

La perspectiva de los residentes por la actividad recreativa en el Centro Histórico de la alcaldía de Coyoacán

Josué Emmanuel García Vázquez
Escuela Superior de Turismo,
Instituto Politécnico Nacional, México
jegarciav@ipn.mx

Víctor Ramón Oliva Aguilar
Instituto Politécnico Nacional
vroageo@msn.com

Marta Marivel Mendoza Ontiveros
Universidad Autónoma del Estado de México
marivelmo@hotmail.com

RESUMEN

En las últimas décadas las zonas turísticas o recreativas han generado síntomas negativos debido al incremento de visitantes, esto ha originado afectaciones a las comunidades receptoras. El objetivo de este documento es presentar resultados preliminares de una investigación que busca analizar las percepciones de los residentes hacia este problema en el Centro Histórico de la alcaldía de Coyoacán desde la Teoría del Intercambio Social; utilizando el método etnográfico. Bajo la concepción de que el turismo o actividad recreativa es aquel fenómeno que involucra la interacción entre visitantes y anfitriones. Como hallazgo se tiene que actualmente en la zona

de estudio se genera un turismo masivo, que ha motivado manifestaciones negativas de algunos residentes. Esto debido a que el turismo implica la interacción entre turistas, visitantes y comunidad local en un determinado espacio geográfico. Puede entenderse que este intercambio genera impactos, de manera positiva (beneficios) y de manera negativa; por lo que estos se analizan desde la percepción de la comunidad receptora, y asimismo se indagan los efectos que causa en una zona promovida como un atractivo turístico, cultural y gastronómico, debido a su importancia a nivel de captación de visitantes.

Palabras clave: Percepción, residentes, visitantes, Teoría del Intercambio Social, overtourism.

THE PERSPECTIVE OF THE RESIDENTS ABOUT THE RECREATIONAL ACTIVITY IN THE HISTORICAL CENTER OF COYOACÁN CITY HALL

ABSTRACT

In the last few decades, tourist or recreational areas have generated negative symptoms due to the increase in the number of visitors, which has affected the host communities. The objective of this document is to show preliminary results of a research that seeks to analyze the perceptions of the residents towards this problem in the Historical Center of the Coyoacán City Hall from the Social Exchange Theory. This aim will be achieved using the ethnographic method, upon the concept that tourism or recreational activity is a phenomenon that involves the interaction between visitors and hosts. As a finding, there is currently massive tourism in the study area, which has led to negative demonstrations by some residents. This situation arises because tourism implies the interaction between tourists, visitors and the local community in a given geographical area; it can be understood that this exchange generates both positive (benefits) and negative (costs) impacts, which are analyzed from the perception of the receiving community, as well as to investigate the effects it causes in an area promoted as a tourist, cultural and gastronomic attraction, due to its importance at the level of visitors acquisition.

Key words: Perception, residents, visitors, Social Exchange Theory, over-tourism.

INTRODUCCIÓN

Durante la década de los 70 existe un parteaguas en la valoración del patrimonio en los espacios urbanos, promovido por las premisas de la UNESCO en su convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural celebrada a finales del año 1972. Entre los sitios urbanos valorados se encuentran los centros históricos, que comenzaron a llamar la atención como esos lugares detenidos en el tiempo, llamativos por su arquitectura, valor histórico y como testimonios del tiempo de dominación de una cultura sobre otra, entre otras características.

A lo largo de la historia, las ciudades antiguas, en pie o en ruinas, han sido los destinos que atraen visitantes de tipo cultural alrededor del mundo, como en Egipto y sus pirámides, la Alhambra en España, Bogotá y su centro histórico, por mencionar algunos; estos lugares se fueron convirtiendo en productos turísticos permitiendo a esta actividad ser un canal para que estos lugares fueran promovidos por los gobiernos y la iniciativa privada en algunos casos (Delgadillo 2009).

En Europa, las ciudades históricas concentran una cuarta parte del flujo anual de visitantes en sus centros históricos (Delgadillo, 2009); en ellas, la oferta de servicios como restaurantes, bares, museos, eventos culturales son un factor que se adentra en los tejidos sociales y en las ciudades. En algunos casos, las metrópolis no son planeadas para recibir flujos grandes de personas, ni cuentan con los servicios suficientes de infraestructura para albergar a sus propios ciudadanos, para desarrollarse y crecer o para que los visitantes puedan hacer uso y aprovechamiento de los atractivos turísticos o de la oferta recreativa de una ciudad.

En un contexto diferente, artículos como el de Madrid, Castro, Vélez y Muriel (2017), ponen en contraste la parte depredadora de las actividades que tiene que ver con la llegada de visitantes y cómo ha llegado a afectar a las comunidades receptoras la inmersión de actividades relacionadas a la recreación, al turismo y el riesgo de pérdida de los sistemas de producción tradicionales de la comunidad local.

Por otra parte, en algunas ciudades los residentes no están siendo amigables con los visitantes y la OMT (2019) ha identificado algunos lugares que muestran indicios de actitudes de rechazo hacia los turistas; por ejemplo, Barcelona por el encarecimiento de los niveles de vida y rentas. En otro caso, Marrero (2006) habla sobre el rechazo de los productos de consumo, de ocio o turísticos, en las Islas Canarias. En Italia, específicamente en Venecia, se ha dado un fenómeno llamado Efecto Venecia, según el documental *The Venice Syndrome* (2012), y que se sustenta en el Boletín Turismo y desarrollo, sobre turismo responsable No. 14 (2015).

Otro ejemplo de actitudes de rechazo hacia el turismo aparece en Iruña-Pamplona por la oferta de ocio en el barrio de Casco viejo, o el rechazo de la comunidad local hacia los visitantes en Kenya en lugares en donde se hace *Slum Tourism* o turismo de barrios bajos según Kieti (2013).

También es cierto, que los sectores de bajos recursos son aquellos a los que les aqueja más los efectos negativos de la actividad turística, a causa de una privatización de las ganancias que genera la actividad recreativa y por el incremento del costo de vida. En ese supuesto, los grupos de residentes que, a cambio de ofrecer parte de su cultura, compartir su patrimonio, recursos, bosques, cascadas, tierras y costumbres, se han convertido en un producto

para los visitantes, del cual no siempre reciben una ganancia o los sueldos son mal pagados.

Ante esta situación, en las áreas centrales de algunas ciudades en Latinoamérica como la Ciudad de México, Bogotá y Lima existen problemas como la congestión poblacional, tugurización, pobreza y marginación con severa notoriedad de falta de inversiones públicas en infraestructura y servicios, con una tendencia a la práctica de comercio informal, deterioro del entorno urbano, de riqueza patrimonial y de calidad de vida de los habitantes locales (Monterrubio, 2011).

Según la OMT (2018) en su boletín mensual de septiembre de 2018: *Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*, se afirma que cada vez es más común encontrar titulares con los términos turismofobia u *overtourism*, generado por los crecientes flujos de personas hacia destinos urbanos. Estas corrientes de visitantes generan variados impactos en las ciudades y sus habitantes, el uso en aumento de los recursos naturales, la presión sobre la infraestructura, movilidad y necesidad de otros servicios.

En ese contexto, la Asociación de Turismo Responsable (n.d.) (asociación respaldada por la OMT en temas de turismo responsable) se refiere al *overtourism* como aquellos destinos donde los anfitriones o huéspedes, locales o visitantes, sienten que hay demasiados visitantes y que la calidad de vida en el área o la calidad de la experiencia se ha deteriorado de manera inaceptable. Por otro lado, en el boletín de julio de 2019 de la OMT, *Global survey on the perception of residents towards city tourism: impact and measures*, se afirma que para una mejor gestión del turismo ante el crecimiento de la demanda en áreas urbanas es esencial entender las experiencias de los residentes y sus percepciones ante el turismo que los visita.

Los estudios realizados sobre las actitudes de la comunidad receptora en torno al turismo regularmente son analizadas a partir de las percepciones. Así se plantea que los impactos del turismo que la población local perciba influirán en sus actitudes (Liu y Var, 1986; Long, Perdue y Allen, 1990; Ko DongWan y Stewart, 2002; Harrill y Potts, 2003; Kuvan y Akan, 2005; Vargas-Sánchez, Plaza-Mejía y Porras-Bueno, 2009; Royo Vela y Ruíz Molina, 2009; Brida, Riaño y Zapata Aguirre, 2012), en varios casos esta relación se analiza a partir de la teoría del intercambio social que postula que si los beneficios percibidos superan los costos ocasionados por el turismo, la actitud de la comunidad receptora será positiva y, al revés, si los perjuicios son mayores que las ventajas, la actitud será negativa (Andriotis y Vaughan, 2003; Zhang JiaYing, Inbakaran y Jackson, 2006; McGehee y Andereck, 2004; Latková y Vogt, 2012); de esta manera se vincula a las actitudes con variables como la identidad étnica (Key y Pillai, 2006) o con la cohesión, la satisfacción y los intereses de la comunidad (Nepal, 2008).

Asimismo, es destacable mencionar que no existen estudios que analicen las actitudes, de aceptación o rechazo, de los residentes ante la turistización, o que anticipen la aparición del fenómeno de la turismofobia en el Centro Histórico de Coyoacán.

TEORÍA DEL INTERCAMBIO SOCIAL EN EL ANÁLISIS DE ACTITUDES

Una forma de analizar las actitudes de los residentes es por medio de la teoría del intercambio social; esta teoría ha sido propuesta por autores como Thibaut y Kelley (1959), Homans (1961) y Blau (1964), quienes proponen que la teoría tiene como objeto de es-

tudio los fenómenos grupales de conformidad a las normas, cohesión y estatus grupal.

Jafari (1986) y Ap (1992) sugieren que desde esta teoría se pretende captar las motivaciones que llevan a los residentes a tener una actitud positiva o negativa hacia el turismo. En este fundamento, se intenta explicar los cambios en las reacciones de los residentes ante los impactos del turismo, también a nivel comunitario (Andereck y Vogt 2000 citado en Gutiérrez, 2010:51).

Por otro lado, se han abordado investigaciones en torno al turismo para identificar, clasificar y analizar, por medio de esta teoría, las actitudes de las comunidades locales donde se realizan actividades turísticas, o donde la oferta recreativa relacionada con el turismo tenga presencia (Gursoy, Jurowski y Uysal, 2002; Besculides, Lee y McCormic 2002 en Gutiérrez 2010).

De acuerdo con Homans (1962:11), autor que hace una explicación de cómo los costos y beneficios son de suma importancia para el entendimiento de grupos sociales, basados en la teoría del intercambio social:

“Si definimos el beneficio como recompensa menos coste, y el coste como el valor al que se renuncia, sugiero que tenemos aquí cierta evidencia para sostener la proposición de que el cambio en una conducta es mayor cuanto menor el beneficio percibido. Esto no constituye una demostración directa de que el cambio de una conducta es menor cuanto mayor es el beneficio; pero si un hombre ha cambiado su conducta para alejarse de lo que le produce menos beneficio dadas sus circunstancias, siempre que su conducta le brinde equilibrio entre recompensa y coste, puede llegar un momento en el que su conducta ya no cambie más. Es decir, su conducta se estabilizará, al menos durante algún tiempo. Y si esto fuera cierto

para todos y cada uno de los miembros de un grupo, el grupo tendría una organización social en equilibrio.”

Gutiérrez (2010) y Chung-Hsien, et al. (2019) afirman que la teoría del intercambio social postula que las actitudes de un individuo integrante de una comunidad hacia el turismo y el apoyo que le dé a lo relacionado con la actividad turística estarán determinadas por la evaluación que realice de las consecuencias o repercusiones que para su comunidad tenga dicha actividad; es por eso que comprender la manera en que perciban los efectos económicos, ambientales y socioculturales es de suma importancia para analizar sus reacciones hacia los turistas o lo relacionado al turismo.

La importancia en esta investigación radica en el hecho que se le está tratando de dar una voz a la comunidad local, debido a que los habitantes muchas veces no son tomados en cuenta o que ni siquiera son conscientes de los efectos que el turismo puede tener como consecuencia de una mala o nula gestión de la actividad. Por lo tanto, los estudios basados en la teoría del intercambio social ayudan a que en el ámbito de la investigación del turismo se avance teóricamente hacia un campo aún más especializado en la creación de conocimiento en torno al fenómeno turístico y posiblemente a sentar poco a poco las bases de una teoría que en algún futuro pueda ser válida en el campo de la ciencia.

METODOLOGÍA

Esta investigación se centra en lo cualitativo como un paradigma que se refiere al conjunto de supuestos sobre la realidad, sobre cómo se conoce, los modos concretos, métodos y modos de conocer la realidad.

El método utilizado es el etnográfico, este tiende a comprender otra forma de vida desde el punto de vista de los que la viven. Se llevó a cabo mediante la observación y las preguntas con la finalidad de conocer el punto de vista del residente del Centro Histórico de Coyoacán, para percibir tanto lo que la gente dice, como lo que hace, anotando detalladamente las características y acontecimientos de la vida social (diario de campo), con impresiones y sentimientos personales del investigador.

En este sentido, la etnografía es el trabajo de describir una cultura, una forma de vida desde el punto de vista de los que la viven. Más que estudiar a la gente, la etnografía significa aprender de la gente. El núcleo central de la etnografía es la preocupación por captar el significado de las acciones y los sucesos de los sujetos que se trata de comprender (Spradley, 1979).

Para efectos de este trabajo de investigación se aplicaron dos técnicas: por un lado, la entrevista semiestructurada de tipo cualitativo dará un panorama del contexto real de las personas que están en contacto con el fenómeno a estudiar, y, por otro, la observación participante.

En este caso, la observación participante como técnica de investigación permitió recolectar aquella información más numerosa, directa, rica, profunda y compleja (Tarrés, 2013). Esta técnica tuvo como objetivo principal identificar el comportamiento del residente y su interacción con los turistas, la idea central es que mediante la observación se buscó captar los significados del comportamiento del turista.

Se realizó una práctica real o *in situ*, es decir, en el ambiente natural de los sujetos a estudiar, observando cómo se lleva a cabo todo normalmente, cómo interactúan y cómo se comportan y es aquí donde reside la particularidad de este tipo de investigación.

DESARROLLO

De acuerdo con la observación in situ

De acuerdo con la Guía Turística de la Delegación Coyoacán (2009), la Plaza Hidalgo de la alcaldía de Coyoacán fue la segunda plaza más visitada de la Ciudad de México, después del Zócalo capitalino, lugar donde se realizan los eventos culturales y gastronómicos de mayor afluencia de personas en la zona.

El Centro Histórico de Coyoacán se ha desarrollado social y culturalmente, de manera que las actividades turísticas representan un destino urbano para diferentes tipos de visitantes, personas que suelen visitar este espacio por la oferta cultural y gastronómica; en consecuencia, los fines de semana son los días más concurridos y los de mayor afluencia, esto acarrea una serie de impactos, tanto positivos como negativos para la comunidad local.

Los problemas que se observan en la zona son la falta de infraestructura para recibir a un creciente número de personas en fines de semana; el lugar presenta problemas de movilidad para circular a pie y en automóvil, hay una evidente competencia por el espacio público entre comunidad receptora y visitantes, ya que no hay estacionamientos ni lugar en las calles suficiente los días de mayor afluencia de personas (Figura 1).

Figura 1. Fotos del Centro Histórico de Coyoacán enero 2020.



Fuente: Fotografías tomadas por el autor.

Es común observar que los servicios bancarios como los cajeros automáticos son muy concurridos, al punto de ser complicado usarlos por la cantidad de personas que los demandan, existen mantas en las calles en contra de la instalación de parquímetros, hay dificultad para caminar por las banquetas por el gran número de paseantes aunado a los puestos ambulantes. En la entrada de varias casas se observan letreros que piden no obstruir su acceso. No se encuentra lugar para sentarse a descansar por lo que los visitantes lo hacen en las banquetas o plazas públicas.

Por otro lado, para marzo de 2014 según la Asociación Vecinal Ciudadanos en Red (2016), los representantes de asociaciones vecinales, con más de 30 años de habitar en el lugar, hicieron un exhorto y observaciones para diversos problemas que afectan en el centro de la alcaldía. Primeramente, se pronunciaron en contra de la implantación de parquímetros, después sobre los problemas del comercio informal, las calles cerradas y la circulación restringida, las calles y callejones estrechos y los problemas de los gestores de la vía pública (acomodadores de autos) y, por último, insistieron, en repetidas ocasiones, en que no se han hecho consultas a residentes del perímetro, quienes afirman que deben ser ellos a quienes se les consulte y no a los visitantes ni a empleados de gobierno.

En diversas fechas al año, como las fiestas de Día de Muertos (1 y 2 de noviembre) y la conmemoración de la Independencia (15 y 16 de septiembre) de cada año, se realizan cierres de calles perimetrales del Centro Histórico, con el fin de que los automóviles no entren a la zona central, donde ya confluyen las visitantes que circulan las calles y banquetas, el comercio informal y los habitantes.

En días festivos, en el Centro Histórico se observaron aglomeraciones de personas buscando algunos servicios básicos como los W.C. con filas muy largas para poder ser utilizados, la gente

encuentra dificultades para entrar en los restaurantes, difícil acceso a la zona centro y a los eventos culturales, es común observar gente pisando las áreas verdes para buscar una mejor vista del espectáculo, basura en el suelo, comercios llenos, tanto formales como informales (Figuras 1 y 2).

Figuras 2 y 3. Fotos del Centro Histórico de Coyoacán 1 de noviembre de 2019.



Fuente: Fotografías tomadas por el autor.

Entrevistas a profundidad

Se realizaron 11 entrevistas a profundidad a personas que viven, trabajan o realizan ambas actividades en el Centro Histórico de Coyoacán, personas mayores de edad de diferentes rubros de negocios, tanto del sector informal como formal.

Las entrevistas permiten identificar actitudes de las personas de la comunidad local del lugar a analizar. Por una parte, la visión de los involucrados en un fenómeno social y urbano puede dar a conocer las reacciones, tanto positivas como negativas ante un proceso de turistización.

Por otro lado, los datos recabados de las entrevistas a profundidad muestran diferentes realidades, dado que los habitantes locales que no tienen ninguna ganancia económica, derivada

de alguna actividad relacionada con los visitantes, son quienes demuestran actitudes de indiferencia ante algunas situaciones como los eventos culturales que se realizan en la zona, además de una notoria molestia hacia el incremento de los costos de vivir en la zona, o por el ruido de los eventos culturales realizados en las plazas centrales.

Como consecuencia, algunos habitantes afirman tener una preocupación por el hecho de que sus comercios podrían quebrar si los costos de las rentas y la competencia desmedida siguen en aumento y además la marcada pauta de algunos vecinos en vender sus casas para ser derrumbadas para crear departamentos o sean ofertadas por plataformas como *Airbnb*.

En cuanto a los residentes quienes tienen una relación más estrecha con los visitantes, que trabajan o son propietarios de algún comercio en la zona del Centro Histórico de Coyoacán y que su principal fuente de ingresos es el visitante como potencial cliente, ellos perciben a los visitantes como una oportunidad de venta y ganancias. Están a favor de que mientras más personas acudan al lugar puede ser una buena oportunidad de mejorar su economía. Sin embargo, no son conscientes de que algunos de los problemas sociales que viven, como el aumento de las rentas, el congestionamiento, la competencia desmedida, el ruido, son problemas que acarrea el comercio ambulante.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La Teoría del Intercambio Social se refiere a un intercambio entre dos partes y siempre busca una reciprocidad para alcanzar un equilibrio entre los actores involucrados; se dice que es necesario que ambos obtengan beneficios, de lo contrario ese balance se

verá afectado y uno de los involucrados no percibirán los beneficios esperados.

Las actitudes de los residentes son un factor determinante para la planificación y práctica responsable del turismo en un determinado destino. La actitud favorable de la población local tendrá como consecuencia una relación estable y benéfica con los visitantes, lo cual puede contribuir al desarrollo del lugar; por el contrario, una actitud inversa podría llevar al declive del destino.

Por otra parte, dichas problemáticas denotan un desequilibrio, muy lejos de lo que las prácticas sustentables fomentan y que al final ponen en riesgo la perdurabilidad del sitio, la estabilidad social y el ambiente de armonía que pudo haber tenido en algún momento el Centro Histórico de Coyoacán, antes de que comenzara a ser un atractivo para nacionales y extranjeros por su vasta riqueza cultural, histórica y arquitectónica.

En síntesis, se están presentando síntomas de una oferta desmedida de habitaciones por medio de la plataforma de Airbnb, bajo la situación de que Coyoacán es un barrio que parece haberse detenido en el tiempo, en el cual el llamativo patrimonio arquitectónico, gastronómico y cultural genera desplazamientos de visitantes a la zona, principalmente los fines de semana, ya que existe una creciente demanda de museos, eventos culturales, oferta de ocio y gastronómica gourmet y demás sitios de interés.

El lugar de estudio ya presenta algunos síntomas de saturación y problemas sociales que podrían generar actitudes de rechazo por parte de la comunidad local hacia los visitantes de Centro Histórico de Coyoacán, el análisis de las actitudes de la comunidad local es de primordial importancia para poder prevenir actitudes turismofóbicas o de rechazo a los turistas conforme crezca la afluencia de visitantes a la zona.

En definitiva, conocer las actitudes de la comunidad local es imprescindible para el éxito o fracaso de un lugar turístico, es un factor relevante de satisfacción para los turistas, ya que, dependiendo del grado de irritabilidad o afecto hacia los visitantes, la comunidad receptora tratará a los mismos.

Reconocimiento

Se reconoce a y agradece a la beca actual de CONACYT, y del proyecto BEIFI SIP20196191 del Instituto Politécnico Nacional.

FUENTES DE CONSULTA

- Ameigeiras R. (2006). En Vasilachis I. (2006) "Estrategias de investigación Cualitativa". Ed. Gedisa. Barcelona, España. pp. 131.
- Andriotis K., y Vaughan. (2003:172-185) "Urban Residents' Attitudes toward Tourism Development: The Case of Crete". 42.
- Ap, J. (1992) "Resident's perceptions on tourism impacts". *Annals of Tourism Research*, 19(4), pp. 665-690.
- Brida, J. G., Riaño, E., & Zapata Aguirre, S. (2012). "Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres". *Cuadernos De Turismo*, (29), 79-107.
- DATATUR. México (2017) "Llegadas a museos y zonas arqueológicas." Disponible en línea.
- Delgadillo Polanco, V. (2009). "Patrimonio Urbano Y Turismo Cultural En La Ciudad De México: "Las Chinampas De Xochimilco Y El Centro Histórico. Andamios." *Revista de Investigación Social*, 6 (12), 69-94.
- Estrada y Deslauriers (2011) "La entrevista cualitativa como técnica para la investigación cualitativa". *Margen No.61* Disponible en línea. <https://es.slideshare.net/luisacristinarothemayer/lpez-estrada-deslauriers-2011-entrevista-cualitativa> FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES. Tesina. México.

- G. McGehee, Nancy & Andereck, Kathleen. (2004). "Factors Predicting Rural Residents, Support of Tourism". *Journal of Travel Research*. 43. 131-140. 10.1177/0047287504268234.
- Geertz, C. (1995) "La interpretación de las culturas.". Ed. Gedisa. Barcelona
- George C. Homans (1962), "Sentiments and Activities. Essays in Social Science" Nueva York: The Free Press, capítulo 17, pp. 278-293.
- Gómez, Flores & Jiménez (1996: 32) "Metodología de la investigación investigación cualitativa". Aljibe. España.
- Gursoy, Yurowski y Uysal, (2002) "Resident Attitudes" A Structural Modeling Approach *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 1, pp. 79-105, 2002.
- Gutiérrez Taño, Desiderio. (2010:51). "*Las actitudes de los residentes ante el turismo*". Ph.D., Universidad de La Laguna (España).
- Jafari, J., (2001). "The socio-economic costs of tourism to developing countries". *Annals of Tourism Research*, 1(2), 227-234.
- Jafari, Jafar. (1986) "A Systemic View of Sociocultural Dimensions of Tourism". In President's Commission on American Outdoors, Tourism. Washington DC, pp.33-50.
- Key, C. y Pillai, V. J. (2006): "Community Participation and Tourism Attitudes in Belize. Participación Comunitaria y Actitud hacia el Turismo en Belice" *RIAT Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*. Interamerican Journal of Environment and Tourism Vol. 2, No. 2, pp 8-15.
- Kieti, Damiannah (2013) "The Ethical And Local Resident Perspectives Of Slum Tourism In Kenya". *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 1(1): 1-21, 2013 An International Journal of Akdeniz University Tourism Faculty ISSN: 2147-9100.
- Ko, D. W., & Stewart, W. P. (2002). "A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*". 23(5), 521-530.
- Kuvan, Yalçın & Akan, Perran. (2005). "Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: The case of Belek, Antalya." *Tourism Management*. 26. 691-706.
- Latkova, Pavlina & Vogt, Christine. (2012). "Residents' Attitudes Toward Existing and Future Tourism Development in Rural Communities". *Journal of Travel Research*. 51. 50-67. 10.1177/0047287510394193.

- Lin, Chung-Hsien.; Wang, Wei-Ching.; Yeh, Yuan-I E. (2019:2) "Spatial Distributive Differences in Residents' Perceptions of Tourism Impacts in Support for Sustainable Tourism Development—Lu-Kang Destination Case." *Environments* 2019, 6, 8.
- Liu, J., and T. Var (1986). "Resident Attitudes toward Tourism Impacts in Hawaii." *Annals of Tourism Research*, 13: 193-214.
- Long, P. T., R. R. Perdue, and L. Allen (1990). "Rural Resident Tourism Perceptions and Attitudes by Community Level of Tourism." *Journal of Travel Research*, 28 (3): 3-9.
- Madrid Restrepo, Jorge H., Mariluz Aguilar Castro, León D. Vélez Vargas, y Sandra B. Muriel Ruíz. (2017). "Riesgo de pérdida de los sistemas de producción agrícola tradicional por la amenaza turística en Occidente Cercano (Antioquia, Colombia)." *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía* 26 (2): 309-325.
- Marrero, Rodríguez, Rosa (2006) "El discurso del rechazo al turismo en Canarias: Una aproximación Cualitativa." *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, septiembre, año/vol. 4 número 003. España.
- Mayan, Maria J. (2001) "Una introducción a los métodos cualitativos: módulo de entrenamiento para estudiantes y profesionales" . Qual Institute Press.
- Monje, Álvarez, Carlos Arturo. (2011) "Metodología de investigación cualitativa y cuantitativa, Guía didáctica". Universidad Surcolombiana, Facultad de ciencias sociales y humanas. Programa de comunicación social y periodismo. Colombia.
- Monterrubio Cordero, Juan Carlos (2008). "Residents' Perception of Tourism: A Critical Theoretical and Methodological Review". *CIENCIA ergo-sum, Revista Científica Multidisciplinaria de Prospectiva*, 15(1), undefined-undefined. [fecha de Consulta 10 de Septiembre de 2019]. ISSN: 1405-0269. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=104/10415104>
- Monterrubio, Anavel. (2011) "Políticas habitacionales y residencialidad en el Centro Histórico de la Ciudad de México." *Argumentos*, 24 (66), 37-58.
- Nepal, S. K. (2008): "Resident' attitudes to tourism in Central British Columbia, Canada" *Tourism Geographies*. Vol. 10, No. 1, pp. 42-65.

- OMT World Tourism Organization (UNWTO) (2018) "Turismo y desarrollo, sobre turismo responsable" No. 14 (2015).
- OMT World Tourism Organization (UNWTO) (2019) "Global survey on the perception of residents towards city tourism: impact and measures"
- Rich Harrill & Thomas D. Potts (2003) "Tourism Planning in Historic Districts: Attitudes Toward Tourism Development in Charleston". *Journal of the American Planning Association*, 69:3, 233-244, DOI: 10.1080/01944360308978017
- Royo Vela, M., & Ruiz Molina, M. (2009). "Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural". *Cuadernos de Turismo*, (23), 217-236.
- Ruíz, José Ignacio (1996) "Metodología de la investigación" 5ta edición Universidad de Deusto. España.
- Venice Syndrome (2012) Alemania. Formato digital. Duración 82 min. FILMTANK.
- Spradley (1979) El abordaje etnográfico en la investigación social. En Ameigeiras R. En Vasilachis I. (2006) Estrategias de investigación Cualitativa. Ed. Gedisa. Barcelona, España.
- Tarrés, María. (2013). "Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social." México: Flacso.
- Thibaut, J. W., y Kelley, H. H. (1959) "The Social Psychology of Groups", Wiley, New York. Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. BN: 978-92-844-1999-9.
- Vargas-Sánchez, Alfonso & de los Angeles Plaza Mejía, María & Porrás-Bueno, Nuria. (2009). "Desarrollo del turismo y percepción de la comunidad local: factores determinantes de su actitud hacia un mayor desarrollo turístico". *Empresa global y mercados locales*, Vol. 1, 2007-01-01 (Ponencias), ISBN 978-84-7356-500-4.
- Vasilachis de Gialdino, Irene. (2006) "Estrategias de Investigación Cualitativa." Ed. Gedisa. Argentina.
- Zhang, Jiaying & Inbakaran, Robert & Jackson, Mervyn & Jackson, S. (2006). "Understanding Community Attitudes Towards Tourism and Host-Guest Interaction in the Urban-Rural Border Region". *Tourism Geographies - TOUR GEOGR.* 8. 10.1080/14616680600585455