

EL ATRACTIVO OSCURO DE MÉXICO

María Camila Serrano Carvajal
Universidad Santo Tomás
2019

Resumen:

México es uno de los países líderes del turismo internacional, conocido mundialmente por su alto potencial y riqueza de recursos naturales y culturales. Aunque en los últimos años se ha hecho popular entre los turistas de todo el mundo por el llamado turismo oscuro, en los que se puede observar que la adrenalina y curiosidad son los principales factores a la hora de escoger diferentes destinos y actividades por realizar en México. A lo largo del documento se podrán observar las posturas de diferentes autores con respecto a temas como: Turismo oscuro, importancia del turismo en la economía mexicana, nicho de mercado del turismo negro, costumbres y la importancia del mercadeo en el turismo.

Palabras claves: México, mercadeo, turismo oscuro, costumbres, tradiciones.

Abstract

Mexico is one of the leading countries of international tourism, known worldwide for its high potential and wealth of natural and cultural resources. Although in recent years has become popular among tourists around the world for the so-called dark tourism in which it can be seen that adrenaline and curiosity are the main factors when choosing different destinations and activities to be carried out in Mexico. Throughout the document you can see the positions of different authors regarding issues such as: Dark tourism, importance of tourism in the Mexican economy, market niche of black tourism, customs and the importance of marketing in tourism.

Keywords: Mexico, Marketing, Dark tourism, customs, traditions.

El presente ensayo tiene como objetivo analizar e investigar cuales son las razones por las cuales el turismo oscuro en México ha logrado captar la atención de los turistas en todo el mundo, así como pretende esclarecer el impacto económico y social que posee el turismo negro dentro de la sociedad Mexicana, detallando como un atractivo turístico como este puede reflejar una imagen ante el mundo.

México se encuentra posicionado en la mente de las personas como un país con una gastronomía exquisita, música, tradiciones, religión; Una riqueza natural y cultural que hace que sea innegable que resulte sumamente atractivo por el turismo internacional, pero así mismo trae consigo malos pensamientos como corrupción, narcotráfico, muerte, violencia, etcétera, lo que despierta una curiosidad dentro del turista de todas partes del mundo y en vez de alejarlo del país, lo que hacer es generar dentro de él un sentimiento de intriga y curiosidad por conocer esas diferentes facetas. Por lo que no ha sido ningún obstáculo para que las personas de todas partes del mundo quieran conocer acerca de este país ya que, según la organización mundial del turismo (OMT, 2018) México ascendió al sexto lugar al recibir turistas internacionales, registrando 39.3 millones de turistas.

Así como el ensayo busca definir conceptos relevantes en la investigación, mostrando un origen y dando diferentes puntos de vista de los diversos autores y planteando la hipótesis de promover los diferentes planes de turismo oscuro que hay en México, aprovechando las fiestas típicas y diferentes encantos de los planes existentes bajo un marco de legalidad y protección para el turista.

México es uno de los líderes del turismo internacional receptivo, reconocido por el alto potencial y riqueza de recursos culturales y naturales. Para el turismo internacional, México

posee una imagen de ser un país mega diverso lo que ha generado amplias expectativas en torno a este. (Benseny, 2007).

Esta posición de privilegio se fundamenta en una variada oferta de productos turísticos, desde el clásico turismo de sol y playa en varios centros vacacionales localizados en ambas costas del país, el turismo arqueológico revalorizando el patrimonio que testimonian el devenir de avanzadas civilizaciones precolombinas; el turismo cultural que refleja la impronta de la conquista española manifiesta bien sus ciudades coloniales y las obras del hombre contemporáneo, el turismo alternativo con fuerte vinculación con la naturaleza, el turismo de compras localizado a lo largo de la frontera norte, o bien el turismo de cruceros con puertos sobre las costas del Mar Caribe y Océano Pacífico. (Benseny, 2007, p15.)

Según el diario La Razón de México el sector de turismo en México contribuyó en 2016 con cerca del 9% del Producto Interno Bruto (PIB), según la última cifra dada a conocer por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). Esta cifra confirma que su impacto es fundamental para el crecimiento económico del país, así como un importante generador de empleos directos. Además, durante ese año se recibieron 40 millones de turistas internacionales, de acuerdo con el Banco de México, 4.2 millones más que en 2016 y con ingresos por 21.3 millones de dólares, los más altos de que se tiene registro. (La razón. 2018).

El turismo en México representa directamente el 8.5% del PIB y genera un valor por encima del promedio de la economía. Contribuye también con empleos para millones de mexicanos. Si bien los datos indican que el sector genera 2.3 millones de empleos directos (5.8%), la cifra real es significativamente más alta cuando se considera el empleo indirecto. (OCDE, 2017).

Si bien los datos indican que el sector genera 2.3 millones de empleos directos (5.8%), la cifra real es significativamente más alta cuando se considera el empleo indirecto. El crecimiento del sector turístico es superior al de muchas otras economías emergentes y ha contribuido una balanza turística saludable, ayudando a compensar la baja en los ingresos procedentes del petróleo- (OCDE, 2017).

Estas cifras demuestran la importancia del sector turístico en México para la economía y la generación de empleos, históricamente ha sido un país atractivo por su mega diversidad, sin embargo el atractivo turístico de México en los últimos años ha pasado de ser únicamente por su exquisita riqueza natural y cultural a llamar la atención por otra clase completamente distinta de turismo, que es el Dark tourism o en español denominado turismo oscuro en el que los turistas se sienten atraídos por lugares relacionados con la muerte, desmontando la idea clásica que asocia la atracción turística a lo bello y a lo placentero (Foley y Lennon, 2000, P.2).

Esta nueva tendencia de turismo debe su auge en gran parte al desarrollo de los medios de comunicación, ya que las malas noticias, ya sean sobre un crimen, accidente o catástrofe, generan una perturbación que paradójicamente no se pueden dejar de atender. Además, la nueva mentalidad inherente al capitalismo, planteando la vida como una gran carrera, donde todos luchan con todos para llegar a la meta, no pudiéndose evitar sentir un cierto alivio al contemplar la caída del otro, es decir su muerte (Mead, 2009).

“Es un turismo que a menudo realizan los turistas sin darse cuenta, ya que lo que parece ser solo turismo patrimonial o cultural (por ejemplo, la visita a un museo de armas o a un monumento homenaje a víctimas individuales o colectivas), es además turismo relacionado con

la muerte” (Foley y Lennon, 2000, P.2). A pesar de que el turismo oscuro lleva entre nosotros mucho tiempo, no se comenzó a investigar hasta el siglo XX. Así, hubo que esperar hasta 1996 para que se acuñara el término *turismo oscuro* por parte de Lennon y Foley, ambos investigadores de universidades escocesas. Esta definición es considerada la pionera en este campo y de la que derivan en mayor o menor medida otras dadas por investigadores posteriores: “fenómeno que abarca la presentación y consumo (por los visitantes) de lugares de muerte y desastre tanto reales como recreados”. (Mosquera, 2017, P.4).

Otra definición destacable sería la dada por Stone y Sharpley (2008), que son los autores más activos en este campo actualmente. Para ellos, turismo oscuro es el “acto de viajar y visitar lugares, atracciones y exhibiciones que son reales o recreaciones de la muerte, verdadera o aparentemente, sufridas y cuyo tema principal es macabro”. (p.4). Seaton (1996) prefiere usar el término “Thanatourism” o tanaturismo, que proviene de las palabras griegas *thanatos* que significa muerte y *opsis* que significa ver y se define como “viajar a un lugar total o parcialmente motivado por el deseo de encuentros reales o simbólicos con la muerte, en particular, pero no exclusivamente, la muerte violenta, la cual puede ser asimilada en mayor o menor medida dependiendo de las características específicas de las personas cuya muerte son el centro de interés”.(p.5). Así pues, el tanaturismo se basa en el aspecto motivacional, mientras que el turismo oscuro es la atracción, respectivamente, que provocan dichos lugares donde han ocurrido los hechos. (Mosquera, 2017).

El turismo en México, cuya participación en el producto interno del país representa el 2.8% del global, ha ido desarrollándose gracias a los diversos atractivos turísticos que este país ofrece, destacando las visitas de los extranjeros a Cancún, Chichen Itza y la ciudad de México D.F. No

obstante, existe un mercado clandestino que según menciona el periódico mexicano. (Diario Crítico, 2017), ha venido creciendo a raíz de la cultura narcotraficante que existe en el país, una corriente turística denominada *Narco turismo* o *Turismo negro*, el cual se caracteriza por exponer a quienes pagan sumas relevantes, los que hacen diarios de los carteles de mafia que operan en México. El impacto de esta modalidad comercial ha sido tan alto, que muchos visitantes de Norteamérica y Europa acuden al país en busca de emociones fuertes y diferentes, visualizando la elaboración de drogas, estando presentes en lugares donde ocurrieron masacres y cruzando la frontera con Estados Unidos como si fuesen inmigrantes de *mojado*. (Diario crítico, 2017).

Entre las visitas y *actividades oscuras* que los turistas buscan al llegar a México encontramos una gran diversidad, en los que se puede observar que la adrenalina y curiosidad son las primicias a la hora de escoger estos destinos. De acuerdo con Álvaro López miembro Instituto de Geografía de la UNAM entre las actividades más frecuentadas encontramos:

La llamada experiencia migrante: Tal vez uno de los modelos de turismo oscuro que más destaca es la experiencia de ser migrante, que se practica en Ixmiquilpan, Hidalgo, en la localidad El Alberto, donde se oferta una “caminata nocturna”, donde los paseantes simulan ser ilegales y pretenden llegar a Estados Unidos. Los habitantes se caracterizan como *polleros* e integrantes de la migra. El terreno es agreste, el viaje incómodo, y a lo largo del recorrido los visitantes se encuentran con cholos que los quieren asaltar, narcotraficantes y la migra. El lenguaje y el trato son fuertes, y la situación puede durar dos horas, o toda la noche. (Diario Publimetro, 2017).

En la Ciudad de México, hay paseos por la Plaza de las Tres Culturas, en Tlatelolco, que resulta atractiva por los sucesos del 2 de octubre de 1968; También en la capital del país se ha dado el caso de los *tepitours*, donde además de mostrar al visitante algunas cuestiones del comercio informal, los habitantes del barrio bravo de Tepito exponen parte de su cultura urbana y buscan reivindicar su espacio, muchas veces considerado riesgoso. (Diario Publimetro, 2017).

Otra actividad que genera gran intriga entre los turistas se deriva de la actual problemática social y política que atraviesa México que es la curiosidad que despierta el narcotráfico debido a que a los turistas les interesa conocer sitios ligados al narcotráfico, como la Torre Miramar, en Mazatlán, donde se capturó la penúltima vez al Chapo Guzmán; la capilla Jesús Malverde, en Culiacán, Sinaloa; o el panteón Jardines del Humaya, que se asume como el cementerio de los narcotraficantes en México. (Excelsior, 2016).

Otro tipo de turismo asociado con la muerte y la tortura es el de orden religioso, como las representaciones de la Pasión de Cristo en incontables localidades mexicanas durante la Semana Santa. Los sitios más conocidos son Iztapalapa, en la Ciudad de México (México Desconocido, 2014), y Taxco, en el estado de Guerrero (Ávila, 2013), donde miles de personas llegan cada año para observar la representación de la crucifixión de Cristo y diversos actos dramáticos de los penitentes. Tanto del cuerpo del crucificado como de los cuerpos de los penitentes que se flagelan o arrastran cadenas ceñidas a sus pies con grilletes, es a veces posible ver sangre surgir, espectáculo que resulta impactante para los turistas, en especial para aquellos procedentes de países en los que la tortura corpórea por motivos religiosos es algo ajeno. (López, 2014,).

Así como también hay fechas y tradiciones en las que muchos turistas se sienten interesados en participar como lo es el muy conocido Día de Muertos que es uno de los fenómenos más obvios, y se presta al análisis turístico en aquellos sitios en los que se celebra a la muerte: plazas, cementerios, museos, calles, teatros, etc. Desde su denominación en 2003 como obra maestra del patrimonio oral e intangible de la humanidad, por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2006), su mercantilización ha aumentado notablemente en muchas localidades mexicanas (Notimex, 2013; Roque, 2007), e incluso se tiene un Museo de Muerte en el estado de Aguascalientes, donde se rememora lo relativo al Día de Muertos (Universidad Autónoma de Aguascalientes, 2014). Los dos lugares más emblemáticos al respecto son los cementerios de Janitzio, en Michoacán, y el de Mixquic, en la Ciudad de México, aunque también en Huaquechula, Puebla, Morales y Mysyk (2004) estudiaron esta celebración en su asociación con el turismo. (López, 2018, p12).

Para el experto Álvaro López López “Es una actividad económica lícita y mucha gente la promueve como un modo de sobrevivencia y argumenta que busca que la población y los diferentes turistas conozcan estas situaciones para que no se vuelvan a repetir historias de guerra o muerte además del beneficio de generar empleos y dar un ingreso económico constante a las personas que son las encargadas y sirven de guías turísticas en los diferentes planes que ofrecen por todo México”.

Es claro que el turismo negro se ha incrementado por todo el mundo, para la investigadora la Dra. Elsa Soro en su investigación “Turismo oscuro: perfiles, nichos, motivaciones y experiencias a nivel mundial” menciona que en 2017 una búsqueda en Google de la expresión *turismo oscuro* obtiene más de 50.800 resultados, En inglés *dark tourism* presenta más de

2.800.000 registros, lo que demuestra un fuerte interés por parte de los internautas hacia el fenómeno. Intentando vislumbrar sus dimensiones en ámbito específicamente turístico, se describirán a continuación, las tipologías del turismo oscuro, los nichos y los principales perfiles de “turistas oscuros”. (Soro, 2017, p8).

México es uno de los tres países que más turismo negro recibe en época de Halloween. Según los datos transmitidos por el Presidente del Gobierno Enrique Peña Nieto, ha pasado de recibir 23 millones en 2012 a 35 millones en 2016. Desde el 2003 el Día de los Muertos, celebrado en México el 2 de noviembre está incluido en la lista del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO. Uno de los destinos que más afluencia recibe en época de Halloween es la ciudad de Oaxaca por sus tradiciones ligadas a la celebración del Día de los Muertos, como por ejemplo las ofertas florales y los banquetes en sus cementerios. Las asociaciones de los hoteles anunciaban en julio 2017 que ya tenían reservados un 10% de las plazas hoteleras disponibles para noviembre. (Soro, 2017).

Después de definir los conceptos de turismo oscuro, enumerar los planes más frecuentados por los turistas y mencionar cómo se maneja económicamente y socialmente en México, es fundamental dar a conocer el perfil de los turistas que tanto buscan estas actividades y planes turísticos; La Dra. Elsa Soro en su investigación *Turismo oscuro: perfiles, nichos, motivaciones y experiencias a nivel mundial* describe rigurosamente los diferentes perfiles de los diferentes tipos de turistas que acuden año tras año al *turismo oscuro*.

El perfil del turista oscuro se puede determinar a partir del cruce entre el turista cultural y de patrimonio y el turista experiencial y de aventura. Turespaña ha realizado un análisis de la segmentación del turismo internacional y ha elaborado una serie de tipologías de turistas en

función de sus motivaciones y preferencias en término de consumo turístico a partir de una muestra de más de 18.587 encuestas telefónicas internacionales.

Con los datos obtenidos se ha llevado a cabo una segmentación motivacional y una segmentación experiencial de los turistas a partir de la cual es posible extraer el perfil del turista “oscuro”. Entre los tres perfiles motivacionales, los que encajan con el turista oscuro son:

1. El descubridor: viaja a destinos como Francia, Turquía Brasil y es un viajero especialmente formado y de mediana edad.
2. El vital: prevalece en los mercados maduros lejanos, es joven y con un alto nivel de educación, en este perfil destaca la presencia de estudiantes.
3. El vacacional-cultural: tiene presencia en mercados europeos maduros, tiene un nivel educativo medio y es prevalentemente pensionista.

En su conjunto estos tres perfiles suman el 43% de los encuestados. Entre los 7 perfiles de tipo experiencial los potenciales “turistas oscuros” (que suman el 23% de los encuestados) son: El turista rural y de naturaleza; El turista cultural. (Soro, 2017, p16).

El turismo rural-naturaleza destaca su importancia en Europa Central donde Alemania registra el mayor tamaño de este tipo de turistas. Entre las edades predominan los turistas entre 45 y 46 años, destacan los pensionistas, los empleados calificados y los autónomos. El cultural resulta ser un segmento fundamental para los mercados maduros y más prevalente en Europa del Sur, Europa Central y Norte-América, el nivel de estudio se sitúa por encima de la media y el

segmento de mayor edad, en cuanto a ocupación destacan los pensionistas. En todos estos casos son los blogs de viajes que marcan tendencias en materia de turismo oscuro. En el caso del turismo de aventura son sobre todo los millennials que buscan información por Internet. (Soro, 2017).

A pesar de no contar con los principales elementos que generalmente llaman la atención en la actividad turística como: confort, belleza, relajamiento y otros que buscan los turistas durante sus viajes para satisfacer sus deseos, esta tendencia se está constituyendo como un fenómeno de masas, por lo cual muchos estudios e investigaciones se han realizado tratando de entender la motivación de las personas por visitar estos lugares, intentando determinar los efectos morales y sociales del turismo negro, determinando las causas o ¿por qué las personas deciden visitar estos lugares asociados al dolor, al sufrimiento y a la muerte? Es el deber de México encontrar las alternativas para satisfacer la necesidad de estos consumidores.

Una estrategia en la que se puede trabajar y que puede llegar a ser una de las más eficaces es la de promover los diferentes planes de turismo oscuro que hay en México, aprovechando las fiestas típicas (como lo es el día de los muertos) bajo un marco de legalidad y protección para el turista, en los diferentes blogs de viajes y portales Web aprovechando que ser turismo oscuro es tendencia, invitando al turista a visitar los diferentes lugares típicos de México.

Como es bien sabido el Marketing “es una actividad basada en procesos dirigidos a la creación, comunicación, distribución e intercambio de ideas, bienes o servicios; los cuales tienen un valor para los consumidores, clientes, socios y para la sociedad en general” (American Marketing Association, 2007). Es evidente que el marketing busca satisfacer las necesidades

del consumidor, de aquí radica el papel que desempeña el marketing a la hora de cambiar la perspectiva de los turistas en algo oscuro y que para algunas personas pueden llegar a ser malo pero la curiosidad o el deseo de conocer o experimentar puede llegar a convertir en algo “malo” en un atractivo turístico, gracias al marketing se pueden crear diversas estrategias dando a conocer las actividades o lugares que México tiene por mostrar captando la atención a este tipo de turista.

Finalmente retomando como base los datos y estadísticas nombradas a lo largo del ensayo, podemos mencionar el gran incremento en los últimos años por parte de las personas de todo el mundo a buscar planes alternativos de turismo, encontrando en el turismo oscuro una opción válida, atrevida y bastante agradable a la hora de buscar planes turísticos en México, además de ello la investigación está encaminada con el hecho de constatar y comprobar los diferentes beneficios económicos y sociales para los turistas y las personas que ofrecen y se prestan de guías turísticos en los diferentes planes actividades ofrecidas; pese a que el turismo oscuro tenga un nicho de mercado en pleno desarrollo aún presenta problema de divulgación y comercialización, debido a las resistencias de carácter ético con respecto a la visita en masa de algunos lugares que están relacionados con acontecimientos trágicos pero allí es donde el mercadeo ha logrado captar a ese nicho de mercado mostrando otra perspectiva de dichas actividades, lugares, creencias, dando una imagen atractiva a ese público objetivo que se siente atraída el por el turismo oscuro que México ofrece, la investigación es la de conocer la magnitud y el evidente crecimiento que tiene el turismo oscuro en todo el mundo y en lo mucho que puede llegar aportar económicamente a México bajo un marco de legalidad regulado para buscar la protección del turista, siempre de la mano con el mercado con el fin de satisfacer las necesidades

de los turistas, mostrando la gran variedad de maravillas que se encuentran en México y como suplen necesidades para cada tipo de persona.

Barón, J. (2017). *El turismo oscuro: análisis de sitios web como herramienta de marketing*.

Universidad Politécnica, Cartagena. Recuperado de:

<http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/6135/tfg-bar-tur.pdf?sequence=1>

Benseny, G. (2007). *El turismo en México, apreciaciones sobre el turismo en espacio litoral*.

Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/276/27611202.pdf>

El "Narcoturismo", la nueva moda en México. (2017). El diario crítico. Recuperado de:

<https://www.diariocritico.com/noticia/253586/noticias/el-narcoturismo-la-nueva-moda-en-mexico.html>

Hurtado, A. (2016). *Espacio y ocio: el turismo en México*. Universidad nacional autónoma, Mexico. Recuperado de:

http://www.igeograf.unam.mx/sigg/utilidades/docs/pdfs/publicaciones/temas_sele/TSG_turismo_ocio.pdf

López, A. (2018). *Turismo oscuro en México: bases para una nueva línea de investigación*.

Recuperado de: http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/numero24/Lopez, Van_Broeck.pdf

OCDE. (2017). *Estudio de la política turística de México*. Recuperado de:

https://www1.oecd.org/industry/tourism/MEXICO%20TOURISM%20POLICY%20REVIEW_EXEC%20SUMM%20ASSESSMENT%20AND%20RECOMMENDATIONS_ESP.pdf

Qué es el 'turismo oscuro' y qué destinos ofrece México (2016). Excelsior. Recuperado de:

<https://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/07/18/1105671>

Soro, E (2017). *Turismo oscuro: perfiles, nichos, motivaciones y experiencias a nivel mundial*.

Recuperado de: http://www.aept.org/archivos/documentos/informe_turismo_oscuro.pdf

Turismo oscuro en México: del Día de Muertos a "viajes" con el narco (2017). Publimetro.

Recuperado de: <https://www.publimetro.com.mx/mx/estilo-vida/2016/07/18/turismo-oscuro-mexico-dia-muertos-viajes-narco.html>