

2023

INFORMES EN CONTRASTE

23 TURISMO RESPONSABLE

SLUM TOURISM

Controversias en torno al turismo y la pobreza

ALEJANDRA LÓPEZ y CARLA IZCARA





INFORMES EN CONTRASTE
23

Slum tourism.

Controversias en torno al turismo y la pobreza

Alejandra López y Carla Izcara

Alba Sud Editorial

Serie Informes en Contraste, núm. 23, 2023

Este informe se publica en el marco del proyecto “Plataforma de recerca en turisme, drets humans i equitat de gènere sobre Amèrica Llatina. 2a Fase”, impulsado por Alba Sud con el apoyo de la Agencia Catalana de Cooperación al Desarrollo 2020.



Del texto:

Alejandra López y Carla Izcara



De esta edición:

Alba Sud Editorial

info@albasud.org

www.albasud.org

Diseño gráfico: [Boixader Goenaga](#)

Fotografía de portada: Comuna 13, Colombia. Imagen de Carla Izcara

Barcelona, 2023

ISBN: 978-84-09-47740-1



Alejandra López

Alejandra López Ballart es Graduada en Turismo por el CETT-UB, centro adscrito a la Universidad de Barcelona. Este informe es resultado de una investigación iniciada para su trabajo de final de grado. Entre sus publicaciones destaca: [Desigualdades de género en el mercado laboral turístico](#) (en co-autoría con Núria Abellan, Carla Izcara y Marta Salvador, núm. 14, 2021).



Carla Izcara

Carla Izcara Conde es técnica en investigación y comunicación en Alba Sud y graduada en Turismo. Sus investigaciones se enfocan en cómo repensar el turismo desde una perspectiva local y de género, así como el análisis del trabajo turístico. Entre sus publicaciones más recientes destacan: [Reactivación turística y transformaciones del trabajo. Barcelona, escenario de precariedad](#) (en co-autoría con Ernest Cañada, Alba Sud Editorial, Informes en contraste núm. 21, 2022); [Transformar el turismo desde la proximidad. Como abordamos el debate en Cataluña?](#) (en co-autoría con Ernest Cañada, Alba Sud Editorial, Informes en contraste núm. 19, 2022); [Turismos de proximidad, un plural en disputa](#) (editado con Ernest Cañada, Icaria Editorial, 2021); [Desigualdades de género en el mercado laboral turístico](#) (en co-autoría con Núria Abellan, Alejandra López y Marta Salvador, núm. 14, 2021).

RESUMEN

El *slum tourism* es un fenómeno creciente a nivel global y ha captado mucho interés académico y mediático durante los últimos años. Este tipo de turismo se basa en realizar tours en zonas deprimidas o empobrecidas de ciudades, principalmente del Sur Global, donde la situación de pobreza es uno de los atractivos principales. Si consideramos el contexto actual de incremento de las desigualdades y la reactivación turística después de la pandemia de la COVID-19, el debate alrededor del *slum tourism* se vuelve inaplazable. Por otra parte, una mayor organización del ocio y el turismo en la proximidad, puede conllevar también un aumento de visitas a los barrios periféricos de las zonas urbanas del Norte Global que, en ocasiones, podrían compartir características con lo que entendemos por *slum*. Así, este informe tiene como objetivo sistematizar el estado del conocimiento en la literatura académica a partir de cinco puntos temáticos. En primer lugar, un análisis del concepto y marco histórico del *slum tourism*, seguido de la gestión de los tours. En tercer lugar, se enumeraran las motivaciones de las partes implicadas y los impactos. Finalmente, se pretende contribuir a un debate caracterizado por su controversia ética.

Palabras clave: *slum tourism*, favela, turismo, pobreza.



Comuna 13, Colombia. Imagen de Carla Izcara.

ÍNDICE

- pág. 6 **1.** Introducción
- pág. 9 **2.** Objetivos y metodología
- pág. 10 **3.** Estado de la cuestión
- pág. 10 3.1. Concepto y marco histórico del *slum tourism*
- pág. 11 3.1.1. Marco histórico y orígenes
- pág. 11 3.1.2. *Slum tourism* y otras tipologías de turismo
- pág. 12 3.2. La gestión del *slum tourism*
- pág. 14 3.2.1. El rol de guía y la importancia de las narrativas
- pág. 18 3.3. Motivaciones
- pág. 18 3.3.1. Motivaciones del turista
- pág. 20 3.3.2. Motivaciones de las empresas de tours
- pág. 21 3.3.3. Motivaciones de la comunidad local
- pág. 24 3.4. Impactos
- pág. 24 3.4.1. Impactos positivos
- pág. 25 3.4.2. Impactos negativos
- pág. 30 3.5. Controversia ética alrededor del *slum*
- pág. 34 **4.** Discusión y conclusiones
- pág. 42 Referencias

1. INTRODUCCIÓN

El *slum tourism* es un fenómeno creciente a nivel global y ha captado mucho interés académico y mediático durante los últimos años. Este tipo de turismo, tiene como atracción central la pobreza del destino (Frenzel et al., 2015), así como la cultura popular, la estética y la violencia (Dürr et al., 2020). Por consiguiente, la característica más reconocible de estos tours es que se **organizan en zonas deprimidas o empobrecidas y su contenido mezcla las características de un determinado entorno con historia con conflictos sociales** (Hoogendoorn et al., 2019). A pesar de la popularización de este fenómeno a partir de los años noventa, en ciudades del “Sur Global”, especialmente en Río de Janeiro, Mumbay, Johannesburgo o Ciudad del Cabo, tiene sus orígenes en el siglo XIX en ciudades del “Norte Global”, como Londres, París o Nueva York (Agus e Indra, 2018) cuando las élites de estas ciudades visitaban barrios menos privilegiados o enclaves étnicos en búsqueda de entretenimiento y experiencia (Dürr et al., 2020).

Una de las razones de su crecimiento tiene que ver con el aumento del fenómeno *slum* (Frenzel et al., 2015), concebido a partir de los movimientos de población rural hacia las ciudades y su necesidad de encontrar alternativas económicas. Por otro lado, en 2002, se estrenó la película “City of Gold” que globalizó la “marca favela”. En este film se representaba el lugar como violento y problemático, aunque fascinante (Törnberg y Uitermark, 2021). Este hecho, en una dinámica de turismo postfordista, que se caracteriza por diversificar la oferta y generar interés por vivir experiencias más “auténticas” y fuera de las formas tradicionales y masificadas de turismo (Frenzel y Blakeman, 2015; DeAraujo et al., 2018), además de una voluntad de contribuir al desarrollo (Hoogendoorn, et al., 2019), nos conduce hacia un nuevo fenómeno turístico donde **la pobreza se convierte en atractivo comercializable**.

La popularización de este fenómeno ha comportado una **discusión ética y moral**. Uno de los focos principales ha sido alrededor de la terminología *slum*. En el mundo académico, Scheyvens (2001) hizo la primera conexión entre el turismo en estas zonas urbanas y turismo de pobreza y no usó el término *slum* (Hoogendoorn et al., 2019). Desde una perspectiva de desarrollo urbano se han categorizado como espacios de llegada (Yagi y Frenzel, 2022) y aunque la definición de estas zonas es compleja, ya que se ve ligada a variaciones según el contexto geográfico, socioespacial e histórico (Hoogendoorn y Giddy, 2017), las **Naciones Unidas del Hábitat** consideran que tienen que ser áreas masificadas e inseguras con un acceso inadecuado al agua, sanidad, infraestructuras y vivienda (Hoogendoorn et al., 2019).

1. INTRODUCCIÓN

Así, en general, un *slum* se caracteriza por ciertos conceptos relacionados con la pobreza, la miseria, la violencia y la falta de higiene, dando paso a una serie de prejuicios y estigmas que perjudican el desarrollo de estas áreas, incluyendo actividades como el turismo (Fernandes et al., 2019). Por ello, la práctica del turismo *slum* ha sido especialmente **criticada por la presentación de la pobreza como una mercancía** (Booyens y Rogerson, 2018; Frenzel y Blakeman, 2015), además de su carácter voyeurístico (Booyens y Rogerson, 2018, 2019; Frenzel, 2017) y el surgimiento de preguntas sobre las desigualdades de poder (Agus e Indra, 2018; Auala et al., 2019). No obstante, también existe una narrativa opuesta que destaca los beneficios del turismo en áreas empobrecidas, especialmente **beneficios económicos y de desarrollo de la comunidad** (Frenzel, 2017). A menudo también puede representarse como una herramienta para la reducción de la pobreza en una zona (Auala et al., 2019) aunque también sobresalen los impactos positivos de carácter social.

Un *slum* se caracteriza por ciertos conceptos relacionados con la pobreza, la miseria, la violencia y la falta de higiene, dando paso a una serie de prejuicios y estigmas que perjudican el desarrollo de estas áreas.

Estas dos apreciaciones las autoras Huysamen, Barnett y Staton (2020), a partir de la propuesta de Nuissl y Heinrischs (2013), las clasifican en “*slums* de desesperación”, lugares de exclusión social y económica y con poca capacidad de movilización social y “*slums* de esperanza”, que se resaltaría su potencial productivo y los muestran como lugares de resiliencia y emprendurismo, adoptando así una perspectiva muy neoliberal. Asimismo, esta diferenciación se puede hacer a partir de la apreciación de la palabra *slum* por la comunidad local, ya que por un lado se usa como herramienta política reivindicadora para poner el foco en las malas condiciones de vida, y por otro se puede definir como un término degradante que afecta a su dignidad y estigmatiza el lugar donde viven (Hoogendoorn et al., 2019).

Así, nos encontramos frente a un nuevo fenómeno turístico que acarrea un gran debate ético y moral y capta la atención no sólo de la academia, sino también de agentes turísticos y medios de comunicación. Actualmente, casi tres años después de la pandemia de la COVID-19, estamos en un mundo con mayores índices de desigualdad. En el informe “[Poverty and Shared Prosperity 2022: Correcting Course](#)” del **Banco Mundial** se informa que a finales de 2020, setenta millones de personas se vieron empujadas a la pobreza extrema, elevando el número global total a más de 700 millones. A pesar de que esta crisis sanitaria tuvo graves implicaciones a nivel global, las economías más ricas se han recuperado a un ritmo más rápido que las economías de renta baja y media. Paralelamente, la subida de los precios alimentarios y suministros derivada de la crisis climática y los conflictos entre los principales productores de alimentos del mundo, ha generado mayor vulnerabilidad, así como el encarecimiento de los combustibles. Finalmente, el informe clasifica 2022 como el segundo peor año, después de 2020, para la reducción de la pobreza.

Teniendo en cuenta el contexto de incremento de las desigualdades y en un momento de reactivación turística y de vuelta a “viajar al sur” el debate alrededor del *slum tourism* se vuelve inaplazable. Por otra parte, una mayor organización del ocio y el turismo en la proximidad, puede conllevar también un aumento de visitas a los barrios periféricos de

1. INTRODUCCIÓN

las zonas urbanas del Norte Global que, en ocasiones, podrían compartir características con lo que entendemos por *slums*.

Por consiguiente, este informe pretende sistematizar el estado del conocimiento sobre *slum tourism* en la literatura científica producida en los últimos años para entender mejor este fenómeno y los diferentes aspectos que lo rodean.

Bogotá. Imagen de Delaney Turner en Unsplash.



2.

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Esta publicación surge a raíz del Trabajo de Final de Grado (CETT-UB) de Alejandra López Ballart “Estado de la cuestión del *slum tourism* en la literatura científica”, bajo la tutorización de Ernest Cañada, publicado en enero de 2020. Con una revisión, ampliación y actualización de los contenidos se pretende ofrecer un primer acercamiento general al fenómeno del *slum tourism*.

La hipótesis de partida es de que las transformaciones experimentadas en el mercado turístico desde una perspectiva posfordista han dado lugar a una multiplicación de atractivos turísticos que han llegado a comercializar la misma pobreza, lo que ha comportado una interpelación ética a esta nueva forma de organizar la actividad turística, como se da en el caso del *slum tourism*.

En concreto, se pretende identificar los distintos debates y temas de interés discutidos en la literatura científica sobre turismo de *slum*. En segundo lugar, comprender mejor el concepto de *slum* y *slum tourism*. Finalmente, se busca identificar las diferentes controversias y narrativas existentes dentro de la academia alrededor del concepto.

Para ello se ha llevado a cabo un estudio de carácter exploratorio sobre el estado de la cuestión de la literatura, y de carácter descriptivo, para profundizar en los diferentes debates y controversias que han surgido en torno a este fenómeno.

La metodología utilizada consiste en una revisión sistemática de la literatura académica a través de la base de datos Scopus. Mediante esta herramienta se ha realizado una búsqueda de artículos y capítulos de libro que incluyeran en el título, resumen o palabras clave los conceptos de “*slum tourism*”, “*favela*”, “*township*”, “*ghetto*” y “*turismo*”.

La metodología utilizada consiste en una revisión sistemática de la literatura académica a través de la base de datos Scopus.

A partir de los resultados obtenidos de esta búsqueda tan sólo se tuvieron en cuenta aquellos artículos que fuesen en inglés y no se consideró un límite temporal de publicación. A partir de una revisión más detallada de este total, se seleccionaron treinta y ocho textos de forma aleatoria publicados entre 2015 y 2022. Estos artículos eran mayoritariamente estudios de caso y revisiones de la literatura.

3.

ESTADO DE LA CUESTIÓN

En este apartado se presentan los resultados obtenidos a partir del análisis realizado divididos entre los diferentes elementos destacados por la literatura científica sobre *slum tourism*. De manera inicial, se expone una introducción sobre el concepto del *slum tourism* y la dificultad de su definición, además de proporcionar el marco histórico concreto en el que se ha desarrollado. A partir de aquí, se analizan las características en la gestión este tipo de práctica turística, las motivaciones que llevan a los diferentes actores principales a involucrarse en la actividad, así como la idealización de la pobreza en este fenómeno. Finalmente, se exponen los diversos impactos positivos y negativos, tanto sobre los turistas como sobre la comunidad, dando un mejor entendimiento de la controversia existente alrededor de un turismo que tiene la pobreza como atractivo principal.

3.1. CONCEPTO Y MARCO HISTÓRICO DEL *SLUM TOURISM*

Un aspecto importante a tener en cuenta cuando se habla de *slum tourism* es la **ambigüedad y complejidad que comporta la definición del mismo concepto**, lo cual es motivo de discusiones y debates en la literatura científica (Hoogendoorn y Giddy, 2017). En este trabajo, *slum tourism* se define de la manera más ampliamente aceptada y referenciada, en la que esta práctica se caracteriza por la presencia de la pobreza como atractivo principal o uno de ellos (Frenzel et al., 2015), aunque existen otras definiciones como “ver cómo vive la otra mitad” (Hoogendoorn y Giddy, 2017), con claras conexiones entre ambas formas de entender el concepto.

Es usual encontrar diferentes nombres bajo el paraguas del concepto *slum* o con relación a destinos de *slum tourism* (Korstanje y Cisneros, 2017; Koens y Thomas, 2016) como pueden ser los *townships* en Sudáfrica, las *favelas* de Brasil, las *comunas* de Colombia, los *kampongs* de Indonesia o los *gecekondu*s turcos, entre otros. Podrían ser discutidas las diferencias entre unos y otros asentamientos de viviendas, incluso existe una heterogeneidad destacable entre residentes de un mismo territorio (Koens y Thomas, 2015, 2016; Frenzel et al., 2015). No obstante, este tipo de enclaves suelen tener en común una cierta **marginalización** y una asociación a ciertas **percepciones negativas** y **estereotipos** (Fernandes et al., 2019; Frenzel, 2018; Hoogendoorn et al., 2019).

Por otra parte, algunos autores indican que la práctica de *slum tourism* no se da únicamente en países del Sur Global, sino que también puede encontrarse en forma de tours por barrios menos aventajados de las ciudades más importantes del mundo o por

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

zonas donde viven personas en situación de calle (Frenzel, 2018). Algunos ejemplos podrían ser Brick Lane en Londres, Neukölln en Berlín o las banlieues de París.

3.1.1. Marco histórico y orígenes

A pesar de que esta práctica turística haya sido reconocida recientemente de manera más amplia, sobre todo en el Sur Global, **sus orígenes se remontan al siglo XIX en países del Norte Global**. Esta práctica fue iniciada en el Londres victoriano a partir del interés de las clases más acomodadas por la pobreza y la filantropía, realizando tours por el barrio marginal de East End, a menudo de incógnito, y con el propósito de entretenerse, aunque en ocasiones mantenían una justificación moral definiendo sus actos como filantrópicos (Frenzel et al., 2015; Dürr et al., 2020; Sloan et al., 2015). Durante esta época surgió el concepto de “*slumming*”, actualmente también referido a la realización de tours por estas zonas, a partir del mismo nombre “*slum*”, utilizado para señalar a aquellas “malas viviendas” (Frenzel et al., 2015).

La primera vez que se hizo referencia a este concepto fue en un pasaje de 1850 escrito por un arzobispo de Westminster llamado Nicolas Wiseman, en el que se refleja una imagen muy oscura, caótica e incivilizada, aunque también atraía curiosidades (Frenzel et al., 2015).

A partir de ese momento, esta actividad fue extendida por otras ciudades con el propósito de comparar los *slums* de una zona y de otra, dando paso al establecimiento de las primeras compañías especializadas en varias ciudades de los Estados Unidos (Frenzel et al., 2015).

De manera más reciente, **se percibe un crecimiento de la popularidad de esta práctica en ciudades del Sur Global** (Hoogendoorn y Giddy, 2017) y una mayor profesionalización (Agus e Indra, 2018), relacionada con el surgimiento de un “nuevo gusto” del turista por la pobreza (Booyens y Rogerson, 2019b) y por experiencias más auténticas y alejadas de lo tradicional (Auala et al., 2019).

3.1.2. Relación del *slum tourism* con otros tipos de turismo

Otro aspecto mencionado frecuentemente en la literatura científica sobre *slum tourism* es la existencia de otras formas de turismo que muestran ciertos paralelismos o solapamientos con la práctica estudiada. Una de estas es el **turismo de voluntariado** o volunturismo, ya que también se ve altamente relacionado con situaciones de pobreza y con la motivación altruista de los visitantes (Frenzel et al., 2015; Herrero Amo et al., 2019). Booyens (2010) lo compara como una forma más auténtica e interactiva que el *slum tourism* (Auala et al., 2019).

También es relacionado con el **dark tourism** (Frenzel et al., 2015; DeAraujo et al., 2018), el cual consiste en visitar lugares relacionados con la muerte y el sufrimiento,

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

lo que en ocasiones no es considerado equivalente a la observación de situaciones de pobreza como en el *slum tourism* (Privitera, 2015). Otros autores destacan el hecho que ambos turistas “se aventuran en el sufrimiento de otros para confirmar su posición privilegiada de consumidor de primer mundo” (Korstanje y Cisneros, 2017).

El tercer tipo de turismo es el **turismo de desarrollo** (Frenzel et al., 2015; Herrero Amo et al., 2019), del cual se dice que presenta solapamientos con el *slum tourism* por su potencial de desarrollo para las comunidades locales.

3.2. LA GESTIÓN DEL *SLUM TOURISM*

Como se ha podido observar en el apartado anterior, el turismo *slum* toma varias formas, ya que es un fenómeno que ha surgido durante los últimos años en diferentes puntos del mundo con características muy diversas entre ellos. Una de las prácticas habituales es su **vinculación con una iniciativa de desarrollo de la comunidad**, ya sea por parte del gobierno como por organizaciones sin ánimo de lucro que buscan una fuente de ingresos para mantener sus proyectos (Angelini, 2019; Booyens y Rogerson, 2019; Frenzel, 2017)

En algunos casos la actividad fue inicialmente ofrecida por emprendedores locales, mientras que en otros fueron emprendedores externos los que comenzaron a operar este tipo de oferta (Angelini, 2019; Chili y Mabaso, 2016). Por otro lado, Loukaitoi-Sideris y Soureli presentan como tendencia frecuente la posibilidad de que los pioneros en la creación de tours sean expulsados de sus negocios y sustituidos por empresas más grandes que pueden atraer a un número mayor de visitantes (Giddy y Hoogendoorn, 2018).

El turismo *slum* toma varias formas, ya que es un fenómeno que ha surgido durante los últimos años en diferentes puntos del mundo con características muy diversas entre ellos.

En términos generales, los tours incluyen actividades muy variadas, pero relacionadas con la artesanía, gastronomía, eventos artísticos, recorridos y hospedaje (Angelini, 2019; Frenzel et al., 2015; Giddy y Hoogendoorn, 2017, 2018; Sloan et al., 2015). La duración de la visita suele oscilar entre las dos o tres horas por tour, con grupos generalmente reducidos (de cuatro a siete personas más uno o dos guías) (Angus e Indra, 2018; Frenzel et al., 2015; Frenzel y Blakeman, 2015). La mayoría de guías suelen operar de forma informal y combinan esta actividad con otros trabajos ya que los tours dependen mucho de la afluencia de turistas y de los **brokers**, personas que intermedian entre el turista y la oferta *slum* (Yagi y Frenzel, 2022).

La mayoría de las paradas realizadas durante los tours, así como el recorrido en sí o las explicaciones aportadas, suelen ser preparados y preestablecidos con anterioridad, y la flexibilidad de cambio o la adaptación a diversos intereses del público puede cambiar según la compañía que los opera o la disposición del guía (Frenzel y Blakeman, 2015; Frenzel et al., 2015). La realización del tour puede llevarse a cabo en diversos vehículos (minivan, jeep, bus, taxi), aunque también en bicicleta y caminando uno de los más

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

populares por cuanto permite más interacción con la población local, además de brindar más oportunidades de retorno en comercios locales (Booyens y Rogerson, 2019; Fernandes et al., 2019; Frenzel et al., 2015; Rompu, 2018).

En relación con las dimensiones de quienes operan la oferta y sus estructuras organizativas, estas pueden ser muy variadas y convivir en un mismo destino de *slum tourism*: turoperadores con diversos trabajadores, compañías de un único guía, empresas originadas a partir de antiguos trabajadores de empresas más grandes y guías autodidactas (Frenzel y Blakeman, 2015; Frenzel et al., 2015; Koens y Thomas, 2016).

Por otra parte, en muchos casos se presentan a quien gestiona los tours como personas que no viven dentro del espacio *slum* en que se realiza la actividad, sino que lo hacen fuera, motivo que podría agravar la acusación de esta actividad como explotación contra el *slum* y sus residentes (Frenzel, 2017).

Frenzel et al. (2015) identifican un predominio de operadores externos, especialmente en los tours organizados. Koens y Thomas (2015), afirma que, hasta inicios de los años 2000, los *townships* sudafricanos eran gestionados por turoperadores locales, pero a partir de entonces cinco grandes turoperadores de fuera se hicieron con el 80-90% del mercado, dejando a la mayoría de pequeños turoperadores compitiendo por el 10-20% de visitantes restante.



Guía local Comuna 13, Colombia. Imagen de Carla Izcara.

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

Estos aspectos han provocado una cuestión frecuente en la literatura a propósito de quién tiene más **derecho a realizar tours** en un *slum*, sobre todo teniendo en cuenta las posibles contradicciones entre locales y forasteros sobre la narrativa producida, además del uso del espacio público dentro de la zona y quién se beneficia de ello (Angelini, 2019; Giddy y Hoogendoorn, 2018). Por otro lado, también se han analizado algunas de las limitaciones de los operadores locales de participar en la actividad turística como son la falta de capital financiero, las condiciones desfavorables del mercado, ya sea la naturaleza competitiva de la industria turística o la dificultad de acceso a esta, la carencia de comprensión sobre la cultura de negocio, condiciones del entorno social y económicas inciertas, la falta de cohesión y competitividad entre los diferentes grupos dentro de la comunidad y el abuso de algunos operadores hacia otros negocios, casos de corrupción o la existencia de prejuicios frente a los extranjeros (Auala et al., 2019; Koens y Thomas, 2015; 2016).

Otro aspecto que sería necesario tener en cuenta es que la oferta mayoritaria de *slum tourism* se dirige a **visitantes internacionales**. Esto se asocia a que, por un lado, hay una falta de interés y prejuicios por parte del turismo domésticos, y por otro, estos lugares resultan más exóticos para aquellas personas que vienen de otras latitudes. (Agus e Indra, 2018; Chili y Mabaso, 2016; Fernandes et al., 2019; Giddy y Hoogendoorn, 2018; Hoogendoorn et al., 2019).

3.2.1. El rol del guía y la importancia de las narrativas

Uno de los elementos al que se le ha prestado más atención en la literatura académica, así como de los más relevantes dentro de la gestión de tours en *slums*, es al guiado. Esta figura se reivindica como experto local y juega un rol muy importante en la representación de la comunidad y la experiencia obtenida por los visitantes (Angelini, 2019; Rompu, 2018). Uno de los motivos por los cuales su presencia es relevante es porque puede ayudar a los turistas a adentrarse y circular por un espacio asociado a ciertos riesgos vinculados a la criminalidad, la pobreza o la falta de seguridad (Frenzel

El guía puede ayudar a los turistas a adentrarse y circular por un espacio asociado a ciertos riesgos vinculados a la criminalidad, la pobreza o la falta de seguridad.

y Blakeman, 2015). De este modo, puede asegurarse que estas visitas son apropiadas para el entorno, y responder ante cualquier ambigüedad ética o inseguridad sobre violencia o crimen en la comunidad a la que se pueda ver enfrentado (Frenzel y Blakeman, 2015).

Además, el guía se encuentra en una posición intermediaria entre los intereses externos y los de la comunidad, a la vez que determina la relación entre el visitante y el residente (Angelini, 2019; Dürr et al., 2020; Frenzel y Blakeman, 2015; Frenzel et al., 2015). También tiene la capacidad de transformar la narrativa que se ofrece a las visitas, contribuyendo así a la creación de atracción a partir del *slum* (Frenzel y Blakeman, 2015; Rompu, 2018).

En referencia a la intermediación y a la narrativa construida alrededor, la **influencia de las expectativas** de los turistas en el discurso puede contribuir a la experiencia y la

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

autenticidad de la información proporcionada. Por ello, en ocasiones se cuestiona la existencia de una “autenticidad escenificada”, en la que se es consciente de la presencia del visitante (Angelini, 2019; Frenzel y Blakeman, 2015; Potgieter, et al., 2019b).

Si se analizan las narrativas con mayor profundidad, según Yagi y Frenzel (2022) su discurso se fundamenta en la pobreza y las condiciones de vida precarias como el entorno, la accesibilidad, la limpieza, las condiciones de habitabilidad, etc. Por otro lado, el guía también tendría el poder de silenciar ciertos puntos de vista o temas o interpretarlos de una manera concreta (Dürr et al., 2020). Así, depende de cómo se enfoquen los tours, pueden utilizarse como medio para crear conciencia en el gobierno sobre ayudas necesitadas por las comunidades *slum* o sobre diversos temas que las afecten (Angus e Indra, 2018; Frenzel et al., 2015).

Siguiendo este hilo, hay ciertas narrativas que muestran un **riesgo de sobrepolitización**, alejando la narrativa de las propias visiones, perspectivas y experiencias de la comunidad local y de quien la visita (Booyens y Rogerson, 2019). En cambio, hay otros autores, como Henry (2020), que ven un **potencial despolitizador** al no tener como mensaje central la desposesión capitalista e imperialista. Existe también una crítica sobre como el discurso del *bróker* pueda proyectar un espacio capitalista liberal donde se premia el esfuerzo individual para salir “de la pobreza” y en cambio, no se presta suficiente atención a las características estructurales que determinan aquella exclusión y pobreza. (Dürr et al., 2020).



Salvador Bahía, Brasil. Imagen de Ernest Cañada.

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

Tabla 1. La gestión del *slum tourism*.

Participantes en la gestión de tours	
Gestión de los tours por parte de emprendedores locales	Angelini, 2019 Chili y Mabaso, 2016 Giddy y Hoogendoorn, 2018 Koens y Thomas, 2015
Gestiones iniciales de tours por parte de emprendedores externos	Angelini, 2019
Surgen cuestiones sobre quién tiene más derecho a gestionar tours en los <i>slum</i>	Angelini, 2019 Giddy y Hoogendoorn, 2018
Existen limitaciones en la participación de emprendedores locales en la actividad turística	Booyens y Rogerson, 2018 Chili y Mabaso, 2016
Muchos de los actores que gestionan los tours viven fuera del <i>slum</i>	Herrero Amo et al., 2019 Giddy y Hoogendoorn, 2018 Frenzel, 2017 Frenzel et al., 2015 Koens y Thomas, 2015
Formas de gestión de los tours	
Los tours son actualmente gestionados y comercializados de manera profesional	Booyens y Rogerson, 2019 Agus e Indra, 2018 Frenzel et al., 2015
Presencia de una gran variedad de formas de gestión de tours	Angelini, 2019 Hoogendoorn y Giddy, 2018 Giddy y Hoogendoorn, 2017 Frenzel et al., 2015
Las compañías de <i>slum tourism</i> atraen principalmente a turistas internacionales	Fernandes et al., 2019 Hoogendoorn et al., 2019 Agus e Indra, 2018 Giddy y Hoogendoorn, 2018 Hoogendoorn y Giddy, 2018 Chili y Mabaso, 2016
Las iniciativas de <i>slum tourism</i> como parte de proyectos de desarrollo de la comunidad	Angelini, 2019 Booyens y Rogerson, 2019 Frenzel, 2017 Frenzel et al., 2015
La mayoría de tours son preestablecidos y planeados con anterioridad	Frenzel y Blakeman, 2015 Frenzel et al., 2015

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

Limitaciones de la comunidad local para participar	
Falta de capital financiero	Auala et al., 2019 Frenzel et al., 2015
Condiciones desfavorables del mercado turístico	Auala et al., 2019 Koens y Thomas, 2015
Falta de comprensión de la cultura de negocio	Auala et al., 2019
No hay suficiente evidencia de que la presencia de visitas genere oportunidades económicas para las pequeñas empresas locales.	Durr et al., 2020
Entorno social y de negocios incierto	Koens y Thomas, 2015
Creencias propias o convenciones sociales de la comunidad	Koens y Thomas, 2016, 2015
El rol del guía y la importancia de las narrativas	
El guía se reivindica como un experto local	Angelini, 2019 Rompu, 2018
El guía actúa como intermediario entre los intereses externos y los de la comunidad	Angelini, 2019
El guía representa un elemento clave de representación de la comunidad	Sarrica et al., 2021 Angelini, 2019 Dürr et al., 2020
El guía facilita y determina la relación entre el turista y el residente	Dürr et al., 2020 Frenzel et al., 2015 Frenzel y Blakeman, 2015
El guía tiene el poder de transformar la narrativa	Dürr et al., 2021, 2020 Rompu, 2018 Frenzel et al., 2015
El guía ayuda a los turistas a circular por un espacio asociado a ciertos riesgos	Frenzel y Blakeman, 2015
Los tours pueden ser una herramienta de concienciación del gobierno sobre las necesidades de la zona	Dürr et al., 2020 Angus e Indra, 2018 Frenzel et al., 2015
El guía proporciona narrativas sobre la importancia de visitar los <i>slums</i>	Frenzel y Blakeman, 2015

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

Riesgo de sobrepolitización desde perspectivas académicas occidentales y politizadas.	Booyens y Rogerson, 2019
Potencial despolitizador por no tener como foco central la desposesión capitalista e imperialista	Henry, 2020
Proyectar un espacio capitalista liberal donde se premia el “esfuerzo individual por salir de la pobreza”	Dürr et al., 2020
La narrativa es influenciada por las expectativas de los turistas así como la comunicación de estos tours condiciona a sus participantes	Huysamen et al., 2020 Angelini, 2019 Griffin y Muroon, 2019. Potgieter et al., 2019b
La pobreza y las condiciones de vida precarias (entorno, accesibilidad, limpieza del río, condiciones de habitabilidad, etc.) son parte fundamental del discurso de los guías	Yagi y Frenzel, 2022

Fuente: elaboración propia.

3.3. MOTIVACIONES

Uno de los temas en los que la literatura ha concentrado más esfuerzos es el estudio de las motivaciones de los diferentes actores que participan en el *slum tourism*, sobre todo por parte de los turistas y quienes gestionan los tours, aunque también sobre la comunidad local. Las motivaciones se ven unidas con las intenciones de cada agente en la realización de ciertas prácticas, lo que resulta de gran interés si se tiene en cuenta el debate ético existente alrededor de esta forma de turismo.

3.3.1. Motivaciones de los turistas

Quienes practican *slum tourism* pueden mostrar varias motivaciones. No obstante, se percibe el predominio de la búsqueda de **experiencias consideradas auténticas y reales**, que incluso son descritas como un aspecto esencial dentro de esta actividad (DeAraujo et al., 2018; Frenzel, 2017; Giddy y Hoogendoorn, 2018; Herrero Amo et al., 2019). Además, dentro de esta exploración se valora altamente la interacción con la comunidad local (Booyens y Rogerson, 2018; Potgieter et al., 2019).

Otra motivación importante es el **altruismo o la voluntad de ayudar a la comunidad local o al desarrollo del país** (DeAraujo et al., 2018; Herrero Amo et al., 2019; Frenzel et al., 2015). También, existe una relación del *slum tourism* con el interés cultural y el patrimonio, además de la intención de visitar una cultura diferente a la propia (Booyens y

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

Rogerson, 2018; Booyens y Rogerson, 2019; Giddy y Hoogendoorn, 2018; Potgieter et al., 2019). Esta motivación está muy presente en los *townships* sudafricanos, ya que el patrimonio sobre la lucha contra el apartheid se ha convertido en un atractivo importante del país (Hoogendoorn et al., 2019).

Otras motivaciones relacionadas con este fenómeno son el **exotismo** (Fernandes et al., 2019) y la **búsqueda de emociones** a partir de la visita de lo desconocido (Frenzel et al., 2015). Por ejemplo, el mismo sentido del **peligro** y de la **aventura** que puede experimentarse visitando un lugar con características poco habituales en comparación con el entorno de quienes los visitan (Törnberg y Uitermark, 2021). De hecho, mostrar aspectos aparentemente negativos como la **violencia** o la **pobreza** urbana puede crear mayor curiosidad. Así, “retratar negativamente el lugar” puede derivar en un aumento de visitas (De Araujo et al., 2021). Este interés se conoce por “**puénting social**”, término que hace referencia a cómo las clases acomodadas buscan experimentar esta “división social y caída social sin correr un riesgo real” (Griffin y Muldoon, 2020). Por ello, también se valora la **seguridad** que proporciona un tour organizado en un espacio desconocido asociado con valores de violencia o crimen (Hoogendoorn y Giddy, 2017).

Tanto películas como libros, videojuegos o reportajes, entre otros, dan a conocer estos lugares a nivel internacional.

Por último, es necesario destacar el **papel de los medios** en la incitación a visitar un *slum*, además de las expectativas que forman sobre este lugar (Angelini, 2019). Tanto películas como libros, videojuegos o reportajes, entre otros, dan a conocer estos lugares a nivel internacional (Frenzel et al., 2015). Así, estas representaciones pueden colaborar en la perpetuación de una imagen específica y significados culturales (Dürr et al., 2020). Por ello se tendría que consensuar cómo se explican estos lugares para determinar cuáles son los factores que atraen visitas (De Araujo et al., 2021).

Por ejemplo, De Araujo et al. (2018) señalan el incremento de atractivo de las favelas brasileñas a partir de la atención a la cultura narcotraficante de la película “City of God” (2002), igual que en el caso del barrio de Moravia, en Medellín, el cual ganó popularidad a partir de la historia de Pablo Escobar (Herrero Amo et al., 2019), o la influencia de “Slumdog Millionaire” (2008) en los *slums* de la India (Booyens y Rogerson, 2019b). En estudios anteriores sobre la influencia del cine en los flujos turísticos se ha determinado que el factor principal de atracción eran los paisajes. En cambio, en el caso de las favelas, el interés nace a partir de los argumentos sobre injusticia social en contextos de sufrimiento y violencia (De Araujo et al., 2021).

Para concluir, actualmente no sólo se tendría que tener en cuenta el impacto del cine, sino el de todos los medios, incluyendo los tradicionales, pero también de las redes sociales. Así, nos encontramos frente a un nuevo reto para los estudios urbanos, ya que **la configuración de las ciudades pasa por cómo se representan en las redes sociales** (Törnberg y Uitermark, 2021).

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

3.3.2. Motivaciones de las empresas de tours

La principal motivación para organizar visitas a los *slums* gira alrededor de la **concienciación, la educación y la voluntad de crear una nueva narrativa que pueda cambiar las percepciones negativas** sobre ciertas comunidades que se asocian a situaciones de miseria, marginalidad e, incluso, peligrosidad. Generalmente esta nueva imagen suele estar relacionada con una mayor seguridad y positividad y se intenta mostrar que el lugar es más que pobreza, violencia y miseria (Angelini, 2019; Auala et al., 2019; Fernandes et al., 2019; Hoogendoorn y Giddy, 2017). Una de las empresas más mencionadas en la literatura en relación con este tema es *Reality Tours and Travel*, que inició el *slum tourism* en Mumbai, India, particularmente en el *slum* de Dharavi (Frenzel et al., 2015). Este operador presenta su intención de cambiar los prejuicios existentes en la zona, mostrando personas trabajadoras, industria, seguridad y sentido de la comunidad (Frenzel y Blakeman, 2015; Silkker y Koens, 2015).

Otras motivaciones presentes en la literatura analizada son la creación de oportunidades de empleo (Angelini, 2019), la ayuda a transformación de la comunidad (Dürr et al., 2020) o la oferta de experiencias fuera de lo habitual (Hoogendoorn y Giddy, 2017).

También se dan casos, como algunos tours en Johannesburgo, que prefieren no considerarse parte del *slum tourism*, con el argumento de que su oferta se centra en temáticas centradas en cultura, arte, historia o renovación urbana (Giddy y



Sud-África. Imagen de Hush Naidoo Jade. Photography en Unsplash.

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

Hoogendoorn, 2018; Hoogendoorn y Giddy, 2017). No obstante, es necesario tener en cuenta la falta de claridad del concepto y las connotaciones negativas que este conlleva (Frenzel, 2018).

3.3.3. Las motivaciones de la comunidad

Con respecto a la comunidad, se discuten las motivaciones de la comunidad para participar o recibir turismo y también se señalan sus percepciones con relación a este.

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

El interés de la población anfitriona por los posibles **beneficios económicos** a partir de la creación de tours es una de las motivaciones más destacables (Agus e Indra, 2018; Ncube y Kruger, 2018). Por su parte, Silkker y Koens afirman que “los residentes del *slum* de Dharavi en Mumbai- en general suelen mostrarse tolerantes al turismo, sobre todo cuando sienten que este puede estimular el desarrollo en el lugar donde viven” (2015; 77).

Otro interés que motiva a la población local respecto al desarrollo del turismo es el **beneficio social**, como cambiar las creencias establecidas o establecer una oportunidad de interacción con extranjeros y de aprendizaje de inglés para los niños (Angelini, 2019; Dürr et al., 2020; Silkker y Koens, 2015).

Por otra parte, las percepciones de la comunidad pueden variar según diversos aspectos, como por ejemplo: la interacción turista-residente (Auala et al., 2019), las relaciones creadas entre visitados y visitantes, la participación de la comunidad en la actividad turística (Ncube y Kruger, 2018), la opción de ganar conocimiento o de trabajar en la industria (Ncube y Kruger, 2018) o si confían en los planes del gobierno y los apoyan (Ncube y Kruger, 2018).

Por ejemplo, Silkker y Koens (2015) señalan que tres cuartas partes de la población local no era completamente consciente de que las compañías de tours ganaban dinero con las visitas, factor que podría afectar a su percepción.

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

Tabla 2. Motivaciones de los turistas, de operadores de tours y de la comunidad.

Motivaciones de los turistas	
Expectativas existentes a partir de los medios (películas, libros, etc.). Aquí se incluiría la nueva tendencia de realidad virtual y la “mediatización” de estos lugares	DeAraujo et al., 2021, 2018 Törnberg y Uitermark, 2021. Griffin y Muroon, 2020. Angelini, 2019 Booyens y Rogerson, 2019b Dürr et al., 2020 Herrero Amo et al., 2019 Frenzel et al., 2015
Intereses culturales y patrimoniales	Booyens y Rogerson, 2019, 2018 Hoogendoorn et al., 2019 Potgieter et al., 2019 Giddy y Hoogendoorn, 2018
Experimentar autenticidad y realidad	DeAraujo et al., 2021 Sarrica et al., 2021 Herrero Amo et al., 2019 DeAraujo et al., 2018 Giddy y Hoogendoorn, 2018 Frenzel, 2017
Interés por interactuar con la comunidad local	Potgieter et al., 2019 Booyens y Rogerson, 2018 Frenzel y Blakeman, 2015 Muldoon y Mair, 2016
Voluntad por ayudar a la comunidad local/altruismo/caridad	Herrero Amo et al., 2019 DeAraujo et al., 2018 Frenzel et al., 2015
Interés por lo exótico	Fernandes et al., 2019
Búsqueda de emociones, aventura y peligro	Törnberg y Uitermark, 2021 Henry, 2020 Frenzel et al., 2015
Puenting social	Griffin y Muldoon, 2020
Violencia	De Araujo et al., 2021 Dürr et al., 2020

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

Pobreza, experimentarla de forma segura	De Araújo et al., 2021 Griffin & Muldon 2020. Henry 2020 Hoogendoorn et al., 2019
Proporción de seguridad por parte de los tours	Sarrica et al., 2021 Hoogendoorn y Giddy, 2017

Motivaciones de las empresas de tours

Crear una nueva narrativa, educar y concienciar al turista	Angelini, 2019 Auala et al., 2019 Fernandes et al., 2019 Hoogendoorn y Giddy, 2017 Frenzel et al., 2015 Frenzel y Blakeman, 2015 Silkker y Koens, 2015
Crear oportunidades de empleo	Angelini, 2019
Ayudar a transformar la comunidad	Dürr et al., 2020 Hoogendoorn y Giddy, 2017
Ofrecer experiencias fuera de lo habitual	Hoogendoorn y Giddy, 2017
Oferta de temáticas no centradas en la pobreza (historia, arte, etc.)	Giddy y Hoogendoorn, 2018 Hoogendoorn y Giddy, 2017
Varios operadores no se consideran parte del <i>slum tourism</i>	Hoogendoorn y Giddy, 2017

Motivaciones y percepciones de la comunidad

Interés por los beneficios económicos	Angus e Indra, 2018 Silkker y Koens, 2015
Interés por los beneficios sociales	Angelini, 2019 Dürr et al., 2020 Silkker y Koens, 2015
Existen diversos motivos por los cuales las percepciones de la comunidad pueden variar	Auala et al., 2019 Dürr et al., 2020 Silkker y Koens, 2015

Fuente: elaboración propia.

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

3.4. IMPACTOS

Los efectos del turismo en zonas de pobreza urbana también han sido un tema recurrente en la literatura, generalmente sopesando aquellos impactos que afectan de manera positiva o negativa al entorno donde se crea la actividad. Este apartado expone estos diferentes impactos, diferenciando si afectan a la comunidad o al turista.

3.4.1. Impactos positivos

El impacto positivo más mencionado por académicos sobre *slum tourism* en la comunidad está relacionado con los **beneficios económicos y de desarrollo** (Frenzel et al., 2015). Estos suelen llegar a la comunidad de diferentes formas. En algunos casos un porcentaje del coste del tour va destinado a la comunidad o se realizan iniciativas u organizaciones benéficas por parte de los operadores, muchas veces los mismos turistas proporcionan ayudas económicas directas a la comunidad anfitriona (Angus e Indra, 2018; Auala et al., 2019; Frenzel, 2017; Giddy y Hoogendoorn, 2018), y algunos tours también acercan a clientes potenciales -turistas- a las tiendas o bares de dentro del espacio *slum*, permitiéndoles gastar dinero en estos (Fernandes et al., 2019). El empleo de los guías también es mencionado como un tipo de retorno hacia la comunidad (Frenzel, 2017).



Terrazas Comuna 13, Colombia. Imagen de Carla Izcara.

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

Este impacto se relaciona varias veces con el potencial del turismo como ayuda en la reducción de la pobreza, sobre todo en países en desarrollo (Auala et al., 2019; Potgieter et al., 2019b; Sloan et al., 2015). No obstante, este aspecto es también cuestionado en un gran número de casos.

El segundo impacto positivo es el **cambio de percepción** que provoca la visita turística sobre la comunidad (Agus e Indra, 2018; Frenzel et al., 2015). De esta manera, se ayuda a reducir los prejuicios sobre las comunidades de las *slums* y favelas y se contrarrestan estigmas territoriales (Frenzel, 2017).

Las visitas también sirven como herramienta de reflexión, ya que “plantea cuestiones morales y éticas sobre explotación de pobreza, divisiones raciales y económicas, diferenciales de poder en las relaciones huésped-anfitrión y la mirada del turista”.

El tercer y último impacto en la comunidad es la creación de un **sentimiento de orgullo** entre estos, ya que generalmente nadie suele mostrar interés por el lugar donde viven o por ellos (Auala et al., 2019; Frenzel et al., 2015; Herrero Amo et al., 2019).

Respecto a los **impactos positivos sobre el turista**, generalmente no se han analizado con la misma profundidad. Sin embargo, a partir de los artículos analizados, se pueden apreciar algunos efectos en el visitante, como la posibilidad de un **intercambio cultural enriquecedor** (Auala et al., 2019; Privitera, 2015). Las visitas a zonas de pobreza también sirven como herramienta de reflexión, ya que “plantea cuestiones morales y éticas sobre explotación de pobreza, divisiones raciales y económicas, diferenciales de poder en las relaciones huésped-anfitrión y la mirada del turista” (Mkono, 2016; 2017). Además, los tours pueden servir como proporción de conocimiento sobre una zona concreta (Rompu, 2018) y también representan un escape de la monotonía del día a día del turista (Privitera, 2015).

3.4.2. Impactos negativos

Si se observa lo que dice la literatura sobre los diferentes efectos negativos de la actividad turística en los espacios de pobreza, como *slums*, *townships* o favelas, es posible identificar que un número significativo están relacionados con la comunidad anfitriona. Uno de los más destacables es que los tours son una forma de **explotación**, especialmente por parte de los turoperadores sobre la comunidad y sobre los guías, aunque también por parte de estos últimos sobre la comunidad (Booyens y Rogerson, 2018; Frenzel, 2017; Frenzel et al., 2015; Koens y Thomas, 2016).

Por otra parte, vinculado al tema de la explotación, sobresale el argumento de que **la comunidad local recibe muy pocos beneficios** o existe una evidencia limitada de que estos lleguen a ella (Booyens y Rogerson, 2019; Dürr et al., 2020), un hecho que contradice a otros autores sobre el potencial del turismo para la reducción de la pobreza. Además, Kieti y Magio señalan que son pocas las comunidades que consideran las ganancias económicas o la creación de empleo como beneficios, ya que solo afectan a unas pocas personas (citado en Frenzel et al., 2015).

3. ESTADO DE LA CUESTIÓN

De mismo modo, se destaca la existencia de **divisiones entre los beneficiarios del turismo dentro de una misma comunidad**. Por ejemplo, en el contexto sudafricano, las ganancias del turismo no se reparten igual entre la comunidad, ya que tradicionalmente los emprendedores blancos han dominado el mercado (Chili y Mabaso, 2016). Asimismo, generalmente las ganancias del turismo acaban en el norte de Europa o Estados Unidos, lugar de donde provienen la mayoría de turistas e inversores (Korstanje y Cisneros, 2017). Estas divisiones en la organización de los tours pueden derivar en un **incremento de la desigualdad dentro de las comunidades**.

Otro tema que destaca negativamente en los destinos de *slum tourism* es la existente **desigualdad de clase** (Angelini, 2019). Dado que el turismo mercantiliza los lugares y personas mediante las visitas, se duda de su capacidad para ayudar a las comunidades a salir de situaciones de pobreza (Korstanje y Cisneros, 2017). Del mismo modo, los tours se presentan como una forma en la que los turistas se sienten mejor sobre su privilegio económico, aliviándolos de cargas morales con relación a una situación de pobreza y desesperanza presente en sus expectativas.

Algunos autores afirman que, mediante la globalización e integración de los países en desarrollo en la economía-mundo, los únicos países que salen beneficiados son aquellos más desarrollados, dañando a los que no forman parte de los países dominantes (Agus e Indra, 2018; Korstanje y Cisneros, 2017; Nisbett, 2017; Rompu, 2017). Así que los impactos positivos del *slum tourism* serían únicamente para los visitantes del Norte



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

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

Global, en términos de nuevas experiencias durante el viaje, o las empresas extranjeras encargadas de la comercialización de los tours.

En contradicción con algunos argumentos a favor de esta tipología de turismo, otras publicaciones argumentan que los tours **perpetúan los estereotipos existentes** en un territorio o no explican su historia real (Angelini, 2019; Frenzel et al., 2015; Herrero Amo et al., 2019; Potgieter et al., 2019b). Además, según el comportamiento de las visitas, la población local puede considerar que cometen faltas de educación hacia la comunidad o sentir que están violando su privacidad, especialmente cuando toman fotografías (Frenzel et al., 2015; Herrero Amo et al., 2019; Nisbett, 2017; Potgieter et al., 2019b).

Una posible consecuencia del desarrollo de una zona mediante el turismo es la **gentrificación**, ya que estos cambios en un área pobre pueden comportar la deslocalización de anteriores residentes, trasladando la pobreza en lugar de reducirla (Frenzel et al., 2015; Giddy y Hoogendoorn, 2018). Un ejemplo es lo que sucedió en Brasil en 2013 a raíz del auge del turismo pro pobre en 2013, ya que se empezaron a construir hoteles y co-workings y las favelas experimentaron los mismos procesos de gentrificación de las ciudades del Norte Global, a partir de la llegada de las industrias creativas (Törnberg y Uitermark, 2021).

Finalmente, un fenómeno analizado desde varias perspectivas por la literatura científica es el de la **idealización de la pobreza** y de espacios asociados a ésta. Este aspecto se relaciona con la actitud de los turistas respecto a los lugares visitados y destaca las desigualdades existentes entre ambas partes. El concepto de “**alteridad**”, o la consideración de la comunidad local como “**los otros**”, juega un papel importante en la construcción del interés por visitar estos lugares (Korstanje y Cisneros, 2017; Mkono, 2016). De hecho, existe una fascinación cosmopolita por el “otro” como algo exótico, mezclada con la concepción de la autenticidad como aquello que solo puede encontrarse en la alteridad, expresado en la pobreza y ubicado espacialmente en un *slum* (Törnberg y Uitermark, 2021).

Este cambio puede dar lugar a una visión idealizada de la pobreza, en la que ésta es normalizada, despolitizada e incluso los residentes son descritos como “pobres pero felices”.

Algunos operadores pretenden cambiar la imagen exterior sobre el espacio *slum*, como ha sido discutido en el apartado anterior. No obstante, este cambio puede dar lugar a una **visión idealizada de la pobreza**, en la que ésta es normalizada, despolitizada e incluso los residentes son descritos como “pobres pero felices”, legitimando de alguna manera las desigualdades existentes (Booyens y Rogerson, 2019; Frenzel, 2017). Nisbett afirma que “no discutiendo los factores que crean y mantienen los *slums*, el lugar y su presente pobreza son desconectados de sus orígenes y las desigualdades estructurales son invisibilizadas” (2017: 42). De hecho, si la pobreza se convierte en un producto turístico, nunca será erradicada, porque gana atractivo y se idealizan las condiciones de miseria y explotación (Korstanje y Cisneros, 2017).

Los posibles **impactos negativos sobre el turista** a partir del *slum tourism* parecen no ser un tema relevante en la literatura. El único efecto identificado sería la **dudosa autenticidad** de la experiencia vivida por el residente. Como ha sido comentado con

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

anterioridad en este trabajo, el comportamiento de la comunidad local suele verse influenciado por lo que quiere ver quien la visita, creando en ciertas circunstancias la “necesidad de actuar” por parte de quienes le atienden (Booyens y Rogerson, 2018; Frenzel, 2017; Potgieter et al, 2019b).

Tabla 3. Impactos creados en la comunidad y en el turista a partir del *slum tourism*.

Impactos positivos en la comunidad local	
Beneficios económicos y de desarrollo	Agus e Indra, 2018 Dürr et al., 2020, 2021 Fernandes et al., 2019 Frenzel, 2017 Frenzel et al., 2015 Giddy y Hoogendoorn, 2018 Hoogendoorn et al., 2019
Cambios en la percepción del turista sobre la comunidad local	Agus e Indra, 2018 Dürr et al., 2020, 2021 Frenzel, 2017 Frenzel et al., 2015 Giddy y Hoogendoorn, 2018 Griffin & Muldon 2020
Creación de un sentimiento de orgullo entre la comunidad local	Auala et al., 2019 Frenzel et al., 2015 Herrero Amo et al., 2019
El turismo en espacios <i>slum</i> como ayuda para combatir la pobreza y desarrollar la comunidad	Auala et al., 2019 Booyens y Rogerson, 2018 Potgieter et al., 2019b Sloan et al., 2015
Generar espacios de denuncia y reivindicación	Dürr et al., 2020
Impactos positivos en el turista	
Creación de intercambio cultural	Auala et al., 2019 Privitera, 2015
El <i>slum tourism</i> como una herramienta de reflexión	Mkono, 2016
Oportunidad para escapar de la monotonía y la rutina diaria	Privitera, 2015
Obtención de conocimiento sobre una zona	Rompu, 2018

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

Impactos negativos en la comunidad local	
Los tours como una forma de explotación	Booyens y Rogerson, 2018 Frenzal, 2017 Frenzal et al., 2015 Koens y Thomas, 2016
La comunidad local recibe muy pocos beneficios económicos	Booyens y Rogerson, 2018 Dürr et al., 2020 Frenzal et al., 2015
Existe una división de beneficiarios entre los residentes de una misma comunidad	Auala et al., 2019 Chili y Mabaso, 2016 Koens y Thomas, 2015 Koens y Thomas, 2016
Presencia y reproducción de desigualdades raciales y/o de clases existentes	Angelini, 2019 Korstanje y Cisneros, 2017 Mkono, 2016 Dürr et al., 2020
La integración de los países en desarrollo en el mundo sólo beneficia a los países más desarrollados	Korstanje y Cisneros, 2017 Nisbett, 2017 Rompu, 2018
Desaprobación de la comunidad hacia la realización de tours en su entorno	Angelini, 2019 Potgieter et al., 2019b
Percepción de que los tours crean una mala representación del <i>slum</i>	Frenzel et al., 2015 Herrero Amo et al., 2019
Gentrificación a causa del desarrollo de las áreas urbanas y la actividad turística	Dürr et al, 2021 Frenzel et al., 2015 Giddy y Hoogendoorn, 2018 Törnberg. Y Uitermark, J. (2021)
Violación de la privacidad de la población local	Frenzel et al., 2015 Hoogendoorn et al., 2019 Nisbett, 2017 Potgieter et al., 2019
Masificación y ruido	Hoogendoorn et al, 2019

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

La idealización de la pobreza	
Casos de idealización de la pobreza provocada por el tour	Booyens y Rogerson, 2019 Frenzel, 2017 Griffin y Muldoon, 2020 Huyasamen et al., 2020 Nisbett, 2017
Vender la pobreza como un producto de consumo cultural dentro de la oferta turística de la ciudad	Dürr et al., 2020
Prácticas de alteridad	Korstanje y Cisneros, 2017 Mkono, 2016
Impactos negativos para el turista	
Creación de una idea idealizada preconcebida por parte de los medios	Dürr et al., 2020
Romantización sobre la participación en los tours por parte de los operadores	Frenzel et al., 2015

Fuente: elaboración propia.

3.5. CONTROVERSIA ÉTICA ALREDEDOR DEL *SLUM*

De todos los debates existentes en la literatura académica analizada, el carácter controvertido y el dilema ético que supone el *slum tourism* es el que ha generado más atención. Esto se debe principalmente a que en esta forma de turismo se unen **disfrute y pobreza** (Agus e Indra, 2018), afectando así a los valores morales sobre los que ha existido un amplio consenso social. De la misma forma, también ha sido criticada la creación de una atracción turística basada en la pobreza, considerando este tipo de problemática social como una mercancía y promoviendo su “estetización” (Booyens y Rogerson, 2019; Dürr et al., 2020). Henry (2020) explica la “mercantilización capitalista de la pobreza” (Auala et al., 2019) como la forma en que “el despojo se monetiza más allá de lo que Marx podría haber imaginado”, porque en el marco marxista clásico, la pobreza no tiene valor de cambio, pero con el fenómeno *slum*, adquiere un valor de mercado y se comercializa (Törnberg y Uitermark, 2021).

En muchos casos, este tipo de práctica se considera degradante para la población local. Además, existe el riesgo que pueda ser considerado como algo **voyeurista**, lo que ha acarreado comparaciones con los tours con safaris, zoos o espectáculos de pobreza y violencia (Frenzel, 2017; Frenzel y Blakeman, 2015; Giddy y Hoogendoorn, 2018).

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

Asimismo, esta controversia da lugar a una cierta ambivalencia ética entre los turistas, causada por su posición como potenciales consumidores de esta criticada forma turística. Algunos autores consideran el *slum tourism* como **etnocéntrica** (Henry, 2020) y una forma de **colonialismo** (Mkono, 2016) en la que la comunidad se representa como naíf y dependiente (Griffin y Muroon, 2020). Sandip Roy lo describe como “gente blanca descubriéndose a ellos mismos en lugares de gente morena” (Nisbett, 2017; 43). De hecho, el pasado colonial sería el origen de la legitimación y naturalización de la sumisión de estos territorios y su explotación (Korstanje y Cisneros, 2017). En relación a este tema, Korstanje y Cisneros (2017) se preguntan si la naturaleza comercial del turismo le impide tener en cuenta la ética, ya que cuando algunas destinaciones han promovido valores relacionados con la sostenibilidad o la responsabilidad, ha sido porque podían mercantilizarse. Igualmente, consideran que las limitaciones de la ética, enmarcadas dentro del consumo, pertenecen a la creencia de que existe una separación entre lo que la gente desea y lo que debe hacer, además de que se percibe la responsabilidad como una elección opcional e individual.

Dentro del dilema moral existente alrededor del *slum tourism*, surgen varias preguntas sobre el poder y la desigualdad, aspectos que ya han sido mencionados en apartados anteriores. Estas contradicciones nacen a partir de las diferencias socioeconómicas presentes entre huéspedes y anfitriones, además de las prácticas de alteridad consideradas por parte del turista y su “mirada” hacia la comunidad del destino visitado (Agus e Indra, 2018; Auala et al., 2019; Booyens y Rogerson, 2019; Dürr et al., 2020; Frenzel, 2017). De este modo, se presentan **dos narrativas diferentes desde la academia**. Una es aquella que sostiene la **crítica ante el carácter voyeurista, denigrante o explotador** del *slum tourism*, y otra que defiende una **posición más educativa y filantrópica** de esta forma de turismo, centrándose de manera más significativa en los beneficios (Booyens y Rogerson, 2019; Nisbett, 2017; Privitera, 2015). Burgold y Rolfes afirman que estas opiniones varían según las connotaciones, negativas o positivas, con las que se asocian determinados destinos de *slum tourism* (Auala et al., 2019).

Varias investigaciones concluyen que la actividad es moralmente más aceptable si hay una interacción entre turista y comunidad local.

Otro motivo de crítica hacia esta tipología de turismo es la frecuente **falta de vinculación de la población local en la actividad turística**, ya sea ofertando tours o participando en ellos como elementos de la experiencia en el *slum*. Sin embargo, varias investigaciones concluyen que la actividad es moralmente más

aceptable si hay una interacción entre turista y comunidad local, incluso, de esta manera, se justifica que los tours realizados en jeep o minibús son más voyeurísticos y, por lo tanto, menos éticos que aquellos realizados a pie (Auala et al., 2019; Booyens y Rogerson, 2018; Frenzel, 2017; Frenzel et al., 2015).

Por último, otro debate presente en la literatura académica sobre el *slum tourism* por el **uso del concepto “slum” o “slum tourism”** para definir algunas zonas o actividades turísticas. Algunos autores tienen en cuenta el pasado despectivo de este término y prefieren tratarlo con cuidado, mientras que otros lo utilizan expresamente con la

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

intención de cambiar esta asociación negativa y proporcionarle un nuevo significado. Por otra parte, la comunidad local u operadores de tours pueden ser conscientes de su naturaleza controvertida e intentar evitar el concepto “slum”, llegando a sentirse mal representados (Frenzel 2018; Frenzel et al., 2015).

Tabla 4. Controversia alrededor del *slum tourism*, adaptaciones de los operadores y recomendaciones para un desarrollo más sostenible y/o inclusivo.

Controversia ética generada alrededor del <i>slum tourism</i>	
Afectación a los valores morales de la opinión pública a causa de la unión de disfrute y pobreza (críticas sobre degradación, voyeurismo, mercantilización de la pobreza, etc.)	Dürr et al., 2021 Törnberg y Uitermark, 2021 Henry 2020 Agus e Indra, 2018 Giddy y Hoogendoorn, 2018 Auala et al., 2019 Frenzel, 2017 Frenzel y Blakeman, 2015
Surgimiento de preguntas sobre poder y desigualdad	Auala et al., 2019 Booyens y Rogerson, 2019 Dürr et al., 2020 Agus e Indra, 2018 Frenzel et al., 2015
Presencia de dos narrativas: filantrópica y educativa vs. voyeurística y denigrante	Sarrica et al., 2021 Griffin y Muldoon, 2020 Henry 2020 Auala et al., 2019 Booyens y Rogerson, 2019 Nisbett, 2017 Privitera, 2015
Existencia de una ambivalencia ética por parte de los turistas	Korstanje y Cisneros, 2017 Nisbett, 2017 Mkono, 2016
Falta de involucración del residente en la actividad turística	Auala et al., 2019 Frenzel et al., 2015
Controversia alrededor del uso del concepto “slum”	Hoogendoorn et al., 2019 Huysamen et al., 2020 Frenzel, 2018 Frenzel et al., 2015
Reproducir las relaciones de poder coloniales mostrando la comunidad como naif e incapaz de valerse por sí misma y con la necesidad de ser rescatada por el viajero	Griffin y Muroon, 2019

3.
ESTADO DE LA
CUESTIÓN

Práctica etnocéntrica que conlleva actitudes condescendientes hacia la agencia de las poblaciones locales

Henry 2020

Consideración más ética si interacción turista-local tiene lugar

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

Fuente: elaboración propia.

Soweto, Sud-África. Imagen de Christo Ras en Pixabay.



4.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A partir del análisis de treinta y ocho artículos sobre diferentes aspectos del *slum* tourism, se observa que la mayoría de la literatura proviene de países del Norte Global, aunque Sudáfrica es el país con mayor producción. No obstante, las áreas geográficas de análisis pertenecen en su totalidad al Sur Global; a países como Sudáfrica, India o Brasil, que conforman algunos de los destinos de *slum* más populares a nivel internacional. De este modo, se observa el **contraste entre aquellos que estudian el fenómeno y los espacios dónde se encuentra**. Sin duda, esta diferencia podría afectar el conocimiento creado.

En segundo lugar, la mayoría de publicaciones son **estudios de caso y usan metodologías cualitativas**. Las técnicas más utilizadas son la entrevista y los cuestionarios. Además, hay una variedad importante de temas y focos de estudio. La gran mayoría presentan, de manera más o menos explícita, la existencia de un debate polarizado alrededor de la valoración del *slum* tourism. En muchos casos, aportan luz sobre los impactos causados por los tours en los territorios *slum* e identifican la importancia de algunos agentes destacables: la figura del guía y su poder sobre la narrativa, el turista mediante sus percepciones, motivaciones y expectativas, y los impactos en la comunidad local.

Además, todavía existen **vacíos en la investigación académica** que necesitan ser cubiertos en el futuro. La literatura ha centrado gran parte de sus esfuerzos en discutir las implicaciones éticas de esta práctica, entender la gestión del *slum* tourism y las motivaciones para practicar este tipo de turismo. Pero sería necesario profundizar en aspectos que permitiesen comprender mejor su naturaleza, sus orígenes más recientes y sus desencadenantes. También sería de interés relacionarlo con otras tipologías de turismo y cómo estos territorios están experimentando transformaciones a partir de la aparición de las industrias creativas y los procesos de patrimonialización.

En cuarto lugar, **los mismos conceptos de “slum” o “slum tourism” están a menudo sometidos a varias interpretaciones y, por tanto, en discusión**. La definición del concepto es problemática por el debate ético presente y la influencia de los contextos históricos, socioespaciales y geográficos a los que están sometidos estos territorios (Privitera, 2015; Frenzel, 2018; Hoogendoorn y Giddy, 2017). Esto es comprensible si se toma en cuenta la diversidad de los *slums* de la India, los *township* sudafricanos o las favelas de Brasil, entre otros, ya que cada uno ha sido formado y ha evolucionado bajo distintas circunstancias dentro de un contexto cultural y político también diferente. Incluso se destaca la idea de que el *slum* tourism no se limita a visitar

4.
DISCUSIÓN Y
CONCLUSIONES

asentamientos informales a las afueras de las ciudades del Sur Global, sino que esta forma de turismo puede darse igualmente en ciudades del Norte Global, como podrían ser en barrios de Londres, Nueva York o Berlín (Frenzel, 2018).

En quinto lugar, la **gestión de los tours** en territorios *slum* y las estructuras organizativas pueden adoptar diversas formas, factor que se explica por la diversidad de características del espacio visitado en sí, aunque también por las diferentes formas de desarrollo de las iniciativas. Es recurrente la puesta en práctica de iniciativas de *slum tourism* como **herramienta para el desarrollo de la comunidad o para combatir la pobreza**. Dicho efecto es comprensible si se tiene en consideración el potencial del sector turístico a la hora de atraer ingresos y diversificar la economía.

A pesar de que el turismo pueda ser un mecanismo para contribuir al desarrollo económico de los territorios, en varios artículos se hace referencia a **la falta de participación de empresas locales en la actividad turística** que, generalmente, tiene relación con las desigualdades de poder, la marginalización, los estigmas asociados a los territorios y también a las circunstancias históricas o políticas de cada territorio *slum* (Auala et al., 2019; Koens y Thomas, 2015, 2016).

Un empoderamiento real de la comunidad debería nacer desde ella misma, como en las iniciativas turísticas de base comunitaria.

Estas afirmaciones sugieren una necesidad de desarrollo mucho más profundo y amplio que el económico, ya que las conexiones sociales entre la comunidad local y los agentes externos son frecuentemente débiles, situando las personas que habitan el *slum* en un segundo plano. Un empoderamiento real de la comunidad debería nacer desde ella misma, como en las iniciativas turísticas de base comunitaria. No

obstante, sería esencial proporcionar una serie de herramientas y conocimientos que permitan a la población local establecer una posición competitiva, exitosa y sostenible.

En sexto lugar, se destaca el **rol del guía y el poder de la narrativa**, especialmente por su papel como intermediario entre la comunidad y los elementos externos. Esto incluye a turistas, pero también a su capacidad para atraer atención política a ciertas necesidades presentes en la comunidad o incrementar la concienciación sobre sus condiciones de vida. Por ello, sería necesario revisar cómo se interpreta y explican los *slums* dentro del marco turístico. Para ello sería clave un aumento de concienciación de los diferentes agentes participantes: necesita proporcionarse información crítica y rigurosa a los turistas sobre la realidad de cada destino y sus posibles impactos, además de fomentar unas conductas más beneficiosas una vez formen parte de la experiencia; las empresas de tours tendrían que ser conscientes de la fragilidad y vulnerabilidad de su entorno; y los locales tendrán que ser dotados de oportunidades reales para participar y decidir sobre la actividad, persiguiendo siempre soluciones holísticas y a largo plazo de reducción de pobreza.

En séptimo lugar, se han estudiado las múltiples y diversas **motivaciones de los actores involucrados**. En relación con las motivaciones de los turistas, la más prominente consiste en la búsqueda de una pretendida **autenticidad y realidad** en las experiencias turísticas, donde se destaca la importancia de interactuar con la población anfitriona. De ahí se derivaría cierta superioridad moral en la valoración de este tipo

4.
DISCUSIÓN Y
CONCLUSIONES

de actividades frente a otras propuestas. El hecho de que se aprecie más aquello considerado como “auténtico” puede que se traduzca en la valorización de un patrimonio folclorizado y que sea definido por los guías y turistas (Yagi y Frenzel, 2022), dejando así en segundo plano la comunidad local. (DeAraujo et al., 2018; Booyens y Rogerson, 2018; Frenzel, 2017; Frenzel y Blakeman, 2015; Giddy y Hoogendoorn, 2018; Herrero Amo et al., 2019; Potgieter et a., 2019).

Este aspecto puede ser entendido si se ubica el *slum tourism* dentro del conjunto de las recientes **formas turísticas posfordistas**, a partir de las cuales los visitantes sienten interés por experiencias fuera de lo común y de lo masificado e incluso estandarizado, buscando actividades de carácter singular, a las cuales se les atribuye un valor de diferenciación. Por otra parte, en el análisis del *slum tourism* se visualiza un solapamiento con el turismo de voluntariado, el *dark tourism* o el turismo de desarrollo (Aula et al., 2019; DeAraujo et al., 2018; Frenzel et al., 2015; Herrero Amo et al., 2019; Korstanje y Cisneros, 2017; Muldoon y Mair, 2016; Privitera, 2015). Sin embargo, en la

Si la gestión del *slum tourism* fuera comunitaria, no distaría de lo que entendemos por turismo urbano comunitario.

literatura académica actual no hay una clara vinculación entre el *slum tourism* y el **turismo comunitario urbano** (TCU). La característica principal del TCU es que se desarrolla generalmente en los barrios periféricos de las grandes urbes y la actividad turística se organiza de forma colectiva, ya sea por medio de tours o, por ejemplo, de actividades vinculadas al arte o conservación del patrimonio cultural y natural. En estos casos, el turismo se convierte, por un lado, en una

herramienta de denuncia social para intentar mejorar la situación socioeconómica estos territorios, a la vez que hay una mayor redistribución de los beneficios en la comunidad. Así, podríamos determinar que, si la gestión del *slum tourism* fuera comunitaria, no distaría de lo que entendemos por turismo urbano comunitario.

Por lo que se refiere a las motivaciones de quien gestiona los tours, la más destacable es el propósito de **crear concienciación, educación y cambio en la narrativa existente sobre el territorio**, sobre todo para transformar las percepciones asociadas a estos lugares (Angelini, 2019; Auala et al., 2019; Fernandes et al., 2019; Frenzel et al., 2015; Frenzel y Blakeman, 2015; Hoogendoorn y Giddy, 2017; Silkker y Koens, 2015). Contrariamente, estos discursos a menudo se relacionan con casos de idealización de la pobreza, ya que la narrativa proporcionada y los mensajes transmitidos a partir de los lugares visitados pueden dar a entender que no existe un problema. (Booyens y Rogerson, 2019; Frenzel, 2017; Nisbett, 2017).

Finalmente, respecto a las motivaciones o percepciones por parte de la comunidad, en general hay una actitud positiva hacia el desarrollo del turismo en *slums*, especialmente por su **capacidad de cambiar los prejuicios establecidos hacia ellos y los beneficios económicos aportados**. Sin embargo, hay condiciones bajo las cuales estas percepciones pueden variar, como las oportunidades de trabajo y conocimiento o el nivel de interacción entre el turista y la población anfitriona (Agus e Indra, 2018; Angelini, 2019; Auala et al., 2019; Dürr et al., 2020; Ncube y Kruger, 2018; Silkker y Koens, 2015). Sin embargo, cada espacio *slum* y cada organización se somete a unas características que también pueden afectar de manera distinta a la población local, sin

4.
DISCUSIÓN Y
CONCLUSIONES

tener en cuenta el nivel de conocimiento que pueda tener la comunidad local sobre los beneficios y los impactos negativos reales en su entorno.

En octavo lugar, se observan los **efectos de la actividad turística en los slum**. Destaca una contradicción sobre los impactos del turismo en espacios *slum*, sobre todo con relación a la capacidad de desarrollar la economía local a partir de la generar ingresos y reducir la pobreza. Existe una parte de la academia que es crítica con este aspecto, ya que únicamente un porcentaje de los locales puede llegar a beneficiarse de la actividad. Como adelantábamos anteriormente, esto guarda relación con el escaso número de emprendimientos locales que gestionan la oferta turística. (Angus e Indra, 2018; Auala et al, 2019; Booyens y Rogerson, 2019; Chili y Mabaso, 2016; Dürr et al., 2020; Frenzel, 2017; Frenzel et al., 2015; Giddy y Hoogendoorn, 2018; Koens y Thomas, 2015; Koens y Thomas, 2016; Potgieter et al., 2019b; Sloan et al., 2015). Además, tendría que plantearse hasta qué punto es capaz el turismo de combatir la pobreza cuando esta se comercializa y se presenta como atractivo.

En relación a este último punto, muchas de las empresas que ofrecen tours en *slums* no viven en ellos (Frenzel, 2017) y si lo hacen, en muchas ocasiones **no muestran la intención de ayudar a su desarrollo**, sino que su propósito es poder salir de este entorno de pobreza. En otros casos, los beneficios recibidos a partir de iniciativas de slum tourism son reinvertidos en la misma gestión del producto turístico o pueden ser enviados a los países de origen de las empresas, normalmente ubicadas en el Norte Global.



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

4.
DISCUSIÓN Y
CONCLUSIONES

Entre los **impactos positivos de carácter social en la comunidad**, se encuentra el cambio de percepción sobre la idea de *slum*, la reducción de prejuicios y la creación de un sentimiento de orgullo entre la población (Agus e Indra, 2018; Frenzel et al., 2015; Frenzel, 2017; Auala et al., 2019; Giddy y Hoogendoorn, 2018; Herrero Amo et al., 2019). Entre los impactos sociales negativos, se destacaría la manifestación de desigualdades de clase y raciales, la idealización de la pobreza, la violación de la privacidad de la población local o incluso la perpetuación de estigmas territoriales sobre la zona (Angelini, 2019; Korstanje y Cisneros, 2017; Frenzel et al., 2015; Herrero Amo et al., 2019; Mkono, 2016; Nisbett, 2017; Potgieter et al., 2019b). También se destacan cuestiones sobre desigualdad y poder, ya que los visitantes, que vienen principalmente de países del Norte Global, son los que disponen de la capacidad de “decidir” sobre cómo debería definirse el espacio o a qué valores debería asociarse, incluso proporcionando orgullo entre la población anfitriona únicamente a causa de su presencia e interés. Por otro lado, los visitantes también se encuentran en la posición de “decidir” si las condiciones de vida observadas son suficientemente precarias como para sentir lástima o para dejar de considerarlo un problema.

A partir de los diferentes aspectos analizados que caracterizan este fenómeno turístico, en noveno lugar puede determinarse que hay contradicciones significativas en la literatura académica. El origen de este debate nace a partir del **uso de la pobreza como una mercancía y un atractivo**, sobre todo con visitantes provenientes de situaciones socioeconómicas bastante más aventajadas, además del carácter *voyeurista* que adquiere esta práctica, comparado a menudo con zoos o safaris (Angus e Indra, 2018; Auala et al., 2019; Booyens y Rogerson, 2018, 2019; Dürr et al., 2020; Frenzel, 2017; Frenzel y Blakeman; 2015; Giddy y Hoogendoorn et al., 2019). Esta controversia también tiene en cuenta las diferencias de poder entre huéspedes y anfitriones, las prácticas de alteridad por parte de los visitantes (Booyens y Rogerson, 2019; Dürr et al., 2020; Frenzel, 2017), además de la presencia de ambivalencias éticas por parte de los turistas (Mkono, 2016; Nisbett, 2017), la falta de participación de la comunidad en la actividad turística y el repartimiento de beneficios entre estos (Auala et al., 2019; Booyens y Rogerson, 2018; Frenzel, 2017; Frenzel et al., 2015), y, por último, la discusión vinculada a los términos de “*slum*” o “*slum tourism*”.

Dürr et al., 2020 proponen entender el turismo *slum* en el contexto de desarrollo urbano y turístico. En el proceso de crear la marca de la ciudad, el embellecimiento de las zonas urbanas más deprimidas y la puesta en escena de la pobreza, forma parte de una estrategia de posicionamiento turístico. A parte de la pobreza, la cultura popular, la estética y la violencia también son factores importantes entre las motivaciones de los turistas y pueden convertirse en atractivos en sí mismos y conformar la oferta cultural de la ciudad. Así, se incluyen estos barrios en la oferta de ocio de la ciudad (Sarrica et al., 2021).

Este debate toma la práctica turística en estos espacios y la analiza desde una perspectiva ética, prestando especial atención a los diferentes actores: turistas, quien gestiona los tours y la academia. No obstante, es necesario considerar que conceptos vinculados a la ética y a la moral no representan definiciones o limitaciones universales,

4.
DISCUSIÓN Y
CONCLUSIONES

haciendo borrosas las líneas de qué puede ser considerado aceptable y qué no. Asimismo, sería necesario cuestionarse a **qué ética y a qué opinión sería necesario adherirse**, ya que la comunidad local es la que se ve más afectada, especialmente de manera negativa, cuando se lleva a cabo un proceso de turistificación. Por ejemplo, Henry (2020) defiende que lo éticamente correcto sería “no mirar” y sentir aversión hacia esta práctica turística. Piensa que los cuerpos “ricos, occidentales y normalmente blancos” representan la violencia del status quo y que, a pesar de que aquellos que nos beneficiamos de la acumulación capitalista deberíamos de ser capaces de ver sus consecuencias, la posición moralmente más adecuada frente al slum tourism es darse la vuelta.

Por otro lado, ante el cuestionamiento ético existente, algunas empresas han llevado a cabo una serie de adaptaciones en su oferta, especialmente con el propósito de responder a posibles ambigüedades o críticas. Entre estas destacan el incremento de la interacción entre el turista y el residente, el rol del guía y la narrativa utilizada, sobre todo con tal de asegurar una imagen más positiva y segura (Dürr et al., 2020; Fernandes et al., 2019; Frenzel y Blakeman, 2015; Frenzel, 2017). En muchos casos estas adaptaciones pueden considerarse una manera de optar por prácticas más inclusivas y beneficiosas, sin embargo, también se pueden entender como una manera de proteger el negocio de tours y de atraer a aquellos clientes que se ven indecisos.

En décimo y último lugar, se ha podido observar una serie de **recomendaciones** realizadas por los autores hacia los actores participantes en el desarrollo de iniciativas de slum tourism. Entre los propósitos de estas, destaca la intención de llevar a cabo un desarrollo turístico de manera más sostenible e inclusivo aunque hay mucho margen de mejora (Auala et al., 2019; Chili y Mabaso, 2016; DeAraujo et al., 2018; Frenzel, 2017, 2018; Giddy y Hoogendoorn, 2018; Herrero Amo et al., 2019; Potgieter et al., 2019, 2019b).

Cualquier actividad que se imponga por agentes externos y no cuente con el apoyo de la comunidad local o sea una iniciativa propia, genera más impactos negativos que positivos.

Para concluir y sumar al debate, desde **Alba Sud** pensamos que en este contexto, cualquier actividad que se imponga por agentes externos y no cuente con el apoyo de la comunidad local o sea una iniciativa propia, genera más impactos negativos que positivos. No se deberían incluir territorios vulnerabilizados en circuitos turísticos sin comprender las complejidades y necesidades concretas de estos lugares. Por ello, no creemos en la homogeneización de todas estas prácticas turísticas bajo el paraguas del *slum tourism*, tanto por la connotación negativa que acarrea el término, como por las especificidades de cada territorio. Así, diríamos que **la categoría slum tourism ha dejado de ser útil**, ya que en el caso de poder hablar en términos positivos de algunas iniciativas, se vincularían a proyectos de base comunitaria, como el turismo comunitario urbano.

Dicho esto, y sin desmerecer la capacidad de estas comunidades para utilizar el turismo como herramienta para mejorar sus condiciones de vida y popularizar sus luchas, no todo tendría que pasar por procesos de turistificación para lograr un supuesto

4.
DISCUSIÓN Y
CONCLUSIONES

“desarrollo” ni para captar la atención de la administración pública. Estos asentamientos tendrían que ser la prioridad de las autoridades para asegurar los derechos básicos de las poblaciones que los habitan. Una vez alcanzado este punto, podría entrar en juego la idea de incluir el turismo entre sus actividades económicas como una nueva vía de ingreso, así como una herramienta para comunicarse y luchar por sus intereses.

Sao Paulo, Brasil. Imagen de Ernest Cañada.





REFERENCIAS

- Agus, P. y Indra K., (2018), The Indonesian Slum Tourism: Selling the Other Side of Jakarta to 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. Y 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. y Rogerson, C.M., (2018), Creative tourism: South African townships explorations, *Tourism Review*.
- Booyens, I. y Rogerson, C.M., (2019), Re-creating slum tourism: Perspectives from South Africa, *Urbaniziv*, 30, 52-63
- Chili, N. S. y 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. y Costa, C., (2018), Developing a Model of Film-Induced Slum Tourism Motivation: An Explorative, Qualitative Approach, 13th European Conference on Innovation and Entrepreneurship.
- De Araujo, A., Vieira, A. y 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. y 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. y 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. y 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. En Gudić M., Rosenbloom A. y Parkes C. (ed.). *Socially Responsible Organizations and the Challenge of Poverty* (pp. 126-133). Nueva York: Routledge
- Frenzel, F. y Blakeman, S. (2015). Making slums into attractions: the role of tour guiding in the slum tourism development in Kibera 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. y Rogerson, M. (2015). Slum tourism: state of the art. *Tourism Review International*, 18, 237-252
- Giddy, J. K. y Hoogendoorn, G., (2018), Ethical concerns around inner city walking tours, *Urban Geography*
- Griffin, T. y 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. y Laloum Gaultier, S., (2019), What is the host community perception of slum tourism in Colombia?, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*
- Hoogendoorn, G. y 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. y Staton, D. (2020). Slums of hope: Sanitising silences within township tour reviews. *Geoforum*, 110, 87-96.
- Koens, K y 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. y 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. y Cisneros, L. (2017). Banalizing the Alterity: When Suffering Turns Attractive. En 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. y Mair, H. (2016). Blogging slum tourism: a critical discourse analysis of travel blogs. *Tourism Analysis*, 21, 465-479
- Ncube, M. y 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. y 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. y 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
- Romp 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. & 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. y 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. y Perlick, N. (2015). Township tourism in South Africa – A successful tool for poverty alleviation? *Advances in Hospitality and Leisure*, 11, 153-168
- Törnberg, P. y 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 publicación de

ALBA SUD 

investigación y comunicación para el desarrollo

Con el apoyo de



Agència Catalana
de Cooperació
al Desenvolupament



Generalitat
de Catalunya

ISBN: 978-84-09-47740-1



9 788409 477401