

La valoración ética del *burro-cebra* de Tijuana como recurso turístico y elemento de identidad y patrimonio.

Gino Jafet Quintero Venegas*

Universidad Nacional Autónoma de México (México)

Resumen: El *burro-cebra*, un burro pintado con rayas para simular una cebra africana, ha sido un ícono turístico en Tijuana —ciudad en la frontera norte de México— desde hace más de cien años, y elemento patrimonial desde 2014. Este animal no humano trabaja doce horas diarias de pie y amarrado a una carreta para que los visitantes se fotografíen vestidos con atuendos tradicionales mexicanos. Su denominación como patrimonio ha polarizado a la población local: quienes defienden su presencia y quienes condenan su uso por ser maltrato animal. Así, los objetivos centrales de este artículo son, en primer lugar, revelar cómo una parte de la identidad de Tijuana se ha creado a partir del burro-cebra; e identificar los valores, las posturas éticas y las implicaciones éticas de la mercantilización de un animal no humano como recurso zooturístico para satisfacer las necesidades recreativas de la población.

Palabras Clave: Zooturismo; Animales no humanos; Patrimonio; Zooética; Identidad.

The ethical valuation of Tijuana's zebra-donkey as a tourist resource and element of identity and heritage

Abstract: The zebra-donkey (*zonkey*), a donkey painted with stripes to simulate an African zebra, has been a tourist icon in the northern Mexican border city of Tijuana for a century and a cultural heritage element since 2014. This non-human animal works twelve hours daily, tied to a cart in which visitors sit to be photographed wearing traditional attire. Its presence has polarized the local population as some defend the tradition while others condemn it as an example of animal abuse. Thus, the central aims of this article are, in the first place, to reveal how part of Tijuana's identity was created from the zebra-donkey; then, to identify the values, the ethical postures and the ethical implications of the commodification of a non-human animal as a tourist resource to satisfy the recreational needs of the population.

Keywords: Animal tourism; Non-human animals; Heritage; Animal ethics; Identity.

1. Introducción

Los Estudios Críticos Animales han están ganando terreno dentro de la investigación académica y no son una excepción en el ámbito de los estudios sobre turismo. Este campo ha centrado su atención en temas relativos a las implicaciones éticas de los encuentros entre turistas y animales no humanos, desde su consumo gastronómico hasta su uso para el entretenimiento (Fennell, 2012; Carr y Young, 2018; Kline, 2018). Sin embargo, aún falta profundizar en el papel que juegan los animales no humanos como trabajadores en la actividad turística y crear conciencia sobre su presencia en los sitios de destino.

El *burro-cebra* ha sido un ícono turístico en la ciudad fronteriza de Tijuana por más de cien años (Stolk, 2004). Su nombre se debe a que se le han pintado franjas negras para simular a una cebra que tira de una carreta para que los visitantes, nacionales y extranjeros, se fotografíen ataviados con un jorongo multicolor y un sombrero tradicional. Es un animal no humano de trabajo con jornadas diarias de más de doce horas, considerados como un símbolo de la identidad urbana tijuanaense, catalogado como elemento patrimonial cultural inmaterial (Caballero, 2014) y que se oferta como un recurso zooturístico urbano.

* Universidad Nacional Autónoma de México (México); E-mail: jafquven@gmail.com

Su estampa deriva en una representación cultural del espacio urbano porque se ha mercantilizado y banalizado hasta perder la autenticidad, no sólo porque en México no hay cebras en contextos naturales sino porque se ha fabricado como una recreación ficticia, sucedánea, fuera de su tiempo, de su ambiente y de su significado (Cohen, 2005). No obstante, hoy el *burro-cebra* es un ejemplo de recurso zooturístico que se oferta como un servicio asociado con logotipos de promoción de la ciudad y de su identidad urbana (Reyes, 2017). Sin embargo, cosificar a un ser sintiente y volverlo un objeto consumible es antiético porque los animales no humanos padecen al estar inmovilizados y tener que soportar jornadas largas de trabajo bajo el rayo del sol.

La existencia del *burro-cebra* genera controversia porque hay preocupaciones sobre su bienestar; porque se atenta contra los postulados básicos de los derechos animales; y porque se legitiman ciertos valores antropocéntricos a partir de su uso recreativo (Fennell, 2012; Horta, 2017). En 2017, abogados a favor de los derechos de los animales se ampararon para que el *burro-cebra* dejara de ser patrimonio cultural bajo el argumento de maltrato hacia estos no humanos (Uniradio Informa, 2017). Además, cuando se le consume, los turistas reafirman su posición de superioridad frente a los otros animales porque ejercen su falso “derecho” a la felicidad efímera e individual que les brida una experiencia recreativa, sin importar lo que ello signifique en términos bioéticos (Skolimowski, 2017).

El propósito de este trabajo es explorar el contexto histórico en que se ha construido parte de la identidad urbana tijuanaense a partir de transformar a un ser sintiente en imagen, que se complementa con otros elementos identitarios como la presencia de los migrantes, la literatura, la música, la integración internacional, entre otros. Sin embargo, Además, desde una base teórica posthumanista, pretende debatir sobre la validez ética de incorporar a un animal no humano como parte del patrimonio cultural y cuestionar la pertinencia de las prácticas turísticas del norte de México a partir de estas preguntas: ¿es éticamente correcto que, con tal de que una localidad se vea beneficiada de la actividad turística, se generen acciones que atentan contra el bienestar de un ser sintiente? ¿Hasta qué punto es válido que se cosifique un ser vivo para convertirse en un recurso turístico y un elemento patrimonial?

El artículo se ha dividido en cinco puntos para entender el fenómeno espacial del *burro-cebra*. El primero aborda los aspectos de las técnicas cualitativas como solución metodológica en una investigación que debate sobre la valoración ética de un recurso turístico. En el segundo, se hace una semblanza histórica del desarrollo del turismo en Tijuana y de la adopción del *burro-cebra* como elemento recreativo patrimonial. Después se contrastan las dos visiones filosóficas que legitiman las prácticas turísticas contemporáneas: el humanismo y el posthumanismo, y se abordan los diferentes postulados éticos que avalan o reprueban el uso de los animales no humanos en el turismo. Finalmente, el quinto subtema devela la situación de explotación y de maltrato que padece el *burro-cebra*; así como la idea de por qué la presencia como elemento de patrimonio del *burro-cebra* es antiético.

2. Aspectos metodológicos

Para lograr el objetivo central de este artículo, se usó la base metodológica de la “tercera ola” de la Geografía de los Animales (Urbanik, 2012) soportada en un posicionamiento filosófico posthumanista y que propone utilizar la triangulación de diferentes técnicas cualitativas (Decrop, 1999; Buller, 2015). En primer lugar, se hizo una búsqueda documental y una revisión bibliográfica, hemerográfica y virtual exhaustiva de los documentos escritos sobre zooética y los animales de trabajo; sobre el desarrollo espacio-temporal del turismo en Tijuana; sobre la consolidación de la imagen del burro cebra como recurso turístico; y sobre la literatura académica en torno al patrimonio cultural. Y después se analizó el discurso virtual de los visitantes en Tijuana a partir de etnografías virtualizadas y *netnografías* (Xiao y Zhao, 2009).

Como uno de los retos principales del presente trabajo fue el de discernir sobre los planteamientos éticos centrales del discurso relativo al uso de animales de trabajo en contextos turísticos, se recurrió a la hermenéutica como método cualitativo de investigación. Esta técnica consiste en interpretar textos a partir de la fenomenología que, como sostiene Ángel (2011:19), “el investigador explicita las perspectivas filosóficas de su aproximación, orientadas a percibir la manera como la gente [y los textos] interpreta[n] un fenómeno”.

Como los textos que analizan las relaciones espaciales entre animales humanos y no humanos en contextos turísticos y desde el posthumanismo se han publicado, básicamente en inglés y desde diferentes bases teóricas y disciplinares; su interpretación se hizo a partir de la hermenéutica diatópica por ser “un procedimiento de traducción entre saberes pertenecientes a sistemas culturales diversos, así como

un modelo para el diálogo intercultural” (Vergalito 2009:20). Con la interpretación de textos por medio de la hermenéutica diatópica se logró una consistencia hermenéutica que, según Flores, Vázquez y Sánchez (2014), tiene que ver con lograr una explicación coherente.

Para el análisis del discurso virtual se usó la *netnografía*, cuyo uso se ha preferido al de las entrevistas, encuestas y cualquier otra técnica de proximidad directa con los informantes, a través de los comentarios vertidos por lectores de fuentes hemerográficas en línea. De acuerdo con Mkono (2011), la ventaja de obtener testimonios vertidos en foros en línea radica en que es más probable obtener respuestas honestas y sinceras en el entorno virtual, porque los participantes se unen a la blogosfera por su propia voluntad y porque pueden asumir identidades seudónimas o anónimas.

La interpretación de las imágenes publicadas en las redes sociales permite conocer el significado que los visitantes le otorgan al espacio turístico. Las imágenes se recopilaron en Instagram, Facebook y Twitter, plataformas virtuales de comunicación donde los usuarios comparten sus actualizaciones y estados a través de fotografías y que merecen atención de la comunidad académica porque son una herramienta que ayuda a entender cómo se consume el espacio turístico, cuáles son las demandas de los visitantes y qué es lo que se considera atractivo o digno de mantener en una imagen (Highfield y Leaver, 2015). Este hecho se complementa con la idea de Urry y Larsen (2011), sobre que cada viajero experimenta sensaciones distintas en función de su propia construcción cultural.

3. Semblanza histórica del desarrollo del turismo en Tijuana y la adopción del burro-cebra como recreación y patrimonio urbano

Tijuana, con 2.1 millones de habitantes, es la quinta ciudad más poblada de México y la mayor urbe de Baja California (INEGI, 2018). Como ciudad global, forma parte de la aglomeración transfronteriza internacional San Diego-Tijuana y su crecimiento se debe al asentamiento de la industria maquiladora en el decenio de los setenta (Walker, 2011). Además, su situación fronteriza y de poca articulación geográfica hacia el centro del país ha hecho que la organización de su actividad turística dependa, casi en su totalidad, de los visitantes estadounidenses (Carmona y Correa, 2008) (Figura 1).

Figura 1: Localización de Tijuana en el noroeste mexicano.



Fuente: Elaboración propia

La historia del *burro-cebra* se remonta a finales del siglo XIX, cuando la imagen que se tenía de México era similar a aquella del salvaje oeste estadounidense. Cuando se cruzaba la frontera desde California hacia México, al viajero se le ofrecía una fotografía que capturara su experiencia turística de

forma estereotipada: montado en un burro y vistiendo el atuendo tradicional mexicano. Sin embargo, como las imágenes de ese momento no eran tan nítidas, el burro se perdía entre las tonalidades del blanco y negro (Cháidez, 2012) (Figura 2).

Figura 2: El burro de Tijuana en blanco y negro.



Fuente: El Debate, 2017. [Imagen]. Recuperado de <https://www.debate.com.mx/mexico/Asi-nacio-el-burro-cebra-emblematico-simbolo-de-Tijuana-20170621-0298.html>

En el siglo XX, Tijuana se consolidó como el núcleo urbano central en el sistema turístico Tijuana-San Diego. La ciudad empezó a recibir grandes contingentes de visitantes porque con la declaración de la Ley Seca en California, en 1915, y la de Texas, en 1918, varios negocios vinculados con la venta de alcohol se desplazaron hacia la frontera norte de México (Carmona, 2003). Como respuesta, las autoridades estadounidenses decidieron limitar los flujos de personas y acotar los tiempos de cruces fronterizos a antes de las seis de la tarde para “no poner en riesgo [ni] la moral [ni] la condición social de la población de San Diego” (Carmona, 2003:47). Esta acción impactó negativamente en la derrama económica local aunque favoreció al sector hotelero por la necesidad de los estadounidenses de pernoctar en el territorio mexicano (Bringas, 1991; Ceballos, op. cit.).

Para que Tijuana fuera un espacio más atractivo hacia los extranjeros, se diversificó la oferta recreativa y se construyeron nuevos recursos a partir de juegos de azar y de espectáculos basados en el uso de animales no humanos (Carmona, 2003). El enclave de Agua Caliente, un casino ubicado a 3 km del centro de la ciudad que albergó al galgódromo y al hipódromo, se edificó en 1927 y su construcción generó nuevas fuentes de empleo para los locales y para los migrantes nacionales (Cháidez, 2012). Con la llegada masiva de turistas estadounidenses a Tijuana, y su búsqueda por un souvenir de la ciudad, se empezó a consolidar el burro-cebra como un elemento de identidad urbana:

“...Sólo había un hombre que se diferenciaba de los demás por lo particular de su trabajo. Se trataba de Manuel ‘El Muletero’ [quien.] [a] ver la llegada de camiones llenos de turistas y lujosos automóviles que pasaban bajo la estructura de la Antigua Torre [de] Agua Caliente para llegar al complejo, [...] supo que ahí se encontraba una mina de oro. [...] [Estaba] prohibido tomar gráficas en el interior del casino y, por consecuencia, eso obligaba al turista a pedirle a Manolo un recuerdo del Casino. Sentados a la salida del hotel o el almacén de novedades, los visitantes posaban muy orondos con el sombrero mexicano, mientras Manolo —con una cotorra en el hombro— realizaba su trabajo gráfico. Eran tiempos aquellos donde un burro era cubierto con una cobija de colores y adornos festivos, donde se sentaba una bailarina, y se realizaba un espectáculo llamado ‘Fiesta mexicana’...” (Cháidez, 2012:s/p)

En 1938 se prohibieron los juegos de azar en territorio mexicano (Andrade, Moreno y Quiñones, 2015). Cuando el casino de Agua Caliente cerró definitivamente, el hábito de tomarse una foto encima de los

burros ya estaba tan arraigado que las personas dedicadas a ello se habían multiplicado. Incluso, las carretas de los burreros se habían trasladado a la Avenida Revolución –la primera vialidad pavimentada de la ciudad– porque estaba en proceso de convertirse en la médula espinal de la movilidad turística de los visitantes que cruzarían a diario la línea fronteriza desde San Diego, California (Carmona, op. cit.).

De acuerdo con Morales (2016) y con Vincent (2018), la foto más antigua del *burro-cebra* data de 1939 cuando el animal no humano ya estaba ubicado sobre la Avenida Revolución. Cháidez (op. cit), explica que la idea de pintar rayas a los burros con tinte para el pelo resultó de la experiencia de un burrero quien visitó el zoológico de San Diego, observó a las cebras africanas y concluyó que las rayas ayudarían a identificar el contraste en las fotografías en blanco y negro (Figura 3).

Figura 3: Un niño posando con el burro-cebra de Tijuana en 1949



Fuente: Culture Trip, 2018. Recuperado de https://img.theculturetrip.com/1024x/smart/wp-content/uploads/2018/03/98879613_3dacb1691f_o.jpg

Durante la Segunda Guerra Mundial, la llegada de soldados y marinos estadounidenses al puerto militar de San Diego y a la franja fronteriza aumentó la demanda de espacios recreativos en Tijuana (Carmona, op. cit). Para atraer a más turistas, la decoración del burro se cambió por alusiones a los imaginarios que se tenían de México como nopaleras y paisajes desérticos (Observatorio Turístico de Baja California, 2015). Para 1945, la popularidad de los *burros-cebras* era tal que sobre la Avenida Revolución había hasta veinticinco de estos no humanos. Además, se formó un sindicato de *burreros* para evitar que otras personas se dedicaran a la actividad y que sólo los miembros adscritos pudieran trabajar como fotógrafos oficiales (Vincent, 2018).

Para 1950, Tijuana empezó a adquirir importancia como destino turístico nacional porque construyeron las carreteras que la vincularon con otras ciudades del interior del país, y porque se abrieron las rutas aéreas comerciales México-Tijuana y Acapulco-Tijuana (Carmona, 2003). Al *burro-cebra* se le agregaron elementos culturales híbridos como sillas de montar y sombreros de palma con leyendas como “Just Married”, “Amigo”, “Tijuana” o “The Boss” (Vincent, 2018). Las nuevas decoraciones pretendían hacerlo más atractivo para los turistas y reproducir un folclorismo *kitsch* idealizado (Palaversich, 2002).

En 1964, Estados Unidos pone fin al programa “Braceros” que había otorgaba concesiones laborales agrarias a mexicanos desde la Segunda Guerra Mundial. Con el retorno de los migrantes, la población de Tijuana creció y un porcentaje significativo se empleó como mano de obra en maquiladoras de origen extranjero (Carrillo y Hualde, 2000). Sin embargo, aquéllos que no lograron colocarse en un trabajo formal empezaron a auto emplearse sobre la Avenida Revolución a partir del comercio informal (como vendedores de artesanías, productos chinos...) o, incluso, como *burreros* apócrifos (Íbid).

La situación de irregularidad de varios *burreros* se mantuvo hasta el último decenio del siglo pasado por todas las facilidades de ingreso que recibieron los compatriotas mexicanos con la implementación del programa “Paisano” –la contraparte del programa “Braceros”– y por la intensa promoción para transformar a Tijuana en un espacio de turismo internacional (Ruiz, Martínez y Verján, 2015). Al mismo tiempo, el Programa Nacional de Turismo propuso ampliar la oferta de actividades e impulsar el turismo carretero y el cinegético. Se mejoró la imagen de las ciudades fronterizas para incrementar la estancia y el gasto de los visitantes y, con ello, exhibir *burros-cebra* famélicos o en mal estado no tuvo cabida (Carmona, 2003).

Tijuana, al ser un lugar de tránsito binacional, posee una dinámica turística distinta con respecto a otras ciudades mexicanas. En términos generales, el turista extranjero busca en la ciudad actividades que no se relacionan directamente con el medio natural, sino con el alcohol, las drogas, el juego, los servicios médicos y la prostitución (Bringas, op. cit.). Este contexto espacial tan peculiar actual volvió al *burro-cebra* un complemento de la oferta turística al que, además, se le ha considerado como patrimonio en los últimos años.

En 2013 se propuso que el *burro-cebra* fuera considerado Patrimonio Cultural de la Ciudad por su importancia en la construcción histórica de la identidad de Tijuana (Notimex, 2014). El 8 de agosto de 2014 se le designa como Patrimonio Cultural del Estado de Baja California (Observatorio Turístico de Baja California, 2015) de forma muy controvertida. Por un lado, estaban quienes aprobaron la decisión con base en su valor cultural, y otros que rechazaron el nombramiento a partir de cuestiones éticas hacia los animales no humanos. Tras varias pugnas entre ambos bandos, en 2017 abogados a favor de los derechos de los animales consiguieron un amparo para que el *burro-cebra* dejara de ser patrimonio y, actualmente, se está buscando que vuelva a ser considerado como tal (Newsweek México, 2017).

4. Posturas éticas sobre el uso de los animales no humanos en el turismo

A partir de los años 80 el turismo empezó a ser visto como un motor de crecimiento económico y el número de llegadas de turistas internacionales aumentó de forma significativa. Varios países liberalizaron el transporte aéreo, se crearon nuevas rutas aéreas a escala global, se internacionalizaron varias empresas hoteleras y se desarrollaron nuevos productos turísticos como los litorales tropicales latinoamericanos y las ciudades del sureste asiático (Walton, 1997). El resultado de este impulso resultó en la necesidad de crear un código ético que le permitiera saber a los locales y a los extranjeros cuáles eran las prácticas turísticas permitidas (Fennell y Malloy, 2007).

La redacción de un Código Ético Mundial para el Turismo tuvo como objetivo establecer un marco de referencia para el desarrollo responsable y sustentable del turismo mundial con miras a reflejar las ideas de la sociedad humana de inicios del siglo XXI (OMT, 1999). Fue aceptado por más de setenta países miembros de la Organización Mundial del Turismo convencidos de que la actividad podría hacer una contribución significativa a la vida de las personas y nuestro planeta (Íbid). Sin embargo, el documento no considera a los no humanos como agentes morales e, incluso, invisibiliza sus intereses, sus individualidades y justifica su uso a partir de la tradición y la cultura.

Como el documento constituye un estándar de actuación aceptable en las conductas turísticas y busca mantener niveles de profesionalidad de los diferentes agentes, se centra sólo en fomentar ventajas y oportunidades como la reducción de los impactos medioambientales, patrimoniales y sociales (Upchurch, 2000; OMT, 1999). De hecho, la ética que propone la OMT es antropocéntrica e instrumental, dirigida a gobiernos, a empresas, a comunidades y a turistas por igual. Su finalidad es generar beneficio económico y, por lo tanto, la visión hacia los animales no humanos es sin condenar su uso como recursos o como elementos patrimoniales:

“Las actividades turísticas se organizarán en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y países receptores, y con respeto a sus leyes y costumbres” (OMT, 1999).

“...la destrucción intencionada de instalaciones turísticas o de elementos del patrimonio cultural o natural, de conformidad con la legislación nacional respectiva deben condenarse y reprimirse con severidad” (OMT, 1999).

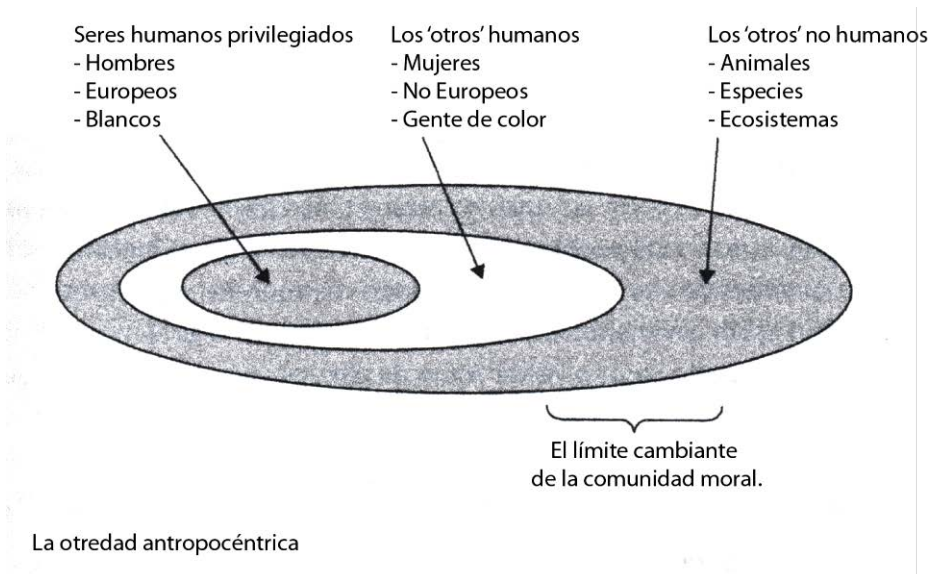
El Artículo 2 del Código en los puntos 2 y 3 habla de los valores que se deben potenciar en el turismo, de la necesidad de respetar los derechos humanos y de los grupos vulnerables, y de sancionar a quienes incurran en prácticas de explotación. Sin embargo, todas las reglas que se proponen están enmarcadas dentro de un paradigma antropocéntrico:

“Las actividades turísticas respetarán la igualdad de hombres y mujeres. Asimismo, se encaminarán a promover los derechos humanos y, en particular, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables, especialmente los niños, las personas mayores y minusválidas, las minorías étnicas y los pueblos autóctonos.” (OMT, 1999).

“La explotación de seres humanos, en cualquiera de sus formas, especialmente la sexual, y en particular cuando afecta a los niños, vulnera los objetivos fundamentales del turismo y constituye una negación de su esencia. Por lo tanto, conforme al derecho internacional, debe combatirse sin reservas con la cooperación de todos los Estados interesados, y sancionarse con rigor en las legislaciones nacionales de los países visitados y de los países de los autores de esos actos, incluso cuando se hayan cometido en el extranjero.” (OMT, 1999).

Para reducir la explotación hacia los animales no humanos en el turismo, ¿no sería pertinente ampliar el espectro moral del documento hacia los no humanos y empezar a verles como seres sintientes con intereses propios? De acuerdo con Fennell (2012), las prácticas turísticas donde se les utiliza se han aceptado socialmente porque ellos son la periferia de la consideración moral y se les percibe como los agentes más alejados del *homo sapiens* en la otredad antropocéntrica (Figura 4). Si se admitiera que los animales no humanos son el grupo más vulnerable en el planeta, bastaría una breve modificación en el Artículo 2 a: “Las actividades turísticas [...] se encaminarán a promover los [...] derechos específicos de los grupos de población más vulnerables”, para que se condenaran y prohibieran todas aquellas prácticas que atentan contra su bienestar y sus intereses primarios.

Figura 4: La “otredad” antropocéntrica



Fuente: Fennell, 2012:65. Traducción propia.

El debate ético sobre ampliar a los no humanos nuestras consideraciones morales es mucho más antiguo que el posthumanismo. Pitágoras ya había condenado hace veinticinco siglos el sufrimiento que causamos a los otros animales a partir de la dieta y lo asocia con la intranquilidad que estos actos de violencia pueden causarle a los hombres (sic.):

“No mojes nunca tu pan ni en la sangre ni en las lágrimas de tus hermanos. Una dieta vegetariana nos proporciona energía pacífica y amorosa y no sólo a nuestro cuerpo sino sobre todo a nuestro espíritu. Mientras los hombres sigan masacrando y devorando a sus hermanos los animales, reinará en la tierra la guerra y el sufrimiento y se matarán unos a otros, pues aquel que siembra el dolor y la muerte no podrá cosechar ni la alegría ni la paz ni el amor” (Álvarez, 2012:46).

Actualmente, muchas prácticas turísticas en que se perpetra maltrato animal, consciente o no, se justifican desde el bienestarismo (Quintero y López, 2018). Esta postura ética afirma que es moralmente aceptable que los humanos posean y usen animales no humanos siempre que se evite o disminuya su sufrimiento innecesario (Mendl y Paul, 2004). Al bienestarismo se le han opuesto posturas que igualan moralmente a los animales no humanos con los humanos a partir de los intereses colectivos por no sufrir y conservar la vida. Estos planteamientos han sido poco aceptados porque atentan contra el antropocentrismo y porque cuestionan la posición de superioridad del ser humano en el planeta (Urbanik, 2012).

Uno de estos planteamientos, el ecocentrismo, argumenta que las acciones y los pensamientos racionales del individuo [humano] deben centrarse en el medio ambiente por sobre todas las cosas, tanto en su cuidado y su conservación (Lynn, 1998; Fennell y Nowaczek, 2010). El valor del ecocentrismo se justifica en la negación de la división entre los humanos y la naturaleza no humana y se fundamenta en la creencia de que, comparada con la indudable importancia de la parte humana, la ecósfera completa es aún más significativa y consecuencial: más inclusiva, más compleja, más integrada, más creativa, más hermosa, más misteriosa y más vieja que el tiempo (Lynn, 1998). En otro sentido, la teoría de los derechos de los animales de Regan (1987) propone que cada ser, tanto humano como no humano, tiene un valor y un fin por sí mismo (valor intrínseco) que debe considerarse desde la responsabilidad y la compasión. Se basa en el respeto y la justicia igualitaria; plantea que no hay jerarquías morales entre individuos y especies, y rechaza la mayoría de las actividades recreativas y turísticas que utilizan animales.

Cada vez son más frecuentes las atracciones turísticas en las que se utilizan animales para satisfacer los deseos de los viajeros y proveerles de felicidad y bienestar durante su estancia. Por ello, Fennell (2012) plantea la importancia de evaluar la validez de las experiencias del viaje cuando existen conflictos de intereses entre los humanos y los no humanos. A partir de la pregunta: ¿qué tan válido es obtener una experiencia memorable a costa de la felicidad o el bienestar de los animales?, propone que una práctica turística sólo sea permitida si cumple con los principios del utilitarismo, postura que sostiene que las acciones humanas son moralmente buenas si maximizan la felicidad y el bienestar y evitan el dolor o sufrimiento para la mayoría de los individuos afectados por esas acciones. Singer (1975), cuestiona los vínculos de dominio que se han dado entre humanos y no humanos para satisfacer el bienestar y la felicidad de nuestra especie, bajo el argumento de que los animales también son seres con la capacidad de sentir dolor y placer y que tienen el interés de preservar su vida antes de ser tratados como recursos:

“Los animales que los humanos se comen, utilizan en la ciencia, cazan, atrapan y explotan en diferentes formas tienen una vida propia que les importa fuera de la utilidad que nosotros les damos. Además, no sólo viven en el mundo, están conscientes de él. Lo que les sucede es de importancia para ellos. Cada uno posee una vida cuyo mejor o peor desarrollo le compete al que la vive” (Regan, 1987). Traducción propia.

En cualquier actividad turística se generan relaciones de poder que trascienden la estructura social binaria unidireccional de dominadores (turistas) y dominados (población local) (Cheong y Miller, 2000). El ejercicio del poder multidireccional se normaliza a partir del conocimiento que se tiene del lugar, de las experiencias que demandan los viajeros y de la regulación del discurso sobre qué es aceptable y que no en el espacio receptor (Bramwell y Meyer, 2007). En esta dinámica, los animales no humanos se vuelven los mayores receptores de las relaciones de poder, son quienes resultan más explotados, y dejan de ser sujetos porque son convertidos en objetos mercantilizados o en entes invisibilizados (Markwell, 2015).

Si los animales no humanos son percibidos como recursos disponibles para la creación de experiencias turísticas, es muy factible que se lleven a cabo prácticas poco éticas legitimadas a partir de la dominación, la violencia y el desdén hacia la otredad. Los postulados ecofeministas afirman que la valoración de las mujeres o lo femenino como inferior ante los hombres o lo masculino, exterioriza y cuestiona dichas relaciones de poder. Su teoría se relaciona con la apreciación de que el

ser humano tiene una posición superior ante la naturaleza y que, por lo tanto, está a su disposición (Adams, y Gruen, 2014). Además, sostiene que el sistema de relaciones de poder se constituyó, se ha constituido y se mantiene por medio de la subordinación de las mujeres, de la colonización de los pueblos “extranjeros” y de sus tierras, de la naturaleza y de los animales (Christ, 2006; Adams y Gruen, op cit.).

Los estudios en ecofeminismo se han centrado en los vínculos que hay entre la opresión de las mujeres y la de los animales no humanos, y señalan que la misma lógica de dominación es responsable de ambas opresiones. La afirmación central del ecofeminismo es que no se puede liberar a la naturaleza –y a los otros animales– sin tomar en serio la opresión de las mujeres y viceversa (Adams y Gruen, 2014). Esta postura ética deconstruye paradigmas especistas porque la subordinación de las mujeres a los hombres, y la dominación de la naturaleza son dos caras de una misma moneda que responden a una lógica común: la opresión del capitalismo patriarcal y la supeditación de la vida a la prioridad de la obtención de beneficios (Christ, 2006).

5. El turismo y los animales no humanos: visiones humanista y posthumanista

Los animales no humanos son y han sido utilizados como fuerza de trabajo de manera sistemática, y su uso se ha naturalizado sin cuestionar la pertinencia de las actividades en que están presentes. Cuando a los animales no humanos se les *cosifica* eso implica despojarles de sus derechos básicos, condicionarles sus comportamientos, privarles de su libertad y apreciarles solo a partir de su valor extrínseco, es decir, ponderarles por los beneficios que generan (Lynn, op. cit.; Taylor y Signal, 2009). Así, se les han atribuido arbitrariamente etiquetas teleológicas que han jugado un papel clave en la dinámica económica actual y en la construcción de ambientes turísticos (Markwell, 2015); es decir, se les han otorgado ciertos fines para satisfacer necesidades humanas.

Urbanik (2012) establece tres categorías que develan estas etiquetas: animales para la educación –aquellos que están en laboratorios y zoológicos–; animales de servicio, –aquéllos usados como medio de transporte, como bestias (sic.) de carga o como los perros policías y perros guías–; y los animales para la recreación, –aquéllos utilizados para las filmaciones, para los circos, para las peleas o como atractivos turísticos–. Los trabajos donde se manejan animales no humanos a menudo resultan agotadores, les pueden causar dolor físico y daños considerables porque se les obliga a realizar trabajos físicos y les pueden producir estrés e infelicidad debido a la monotonía de las actividades, el miedo y la angustia por el castigo o las tareas a las que se enfrentan (Hribal, 2003).

La idea generalizada de que nuestras obligaciones morales tienen como objeto únicamente a otros seres humanos soporta la visión economicista que, históricamente, hemos desarrollado hacia las otras especies. Además, la falsa jerarquía ética repercute en su bienestar individual y colectivo. Por ello, desde mediados de los años setenta del siglo pasado, la academia ha tratado de deconstruir y de rechazar la posición discriminatoria hacia quienes no pertenecen a la especie humana (Horta, 2017), ideología bautizada como especismo por Richard Ryder en 1970 (Singer, 2009).

El pensamiento filosófico occidental nacido de las ideas de Aristóteles y de Descartes ha transmitido dos falacias responsables del maltrato hacia los animales no humanos a causa del especismo: la primera, que los animales no humanos son seres inferiores que están a merced y disposición de los animales humanos, y la segunda, que son entes autómatas y seres no sintientes reemplazables (Cottingham, 1978). Además, el paradigma humanista que deriva de la Modernidad sostiene que los animales humanos somos superiores a cualquier elemento natural y que nuestra finalidad ontológica es satisfacer nuestras necesidades antrópicas (Lynn, 1998). Así, cualquier tipo de práctica en que los animales no humanos son usados como simples medios de producción ha quedado normalizada bajo la idea de que ellos nos son útiles para el desarrollo (Weitzenfeld y Joy, 2014).

El posthumanismo, paradigma filosófico surgido a finales del siglo XX (Harari, 2016), plantea un pluralismo ético más inclusivo que trascienda a otras especies diferentes a la del *homo sapiens*, a partir de reevaluar el significado de ser humano como los únicos entes que tienen la habilidad de razonar (Wolfe, 2010; Urbanik y Johnston, 2017). El posthumanismo busca transformar la valoración ética de las experiencias turísticas y recreativas porque deconstruye las relaciones antropocéntricas entre los humanos y los no humanos y propone evolucionar de la ontología animal hacia los derechos de los animales. Además, cuestiona y critica a las actividades en que los animales son percibidos como seres que tienen sólo valor de cambio e incita a que desaparezcan (Wolfe, 2010; Urbanik, 2012).

A pesar de que este nuevo paradigma cada vez tiene mayor presencia en las investigaciones en ciencias sociales y humanidades, aún prevalece el especismo como praxis aceptada en los textos sobre estudios turísticos. Gracias a que el paradigma Moderno y el humanismo han estado afianzados en el imaginario colectivo más de cuatro siglos, todavía hay rechazo hacia los argumentos posthumanistas. Eso conlleva a que, generalmente, las formas de explotación de los humanos hacia los no humanos sean incuestionables por asociarse con prácticas culturales (incluso cuando éstas se respaldan a partir del maltrato o la muerte de un animal), a menos que dicha explotación conlleve un maltrato muy visible o una muerte catalogada como muy cruel (Behrens, 2009).

Este artículo también se basa en la clasificación de Markwell (2015) sobre el uso que se les ha dado a los animales no humanos en la dinámica turística. Él establece seis categorías que permiten percibir a los no humanos como la otredad salvaje y no culturizada en los espacios de destino: animales como medio de transporte; como atracciones turísticas –observación e interacción con los animales, espectáculos y eventos basados en animales, y turismo sexual animal–; animales como productos –gastronómicos, atuendos, suvenires–; como amenazas –depredadores, causantes de enfermedades o molestias–; como compañía –espacios turísticos *pet friendly*–; y como encuentros compartidos; es decir, la difusión que se les da a las experiencias con los animales a través de los medios de comunicación social (Figura 5). Estas representaciones textuales, visuales o vivenciales de los animales no humanos como recursos turísticos no sólo alimenta el deseo de ver o volver a verles en ciertos espacios, sino que también influye poderosamente en las construcciones y en la comprensión hacia ellos (Fennell y Nowaczek, 2010).

Figura 5: Experiencias turísticas con animales no humanos en el sitio de destino



Fuente: Markwell, 2015. Traducción propia

Con base en la clasificación de Markwell, se puede concluir que el *burro-cebra* tiene una finalidad dual: es un animal de trabajo y, al mismo tiempo, es una atracción turística. Los locales aprecian a los burros como parte de su propia identidad y de su patrimonio cultural. Además, su presencia física en el espacio, las representaciones artísticas visuales urbanas y la promoción gubernamental ha hecho que los visitantes los integren en su imaginario turístico de Tijuana y quieran vivir la experiencia de estar en contacto con el *burro-cebra* y llevarse la tradicional fotografía como un suvenir del viaje (Figuras 6 y 7) (COTUCO, 2012).

Figuras 6: Imagen urbana del burro-cebra en Tijuana.



Fuente: Lapiztola, 2010. [Imagen]. Recuperado de http://3.bp.blogspot.com/_EjS5wa2CKyI/TPIRlFrvjaI/AAAAAAAAAao/cdtSJxQWgd0/s320/DSCN1370.jpg

Figura 7: Turistas y el burro-cebra en 2018



Fuente: CharlyPi, 2018. [Imagen]. Recuperado de <https://pbs.twimg.com/media/DoSyX7cU0AAJcoC.jpg>

6. La situación de explotación y maltrato animal en el uso turístico del burro-cebra. ¿Un elemento ético del patrimonio?

Las actividades económicas en donde los animales no humanos son vistos como el sustento económico de las poblaciones locales generan *esquizofrenia moral* en algunos humanos (Francione y Garner, 2010; Blanco, 2013). A ciertos animales se les ha considerado como objetos aunque al mismo tiempo se sea consciente de que en realidad no lo son porque sienten y tienen intereses. Cuando se visibiliza la

explotación hacia los no humanos, se lamenta y se critican los efectos terribles que conlleva la cosificación de los animales para satisfacer nuestros fines, como el “maltrato” animal.

Desde una postura abolicionista, el concepto de “maltrato” es erróneo porque existe sólo en oposición al “buen trato”. En un contexto antropocéntrico, el maltrato no se utiliza para referirse a violencias como el asesinato, la esclavitud o la violación sexual, sino sólo en ciertas conductas dadas dentro de una relación que ha sido consentida libremente por ambas partes. Así, esta noción conceptual cuestiona la franqueza con la que se efectúa determinada relación, y no la relación misma (Rebollo, Polderman y Moya, 2010).

Además, la sociedad humana ha asumido que usar y esclavizar animales no humanos para satisfacer nuestras necesidades –primarias y suntuarias– es una acción aceptable, y sólo se considera maltrato cuando se les daña más allá de lo que se considere necesario (Arluke, 2002). La noción de maltrato no condena al antropocentrismo ni a las relaciones jerárquicas de poder presentes en el uso de los animales, y sólo cuestiona a las condiciones en que son usados los no humanos. La crianza, la comercialización y el consumo de animales se asumen como un acto positivo y sólo se reprueban dichas acciones cuando hay sufrimiento excesivo: estar hacinados en espacios demasiado pequeños, estar de pie y a la intemperie, o son obligados a cumplir jornadas laborales de más de catorce horas, por ejemplo.

Visibilizar y condenar el maltrato animal en las prácticas turísticas ha hecho que los explotadores encuentren alternativas para disminuirlo, sin eliminarlo, a partir de prácticas bienestaristas. En el caso en particular del burro-cebra, las manifestaciones organizadas por grupos en defensa de los animales han logrado que se promulguen normas que dicten la forma “correcta” de explotarles, y que se les permita descansar y no estar todo el tiempo de pie. Sin embargo, estas medidas no resuelven el problema de raíz porque se les sigue utilizando como un recurso vivo (Horta, 2017).

Al ampliar el espectro moral hacia los no humanos como lo sugiere Fennell (2012) se asume que es éticamente incorrecto utilizarles sin su consentimiento y, entonces, una práctica como la del burro-cebra no sólo representa maltrato sino que debiera ser erradicada. El argumento central es que los demás animales no pueden dar consentimiento a que los usemos porque éste implica: 1. Igualdad entre las partes, ya que una no puede estar en disposición de aprovecharse de la otra. 2. Voluntad libre para decidir, es decir, no ser coaccionado ni forzado. 3. Comprensión consciente de lo que implica la situación y conocer plenamente lo que se está haciendo y todo lo que implica (Tovar, 2015). Como ninguno de esos requisitos puede darse entre humanos y no-humanos, cualquier uso que hagamos de ellos ya es un abuso. Ellos no han dado su consentimiento para ser utilizados, no han decidido por sí mismos y han sido sometidos por la fuerza.

El uso de los burros en Tijuana implica explotación porque se realiza sin su consentimiento, directamente contra su voluntad y, a menudo, se atenta contra sus intereses básicos de continuar existiendo y de evitar el daño y el sufrimiento. La Declaración de la Conciencia de Cambridge, firmada en 2012, concluye que los animales no humanos son seres sintientes porque tienen conciencia de sí mismos y de lo que les sucede (Horta, 2017). Son sujetos que tienen voluntad, intenciones, deseos e intereses propios y experimentan su vida a través de sensaciones, emociones, deseos. Su vida es un fin en sí misma porque posee un valor inherente y no son simples medios para los fines de otros individuos.

Además, las prácticas turísticas con los burros refuerzan las relaciones de poder entre especies. Los seres humanos coaccionan a los no humanos para que los últimos hagan algo a cambio de darles comida, cobijo o de evitarles un castigo. Los no humanos tienen noción de que están sometidos y actúan por miedo, motivados por el dolor que les causan los *homo sapiens*; consenten su esclavitud porque acceden a trabajar para evitar represalias, porque están coaccionados por sus explotadores, y porque no pueden optar a otra cosa. Bajo este panorama, valdría la pena reflexionar sobre la validez ética de utilizar a animales no humanos como recursos turísticos.

El patrimonio remite a la huella material –política, económica y cultural– de los grupos dominantes y se ha manifestado como la impronta de quienes ejercen el poder (González y Hiernaux, 2015). Se ha asumido como un instrumento de identidad y cohesión social (Troitiño, 1998) y como la expresión de valores artísticos, filosóficos y morales, que conforman la tradición. Sin embargo, la función del patrimonio en su relación con el resto de esferas que componen la vida civil ha cambiado en los últimos años porque prevalece su valor económico sobre el cultural y el político.

La declaración del *burro-cebra* como Patrimonio Cultural de Baja California se dio en 2014, cien años después de la presencia del primero de estos animales en Tijuana (Martínez y Contreras, 2017). Aquella fue la primera vez que se le otorgó un reconocimiento de tal magnitud y eso lo consolidó como el ícono de la frontera y el atractivo turístico más famoso de la Avenida Revolución.

Sin embargo, la declaración fue rechazada por la parte de la población local que percibe su uso como maltrato y abuso:

Que los quiten, ya sacaron mucho provecho de ellos y los pobres burros todos cansados de estar pardos bajo el rayo del sol, eso es una crueldad, mejor que se ponga el dueño del burrito y se pinte como cebra y lo monten los turistas a ver si no se va a enfadar de estar para todo el día sin comer ni tomar agua. Gente de mente retrógrada (El Universal, 2015).

¿Desde cuándo se considera trabajo maltratar animales? ¡Los animales no tienen la culpa de que los dueños no hayan sido responsables de planificar su vida! (El Universal, 2015).

En 2015, grupos a favor de los derechos de los animales solicitaron un amparo para retirar la declaración del patrimonio del burro-cebra no sólo porque permanecen de diez a doce horas postrados bajo el sol en condiciones que atentan contra su bienestar, sino porque legitima el uso de los burros como animales de trabajo, se les percibe como simples recursos que sirven para el deleite de los turistas y porque se contraponen con la ley de maltrato animal de la ciudad (Merlo, 2016). Así, la alternativa que este grupo propone consiste en usar burros de fibra de vidrio u otro material, en vez de animales vivos, para que la tradición continúe sin ningún problema de maltrato (Notimex, 2015).

7. Conclusiones

Cuando se adopta a una especie (o cualquier elemento material o inmaterial) como recurso cultural con la finalidad de captar visitantes, inevitablemente se dan transformaciones espaciales en el lugar de destino. A la especie se le debe promocionar a partir de imágenes urbanas que no sólo sean atractivas para los turistas, sino que representen mensajes de “lo propio” o “lo local”. En Tijuana, por ejemplo, es fácil encontrar al burro-cebra dibujado, grabado, fotografiado o esculpido en toda la traza urbana y, con estos cuadros, los turistas reconocen al no humano como parte de la identidad de la comunidad.

El uso como mercancía, como recurso turístico o como elemento patrimonial no es realmente el problema de fondo para los no humanos. Es sólo una consecuencia más de una deliberada desconsideración moral resultante de una mentalidad supremacista, alimentada por un sistema de creencias, intereses, valores y costumbres llamado especismo. Hace falta que éste sea reconocido como una forma de discriminación por los aparatos legales para que se ponga atención en la injusticia y la explotación y se regulen las prácticas recreativas.

Cosificar a un ser sintiente es sinónimo de volverlo un recurso disponible cuyo uso no es consensuado. Aunque el burro-cebra haya sido nombrado patrimonio, esa etiqueta no le resta importancia a la explotación que padecen estos no humanos sólo brindarle un servicio hedonista a los turistas. Si se amplía la consideración moral de lo válido y lo no válido en prácticas laborales y turísticas hacia los animales, ésta es una práctica no ética que atenta contra los derechos básicos de los burros y que debería transformarse o abolirse porque: 1. No es ético que un ser sintiente sea cosificado para mercantilizarlo como un producto turístico. 2. La denominación de “patrimonio” hacia un animal de trabajo no normaliza y justifica su uso para obtener una ganancia económica. 3. No se debe construir la identidad colectiva a partir del abuso y el maltrato hacia los demás animales.

Las actuales leyes mexicanas, por ejemplo, aunque consideran como delito al maltrato animal, son especistas porque no protegen a todas las especies de las agresiones que padecen cada día. Al contrario, la legislación favorece y promueve la violencia sistemática contra los demás animales, comenzado por su esclavitud cuando la violencia se normaliza como parte del patrimonio cultural. El sistema legal mexicano será siempre una herramienta inútil para asegurar el bienestar de los no humanos hasta que no sea erradicado el paradigma que considera a los animales no humanos como propiedad de los humanos.

Bibliografía

- Adams, C. y Gruen, L. 2014. *Ecofeminism: Feminist intersections with other animals and the earth*. Nueva York, Bloomsbury Publishing.
- Álvarez, A. 2012. *Yoga Occidentalis*. Sevilla, Punto Rojo Libros.

- Andrade, J. Moreno, O. y Quiñones, R. 2015. "Valoración de atributos culturales e históricos en la imagen promocional de la ciudad de Tijuana como destino turístico". *El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad*, 28, 31-58.
- Ángel, D. 2011. "La hermenéutica y los métodos de investigación en ciencias sociales". *Estudios Filosóficos*, 44, 9-37.
- Arluke, A. 2002. "Animal abuse as dirty play". *Symbolic Interaction*, 25(4). 405-430.
- Behrens, K. 2009. "Tony Yengeni's ritual slaughter: Animal anti-cruelty vs. culture". *South African Journal of Philosophy*, 28(3), 271-290.
- Belz, F. y Baumbach, W. 2010. "Netnography as a method of lead user identification". *Creativity and Innovation Management*. 19(3), 304-313.
- Berumen, H. 2003. *Tijuana la horrible: entre la historia y el mito*. Tijuana, Colegio de la Frontera Norte.
- Blanco, S. 2013. "¿Trato o uso? El fin de la explotación animal". *Dilemata*, 13, 259-264.
- Bramwell, B. y Meyer, D. 2007. "Power and tourism policy relations in transition". *Annals of tourism research*, 34(3), 766-788.
- Bringas, N. 1991. *La participación de la población estadounidense de origen mexicano y anglosajón en la composición de los grupos de visitantes a Tijuana*. Tijuana, El Colegio de la Frontera Norte.
- Buller, H. 2015. "Animal geographies II: methods", *Progress in Human Geography*, 39(3), 374-384.
- Caballero, Y. 2014. "Declaran al 'burro-cebra' patrimonio de BC". La Crónica, Versión en línea disponible en: <https://www.lacronica.com/EdicionEnLinea/Notas/Noticias/11082014/873610-Declaran-al-burro-cebra-patrimonio-de-BC.html>. [Último acceso 25 Jul 2019].
- CarlyPi. 2018. "Tijuana 2018". *Twitter*. Versión en línea disponible en: <https://twitter.com/CharlyPi/status/1046157158188867584>. [Último acceso 25 Jul 2019].
- Carmona, R. 2003. *Organización territorial del turismo en Tijuana, Baja California*. Tesis de licenciatura en Geografía. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Carmona, R. y Correa, O. 2008. "Estructura territorial del turismo en el corredor Tijuana-Rosarito-Ensenada". *Teoría y Praxis*, 5, 359-375.
- Carrillo, J. y Hualde, A. 2000. "Desarrollo regional y maquiladora fronteriza: peculiaridades de un clúster electrónico en Tijuana". *El mercado de valores*, 60(10), 45-56.
- Ceballos, M. 2001. *Encuentro en la frontera*. Tijuana: El Colegio de México.
- Cháidez, J. 2012. "Las Cebras de Tijuana". *Leyendas de Tijuana y sus alrededores: mitos, y otras cosas que platica la gente*. Versión en línea disponible en: <http://leyendasdetijuana.blogspot.com/2012/11/las-cebras-de-tijuana.html#ixzz4MoeZBovY>. [Último acceso 25 Jul 2019].
- Cheong, S. y Miller, M. 2000. "Power and tourism: A Foucauldian observation". *Annals of Tourism Research*, 27(2), 371-390.
- Christ, C. 2006. "Ecofeminism and process philosophy". *Feminist Theology*, 14(3), 289-310.
- Cohen, E. 2005. "Principales tendencias en el turismo contemporáneo". *Política y sociedad*, 42(1), 11-24.
- Cottingham, J. 1978. "A Brute to the Brutes?: Descartes' Treatment of Animals", *Philosophy*, 53(206), 551-559.
- COTUCO 2012. "Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana 2012", *Portal oficial de promoción de la ciudad de Tijuana*. Versión en línea disponible en: <http://www.descubretijuana.com>. [Último acceso 25 Jul 2019].
- Culture Trip 2016. "A young boy posing with the Tijuana 'zonkey' in 1949". *Culture Trip*, Versión en línea disponible en: https://theculturetrip.com/wp-content/uploads/2018/03/98879613_3dacb1691f_o.jpg. [Último acceso 25 Jul 2019].
- Decrop, A. 1999. "Triangulation in qualitative tourism research". *Tourism management*, 20(1), 157-161.
- El Universal. 2015. "ONG busca desaparecer en Tijuana a 'burros-cebra'". *El Universal*. Versión en línea disponible en: <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2015/09/12/ong-busca-desaparecer-en-tijuana-burros-cebra> [Último acceso 25 Nov 2019].
- Fennell, D. 2012. "Tourism, animals and utilitarianism". *Tourism Recreation Research*, 37(3), 239-249.
- Fennell, D. y Malloy, D. 2007. *Codes of ethics in tourism: Practice, theory, synthesis*. Nueva York, Channel View Publications.
- Fennell, D. y Nowaczek, A. 2010. "Moral and empirical dimensions of human-animal interactions in ecotourism: deepening an otherwise shallow pool of debate". *Journal of Ecotourism*, 9(3), 239-255.
- Francione, G. y Garner, R. 2010. *The Animal Rights Debate: Abolition or Regulation?* Nueva York, Columbia University Press.
- González, C. y Hiernaux, D. 2015. "Patrimonio y centralismo: perspectivas críticas desde el ámbito local", A, 190, 1824-2014.
- Harari, Y. 2016. *Homo Deus: breve historia del mañana*. Ciudad de México, Debate.
- Highfield, T. y Leaver, T. 2015. "A methodology for mapping Instagram hashtags". *First Monday*, 20(1), 1-11.
- Horta, O. 2017. *Un paso adelante en defensa de los animales*. Madrid, Plaza y Valdés.
- Hribal, J. 2003. "Animals are part of the working class: a challenge to labor history". *Labor history*, 44(4), 435-453.

- Ianni, O. 1996. *Teorías de la globalización*. Ciudad de México, Siglo XXI.
- LaPiztola 2010. "A bañar al burro zebra!", *Blogspot*, Versión en línea disponible en: <http://lapiztola.blogspot.com/2010/12/banar-al-burro-zebra.html>. [Último acceso 25 Jul 2019].
- Lynn, W. 1998. "Animals, ethics and geography". *Animal geographies: Place, politics, and identity in the nature-culture borderlands*, 280-297.
- Marwkwel, K. 2015. *Animals and tourism: Understanding diverse relationships*. Londres, Channel View Publications.
- Martínez, L. y Contreras, D. 2017. "La tradición del llamado burro cebra genera polémica en Tijuana". *Telemundo 20*, Versión en línea disponible en: <https://www.telemundo20.com/boletin-electronico/noticias/La-tradicion-del-llamado-burro-cebra-genera-polemica-en-Tijuana-445549543.html>. [Último acceso 25 Jul 2019].
- Mendl, M. y Paul, E. 2004. "Consciousness, emotion and animal welfare: insights from cognitive science". *Animal Welfare*, 13(1), 17-25.
- Merlo, E. 2016. "En abril dirán si burro-cebra sigue como patrimonio cultural de BC". *UNIRADIO*, Versión en línea disponible en: <https://www.uniradioinforma.com/noticias/bajacalifornia/390724/en-abril-diran-si-burro-cebra-sigue-como-patrimonio-cultural-de-bc.htm>. [Último acceso 25 Jul 2019].
- Morales, J. 2016. "La leyenda del burro-cebra de Tijuana". *Univisión*, Versión en línea disponible en: <https://www.univision.com/local/los-angeles-kmex/la-leyenda-del-burro-cebra-de-tijuana>. [Último acceso 25 Jul 2019].
- Newsweek México 2017. "El 'burro-cebra' podría volver a ser patrimonio cultural de BC". *Newsweek México*, Versión en línea disponible en: <https://newsweekespanol.com/2017/09/burro-cebra-podria-volver-a-ser-patrimonio-cultural-de-bc/>. [Último acceso 25 Jul 2019].
- Notimex 2014. "Tradición de 'burro-cebras' en Tijuana cumple cien años". *Publímetro*, Versión en línea disponible en: <https://www.publímetro.com.mx/mx/vida/2014/08/02/fotos-tradicion-burro-cebras-tijuana-cumple-cien-anos.html>. [Último acceso 25 Jul 2019].
- Notimex 2015. "ONG busca desaparecer en Tijuana a 'burros-cebra'". *El Universal*, Versión en línea disponible en: <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2015/09/12/ong-busca-desaparecer-en-tijuana-burros-cebra>. [Último acceso 25 Jul 2019].
- Observatorio Turístico de Baja California 2015. *El burro-cebra de Tijuana: Testigo mudo de la evolución creativa de la ciudad*. Mexicali, Secretaría de Turismo del Estado de Baja California.
- Organización Mundial del Turismo 1999. *Código Ético Mundial para el Turismo*. Nueva York, Organización Mundial del Turismo.
- Palaversich, D. 2002. "La ciudad que recorro. Un flâneur en Tijuana", *Literatura Mexicana*, 13(2), 215-227.
- Quintero, G. y López, A. 2018. "Tauromaquia y turismo oscuro en México: las corridas de toros como prácticas no éticas", *Teoría y Práxis* 24, 197-228
- Rebollo, I., Polderman, T. y Moya, L. 2010. "Genética de la violencia humana". *Revista de neurología*, 50(9), 533-540.
- Regan, T. 1987. "The case for animal rights". *Advances in Animal Welfare Science*, 1986/87, 179-189.
- Reyes, K. 2017. "Mantendrán lucha por burro-cebra como patrimonio". *Frontera*, Versión en línea disponible en: <https://www.frontera.info/EdicionEnLinea/Notas/Noticias/19092017/1257068-Mantendran-lucha-por-burro-cebra-como-patrimonio.html>. [Último acceso 25 Jul 2019].
- Ruiz, J. Martínez, O. y Verján, R. 2015. "Valoración de atributos culturales e históricos en la imagen promocional de la ciudad de Tijuana como destino turístico". *El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad*, (28), 31-58.
- Singer, P. 2009. "Speciesism and moral status". *Metaphilosophy*, 40(3-4), 567-581.
- Skolimowski, H. 2017. *Filosofía Viva. La ecofilosofía como un árbol de vida*. Girona, Atalanta.
- Stolk, H. 2004. "This Is Not Mexico, This Is The Border': Discourses on Authentic Mexican Culture in Tijuana". *Etnofoor*, 227-242.
- Taylor, N., y Signal, T. 2009. "Pet, pest, profit: Isolating differences in attitudes towards the treatment of animals". *Anthrozoös*, 22(2), 129-135.
- Tovar, L. 2015. "Consentimiento". *Filosofía Vegana*, Versión en línea disponible en: <http://filosofiavegana.blogspot.com/2015/10/consentimiento.html>. [Último acceso 25 Jul 2019].
- Troitiño, M. 1998. "Turismo y desarrollo sostenible en ciudades históricas". *Ería: Revista cuatrimestral de geografía*, (47), 211-228.
- Uniradio Informa 2017. "Controversia por figura del Burro-Cebra como patrimonio cultural en BC". *Uniradio*, Versión en línea disponible en: <https://www.uniradioinforma.com/noticias/reportajesespeciales/494720/controversia-por-figura-del-burro-cebra-como-patrimonio-cultural-en-bc.html>. [Último acceso 25 Jul 2019].
- Upchurch, R. 2000. "Código de ética". *Enciclopedia de Turismo*. Madrid, Editorial Síntesis.
- Urbanik, J. 2012. *Placing animals: An introduction to the geography of human-animal relations*. Nueva York, Rowman & Littlefield.
- Urbanik, J., y Johnston, C. 2017. "Humans and Animals: A Geography of Coexistence". *A Geography of Coexistence*. Nueva York: ABC-CLIO, 12-21.

- Vaquera, S. 2007. "Postcards from the Border: In Tijuana, Revolución is an Avenue". *Border Transits: Literature and Culture Across the Line*, Amsterdam: Brill-Rodopi, 79-97.
- Vergalito, E. 2009. "Acotaciones filosóficas a la 'hermenéutica diatópica' de Boaventura de Sousa Santos". *Impulso*, 19(48), 19-29.
- Vincent, J. 2018. "How Zebra-painted Donkeys Became Tijuana's Hottest Tourist Attraction". *Culture Trip*, Versión en línea disponible en: <https://theculturetrip.com/north-america/mexico/articles/how-zebra-painted-donkeys-became-tijuana-hottest-tourist-attraction/>. [Último acceso 25 Jul 2019].
- Walker, M. 2011. "Knowledge production and border nationalism in northern Mexico". *Nations and Nationalism*, 17(1), 168-187.
- Walton, J. 1997. "Review articles: Taking the history of tourism seriously". *European History Quarterly*, 27(4), 563-571.
- Weitzenfeld, A., y Joy, M. 2014. "An overview of anthropocentrism, humanism, and speciesism in critical animal theory". *Counterpoints*, 448, 3-27.
- Wolfe, C. 2010. *What is posthumanism?* Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Xiao, L. y Zhao, L. 2009. "The Tourism Destination Image of Taiwan Disseminated on Internet-Based on A Content Analysis of Travel-related Websites across Taiwan Straits". *Tourism Tribune*, 3(24), 75-81.
- Zenteno, R. 1995. "Del rancho de la Tía Juana a Tijuana: una breve historia de desarrollo y población en la frontera norte de México". *Estudios demográficos y urbanos*, 105-132.

Recibido: 26/07/2019
Reenviado: 14/08/2019
Aceptado: 04/03/2020
Sometido a evaluación por pares anónimos