversión?: Meditations on slum tourism and the politics of sight. *Hospitality & Society*, 10, (2), 157-172.
- Herrero Amo, M. D., Jayawardena, C. i Laloum Gaultier, S., (2019), What is the host community perception of slum tourism in Colombia?, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*
- Hoogendoorn, G. i Giddy, J.K., (2017), "Does this look like a slum?" Walking tours in the Johannesburg inner city, *Urban Forum*
- Hoogendoorn, G. et al., (2019), Tourist and resident perspectives on 'slum tourism': the case of the Vilazaki precinct, Soweto, *GeoJournal*
- Huysamen, M., Barnett, J. i Staton, D. (2020). Slums of hope: Sanitising silences within township tour reviews. *Geoforum*, 110, 87-96.
- Koens, K i Thomas, R. (2015). Is small beautiful? Understanding the contribution of small businesses in township tourism to economic development. *Development Southern Africa*, 32 (3), 320-332
- Koens, K. i Thomas, R. (2016). "You know that's a rip-off": policies and practices surrounding micro-enterprises and poverty alleviation in South African township tourism. *Journal of Sustainable Tourism*.
- Korstanje, M. E. i Cisneros, L. (2017). Banalizing the Alterity: When Suffering Turns Attractive. A Korstanje M y George B. (ed.). *Virtual Traumascesapes and Exploring the Roots of Dark Tourism* (pp. 190-208). Estados Unidos: Business Science Reference
- Mkono, M. (2016). The reflexive tourist. *Annals of Tourism Research*, 57, 206-219
- Muldoon, M. i Mair, H. (2016). Blogging slum tourism: a critical discourse analysis of travel blogs. *Tourism Analysis*, 21, 465-479
- Ncube, M. i Kruger, S., (2018), Township residents of a tourism destination: a subjective well-being approach, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7 (5)

REFERENCIAS

- Nisbett, M., (2017), Empowering the empowered? Slum tourism and the depoliticization of poverty, *Geoforu*, 8, 37-45
- Potgieter, A., Berman, G. K. i Verity, J. M., (2019), Sociocultural, geographical and financial factors that influence a tourist's overall experience of Township Tours in the Western Cape, South Africa, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8 (1)
- Potgieter, A. Dr., Berman, G. K. i Verity, J.M., (2019b), The relationship between socio-cultural impacts of a township tour and the overall life satisfaction of residents in townships in the Western Cape, South Africa, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8 (4)
- Privitera, D. (2015). Tourist Valorisation of Urban Poverty: An Empirical Study on the Web. *Urban Forum*, 26, 373-390
- Rompu van, P., (2018), *Tourism as a Tool: Rehumanizing Rio de Janeiro's South Zone*
- Favelas Through Community-Based Tourism Narratives, *Apuntes*, 85, 79-110
- Sarrica, M., Rega, I., Inversini, A. i Norton, L.S. (2021). Slumming on Social Media? E-Mediated Tourist Gaze and Social Representations of Indian, South African, and Brazilian Slum Tourism Destinations. *Societies*, 11, 106.
- Silkker, N. i Koens, K. (2015). "Breaking the silence": local perceptions of slum tourism in Dharavi. *Tourism Review International*, 19, 75-86
- Sloan, P., Simons-Kaufmann, C., Legrand, W. i Perlick, N. (2015). Township tourism in South Africa – A successful tool for poverty alleviation? *Advances in Hospitality and Leisure*, 11, 153-168
- Törnberg, P. i Uitermark, J. (2021). Urban Mediatization and Planetary Gentrification: The Rise and Fall of a Favela across Media Platforms. *City & Community*, 00(0), 1-22.
- World Bank. *Poverty and Shared Prosperity 2022: Correcting Course*. Washington, DC:World Bank. doi:10.1596/978-1-4648-1893-6. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO

Una publicació de

ALBA SUD 

investigació i comunicació per al desenvolupament

Amb el suport de



Agència Catalana
de Cooperació
al Desenvolupament



Generalitat
de Catalunya

ISBN: 978-84-09-47740-1



9 788409 477401