

Turismo y ética en dos sitios de patrimonio disonante: Auschwitz-Birkenau (Polonia) y los Killing Fields (Camboya).

Gino Jafet Quintero Venegas¹
Alicia Mariana Penélope Castro Pérez²

Resumen: Auschwitz-Birkenau (Polonia) y los Killing Fields (Camboya) fueron campos de exterminio surgidos como resultado de dos regímenes autoritarios: los nazis, en el primero, y los Khmer Rouge, en el segundo; en ellos, fueron asesinadas cerca de 2.5 millones de personas. Ambos sitios de genocidio se incorporaron a la dinámica turística internacional y operan como importantes núcleos detonadores de flujos de amplio alcance. El propósito de este artículo es valorar la pertinencia ética de mercantilizar turísticamente y patrimonializar dos espacios asociados con genocidios del siglo XX. Para ello, se recabaron datos cualitativos y cuantitativos *in situ* a partir de la ejecución de la observación participante y el levantamiento de encuestas, técnicas que se complementaron con la codificación de información ética obtenida a partir de netnografías y del análisis del discurso virtual en redes sociales.

Palabras clave: turismo oscuro, patrimonio difícil, turismo de genocidio, mercantilización de la muerte.

Turismo e ética nos sítios de patrimônio dissonante: Auschwitz-Birkenau (Polonia) e los Killing Fields (Camboia)

Resumo: Auschwitz-Birkenau (Polónia) e os Killing Fields (Camboja) foram campos de extermínio que surgiram como resultado de dois regimes autoritários: os nazistas, no primeiro, e o Khmer Rouge, no segundo; neles, cerca de 2,5 milhões de pessoas foram mortas. Em ambos os casos, os sítios são considerados como cenários de genocídio perpetrado por um regime particular; porém, na atualidade, estes são importantes centros turísticos, que atraem um grande número de visitantes que consomem os espaços da morte, tragédia e solenidade. O propósito de este artigo é valorar a pertinência ética da comercialização do turismo e patrimonialização dos espaços associados com genocídios do século XX. Para isso, foram coletados dados qualitativos e quantitativos *in loco* a partir da realização de observação participante e inquéritos, técnicas que foram complementadas com a codificação de informações éticas obtidas de netnografias e da análise de discursos virtuais em redes sociais.

Palavras-chave: turismo escuro, patrimônio difícil, turismo de genocídio, mercantilização da morte.

Tourism and ethics in two sites of dissonant heritage: Auschwitz-Birkenau (Poland) and the Killing Fields (Cambodia).

Abstract: Auschwitz-Birkenau (Poland) and the Killing Fields (Cambodia) were extermination camps that emerged as a result of two authoritarian regimes: the Nazis, in the first, and the Khmer Rouge, in the second; in them, about 2.5 million people were killed. In both cases, the sites are seen as scenes of genocide perpetrated by a particular regime. However, at present these are very important tourist centers, which attract a large number of visitors who consume the spaces of death, tragedy and solemnity. The purpose of this article is to value the ethical pertinence of commercializing tourism and patrimonializing the spaces associated with the genocides of the XX century. For this, qualitative and quantitative data were collected *in situ* from the execution of participant observation and surveys, techniques that were complemented with the coding of ethical information obtained from netnographies and the analysis of virtual discourse on social networks.

Keywords: dark tourism, difficult heritage, genocide tourism, commodification of death.



DOI: <https://doi.org/10.26512/patryter.v6i11.41677>

Como citar este artículo: Quintero, G. & Castro, A. (2023). Turismo y ética en dos sitios de patrimonio disonante: Auschwitz-Birkenau (Polonia) y los Killing Fields (Camboya). *PatryTer – Revista Latinoamericana e Caribenha de Geografia e Humanidades*, 6(11), e41677. DOI: <https://doi.org/10.26512/patryter.v6i11.41677>

Recibido: enero de 2022. **Aceptado:** mayo de 2022. **Publicado:** enero de 2023.

¹ Investigador Asociado, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, México. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6472-3433>. Correo: jafet@sociales.unam.mx.

² Maestra en Geografía, Doctorante en el Posgrado en Geografía, UNAM, México. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5460-0413>. Correo: hajiroi@comunidad.unam.mx.

1. Introducción

El turismo oscuro es el desplazamiento que se realiza con la motivación, parcial o total, de tener un encuentro real o simbólico con la muerte —particularmente la muerte violenta y masiva— (Stone y Sharpley, 2008; Dale y Robinson, 2011). El consumo turístico de los espacios oscuros depende de los medios de comunicación y de las plataformas digitales. De hecho, la movilidad hacia ellos engloba una amplia gama de recursos turísticos en oferta y, constantemente, se ha debatido sobre la pertinencia ética de visitarlos (Stone, 2009; Quintero y López, 2018a; López y Quintero, 2021).

Hay varios lugares que, de una u otra forma, mercantilizan la muerte, la vuelven un recurso turístico, y cuya habilitación como espacios turístico-recreativos se pondera desde diferentes espectros éticos: los cementerios en Janitzio, Michoacán durante la Noche de Muertos en México (Alvarado-Sizzo y Romero-Gallardo, 2017); los espacios vinculados con los desastres causados por fenómenos naturales (Van Broeck y López, 2017); o los espacios que se asocian con matanzas de animales y que generan vínculos turísticos hacia ellos (Quintero y López, 2018a). Sin embargo, lugares como Auschwitz-Birkenau, en Polonia y los *Killing Fields* en Camboya, son dos ejemplos representativos de espacios en los que sucedieron genocidios en el siglo XX como resultado de la imposición de regímenes autoritarios. Hoy, estos sitios conforman un tipo de patrimonio distinto, que ha sido conceptualizado como “difícil”, “de tragedia” o “disonante” (McDonald, 2010; Grever, 2017), que se contrapone con las valoraciones positivas generales de lo que significa el patrimonio y, a partir de los cuales se han creado marcas turísticas en ambos países. Ambos fueron campos de concentración y exterminio en donde se ha mercantilizado a la muerte y a la tragedia como recursos turísticos. Además, son repositorios de memoria negativa en el imaginario colectivo (Meskell, 2002) que se han interpretado como monumentos al desastre por determinados grupos sociales y, que, en la mayoría de los casos, se les vincula con la educación y la difusión de los hechos históricos a través de su apertura al turismo.

No obstante, en ellos se genera una dualidad que puede ser interpretada desde dos posturas éticas. Por un lado, su apertura el turismo permite el acercamiento de la población a los hechos ocurridos y la exposición de los actores al mensaje político que busca transmitirse; por otro lado, conlleva la mercantilización de la historia y la muerte al transformar elementos históricos y conmemorativos en recursos turísticos. Lo anterior

genera cuestionamientos éticos sobre el turismo gestado en torno a ambos espacios: ¿Los sitios de muerte masiva y violenta deben ser conservados y entrar en la dinámica turística? ¿Qué clase de regulaciones se requieren en materia de interpretación para que la frontera entre el mensaje educativo y el de consumo no se difumine? ¿Qué es exactamente lo que se conserva y se ofrece a los visitantes? (Castro y Quintero, 2020).

Los objetivos de este artículo son revelar cómo es que hay espacios asociados con genocidios del siglo XX que se han posicionado como destinos turísticos globales y valorar la pertinencia ética de mercantilizarlos y patrimonializarlos. Para ello, la investigación se desarrolló a través de las siguientes estrategias metodológicas:

El presente artículo se realizó a partir de métodos cualitativos. En primer lugar, se hicieron dos vistas a campo en 2016: una a Camboya de corta duración y otra a Polonia de mediana duración. En ambos casos, se aplicó el método del flâneur de la observación participativa (Durán, 2011).

Para el caso de Auschwitz-Birkenau, la revisión bibliográfica y digital se hizo directamente en los acervos de la Biblioteca de Cracovia, en Polonia, y en las publicaciones emitidas por la dirección del campo de concentración. La intención de este trabajo in situ fue reconocer detalladamente, y con la máxima fidelidad posible, las funciones y la dinámica imperante en el complejo durante su periodo de operación a cargo de los nazis, de 1939 a 1945. Para los *Killing Fields*, la revisión bibliográfica y digital se hizo en los momentos del pre-viaje y del post-viaje porque, a diferencia de Auschwitz-Birkenau, en el sitio de Camboya no hay recursos bibliográficos.

Ambos sitios se abrieron al turismo en el siglo XX y, para entender cuáles fueron las implicaciones de su incorporación en la dinámica del turismo, se recurrió a la aplicación de encuestas y trabajo con plataformas virtuales. Para el primer complejo, se diseñó una encuesta para los visitantes de Auschwitz I y Birkenau con la que se recabó información sobre el perfil, la temporalidad, la recurrencia, y las motivaciones del viaje de los turistas (Pardinas, 1969; Higuera, 2003). Para los *Killing Fields*, la información se obtuvo a partir de netnografías, a partir de la revisión de foros de discusión como Trip Advisor o Lonely Planet. Para ambos casos, las ideas vertidas en estas plataformas permitieron conocer las opiniones de una gran cantidad de usuarios que han estado en el lugar, ponderar éticamente sus experiencias y valorar a los sitios a partir de sus vivencias personales y de la interpretación de sus subjetividades (Flick, 2004).

Finalmente, el abordaje ético se hizo a partir de la metodología de la filosofía moral tradicional; es decir, desde la hermenéutica. Esta es una técnica que permite interpretar el sentido de los textos y otorgarles significados dentro de un abánico epistémico o filosófico como el de la ética. Así, permite obtener datos sobre las valoraciones éticas que tienen los turistas sobre un sitio de destino en concreto, a través de un proceso de comprensión empática (*verstehen*), con la intención de alcanzar una perspectiva general y holística sobre el significado de sus experiencias y acciones (Barbera e Incarte, 2002; Quintero, 2021).

Con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos, el texto se ha dividido en cuatro apartados de la siguiente forma. En el primero se explica el desarrollo del turismo en Auschwitz-Birkenau, Polonia y en los *Killing Fields*, Camboya. En el segundo, se evidencian las marcas turísticas de Auschwitz-Birkenau y de Choeng Ek en torno a la muerte. Después, se debate sobre la ética y moralidad en los espacios de turismo de genocidio. Finalmente, se reflexiona sobre si es ético o no que la visita a los productos turísticos de Auschwitz-

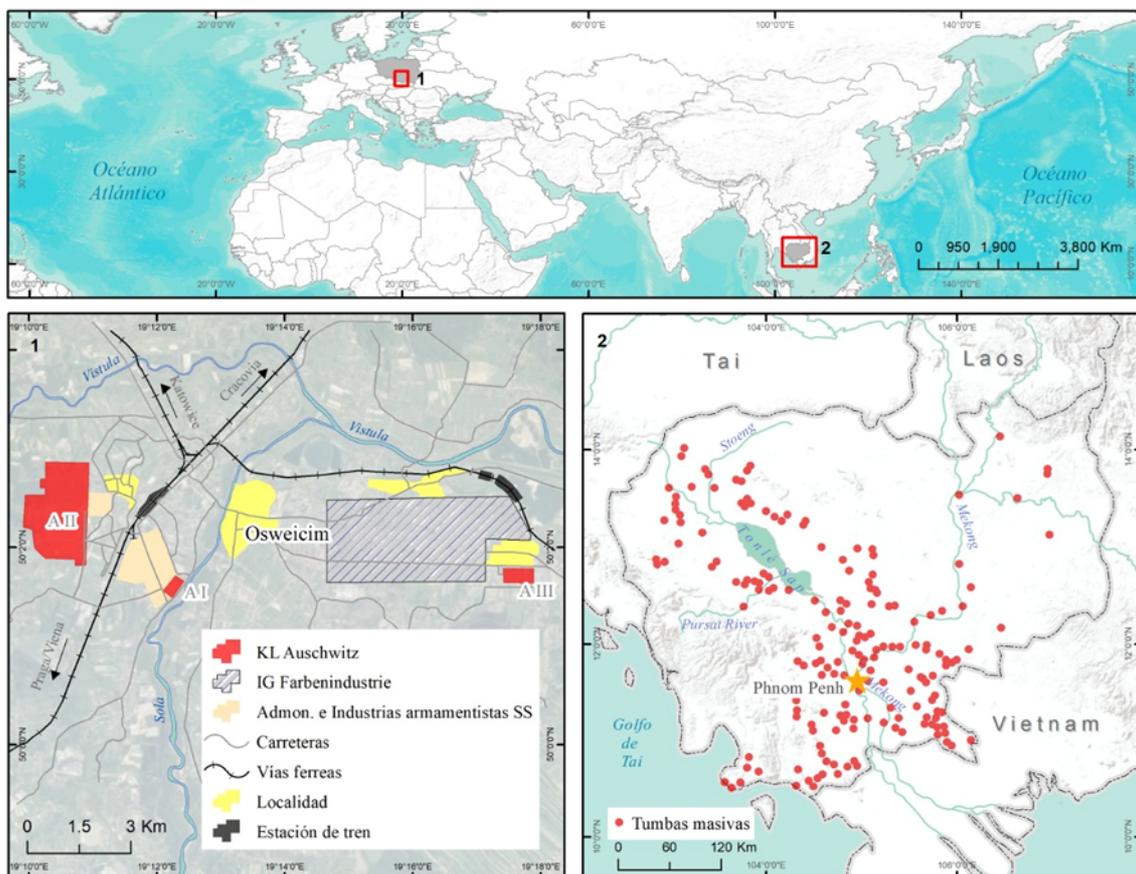
Birkenau y Choeng Ek genere placer a los visitantes.

2. El turismo en Auschwitz-Birkenau, Polonia y en los *Killing Fields*, Camboya.

Auschwitz-Birkenau, ubicado en la provincia de Silecia al sur de Polonia, y los *Killing Fields*, en Camboya (Figura 1), son dos diferentes complejos de concentración y exterminio, instaurados en momentos históricos diferentes por regímenes militares totalitarios y profundamente intolerantes: los nazis y los jemereros rojos respectivamente; sin embargo, ambos se han posicionado como núcleos turísticos de importancia regional, cuyos recursos se basan en los hechos históricos acontecidos en sus instalaciones.

El complejo nazi de Auschwitz-Birkenau situado en Oświęcim, Polonia, funcionó de 1939 a 1945 por medio de tres subcomplejos: Auschwitz I, como espacio de concentración; Auschwitz II/Birkenau, para el exterminio; y Auschwitz III/Monowitz, destinado para el trabajo (LaCapra, 1998; Berenbaum, 1998). Allí los prisioneros

Figura 1 – Localización de Auschwitz-Birkenau y los *Killing Fields*: estructura original del complejo nazi de concentración y exterminio, y distribución general de las tumbas masivas en Camboya



Fuente: elaboración propia con base en Czech, 2012 y ECCC, 2019.

deportados —individuos con poco privilegio dentro del círculo de consideración moral como judíos, homosexuales o gitanos, fungieron como la mano de obra industrial y como los sujetos a ser exterminados (Castro y Quintero, 2020).

La capacidad física para trabajar era la característica más demandada por los nazis al interior de los campos de concentración. No obstante, las paupérrimas condiciones de vida de los prisioneros funcionaban como mecanismo ejecutorio. La esperanza de vida allí era de solo seis meses porque estaban mal alimentados, carecían de servicios médicos, se les obligaba a cumplir con extensísimas jornadas laborales y no se les proveía de vestimenta suficiente para soportar las condiciones climáticas locales (Piper y Świebocka, 2012). Por otro lado, quienes no eran aptos para trabajar eran ejecutados con Zyklon B, un gas pesticida que los asfixiaba en 20 minutos (OPWiM, 1978). Finalmente, el castigo para quienes transgredían las leyes de Auschwitz-Birkenau era ser fusilados, ahorcados o privados de alimentos (Castro y Quintero, 2020).

Aproximadamente entre 1.1 y 1.5 millones de individuos fueron asesinados en Auschwitz-Birkenau (Reynolds, 2020). Tras la guerra el sitio se dinamitó para borrar la evidencia de lo ocurrido allí. Sin embargo, en 1947 se abrió el Museo Estatal de Oświęcim, y en 1979 recibió la declaratoria de Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, lo que desarrolló el deseo global por visitarlo. Actualmente, más de dos millones de viajeros internacionales se desplazan hacia Polonia para aprender de la Historia, conmemorar y recordar los hechos ocurridos en la Segunda Guerra Mundial, o vivir el sitio de primera mano (Castro y Quintero, 2020).

La mercantilización de la muerte y el crecimiento del turismo son tales en Auschwitz-Birkenau, que últimamente se han dado algunas prácticas que se yuxtaponen de forma extraña y cuestionable. Los visitantes cenan en una cafetería recientemente renovada construida dentro de la gran sala donde miles de víctimas de los nazis fueron procesadas a su llegada al campo (Silva, 2007). A esto se le suman otras actitudes que tienen los turistas dentro de las instalaciones como profanar este espacio de tragedia al tomarse *selfies* que les sirvan como evidencia de su estancia y que, seguramente, subirán a sus redes sociales solo para ganar aprobación de sus conocidos (Figura 2).

Las motivaciones de quienes vistan Auschwitz-Birkenau lejos están de revelar una

transformación profunda en su moralidad. Las encuestas realizadas *in situ* demuestran que el campo de exterminio es un punto de memoria que funciona como núcleo turístico imbuido en la dinámica capitalista. De hecho, el 80% de las encuestas reveló que los desplazamientos hacia el campo de concentración responden a intereses superfluos como la necesidad de incrementar, cuantitativamente, el capital espacial propio; sentir que se actúa de forma políticamente correcta al estar en un espacio donde ocurrió una catástrofe; vivir una experiencia positiva más para tener algo que narrar posteriormente; o conocer un espacio que se encuentra en su imaginario cultural y del cual se aprendió algo en la escuela:

Aprendí mucho sobre Auschwitz en la escuela y estaba muy interesado en ver ese lugar. He estado aquí antes y me ha gustado mucho, así que decidí venir aquí de nuevo (Entrevista concedida por hombre, 18 años. Eslovenia).

Vine aquí para ‘sentir’ las circunstancias en la vida real (Entrevista concedida por hombre, 48 años. Países Bajos).

Es un lugar muy emotivo que todos deberían visitar para saber qué valores en nuestra vida deberían ser importantes. Debemos recordar las atrocidades del pasado para construir un futuro pacífico entre las diferentes naciones (Entrevista concedida por hombre, 42 años. Polonia).

Los *Killing Fields* o campos de exterminio, es el nombre que reciben varios lugares en Choeng Ek, Camboya en donde millones de personas fueron asesinadas y enterradas por el régimen comunista de los Jemeres Rojos, quienes gobernaron al país de 1975 a 1979, inmediatamente después del fin de la Guerra civil camboyana (Becker, 1998). Los procesos judiciales por crímenes políticos o menores en el régimen comenzaban con una advertencia del Angkar, el nombre con el que se hacía llamar el gobierno de Camboya. Quienes recibieran más de dos advertencias eran enviados a estos sitios para ser reeducados o asesinados.

Las personas que eran ejecutadas confesaban previamente, a partir de torturas, estilos de vida y crímenes pre-revolucionarios — como estar involucrados con actividades de libre mercado o haber tenido contacto con el exterior — (Clayton, 1998). Las ejecuciones se realizaban con veneno, espadas o troncos de bambú afilados.

Figura 2 – Visitantes en Auschwitz- Birkenau tomando *selfies* en el campo de concentración y exterminio



Fuente: archivo personal.

En algunos casos, se asesinaba a los niños y los bebés golpeando sus cabezas contra troncos de árboles. Después, los cuerpos eran depositados en fosas comunes cavadas, generalmente, por las propias víctimas.

De acuerdo con Elander (2018), se han detectado 20,000 fosas comunes en las que se encuentran los restos de casi 1.5 millones de víctimas ejecutadas. No obstante, las estimaciones del total de muertes que resultaron de las políticas de los Jermes Rojos son de 2.5 millones, de una población de aproximadamente 8 millones de personas (De Walque, 2006). A diferencia de Auschwitz- Birkenau, los *Killing Fields* nunca se trataron de borrar del mapa y su espacio turístico ha sido poco representado.

Choeung Ek es una localidad ubicada a pocos kilómetros de la capital camboyana, en donde se construyó un memorial alrededor de las fosas comunes. Se abrió al turismo en 1988 y, desde ese momento, se ha consolidado como uno de los principales recursos turísticos de Camboya (Chheang, 2008). En temporada de lluvias, los huesos y las vestimentas del gran número de cuerpos que aún se encuentran enterrados allí salen a la superficie y, cuando se visita el sitio, todavía es posible encontrarse con huesos o dientes de las víctimas cuando se camina por el parque memorial. Las touroperadoras complementan esta experiencia con la visita a la prisión de Tuol Sleng, un vecindario en el centro de Pnom Penh en donde hay un museo que conmemora el genocidio.

3. Las marcas turísticas de Auschwitz-Birkenau y de Choeung Ek.

No hay duda, entonces, que el turismo es una actividad económica de suma importancia en ambos espacios. Su éxito se cimienta en el imaginario de dos localidades en las que se llevaron masacres en el siglo XX. Además, parece ser que a partir de su declaración como sitios patrimoniales han incrementado los flujos de visitantes que buscan conocer sobre la historia local y sensibilizarse sobre las atrocidades que los seres humanos somos capaces de hacer (Hughes, 2008).

El branding turístico es el proceso mediante el cual se construye una marca turística, y tiene el objetivo de diseñar y asociar un destino a una marca que pueda ser comercializada y adaptada a distintos formatos (Boyne y Hall, 2004). La competencia global por la captación de turistas internacionales —y la consecuente derrama económica— ha hecho que varias localidades, incluidas aquéllas en donde hay destinos oscuros, generen su propia marca (Baker y Cameron, 2008). Además, la comercialización de lugares no solo se limita a aumentar el comercio turístico, sino que también juega un papel importante en el desarrollo regional y urbano, en el posicionamiento de lugares en el sistema mundo y en la generación de identidades locales (Biran, Poria, y Oren, 2011). De hecho, parece ser que tanto en Auschwitz-Birkenau como en Choeung Ek, los campos de exterminio se han vuelto elementos de identidad local y productos consumibles asociados a una experiencia turística imperdible (Biran, Poria, y Oren, 2011; Hughes, 2008).

Las marcas turísticas rentabilizan un concepto de imagen y de producto diferenciado que responde a los valores y a los deseos de un segmento de mercado (Memelsdorff, 1998). También, tienen que promover sinergias turísticas y posicionar en el imaginario exterior a aquellos territorios turísticos

que por sí solos, difícilmente, podrían insertarse en el sistema turístico global (Dehoorne, 2003; Folgado, Oliveira & Hernández, 2011). Así, los campos de exterminio referidos en este texto son marcas turísticas creadas por los gobiernos polaco y camboyano, a finales del siglo XX, que han ocasionado que se incremente el flujo de visitantes hacia ambos territorios y que se hayan reestructurado —*terciarizado*— también las economías locales de los dos espacios (Quintero y Castro, 2022).

Hoy, los suvenires asociados con los campos de concentración de Polonia, y con los campos de exterminio en Camboya constituyen una parte fundamental para complementar la experiencia turística y para restarle valor histórico a ambos espacios de solemnidad. Entre los suvenires que se venden en Auschwitz-Birkenau —llaveros, imanes, postales, réplicas a escala de las entradas de los subcampos y platos decorativos—, se exaltan con tintes sombríos las imágenes de las puertas de acceso a los subcomplejos de concentración y exterminio. Éstas también son las imágenes utilizadas en la promoción turística desde Cracovia, la principal emisora de turistas hacia el antiguo complejo nazi. (Figura 3). En las tarjetas postales que se venden en Choeng Ek se ha mercantilizado la imagen de las víctimas y se ha estilizado la imagen del memorial para que la arquitectura y el paisaje se perciban como algo estético y artístico para que a los turistas se les olvide, que estos espacios fueron, en algún momento, sitios de masacre (Figura 4).

El imaginario de Auschwitz-Birkenau y de Choeng Ek como lugares de genocidio es tan fuerte que las ecuaciones Auschwitz-Birkenau = campos de concentración, y Choeng Ek = *Killing Fields* ha pasado a convertirse en una sinécdoque turística reforzada por las touroperadoras públicas y privadas, y por los viajeros quienes, incluso,

promueven la visita como algo obligado (Figura 5) (Quintero y López, 2018b). La sinécdoque es una figura retórica que consiste en aplicar a un todo el nombre de una de sus partes, o viceversa (DRAE, 2017). En el campo del turismo se habla de sinécdoque cuando un visitante cree haber experimentado o conocido un espacio turístico con sólo acceder a una de sus partes significativas (De Certeau, 2014).

4. Turismo oscuro, turismo de genocidio y patrimonio difícil.

El turismo oscuro, también llamado tanatoturismo, turismo negro o turismo mórbido, se ha definido como la acción de viajar a lugares históricamente asociados con la muerte y la tragedia. Stone y Sharpley (2008) han sugerido que el concepto incluya también a las razones y motivaciones por las que los turistas visitan estos sitios, ya que los atributos del sitio por sí solos no pueden convertir al visitante en un turista oscuro. Así, este tipo de turismo es el desplazamiento que tienen como atractivo escenarios relacionados con la muerte, el sufrimiento, los desastres o la violencia, y que se realiza con la motivación parcial o total, de tener un encuentro real o simbólico con la muerte —particularmente la muerte violenta y masiva— (Van Broeck y López, 2018).

En los últimos cincuenta años, la cantidad de sitios de turismo oscuro se ha acelerado y, con ello, cada vez es mayor la oferta turística de los sitios asociados con la muerte (Sharpley y Gahigana, 2014). Dentro de toda la gama de elementos asociados con el turismo oscuro, los sitios de muerte masiva se han posicionado como puntos de importancia particular por la magnitud de los flujos que generan. Tales lugares han sido englobados dentro de la categoría de “turismo de genocidio”.

Figura 3 – Suvenires de Auschwitz- Birkenau a las afueras del campo de concentración



Fuente: archivo personal.

Figura 4 – Tarjetas postales vendidas como suvenires en los *Killing Fields*



Fuente: archivo personal.

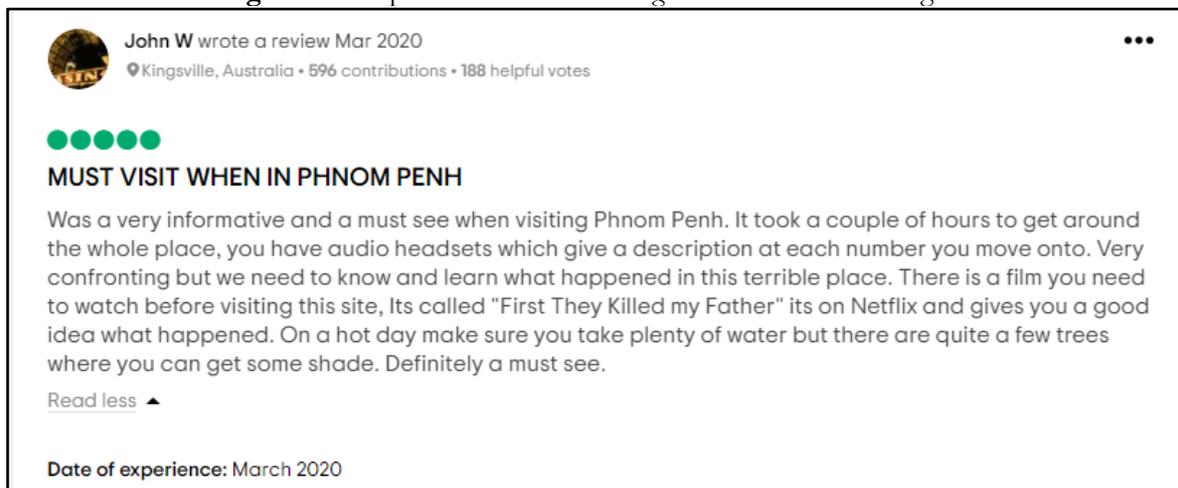
La palabra genocidio refiere a la matanza sistemática e intencional de un gran número de personas por motivos de “raza” o etnia (Beech, 2009); no obstante, aquellos eventos históricos en los que se ha asesinado por cuestiones sociales o políticas no han sido reconocidas como tales (Sharpley y Gahigana, 2014). Para el caso en concreto de Auschwitz-Birkenau, por ejemplo, solamente el exterminio de judíos y los Roma sería catalogado como genocidio, a pesar de que no fueron los únicos ejecutados en masa por los nazis. Algo similar sucede en los *Killing Fields*; aunque más de dos millones de personas fueron masacradas por motivos políticos, los sucesos no son reconocidos oficialmente como genocidio, pese a las características de las persecuciones y ejecuciones sobre la población.

A pesar de lo anterior, los sitios de muerte masiva como Auschwitz-Birkenau y los *Killing Fields* han sido percibidos y consumidos por los visitantes como destinos de genocidio. Estudiar la motivación por visitar estos espacios ha sido de interés académico porque hay fuertes implicaciones éticas

asociadas con la promoción turística y la explotación de los contenedores materiales de los sucesos trágicos (Sharpley y Gahigana, 2014). Además, su mercantilización ha levantado controversia porque, al menos en el caso del primero, está inscritos en la lista del Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO.

Generalmente, la mayoría de las inscripciones de sitios patrimoniales en la lista de la UNESCO responde a la misma lógica y criterios, por lo que tienen cierta similitud, especialmente en los valores que exaltan (Rico, 2008). De hecho, la misma idea del concepto patrimonio se asume como algo positivo porque refuerza algunos de los elementos culturales del ser humano que son dignos de preservar. Sin embargo, existen algunos sitios patrimoniales que atienden a otras razones, pues corresponden con lugares en los que acontecieron eventos de tragedia y muerte masiva, como Auschwitz-Birkenau y los *Killing Fields* (Castro y Wójtowicz, 2018).

Figura 5 – La promoción de los *Killing Fields* como visita obligada



Fuente: Tirp Advisor, 2020.

Patrimonio negativo (Meskell, 2002), patrimonio disonante (Tunbridge y Ashworth, 1996), patrimonio de atrocidad (Ashworth, 2002) y patrimonio difícil (Logan y Reeves, 2009) son algunos de los términos que se han empleado para referirse a esta “nueva categoría” de patrimonio. De entre todos, el propuesto por Logan y Reeves (2009) se advierte como el más adecuado, porque no hace referencia a conceptos dicotómicos (positivo/negativo), ni genera discordancias con los procesos de patrimonialización que protegen a ciertos sitios desde la lógica de los valores occidentales (Prats, 1998).

Estos lugares son un repositorio de memoria negativa en el imaginario colectivo y pueden ser interpretados como monumentos al desastre por determinados grupos sociales (Meskell, 2002; Rico, 2008). En la mayoría de los casos, estos espacios están vinculados con la educación y la difusión de los hechos históricos a través de su apertura al turismo. Sin embargo, aunque la presencia de estos sitios puede permitir que la población local se acerque a los hechos ocurridos y a algunos mensajes políticos, lo cierto es que la mercantilización de la historia y la muerte transforma a los elementos históricos y conmemorativos en recursos turísticos con tintes oscuros (Castro y Wójtowicz, 2018).

En los sitios de turismo oscuro hay disonancias culturales y políticas inherentes al proceso de mercantilización y que conducen al “desheredamiento” patrimonial (Stone y Sharpley, 2008; Hartmann, 2014). Los visitantes son observadores pasivos que sólo consumen el lugar como una atracción turística descontextualizada e, incluso, como si fuera un recurso tematizado (Castro y Wójtowicz, 2018). Así, se genera cierta esquizofrenia moral in situ porque se puede experimentar empatía con las víctimas o con los perpetradores. ¿Acaso esa es la finalidad de la habilitación turística de estos espacios?

Es común que los sitios de patrimonio difícil —principalmente aquéllos que se conservan— se relacionen con el turismo oscuro. No obstante, en algunas ocasiones los espacios en donde se llevaron a cabo masacres o genocidios son obliterados para borrar la evidencia de los eventos allí ocurridos (Castro y Wójtowicz, 2018). Cuando esto último sucede, el espacio se rehabilita para darle un nuevo uso e, incluso, puede repararse para funcionar como lo hacía antes de que aconteciera el hecho trágico (Hartmann, 2014).

Para patrimonializar y activar turísticamente a un lugar, generalmente el suceso histórico que allí aconteció tuvo que haber transformado a la sociedad de forma abrupta (Zhu,

2012). A menudo, se generan conflictos de uso de suelo porque puede ser que la designación del sitio como un elemento patrimonial sea incompatible con las necesidades del desarrollo socioeconómico y cultural de las poblaciones adyacentes (Chaves, Montenegro y Zambrano, 2010). Además, la mercantilización —y posible tematización turística— de estos espacios también puede ser problemática con la memoria colectiva intergeneracional del suceso. En aras de la mayor interconectividad y eficacia espacial y temporal que representa la globalización (Khanna, 2016), las tecnologías de la comunicación permiten que el hecho histórico se mantenga vigente en el imaginario colectivo de locales y visitantes. Así, se favorece la mercantilización de la tragedia ocurrida y se transforma la demanda potencial del sitio en demanda efectiva (Castro y Wójtowicz, 2018).

La actividad turística en ciertos espacios del patrimonio difícil se ha favorecido con el reconocimiento oficial de la UNESCO, porque los coloca dentro de la lista del Patrimonio de la Humanidad, y les otorga protección y promoción a nivel global (Pérez, 2015). Para que los lugares sean reconocidos como patrimonio, se requiere que sus características empaten con alguno de los puntos expresados la lista de criterios emitida por la UNESCO. Así, pareciera que la naturaleza misma de los lugares en donde hay turismo de genocidio contraviene los valores promovidos desde la Convención del Patrimonio Mundial (Castro y Wójtowicz, 2018).

No obstante, varios sitios en donde acontecieron eventos de muerte masiva o tragedia humana fueron reconocidos, hasta 1996, a través del criterio VI de UNESCO. Este postulado dicta que todo elemento que “se encuentre directa o tangencialmente asociado con eventos o tradiciones vivientes, con ideas o creencias, con trabajos literarios y artísticos de excepcional valor universal” será incorporado como elemento patrimonial (WHC, 2016). Actualmente, en la lista figuran tres sitios protegidos bajo los estándares únicos del criterio VI, y en donde el valor histórico-patrimonial radica en preservar la memoria de las víctimas y la arquitectura de los victimarios (Labadi, 2013): la isla de Gorea, Senegal (1978), Auschwitz-Birkenau, Polonia (1979) y el Monumento a la Paz de Hiroshima, Japón (1996). Para el caso de los *Killing Fields*, en diciembre de 2020 se propuso que se inscribieran en la lista mundial del patrimonio de la UNESCO (Travel Counsellors, 2020).

5. Ética y moralidad en los espacios de turismo de genocidio.

Durante mucho tiempo, se han dado debates sobre la ética y la moral asociadas con los diferentes estilos de viaje. De hecho, Adler (1989) argumenta que los estilos de viaje vinculan las representaciones de la realidad con formas de subjetividad deliberadamente cultivadas. Así, los viajeros se sitúan como figuras en relieve que trazan y erosionan los terrenos por donde se desplazan.

Por lo menos, desde finales de los noventa, se han establecido vínculos entre las transformaciones en las formas de viajar y la disponibilidad de los viajes, y los diferentes significados que la movilidad le ha dado a la movilidad turística (Clifford, 1997; Cresswell, 2006). Los trabajos citados confluyen en el análisis de las “subjetividades móviles” como elementos clave de las condiciones (pos)coloniales, diaspóricas y transnacionales en el mundo global. Sin embargo, de todas las figuras móviles, los turistas, al realizar sus desplazamientos a partir de la recreación y con carácter hedonista, suelen ser vistos como individuos amorales y antiéticos.

Ante esto, Bauman (1996) asevera que los turistas se desplazan descaradamente en el espacio, están disueltos en números, y su vivencia es despersonalizada y anónima. Les considera una figura alegórica, una persona de la posmodernidad similar a la figura del vagabundo porque ambos responden con sensatez a las oportunidades que ofrecen nuestros tiempos. No obstante, muchas de las prácticas que realizan los turistas son carentes de responsabilidad moral porque actúan en función de la repetición de actos, de forma acrítica, bajo el argumento que “todo el mundo lo hace”. No obstante, a pesar de esta amoralidad, Bauman no logra explicar el turismo en lugares que son decididamente poco divertidos y que parecen suscitar experiencias de reflexión crítica y recuerdo sombrío.

Con el desarrollo de ciertas formas de turismo sombrío, como el turismo oscuro, Hughes (2008) propone el concepto de “turista ético” para quienes, conscientemente, buscan mitigar los efectos dañinos y de explotación que el turismo de masas ha ocasionado en los entornos culturales de los espacios de recepción. Este nuevo tipo de viajeros promueven y participan en turismo alternativo, generalmente a pequeña escala. El origen de este tipo de viajes radica en la percepción de la fragilidad ecosistémica de los sitios de acogida y la vulnerabilidad socioeconómica de las comunidades locales frente al aumento del turismo (Íbid).

No obstante, varios de los argumentos de los “turistas éticos” corresponden con los preceptos del “post-turismo”, es decir, de la movilidad que rechaza toda pretensión de autenticidad (Urry, 1990; Cohen, 2005). De hecho, el mismo Urry (2003) asevera que Auschwitz-Birkenau, el ferrocarril japonés de la muerte en Birmania y Tailandia, la sede de la Gestapo en Berlín, o los espacios de las masacres de Markale en Serbia, son sitios de destinos inesperados, manejados a pequeña escala y que proveen de las experiencias fuera de lo común que exigen los post-turistas.

La característica más distintiva de los post-turistas es que viajan buscando experiencias distintivas que no se encuentran disponibles en su entorno (Cohen, 2005); satisfacen gustos sofisticados para distinguirse socialmente y demostrar que poseen capital cultural. Así, consumen espectáculos musicales y teatrales, festivales culturales, exhibiciones, ferias, modas, vida nocturna, eventos deportivos y todo aquello que se considere novedoso (Wang, 1999). El turismo oscuro y de genocidio en Auschwitz-Birkenau y en Choeung Ek es un claro ejemplo de post-turismo porque implica hibridación cultural. Son espacios que han sido producidos para fusionar al luto con la cultura contemporánea global, y en donde la muerte y la tragedia están mercantilizadas para generar una experiencia fuera de la cotidianidad y acumular un mayor capital cultural y espacial (Cohen, 2005).

La conservación de Auschwitz-Birkenau y de Choeung Ek como elementos patrimoniales se ha respaldado en el valor histórico e identitario que tienen para la población local (Castro y Quintero, 2020). Habilitarlos para el turismo surgió por la necesidad de transmitir un mensaje global de oposición a la violencia nazi, al racismo, y a los regímenes autoritarios. Sin embargo, esto lejos está de ser la realidad de la dinámica y promoción turística de ambos espacios. Hay una fuerte mercantilización de la muerte in situ que evidenciada con el comercio de souvenirs asociados con el campo de concentración: imanes, platos, postales y llaveros imágenes icónicas del lugar (Castro y Quintero, 2020). Así, se concreta el consumo turístico del espacio local, y la remembranza de las masacres se transforma en simples experiencias recreativas del mercado turístico global (Pimentel y Marques, 2020).

Auschwitz-Birkenau, como recurso turístico, representa una postura necesaria contra el nazismo y el racismo aunque a la vez un lugar donde se ha mercantilizado la muerte y el sufrimiento (Castro y Quintero, 2020). Por su parte, los *Killing Fields* de Choeung Ek tratan de ser un espacio de

solemnidad en el que se sensibilice a los viajeros y a los locales sobre las repercusiones sociales que puede tener un régimen autoritario. No obstante, es necesario replantearse la validez ética de acondicionar espacios de muerte y tragedia para implementar el turismo porque la masificación de la movilidad casi ha vuelto a estos sitios lugares de esparcimiento y recreación familiar.

Además, la mercantilización de la muerte para la industria del turismo no es algo nuevo, y ha resultado en la trivialización del patrimonio difícil. De hecho, tanto en Polonia como en Camboya se han llegado a clasificar a ambos espacios como “parques temáticos” tanto en guías de viaje como en sitios web. Es decir, que la masificación del turismo ha hecho que espacios de solemnidad y de remembranza se *disneyfiquen* con la mera finalidad de captar divisas del exterior.

6. Discusión y reflexiones finales.

Para discutir sobre la pertinencia ética de visitar estos sitios, es necesario reconocer que el patrimonio es una construcción social que nace después de la Segunda Guerra Mundial en un intento de la sociedad occidental por conservar los espacios que a su consideración son de “extraordinario valor universal”. Al ser un constructo social, el concepto puede y debe ser deconstruido con base en cuatro premisas: a) los criterios que se establecen para determinar si una parte del espacio geográfico es “digno” de conservación, se asientan en los valores occidentales y los reproducen; b) cada sitio declarado como patrimonio conlleva, por lo tanto, una carga ideológica que puede advertirse en su selección, su interpretación, su promoción y su consumo; c) el llamado “patrimonio universal” es un concepto neocolonial, que supone comunes a la humanidad los valores y criterios de la sociedad occidental; y d) en consecuencia, todos los sitios que no se apeguen a los valores occidentales, no serán reconocidos ni protegidos como patrimonio, lo que, bajo ciertas circunstancias, podría vulnerarlos ante el desarrollo económico capitalista que tiende a transformar el paisaje.

Adicionalmente, el patrimonio se considera como algo positivo y, por lo tanto, entra en crisis ante la declaración y conservación de ciertos espacios asociados con la atrocidad y la tragedia humana. Es decir, los sitios patrimonializados aparentemente conllevan una carga de valores positivos, pero en el caso de lugares como Auschwitz o los *Killing Fields*, los hechos históricos se contraponen con tal concepción. Así, surge un problema de interpretación ¿qué se está

conservando en realidad? ¿es la memoria colectiva de las víctimas o la arquitectura y la ideología de los perpetradores? ¿existe un patrimonio negativo a la par que existe uno realmente positivo?

Por otro lado, la mercantilización de estos espacios corresponde con una práctica normalizada en la dinámica posmoderna del turismo mundial — el turismo oscuro—, una asociación, en uno u otro sentido, entre una experiencia turística y la representación turística de la muerte y de los muertos. Así, como su finalidad responde a generar la máxima acumulación de la ganancia, pareciera ser que es una dinámica de viaje válida y poco cuestionable desde un punto de vista económico que considera a cualquier espacio como un recurso. Entonces... ¿Es ético que el turismo en Auschwitz-Birkenau y Choeung Ek genere cierto grado de placer a los visitantes? Evidentemente no, porque profanan el valor sentimental e histórico de la muerte violenta y colectiva de millones de personas. Además, la mercantilización de la muerte de todos esos humanos no fue consentida y, mínimamente, se debería pedir el consentimiento informado de los sobrevivientes del lugar, o de sus familiares, para que los touroperadores manejen el espacio del campo de concentración. Y, más aún, la (bio)ética debería ponderar la pertinencia de prácticas tanato-recreativas y basar la evaluación en la condena que se estableció en el Código de Nüremberg sobre las acciones al interior de los campos de concentración.

¿Se deberían seguir visitando Auschwitz-Birkenau y los *Killing Fields*? Es una pregunta difícil y profundamente personal... Y ciertamente, quienes han tenido la experiencia de visitar por lo menos uno de los dos sitios, realmente son pocos quienes se arrepienten de la experiencia. Estos espacios son una parte imborrable del mundo actual, y visitarlos es a la vez aleccionador y edificante.

¿Los sitios de muerte masiva y violenta deben ser conservados y entrar en la dinámica turística? La incorporación de dichos sitios en la dinámica turística es, en muchos casos, la única alternativa ante la obliteración, ya que los acontecimientos ocurridos produjeron espacios de sufrimiento que, difícilmente, pueden reconvertirse y readaptarse a la vida cotidiana de las poblaciones que los padecieron. Así, estos espacios se movilizan y se resignifican, y tratan de ser sitios de luto para los sobrevivientes y dolientes, espacios de reflexión para los viajeros aunque a la par se constituyan como productos dentro de la dinámica capitalista. Entonces, ¿cómo encausar la interpretación de los visitantes hacia la memoria de las víctimas y no hacia el consumo recreativo de los campos de exterminio? ¿Qué clase de regulaciones se requieren en materia de interpretación para que la frontera entre el

mensaje educativo y el de consumo no se difumine? La única alternativa es mantener el discurso oficial dentro de la semántica de la memoria y la educación sobre Auschwitz-Birkenau y sobre Choeung Ek, además de hacer adecuaciones físicas que soporten al turismo masificado y que conserven la imagen de los espacios que se quiere divulgar.

Las modificaciones de ambos espacios parecieran enfocarse en tratar de conservar los puntos más relevantes a la tragedia: los sitios de ejecuciones y los sitios de concentración. Sin embargo, hay grandes fallas en la divulgación turística porque se promocionan como sitios descontextualizados que pueden consumirse como complementarios a otros recursos —Auschwitz-Birkenau con las minas de sal de Wieliczka, y Choeung Ek con la zona arqueológica de Angkor-Watt, por ejemplo—. Esto ocasiona que los turistas consuman a los espacios como meros sitios de recreación, en donde se venden suvenires oscuros que permiten que los visitantes se lleven a sus hogares un trozo de la tragedia y la muerte o una representación en miniatura de la misma sin que se genere una sensibilidad real frente a los sucesos ocurridos.

Finalmente, ¿es ético mercantilizar la muerte de esta forma? En primer lugar, no, porque los viajeros se insensibilizan y perciben a las víctimas como “otros” lejanos de sí, con quienes no hay interacción ni empatía. No obstante, cabe mencionar que no hay un consenso sobre el valor y la postura que debiera tomarse para responder estas preguntas asociadas a la promoción y a la implementación del turismo en Auschwitz-Birkenau o en Choeung Ek. Por un lado, los sitios han sido promocionados como una mercancía turística más, como espacios de recreación, esparcimiento y aprendizaje. Por otro, los museos de sitio se centran en concientizar y en conmemorar los eventos al punto que las autoridades locales se niegan a llamarles “turistas” a quienes los visitan el lugar, para evitar que se perciba como una práctica recreativa. Entonces, ¿se debe centrar la responsabilidad (bio)ética sobre el uso de lugares de genocidio en los turistas, o deben ser las instituciones quienes respalden dicho valor?

7. Contribuciones de los/as autores/as:

Gino Jafet Quintero Venegas: conceptualización; metodología; análisis formal; investigación; escritura - original preparación del borrador; redacción – revisión y edición.; recursos; curación de datos; administración del proyecto; adquisición de fondos. **Alicia Mariana Penélope Castro Pérez:** conceptualización; metodología;

análisis formal; investigación; escritura - original preparación del borrador; redacción – revisión y edición.; recursos; curación de datos; administración del proyecto; adquisición de fondos.

8. Referencias bibliográficas

- Adler, J. (1989) Travel as performed art. *The American Journal of Sociology*, 94(6), 1366–1391. <https://www.jstor.org/stable/2780963>
- Alvarado-Sizzo, I. & Romero-Gallardo, S. (2017). Turismo y consumo del espacio en Janitzio durante la Noche de Muertos. *Teoría y Praxis*, (24), 69-100. <http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/numero24/Alvarado,Romero.pdf>
- Ashworth, G. (2002) Holocaust Tourism: The Experience of Kraków-Kazimierz, *International Research in Geographical and Environmental Education*, 11(4), 363-367. <https://doi.org/10.1080/10382040208667504>
- Baker, M., & Cameron, E. (2008). Critical success factors in destination marketing. *Tourism and hospitality research*, 8(2), 79-97. <https://www.jstor.org/stable/23745519>
- Barbera, N., & Inciarte, A. (2012). Fenomenología y hermenéutica: dos perspectivas para estudiar las ciencias sociales y humanas. *Multiciencias*, 12(2), 199-205. <https://www.redalyc.org/pdf/904/90424216010.pdf>
- Bauman, Z. (1996) Morality in the age of contingency. En P. Heelas, S. Lash & P. Morris (eds.), *Detraditionalization*. (pp. 49-58). Cambridge and Oxford: Blackwell.
- Becker, E. (1998). *When the war was over: Cambodia and the Khmer Rouge revolution*. Londres: Hachette.
- Beech, J. (2009) Genocide Tourism. En Sharpley, R. & P. Stone (eds.) *The darker side of travel. The Theory and Practice of Dark Tourism*. (pp. 207-223). Bristol, Reino Unido. Channel View Publications.
- Berenbaum, M. (1998). *Anatomy of the Auschwitz death camp*. Indianapolis: Indiana University Press.
- Biran, A., Poria, Y., & Oren, G. (2011). Sought experiences at (dark) heritage sites. *Annals of tourism research*, 38(3), 820-841. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.12.001>

- Boyne, S., & Hall, D. (2004). Place promotion through food and tourism: Rural branding and the role of websites. *Place branding*, 1(1), 80-92. <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990007>
- Castro, P. & Wójtowicz, M. (2018). Dibujando un sitio de atrocidad y tragedia: la percepción turística del 'patrimonio difícil' del Museo de Auschwitz–Birkenau, Polonia. *Turismo, patrimonio y representaciones espaciales*. (pp. 257-288). Santa Cruz de Tenerife: PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.
- Castro, A. & Quintero, G. (2020, septiembre 23). Auschwitz-Birkenau: cuando la recreación se antepone a la (Bio)ética. *El Plumaje. Animal Político*. <https://www.animalpolitico.com/una-vida-examinada-reflexiones-bioeticas/auschwitz-birkenau-cuando-la-recreacion-se-antepone-a-la-bioetica/>
- Chaves, M., Montenegro, M., & Zambrano, M. (2010). Mercado, consumo y patrimonialización cultural. *Revista Colombiana de Antropología*, 46(1), 7-26. <https://doi.org/10.22380/2539472X.971>
- Chheang, V. (2008). The political economy of tourism in Cambodia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(3), 281-297. <https://doi.org/10.1080/10941660802280414>
- Clayton, T. (1998). Building the new Cambodia: Educational destruction and construction under the Khmer Rouge, 1975-1979. *History of Education Quarterly*, 38(1), 1-16. <https://doi.org/10.2307/369662>
- Clifford, J. (1997) *Routes: Travel and translation in the late twentieth century*. Cambridge y Londres: Harvard University Press.
- Cohen, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo. *Política y sociedad*, 42(1), 11-24. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0505130011A>
- Cresswell, T. (2006) *On the move: Mobility in the modern western world*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Czech, D (2012) *Origins of the Camp, Its Construction and Expansion*, en Piper, F. & T. Świebocka (eds.) *Auschwitz. Nazi Death Camp*. (pp. 21-39). The Auschwitz–Birkenau State Museum in Oświęcim: Polonia.
- Dale, C., & Robinson, N. (2011). Dark tourism. *Research themes for tourism*, 205-217. <https://doi.org/10.1079/9781845936846.0205>
- Dehoorne, Olivier. (2003). *Le Monde du Tourisme*. En *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*. (pp. 117-169). París: Belin.
- De Certau, M. (2014). Spatial practices. En: J. Gieseking., W. Mangold, C. Katz, S. Low, & S. Saegert (eds.). *The People, Place, and Space Reader*. Osaka: Osaka People University.
- De Walque, D. (2006). The socio-demographic legacy of the Khmer Rouge period in Cambodia. *Population studies*, 60(2), 223-231. <https://www.jstor.org/stable/27643381>
- DRAE (Diccionario de la Real Academia Española) (2017). <http://dle.rae.es/?id=Xy2E7BM>
- Durán, L. (2011). Miradas urbanas sobre el espacio público: el flâneur, la deriva y la etnografía de lo urbano. *Reflexiones*, 90(2), 137-144. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72922586010.pdf>
- ECCC. *Extraordinary Chambers in the Courts of Cambodia* (2019). <https://www.eccc.gov.kh/en/%2021/01/22>
- Elander, M. (2018). *Figuring victims in international criminal justice: the case of the Khmer rouge tribunal*. Londres: Routledge.
- Flick, U. (2004) *Introducción a la investigación cualitativa*. Ediciones Madrid: Morata.
- Folgado, J., Oliveira, P. & Hernández, J. (2011). Imagen del destino y marca turística: sinergias e implicaciones. *Tourism & Management Studies*, (1), 904-914. <https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743867082.pdf>
- Grever, M. (2017). Teaching the war: reflections on popular uses of difficult heritage. En T. Epstein & C. Peck (Eds.). *Teaching and Learning Difficult Histories in International Contexts: A Critical Sociocultural Approach*. (pp. 20-44). Nueva York: Routledge.
- Hartmann, R. (2014). Dark tourism, thanatourism, and dissonance in heritage tourism management: new directions in contemporary tourism research. *Journal of Heritage Tourism*, 9(2), 166-182. <http://dx.doi.org/10.1080/1743873X.2013.807266>

- Higuera, A. (2003) *Teoría y método de la Geografía: Introducción al análisis geográfico regional*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- Hughes, R. (2008). Dutiful tourism: Encountering the Cambodian genocide. *Asia Pacific Viewpoint*, 49(3), 318-330. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8373.2008.00380.x>
- Khanna, P. (2016). *Connectography: Mapping the future of global civilization*. Londres: Random House.
- Labadi, S. (2013) *Unesco, Cultural Heritage, and Outstanding Universal Value. Value – based Analyses of the World Heritage and Intangible Cultural Heritage Conventions*. Maryland: Rowman & Littlefield.
- LaCapra, D. (1998). *History and memory after Auschwitz*. Cornell: Cornell University Press.
- Logan, W. & Reeves, K. (2009). Introduction: remembering places of pain and shame. En Logan, W. y Reeves, K. (eds.). *Places of Pain and Shame: Dealing with “Difficult Heritage”*. Londres: Routledge.
- López, A. & Quintero, G. J. (2021). Animal dark tourism in Mexico: Bulls performing their own slaughter. En J. Ricky & C. Kline. *Exploring non-human work in tourism: From beasts of burden to animal ambassadors*. (pp. 69-82). Berlin: De Gruyter Oldenbourg.
- Macdonald, S. (2010). *Difficult heritage: Negotiating the Nazi past in Nuremberg and beyond*. Londres: Routledge.
- Memelsdorff, F. (1998). Marketing estratégico en turismo: branding, identidad y cultura corporativa. *Revista valenciana d'estudis autonòmics*, (25), 73-82.
- Meskel, L. (2002). Negative heritage and past mastering in archaeology. *Anthropological quarterly*, 75(3), 557-574. <http://dx.doi.org/10.1353/anq.2002.0050>
- OPWiM (Rada Ochrony Pamięci Walk i Męczeństwa), (1978). *Auschwitz. Nazi Extermination Camp*. Varsovia: Interpress.
- Pardinas, F. (1969) *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. Ciudad de México: Siglo XXI.
- Pérez, C. (2017). Los procesos de patrimonialización y turistificación en la legitimación de paisajes desiguales. *Sociedade & Natureza*, 29(2), 195-208. <https://www.redalyc.org/pdf/3213/321353638002.pdf>
- Pimentel, M. & Marques, L. (2020). Dystopian dark tourism: affective experiences in Dismaland. *Tourism Geographies*, (2-3), 1-20. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1795710>
- Piper, F. & T. Świebocka (2012) *Auschwitz. Nazi Death Camp*. Oświęcim: The Auschwitz-Birkenau State Museum.
- Prats, L. (1998) El concepto de patrimonio cultural. *Política y Sociedad*, (27), 63-67. <https://doi.org/10.34096/cas.i11.4709>
- Quintero, G. & Castro, A. (2022). El comercio de los productos agroindustriales de manzana en Zacatlán, Puebla: entre el branding turístico y el mecanismo de descampesinización local. *Ayana*, 2(2), 1-17. <https://doi.org/10.24215/27186717e020>
- Quintero, G. & López, A. (2018a). Tauromaquia y turismo oscuro en México: las corridas de toros como prácticas no éticas. *Teoría y Práxis*, (24), 197-228. <http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctor/s/numero24/Quintero,Lopez.pdf>
- Quintero, G. & López, A. (2018b). Cambios en la imagen urbana de Chignahuapan, México, a partir de la apropiación del ajolote como elemento turístico patrimonial. En I. Alvarado & Á. López (Coords). *Turismo, patrimonio y representaciones espaciales*. (pp. 205-230). España: PASOS.
- Quintero, G. (2021). La valoración posthumanista del ecoturismo en México a partir de los discursos ambientales y de la historia de las Áreas Naturales Protegidas. *Letras Verdes, Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, (29), 117-135. <https://doi.org/10.17141/letrasverdes.29.2021.4746>
- Reynolds, D. (2020). *Postcards from Auschwitz: Holocaust Tourism and the Meaning of Remembrance*. Nueva York: NYU Press.

- Rico T. (2008). Negative Heritage: The Place of Conflict in World Heritage. *Conservation and Management of Archaeological Sites*, 10(4), 344-352. <https://doi.org/10.1179/135050308X12513845914507>
- Sharpley, R. & Gahigana, I. (2014) Tourist experiences in genocide sites: the case of Rwanda. *The Business of Tourism*, (13), 61-78. <http://dx.doi.org/10.5937/TurPos1413061S>
- Silva, S. (2007, Agosto 5). Genocide tourism: Tragedy becomes a destination. *Chicago Tribune*. <https://www.chicagotribune.com/news/ct-xpm-2007-08-05-0708040318-story.html>.
- Stone, P. (2009). Dark tourism: Morality and new moral spaces. En R. Sharpley & P. Stone (Eds.). *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*. (pp.56-72). Londres: Channel View Publications.
- Stone, P. & Sharpley, R. (2008). Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of tourism Research*, 35(2), 574-595. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.02.003>
- Travel Counsellors (2020, diciembre 7). Places that should be UNESCO World Heritage Sites. *Travel Counsellors*. <https://www.travelcounsellors.ie/ie/leisure/explore/places-that-should-be-unesco-world-heritage-sites>
- Trip Advisor (2020). Choeng Ek Genocidal Center. https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g293940-d469300-Reviews-or25-Choeng_Ek_Genocidal_Center-Phnom_Penh.html#REVIEWS
- Tunbridge, J. & Ashworth, G. (1996). *Dissonant heritage: The management of the past as a resource in conflict*. Nueva York: John Wiley & Sons.
- Urry, J. (1990) *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. Londres: Sage.
- Urry, J. (2003) *Mobile cultures*. Lancaster: University of Lancaster.
- Van Broeck, A. & López, Á. (2018). Turismo oscuro: de la conmemoración a la comodificación de la muerte, los desastres y lo macabro. *Teoría y Praxis*, (24), 23-68. http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/numero24/Van_Broeck,Lopez.pdf
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of tourism research*, 26(2), 349-370. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315237749-27/rethinking-authenticity-tourism-experience-wang-ning>
- WHC. Unesco (2016) *The Criteria of Selection*. <http://whc.Unesco.org/en/criteria/>
- Zhu, Y. (2012). Performing heritage: Rethinking authenticity in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1495-1513. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.04.003>