

Lo *glocal* y el turismo

Nuevos paradigmas de interpretación

Academia Mexicana de Investigación Turística A.C.

Dr. Álvaro López López
Presidente

Dr. Juan Carlos Monterrubio Cordero
Secretario

Dra. Martha Marivel Mendoza Ontiveros
Tesorera

Mtro. Gustavo López Pardo
Primer Vocal

Dr. Alejandro Palafox Muñoz
Segundo Vocal

Dra. Lilia Zizumbo Villarreal
Tercera Vocal

Dra. Ana Virginia del Carmen Maldonado
Cuarta Vocal

Lo *glocal* y el turismo

Nuevos paradigmas de interpretación

ÁLVARO LÓPEZ LÓPEZ
GUSTAVO LÓPEZ PARDO
EDMUNDO ANDRADE ROMO
ROSA MARÍA CHÁVEZ DAGOSTINO
RODRIGO ESPINOZA SÁNCHEZ
(*Coordinadores*)



ACADEMIA MEXICANA DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA A.C.

La publicación de este libro contó con el apoyo
de la Universidad de Guadalajara.

Primera edición, 2012

D. R. © 2012, Academia Mexicana de Investigación Turística A. C.
Real de Mayorazgo 13-1, Xoco,
C.P. 03330, Distrito Federal, México.
www.amiturismo.org

ISBN: 978-607-95909-0-1

Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico

Índice

Agradecimientos	11
Introducción	13
PRIMERA PARTE. Turismo, su carácter <i>glocal</i> y vínculos con el territorio	
I. ¿Es el turismo una ciencia?	25
<i>Hernando Avilez Pineda, Ma. Elvia Chavarría Solís y Teresa de J. Rivas Pérez</i>	
II. Lo global-local como base del turismo y la sustentabilidad. Una aproximación a la discusión teórica conceptual	41
<i>Rodrigo Espinoza Sánchez, Rosa Ma. Chávez Dagostino y Edmundo Andrade Romo</i>	
III. ¿Geografía turística o Geografía del turismo? La importancia del territorio	54
<i>Lucía González Torrerros y Rosalba Castañeda Castro</i>	
IV. Desarrollo turístico participativo. El reto de las redes glociales en la implementación de productos turísticos	73
<i>Carmen Padín Fabeiro</i>	
V. Construcción social del espacio turístico insular. El caso de Cozumel, Quintana Roo	89
<i>Alfonso González Damián</i>	

SEGUNDA PARTE. Turismo en litorales y fronteras

- VI. Evolución e impacto territorial de los establecimientos de hospedaje en Acapulco (1930-1980). 105
Ernesto Valenzuela Valdivieso
- VII. La evolución de los destinos del “turismo mochilero”.
El caso de Zipolite, México 122
Ludger Brenner
- VIII. Eventos y actores externos en el desarrollo del turismo en Cozumel . 139
Luis Carlos Santander
- IX. Evaluación del desempeño ambiental de hoteles y parques de la Riviera Maya del estado de Quintana Roo 156
Elisa Guillén Argüelles y Elisa Malibé Carballo Guillén
- X. La zona costera de Cartagena, Chile, y la sustentabilidad ambiental de un turismo social masivo. Fundamentos conceptuales para su ordenación integrada 174
Belfor Fernando Portal Valenzuela
- XI. Análisis del programa Hábitat para la superación de la pobreza en destinos turísticos: ciudades fronterizas del noreste y del Caribe de México. 192
Óscar Frausto Martínez y Tomás J. Cuevas Contreras
- XII. Sustentabilidad y competitividad en restaurantes de Tijuana, Baja California: una aproximación a su medición 213
María Guadalupe Velázquez Romero, Jorge Antonio Valderrama Martínez y Juan Carlos Flores Trejo

TERCERA PARTE. Naturaleza, turismo comunitario y turismo rural

- XIII. Políticas públicas para el desarrollo integral. El caso del turismo alternativo en los Pueblos Mancomunados de Oaxaca 237
Gustavo López Pardo y Bertha Palomino Villavicencio

XIV. La necesidad de acompañamiento técnico en los proyectos de ecoturismo comunitario	254
<i>Alma Rafaela Bojórquez Vargas, Silvia del Carmen Barbosa Polanco y Gisela Beatriz Hernández González</i>	
XV. El papel de la universidad como promotora del desarrollo del turismo de naturaleza. Impulso de empresas comunitarias en Cabo Corriente y Tomatlán a partir del modelo de la Triple Hélice	269
<i>Juanita Martha Elena Correa Reyes, Yolanda Franco Gómez y Rafael Villanueva Sánchez</i>	
XVI. El turismo en áreas naturales protegidas como herramienta de desarrollo local en la costa de Jalisco	286
<i>Rosa María Chávez Dagostino, Oscar Alberto Maldonado Ibarra y Rodrigo Espinoza Sánchez</i>	
XVII. Turismo indígena y etnoturismo en el neoliberalismo y la globalización. El caso mexicano	303
<i>Magdalena Morales González</i>	
XVIII. Sustentabilidad, multifuncionalidad y turismo rural en la Costa Sur de Jalisco	318
<i>Marisa Gutiérrez Estrada y Peter R. W. Gerritsen</i>	
XIX. Oferta turística y propuesta de circuitos en el espacio turístico del Borde Costero de La Araucanía, Chile. Bases para el desarrollo local en territorios rurales	334
<i>Miguel Antonio Escalona-Ulloa y Fernando Andrés Peña-Cortes</i>	
XX. Capital social y turismo en el paisaje agavero	353
<i>Lucía González Torreros</i>	
XXI. Cultura e identidad: dos productos turísticos rurales en el contexto de la localidad y la competitividad en Colima	375
<i>Irma Magaña Carrillo y Carmen Padín Fabeiro</i>	

CUARTA PARTE. Temas emergentes del turismo en su relación con la cultura y la seguridad	393
XXII. Turismo cultural y microhistoria: multidisciplinariedad ausente <i>Rodrigo Tovar Cabañas</i>	395
XXIII. Desarrollo regional cimentado en el turismo religioso <i>Rogelio Martínez Cárdenas</i>	409
XXIV. El “modelo Lourdes” de turismo religioso y las posibilidades de su aplicación en Santa Ana de Guadalupe <i>Alfonso Reynoso Rábago y Cándido González Pérez</i>	428
XXV. Dinámica glocal del turismo de sexo masculino en Cancún: la visión de los servidores sexuales <i>Thania Stepphanni Álvarez Juárez y Álvaro López López</i>	442
XXVI. Dos ejemplos paradigmáticos del turismo posmoderno en Belize <i>Gino Jafet Quintero Venegas</i>	460
XXVII. La seguridad nacional y el papel de las cadenas hoteleras en el desarrollo turístico e inmobiliario del litoral mexicano: una visión precautoria al siglo XXI. <i>Alfonso de Jesús Jiménez Martínez</i>	478
XXVIII. Percepción de las comunidades costeras de la península de Yucatán ante el cambio climático, su vulnerabilidad y adaptación <i>Ana Pricila Sosa Ferreira, Irma González Neri y Ariel Valtierra Hernández</i>	495
XXIX. Turismo y crimen organizado en Nanchititla. Reflexiones teóricas, epistemológicas y metodológicas sobre las escalas en el desarrollo turístico sustentable (DTS) <i>Irma Luz Ramírez De La O, Gabino Nava Bernal, Maribel Osorio García y Sergio Franco Maass</i>	512
XXX. Aproximación al modelo discriminante de la percepción de la seguridad turística. El caso de Baja California. <i>Omaira Cecilia Martínez Moreno, José Gabriel Ruiz Andrade y Ricardo Verján Quiñones</i>	529

Agradecimientos

El presente libro fue posible gracias a los trabajos conjuntos de la Academia Mexicana de Investigación Turística A. C. (AMIT) y el Cuerpo Académico “Análisis Regional y Turismo” (UDG-CA-443).

La participación de la AMIT fue toral, por un lado, por la amplia convocatoria lograda en el ámbito nacional e internacional, así como por su aportación financiera a la obra.

También por su gran importancia, agradecemos al Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI) de la Sub Secretaría de Educación Superior de la Secretaría de Educación Pública el apoyo (PIFI-2009) para la difusión de la Ciencia producto de los eventos académicos organizados en torno a la temática glocal-turismo en México.

Asimismo, se patentiza la gratitud al Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara por sus gestiones en pro de esta edición.

Agradecemos también a los autores de los capítulos de la presente obra y, desde luego, a los dictaminadores y lectores de la misma.

Reconocemos al Dr. Luis Lorenzo Esparza Serra la revisión editorial de la presente obra.

Introducción

La Academia Mexicana de Investigación Turística (AMIT), en tanto la asociación mexicana más relevante de investigadores agrupados en torno al objetivo de comprender y fomentar el conocimiento científico del turismo a diferentes escalas y enfoques, ha identificado múltiples temáticas necesarias de discutir, en el afán de brindar una plataforma mínima que permita la reflexión académica de este fenómeno. En este sentido, se reconoce que lo *multiescalar* es fundamental en la comprensión del sistema turístico, en tanto que éste se comprende de procesos globales asociados con otros regionales o locales. Así, los coordinadores del presente libro, propusieron como eje de discusión lo *glocal*, ya que es un término de muy reciente surgimiento y que sugiere coordenadas de discusión muy interesantes en los nuevos procesos turísticos que se viven a nivel mundial y, desde luego, en México.

En este sentido, que el turismo sea un evento global puede comprobarse con solo echar un vistazo a las estadísticas. La Organización Mundial del Turismo registró, en 2011, 980 millones de turistas internacionales, y cerca de diez por ciento de la producción económica mundial de ese mismo año provino de las actividades turísticas. Se estima que para 2020 los turistas internacionales alcanzarán la cifra de 1,600 millones. No obstante, como señala Salazar en su artículo “Más allá de la globalización: la *glocalización* del turismo” (2005)¹, el dato económico es solo uno de los componentes de este proceso que, además, involucra a la naturaleza y al ser humano, con amplias consecuencias sociales, políticas, culturales, tecnológicas y educativas.

Por definición, el turismo supone el movimiento de personas, capitales, mercancías y flujos informáticos, entre muchos otros aspectos, y sus repercusiones pueden observarse en todos los rincones del planeta. Por eso se le piensa

1. Salazar, N. (2005) “Más allá de la Globalización: La «Glocalización» del Turismo” Política y Sociedad, vol. 42, núm. 1, pp. 135-149.

como “fenómeno” típicamente global, al poner en contacto múltiples territorios y crear relaciones de interdependencia.

Es el interés de las personas por conocer las particularidades de la otredad (otros paisajes, climas, fauna, flora, naciones, culturas, infraestructuras, administraciones, planeaciones, gobiernos, tecnologías, ciudades, pueblos) lo que da impulso al turismo, y en ello está implícita la búsqueda de “lo auténtico”, es decir, aquello que caracteriza a una región, una nación, un lugar. Paradójicamente, como se ha discutido a cabalidad en la literatura especializada, la propia presencia del turismo (y a veces antes de su introducción), “lo local”, “lo nacional” ya han sido intervenidos o han recibido la influencia de “lo global”. A la interacción entre estos ámbitos de análisis se ha denominado “*glocalización*”, y es posible afirmar que cualquier componente del turismo se encuentra inmerso en un juego de influencias entre lo local y lo global, con variaciones significativas en contextos históricos específicos.

La presente obra se conforma de treinta capítulos, los cuales se agrupan en cuatro secciones: en la primera, “Turismo, su carácter *glocal* y vínculos con el territorio” reúne las obras que reflexionan sobre los aspectos teóricos y conceptuales de turismo en lo general, y del turismo en su asociación con la *glocalidad*, en lo particular; asimismo, no se descuida su comprensión territorial. En la segunda parte, “Turismo en litorales y fronteras” se sitúan investigaciones que exploran el turismo de las márgenes territoriales, por lo general de un carácter masivo, pero donde hay propuestas para su sustentabilidad. En el tercer apartado, “Naturaleza, turismo comunitario y turismo rural”, se aglutinan los estudios que tienen como punto de confluencia el turismo alternativo. Por último, en “Temas emergentes del turismo en su relación con la cultura y la seguridad”, se concentran los trabajos que abordan tópicos relativamente recientes en la escena académica del turismo. Enseguida ofrecemos una síntesis de los capítulos que integran esta obra, convencidos de que cada uno de ellos contiene elementos de reflexión que enriquecerán el acervo de los y las lectoras:

Hernando Avilez Pineda, Ma. Elvia Chavarría Solís y Teresa de J. Rivas Pérez aluden en “¿Es el turismo una ciencia?”, que la conceptualización o teorización en la investigación ha conducido a que ciertas disciplinas estén acuñando una diversidad de términos que, desde la investigación científica, corresponden a otras disciplinas. Esto ha propiciado que ciertos tecnicismos se hayan incrustado dentro del trabajo científico, lo que implica hacer un análisis minucioso que posibilite un espacio de discusión teórica conceptual sobre vocablos comunes que han sido llevados al mundo científico. El turismo como concepto es y ha sido abordado por muchos autores para su análisis, sin embargo es pertinente

hacer una breve revisión teórico-epistemológica que posibilite la reflexión de si el turismo es ciencia o no.

Rodrigo Espinoza Sánchez, Rosa Ma. Chávez Dagostino y Edmundo Andrade Romo en “Lo global-local como base del turismo y la sustentabilidad: Una aproximación a la discusión teórica conceptual”, refieren que en el mundo moderno, donde los horizontes y las fronteras han encontrado su acercamiento a través de la globalización, la relación conceptual entre opuestos ha generado su propia dialéctica para la búsqueda y el encuentro de sus propios paradigmas de desarrollo. Las ideas como elementos centrales de las discusiones, soportan aspectos importantes que requieren ser analizados para su praxis. Lo global y lo local han engendrado al turismo y a la sustentabilidad, como agentes que promulgan el desarrollo. Por lo que el objeto de este capítulo es sentar las bases de la discusión teórica conceptual de estas dialécticas.

Lucía González Torreros y Rosalba Castañeda Castro proponen en “¿Geografía turística o geografía del turismo? La importancia del territorio”, que es importante demostrar la interrelación entre conceptos, en este caso, la relación existente entre el espacio territorial con la actividad turística, a través de un análisis de los principios teóricos de la disciplina geográfica, misma que permitió llevar dicho análisis a la escala de lo local, aunque paradójicamente el turismo se presente como una actividad eminentemente globalizadora. Por lo que el objetivo central del presente capítulo es sustentar las diferencias entre Geografía del Turismo y la Geografía Turística que se imparte en los planes de estudio de la licenciatura en turismo.

Carmen Padín Fabeiro en “Desarrollo turístico participativo: el reto de las redes *glocales* en la implementación de productos turísticos”, expone la búsqueda de mecanismos que posibiliten la integración de productos turísticos competitivos que, dentro de un espacio turístico de litoral, ha conducido a integrar nuevos eslabones que le dan valor a estos productos, ya que al combinar aspectos marítimos relacionados con el turismo y actividades de pertenencia al turismo rural, surge un nuevo concepto denominado ititurismo, esto posibilita encontrar respuestas que coadyuven al desarrollo endógeno a escala local, partiendo de una dimensión global, como lo es el turismo. Los resultados que aquí se presentan son generados con una metodología participativa basada en un modelo diseñado a partir del análisis de páginas web de los agentes implicados.

Alfonso González Damián presenta en “Construcción social del espacio turístico insular. El caso de Cozumel, Quintana Roo”, los resultados de un proyecto de mediano plazo, en el cual pretende poner de manifiesto la forma en que se construye socialmente el espacio en distintos destinos turísticos de Quintana Roo. Lo turístico en un destino hace referencia al espacio compartido, que

surge de la interacción entre turistas y anfitriones, así como su distribución en el territorio de manera irregular, dicha distribución se categorizó en fases previas del proyecto de investigación, mismas que fueron atendidas en cuatro construcciones tipificadas del espacio turístico: negociado, cedido por el anfitrión, apropiado por el turista y no compartido o vedado al turismo, analizadas con herramientas cualitativas.

Ernesto Valenzuela Valdivieso en “Evolución e impacto territorial de los establecimientos de hospedaje en Acapulco (1930-1980)” plantea que tres periodos históricos en el desarrollo inmobiliario turístico explican los cambios y efectos en el territorio del destino turístico internacional de Acapulco que, a su vez, permiten establecer la relación de lo local con lo global y sus implicaciones en la organización territorial de los establecimientos de hospedaje; del impacto espacial en la estructura urbana y del crecimiento de la ciudad, a partir del análisis diacrónico del turismo y la hotelería, se logran establecer paralelos entre momentos y desarrollos, entre economía e impactos, entre crecimiento y urbanismo.

Ludger Brenner en “La evolución de los destinos del ‘turismo mochilero’. El caso de Zipolite, México”, reflexiona sobre la experiencia local con implicaciones globales, analiza la evolución e impactos socioespaciales en los últimos cuarenta años, en lo general y a partir de modelos teóricos se revisa su conceptualización, consecuencias y principales destinos para dicha actividad. México, en su costa Pacífico ofrece el destino más importante en este género. El desarrollo local e impacto socioeconómico, así como la oferta a partir de la demanda sofisticada identificada actualmente son parte del estudio; la problemática detectada es el desplazamiento de los locales por parte de los extranjeros, quienes se han posicionado mejor, la solución se plantea a partir de la planeación participativa.

Luis Carlos Santander en “Eventos y actores externos en el desarrollo del turismo en Cozumel”, estudia la práctica turística local de Cozumel, expresada en su desarrollo y evolución, pero explicada desde lo global, donde los eventos y los actores, parte esencial de lo histórico, trazan con tintes internacionales la problemática actual del destino: masificación, turistas de cruceros, minimización de la derrama económica, pérdida de competitividad; todos estos elementos internos son producto de cambios externos como la crisis económica mundial. Todo lo anterior contextualizado dentro de los parámetros regionales, donde el auge de Cancún y la Riviera Maya inciden directamente en la debacle de Cozumel en la última década.

Elisa Guillén Argüelles y Elisa Malibé Carballo Guillén, en “Evaluación del desempeño ambiental de hoteles y parques de la Riviera Maya del estado de Quintana Roo”, presentan resultados en términos de conservación e impactos

ambientales causados por la actividad turística de hoteles y parques de la Riviera Maya del estado de Quintana Roo, tomando en cuenta estándares globales y prácticas locales, que contrastan con la actual legislación ambiental y los programas de autorregulación ambiental, como certificaciones y acreditaciones, así como códigos manuales, marcas y benchmarking. Se advierte la necesidad del sector turístico local por mejorar su desempeño, revalorando los bienes naturales como parte de sus atractivos turísticos, que conforman la oferta local para una demanda global.

Belfor Fernando Portal Valenzuela, en “La zona costera de Cartagena, Chile, y la sustentabilidad ambiental de un turismo social masivo. Fundamentos conceptuales para su ordenación integrada”, habla sobre el ocio como factor social relacionado con calidad de vida, clase social y prácticas de consumo turístico, lo que es analizado con relación a la oferta de balnearios de sol y playa, la evolución de la demanda y la accesibilidad que termina masificando los destinos y provocando la necesaria insatisfacción del producto turístico; lo anterior, además se amplifica por la inadecuada supraestructura turística, en el caso de la Costa Central de Chile. Se plantea un modelo teórico local sustentable con base a la identidad, calidad del tiempo de recreación y conservación de los recursos.

Óscar Frausto Martínez y Tomás J. Cuevas Contreras, en “Análisis del programa Hábitat para la superación de la pobreza en destinos turísticos: ciudades fronterizas del noreste y del Caribe de México”, dicen que Tijuana, Mexicali y Cd. Juárez, así como Cancún, Cozumel y Playa del Carmen, a inicios del siglo XXI, eran ciudades con alto índice de crecimiento urbano y con problemas de pobreza extrema; el binomio: crecimiento-pobreza, presente en lo local-global, fue causa de que la Secretaría de Desarrollo Social implementara el programa para la reducción de la pobreza en ciudades en expansión urbana. Se estudia y discuten los resultados del programa Hábitat 2003-2006 y, con base a datos de observatorios urbanos locales, se advierten avances y retrocesos en indicadores clave con relación a los compromisos del milenio en 2015.

María Guadalupe Velázquez Romero, Jorge Antonio Valderrama Martínez y Juan Carlos Flores Trejo, en “Sustentabilidad y Competitividad en Restaurantes de Tijuana, Baja California: Una aproximación a su medición”, refieren que la sustentabilidad y la competitividad de las empresas que desempeñan un papel importante en el sector turístico, toda vez que son factores determinantes para que se consolide el desarrollo local y también exista un impacto a nivel global; la investigación presenta tres modelos críticos de medición y análisis, para evaluar el compromiso social en materia de sustentabilidad, que tienen los empresarios y gerentes de restaurantes en Tijuana, de tal forma que cumplan con los lineamientos para ser empresas socialmente responsables.

Gustavo López Pardo y Bertha Palomino Villavicencio en “Políticas públicas para el desarrollo integral. El caso del turismo alternativo en los Pueblos Mancomunados de Oaxaca”, aluden que el fenómeno de la globalización y el paradigma de la sustentabilidad, han permitido que los turistas se aventuren a conocer destinos, en donde prevalece la tradición y el respeto a la naturaleza, sin embargo, este boom también representa nuevos retos para las comunidades que son receptoras a esta demanda; en este sentido, un estudio de caso interesante se presenta en la investigación, en donde se observa un ejemplo claro de implementar un modelo turístico que vincula lo económico, lo social y lo político.

Alma Rafaela Bojórquez Vargas, Silvia del Carmen Barbosa Polanco y Gisela Beatriz Hernández González, en “La necesidad de acompañamiento técnico en los proyectos de ecoturismo comunitario”, plantean que la ventaja de México es que cuenta con lugares atractivos para distintos tipos de turismo, desde el tradicional “sol y playa”, hasta el “ecoturismo”, pero los apoyos gubernamentales para impulsar este último, como una alternativa de desarrollo local en las comunidades indígenas, han mostrado resultados desiguales y, en algunos casos, desfavorables, es por ello que también se deben hacer notar las debilidades de los programas federales y, como bien se muestran en los dos estudios de caso, la necesidad de un acompañamiento técnico en los proyectos de ecoturismo comunitario.

Juanita Martha Elena Correa Reyes, Yolanda Franco Gómez y Rafael Villanueva Sánchez en “El papel de la Universidad como promotor del desarrollo del turismo de naturaleza: Impulso de empresas comunitarias en Cabo Corriente y Tomatlán a partir del modelo de la Triple Hélice”, reflexionan que frente a las fortalezas y debilidades del turismo en nuestro país; es necesario no sólo dar cuenta de ellas, si no también presentar alternativas de políticas públicas para un buen funcionamiento de las mismas, incorporar a sectores que se especializan en el tema y tomar en cuenta sus propuestas, un ejemplo de ello lo encontraremos en esta investigación, en donde se rescata la interrelación de las universidades, el gobierno y las empresas.

Rosa María Chávez Dagostino, Oscar Alberto Maldonado Ibarra y Rodrigo Espinoza Sánchez, en “El turismo en áreas naturales protegidas como herramienta de desarrollo local en la costa de Jalisco”, postulan que las áreas naturales protegidas son sitios de gran importancia para la conservación, pero también contienen elementos de gran valor turístico que integran el patrimonio natural y cultural local. Se analizó en la costa de Jalisco el desarrollo turístico de éstas áreas y su impacto en la comunidad local. Se encontró que la actividad turística es incidental y no existen verdaderos productos turísticos relacionados con las áreas naturales, aunque existe un gran potencial. Los locales perciben como

importante la existencia de estas áreas, sobre todo por cuestiones ambientales, pero no se relaciona con el desarrollo local.

Magdalena Morales González, en “Turismo indígena y etnoturismo en el neoliberalismo y la globalización. El caso mexicano”, habla de que la industria del turismo, tanto a nivel mundial, nacional y regional, hace posible un debate importante con base en el modelo económico neoliberal en el cual se instaura, para un análisis detallado de ello, con una visión crítica, en donde se presenta la forma en que la cultura trasciende a ser un producto intercambiable y, en este sentido, el papel del gobierno es legitimar dicho proceso, dejando a las empresas privadas del turismo la comercialización de este producto.

Marisa Gutiérrez Estrada y Peter R. W. Gerritsen, en “Sustentabilidad, multifuncionalidad y turismo rural en la Costa Sur de Jalisco”, apuntan que uno de los impactos globales del desarrollo actual es la reconfiguración de las relaciones socioeconómicas entre los actores de una región, sin embargo, en las zonas rurales ésta reconfiguración no ha traído beneficios. El turismo como alternativa, forma parte de la multifuncionalidad del campo mexicano capaz de generar desarrollo sustentable a través de las propiedades endógenas locales. Se presenta un modelo participativo de planificación del turismo rural a partir de un grupo social, a través de un análisis teórico-empírico, cuyos ejes son el turismo rural, multifuncionalidad y sustentabilidad en la comunidad indígena de Cuzalapa, Jalisco.

Miguel Antonio Escalona-Ulloa y Fernando Andrés Peña-Cortes en “Oferta turística y propuesta de circuitos en el espacio turístico del Borde Costero de La Araucanía, Chile. Bases para el desarrollo local en territorios rurales” exponen que la biodiversidad que existe en los países Latinoamericanos, se ha posicionado como un atractivo turístico a nivel internacional, de tal forma que los gobiernos han visto la necesidad de incentivar la oferta de destinos turísticos, a través de la planificación de rutas, como es el caso chileno; esta investigación muestra un panorama más amplio del modelo que adopta ese país para el desarrollo turístico sostenible.

Lucía González Torreros en “Capital social y turismo en el paisaje agavero” presenta el proceso de turistización en el paisaje agavero a partir de diversas iniciativas de orden público y privado, en las que se visualiza claramente la hegemonía de las grandes empresas tequileras. Se enfatizan las expectativas que ofrece la inclusión del turismo como un nuevo eslabón de la cadena productiva agave-tequila. Sobresale el tratamiento del capital social como componente fundamental del desarrollo local; sin embargo, las redes de cooperación que se tejen, sobre todo en el sentido horizontal son aún débiles, por lo que es necesari-

rio un nuevo aprendizaje social y nuevas actitudes de la población local que permitan reforzar la cohesión social y generar nuevas oportunidades de desarrollo.

Irma Magaña Carrillo y Carmen Padín Fabeiro en “Cultura e Identidad: dos productos turísticos rurales en el contexto de la *glocalidad* y la competitividad en Colima”, desde la perspectiva de lo rural y endógeno, resaltan el papel de la identidad comunitaria en el logro de la competitividad del producto turístico. Para ello se diseñó una metodología para desarrollar productos turísticos rurales competitivos en los municipios de Colima y Comala. Se contemplaron principalmente dos variables: turismo rural y competitividad; el primero como variable independiente y la competitividad como variable dependiente, tomando en cuenta aspectos financieros, atractivos turísticos, marketing turístico, entre otros. El modelo propuesto de producto turístico rural se presenta como un paquete de beneficios para los distintos autores involucrados.

Rodrigo Tovar Cabañas en “Turismo cultural y microhistoria: Multidisciplinariedad ausente”, expresa que en México, la ausente relación entre la historia y el estudio del turismo, constituye una limitante para el fortalecimiento del desarrollo endógeno de las pequeñas localidades, cerrando un campo laboral para licenciados, tanto en historia como en turismo, por lo que se planteó investigar sus relaciones a través del análisis del estado del arte del turismo cultural y la microhistoria. Hay una disfuncionalidad entre el turismo e historia y se recomienda fomentar la colaboración interinstitucional entre secretarías de Estado, documentando casos científicos de concertación y cooperación, donde se refleje claramente la participación con el desarrollo del turismo cultural.

Rogelio Martínez Cárdenas en “Desarrollo regional cimentado en el turismo religioso” refiere que a pesar del desarrollo del turismo religioso, la generación de empleos y migración siguen siendo temas pendientes. A través de encuestas a peregrinos y otros actores, se hizo el análisis de la situación del turismo en los principales santuarios católicos existentes en los Altos de Jalisco, en particular de San Juan de los Lagos, el cual revela que el turismo religioso no ha alcanzado todo su potencial, y los beneficios locales son esporádicos; si se pretende que sea el eje conductor del desarrollo de esta región, habrá que replantear la manera en que se promueve y difunde.

Alfonso Reynoso Rábago y Cándido González Pérez en “El “modelo Lourdes” de turismo religioso y las posibilidades de su aplicación en Santa Ana de Guadalupe”, plantean que la utilización de patrones o guías para los análisis de las tipologías turísticas, es de gran valor; el presente trabajo busca contrastar de forma propositiva, el turismo espiritual del Modelo “Lourdes”, construido durante los últimos 150 años, con lo que se está gestando alrededor del santuario emergente de Santo Toribio Romo, en Santa Ana de Guadalupe. Lo anterior,

a través de ciertos elementos del “Modelo Lourdes”, aplicados al producto turístico religioso, con los aspectos culturales y del ocio, a nivel de lo local-global.

Thania Sttephanni Álvarez Juárez y Álvaro López López en “Dinámica global del turismo de sexo masculino en Cancún: la visión de los servidores sexuales”, presentan desde una perspectiva geográfica, las dos fuerzas de la *glocalización* existentes en el turismo sexual, a partir de las perspectivas y experiencias de los trabajadores sexuales en Cancún, México: por un lado, se expone la posición global de Cancún que ha permitido insertar demandas estandarizadas para el consumo de servicios sexuales masculinos, pero por el otro, la cultura local matiza tales demandas a partir de formas de interacción sexual y de identidades locales.

Gino Jafet Quintero Venegas en “Dos ejemplos paradigmáticos del turismo posmoderno en Belize”, manifiesta que en la ciudad de Belize, el sector urbano vinculado con el turismo de cruceros se ha conformado como una área privilegiada por su infraestructura y servicios turísticos, que la diferencian del resto de la ciudad y, en términos espaciales, ha generado una alta segregación territorial; se trata de una fachada que esconde la pobreza predominante de esta ciudad. El zoológico de Belize es un punto turístico vinculado con la misma ciudad, que utiliza la culturización de la naturaleza como atractivo turístico, al formar un espacio “de fantasía”, demandado por los flujos masivos turísticos actuales y que, al igual que los parques temáticos, logra ser exitoso, por jugar con las emociones del turista en el momento de la visita a dicho lugar.

Alfonso de Jesús Jiménez Martínez en “La seguridad nacional y el papel de las cadenas hoteleras en el desarrollo turístico e inmobiliario del litoral mexicano: una visión precautoria al siglo XXI”, expone que el sistema turístico mundial ha tenido y tendrá un crecimiento significativo, con alta rentabilidad para algunos actores como aerolíneas, agencias y operadores de viajes, así como la hotelería. Respecto de este último actor, afirma que es el más territorializado en los destinos y países receptivos, con gran relevancia a nivel global e influyen en el funcionamiento del sistema turístico en sus diferentes escalas, por lo que puede incidir en la seguridad nacional de los países donde opera.

Ana Pricila Sosa Ferreira, Irma González Neri y Ariel Valtierra Hernández en “Percepción de las comunidades costeras de la península de Yucatán ante el cambio climático, su vulnerabilidad y adaptación”, exponen que tras reconocerse la magnitud del cambio climático, los gobiernos podrían diseñar estrategias nacionales de adaptación y mitigación, sobre todo en los territorios más vulnerables, como la península de Yucatán, donde se esperan mayores daños por huracanes e inundaciones en las zonas costeras. En este sentido, el trabajo

reflexiona sobre un análisis sistémico del fenómeno que integre la percepción de los actores locales de las costas de la península de Yucatán.

Irma Luz Ramírez De La O, Gabino Nava Bernal, Maribel Osorio García y Sergio Franco Maass en “Turismo y crimen organizado en Nanchititla. Reflexiones teóricas, epistemológicas y metodológicas sobre las escalas en el desarrollo turístico sustentable (DTS)” aluden que, aunque el Parque Estatal Sierra de Nanchititla sea un paisaje único, en el sentido físico y cultural, presenta problemas medioambientales y sociales graves, sobre todo de inseguridad, ligada al narcotráfico, lo que cuestiona la sustentabilidad del turismo. Para comprender el fenómeno, se empleó el enfoque de sistemas complejos a partir de tres *holones*: crimen organizado, sistema agroforestal y sistema turístico.

Omaira Cecilia Martínez Moreno, José Gabriel Ruiz Andrade y Ricardo Verján Quiñones en “Aproximación al modelo discriminante de la percepción de la seguridad turística. El caso de Baja California”, apuntan que la percepción es una de las variables más relevantes en el estudio de la seguridad turística, así, los autores consideran que para mejorar el nivel de seguridad del estado de Baja California como destino turístico y, en ese sentido, el de la percepción que de él tienen los turistas actuales y potenciales, es necesario identificar sus puntos fuertes y débiles en las impresiones cognitivas del público interesado, para lo que recomiendan el análisis discriminante descriptivo.

*Álvaro López López
Gustavo López Pardo
Edmundo Andrade Romo
Rosa María Chávez Dagostino
Rodrigo Espinoza Sánchez*

PRIMERA PARTE
Turismo, su carácter *glocal* y vínculos
con el territorio

I

¿Es el turismo una ciencia?

Hernando Avilez Pineda¹
Ma. Elvia Chavarría Solís²
Teresa de J. Rivas Pérez³

Introducción

Este ensayo contiene algunas reflexiones a propósito del turismo y su posición en la epistemología de las ciencias. Partiendo de la consideración de lo que es una ciencia, se procede a ubicar al turismo dentro de esa categoría gnoseológica.

Sin duda, una de las principales características de las nacientes ciencias o pseudociencias sociales (mercadotecnia, publicidad y otras que, como estas, no acaban de obtener un espacio genuino al interior del universo científico), es la de apropiarse o llenarse de una compleja terminología para, a través de ella, impresionar a los auditorios y aparentar la existencia de un conocimiento que, de lejos, pertenece a otras disciplinas clásicas.

Epistemología es el conocimiento del conocimiento, el saber cómo saber, el conocer cómo conocer. Por ello, sin epistemología no hay investigación, en el entendido de que la investigación es la producción de conocimientos, y la epistemología indica, enseña, cómo producirlos. Según el diccionario de la Real Academia Española (2001), ciencia, del latín *scientia*, es el conjunto de conocimientos obtenidos mediante la observación y el razonamiento, sistemáticamente

-
1. Universidad Autónoma de Guerrero. Correo electrónico: hap375@hotmail.com.
 2. Universidad Autónoma de Guerrero. Correo electrónico: alemania196387@hotmail.com.
 3. Universidad Autónoma de Guerrero. Correo electrónico: teripe1@yahoo.com.mx.

estructurados y de los que se deducen principios y leyes generales. Las leyes (del latín *lex, legis*) serían la regla y norma constante e invariable de las cosas, nacidas de la causa primera o de las cualidades y condiciones de las mismas, o cada una de las relaciones existentes entre los diversos elementos que intervienen en un fenómeno.

Es decir, para definir una ciencia se debe tener un cuerpo de conocimientos estructurados del cual se deriven explicaciones generales acerca de los fenómenos y elementos que los constituyen. Fenómeno (del latín *phaenomēnon*) es toda manifestación que se hace presente a la consciencia de un sujeto y aparece como objeto de su percepción. Resumiendo, la palabra clave para definir una ciencia desde la lengua española sería la generalidad.

Posturas de los diferentes paradigmas epistemológicos con respecto a las ciencias

El paradigma positivista

El positivismo considera que las ciencias son un intento de codificar, recopilar y anticipar experiencias. En consecuencia, el positivismo ve al método científico como el único intento válido de conocimiento, basado en los datos, observaciones y mediciones de fenómenos, conceptos y sucesos. Una de las tesis básicas del positivismo es la unidad y universalidad del método científico, cuyo proceder sería el mismo para cualquier campo del conocimiento. Para el positivismo, el método consiste en desarrollar teorías y leyes para relacionar datos empíricos. La teoría que se considerará verdadera será la mejor contrastada, es decir, la que mejor se ajuste a los datos y observaciones. Es decir —y siendo reiterativos—, solo son aceptadas aquellas proposiciones cuya verdad pueda establecerse por medio de observaciones.

Para los positivistas, una ciencia progresa de manera acumulativa. Una nueva teoría siempre debe basarse en una anterior, pero proponer algo acrecentado, o sea, una nueva teoría, debe predecir y explicar algo más que sus predecesoras. Y, en consecuencia, se podría afirmar que se está ante la posibilidad eminente de generarse un nuevo paradigma. El criterio de progreso científico se centra en que la teoría nueva contenga a la vieja como caso extremo, tomando de ella lo bueno, corrigiendo sus errores y aportando nuevos conocimientos.

El positivismo defiende la existencia de un criterio de división radical entre las ciencias y las no ciencias. Este criterio es la aplicación del método científico, único y universal, consistente en un conjunto de reglas objetivas y universales

para el diseño de experimentos y la evaluación de teorías que aseguran el éxito y el progreso (Bachelard, 1985; Durkheim, 1997; López, 2008). En resumen, para los positivistas la palabra clave para definir una ciencia es el método.

El relativismo

El relativismo considera que una ciencia es una actividad social y humana. Para los relativistas las ciencias son una vía más de obtención de conocimientos, pero no son ni exclusivas ni excluyentes con respecto a otras vías, las cuales considera igualmente válidas para fin determinado. El relativismo le concede un importante lugar a los aspectos individuales (intereses, creencias, posición social, valores) y contextuales (sociales, relacionales, políticos, económicos) y a la influencia de estos en la generación del conocimiento científico. En este sentido, el relativismo es acusado de introducir aspectos psicológicos y subjetivos en la epistemología de las ciencias.

La tesis básica del relativismo es la falibilidad del conocimiento: al contrario del positivismo, el relativismo afirma que las pruebas empíricas no son decisivas para conformar las verdades científicas; es decir, que las afirmaciones no provienen exclusivamente de los datos observados y que cualquier conocimiento producido por pruebas empíricas puede ser engañoso. Para ello utilizan tres argumentos. El primero explica que cualquier método de investigación, por muy empírico que sea, tiene una importante carga teórica, por lo que se desprende que todo conocimiento científico es en el fondo teoría o viene precedido de ella. El segundo afirma que solo se puede acceder a un número finito de observaciones y la lógica demuestra que existen un gran número de hipótesis compatibles en un conjunto finito de observaciones, las cuales incluso pueden ser contradictorias entre sí.

Para los relativistas entonces no tiene sentido reducir el método científico a la medición de observaciones, porque para ellos la evidencia empírica no basta para decidir entre teorías diferentes. Esta relativización del método científico y de las observaciones para validar el conocimiento sitúa al paradigma relativista en el extremo opuesto del positivista, para el cual las observaciones son el único criterio posible para contrastar teorías. El tercer y último argumento relativista es el carácter convencional de las pruebas empíricas. Consecuentemente, toda observación se codifica en un lenguaje —el cual es una convención— y la decisión de aceptar una observación como verídica es también convencional.

Para los relativistas toda observación implica convenciones y, si estas no son ni verdaderas ni falsas —simplemente se aceptan o no—, cualquier observación tampoco lo será, por lo cual difícilmente podrá servir para hacer una falsifi-

cación, contrastación o verificación de una teoría. (Weber, 1993; Bravo, 1984; Chalmers, 1988). En resumen, para los relativistas la frase clave para definir una ciencia es la falibilidad del conocimiento empírico.

El realismo

Los realistas típicos, cuyo representante más conocido es Karl Popper, consideran que las descripciones del mundo a través de las ciencias tienen un elevado grado de correspondencia con el mundo natural. Según Putnam (1994: 110): “Cuando un científico con mentalidad realista acepta una teoría, la acepta como verdadera o probablemente verdadera, o aproximadamente verdadera, o probablemente aproximadamente verdadera.” En este sentido, se puede comprender que los planteamientos realistas consideran que el objetivo de las ciencias es buscar teorías que puedan ser aceptadas como verdaderas, según algún criterio de racionalidad. Generalmente, este criterio de racionalidad es la falsabilidad, es decir, que se tenga la capacidad de demostrar que la teoría no es verdadera.

Toda teoría será verdadera mientras no pueda ser falsificada, porque desde los postulados de la lógica utilizados por Popper, la verdad nunca puede ser demostrada y lo único que podemos hacer es falsificarla, por lo cual el camino de las ciencias se construiría sobre la base de sucesivas falsificaciones o demostraciones de falsía (Popper, 1997; Miller, 1995; Putnam, 1994). Evidentemente, los realistas consideran a la verdad como un objetivo de las ciencias y no como un atributo de las teorías científicas. Además, conviene señalar que el realismo tradicional adopta una posición científicista, porque considera que las ciencias son el único camino válido para el conocimiento. En resumen, para los realistas la palabra clave para definir una ciencia es la falsabilidad.

El pragmatismo

Las posiciones pragmáticas (funcionalistas) se caracterizan por considerar a las ciencias como instrumentos cuyo objetivo fundamental sería producir teorías capaces de superar al contraste empírico más exigente. Para los pragmáticos, esta característica es lo que hace que las ciencias sean fiables. Para estos pensadores, las mejores teorías son las que superan las pruebas más fuertes. El pragmatismo distingue entre los objetos reales del mundo y los teóricos. Asimismo, desplaza el realismo de Popper en la falsificación de teorías hacia los contrastes múltiples: no hay razones suficientes para descartar una teoría, aunque falle al resolver determinados problemas.

Una teoría es mejor si supera contrastes más exigentes. Ahora bien, la selección de una teoría no es definitiva, tan solo significa que ha superado contrastes más importantes que otras teorías en un momento histórico, no considerándose auténticas pruebas de contraste de una teoría las derivadas de las leyes creadas para su logro (Ayer, 1968; Castillo, 1994; Putnam, 1994). En resumen, para los pragmáticos la palabra clave para definir una ciencia es el contraste.

Una definición incluyente de las ciencias

Recapitulando: tanto la lengua española como los diferentes paradigmas aportan a la conceptualización de lo que es una ciencia. Trabajar con un método inclusivo significa no tomar partido por una posición epistemológica, e intentar ser lo suficientemente exigentes para tener en cuenta todos los elementos aportados. Desde esta perspectiva, una propuesta de conceptualización sería considerar como ciencia a un cuerpo o conjunto de conocimientos de los que se deducen principios y leyes generales que:

- son sistemáticamente estructurados a través de un método
- son falibles si dependen exclusivamente de las pruebas empíricas
- se aceptan como verdaderos mientras su falsedad no pueda demostrarse total y exhaustivamente
- son más sólidos mientras más contrastes o pruebas soporten en un momento histórico determinado.

Después de haber avanzado en el debate de la conceptualización de las ciencias, se analizará cómo determinados fenómenos de las ciencias sociales pasaron a ser considerados ciencias. Como ejemplo se discurrirá los casos de la economía, la antropología y la politología, las cuales tienen en común ser prácticas sociales, relaciones sociales, que han construido, en un momento determinado de la historia de la humanidad, una forma teórica que las ha independizado de su “ciencia —o ciencias— madre”, para constituir las autónomamente en ciencias particulares. Habrá que comprender, desde la perspectiva histórica, cómo sucedió dicha evolución.

La economía

La economía evidentemente es una práctica humana (como el turismo) que en sus inicios fue considerada como un fenómeno dentro de las ciencias sociales. Desde los albores de la humanidad los hombres intercambiaron de diversas formas los productos, primero los que la naturaleza les brindaba, después aque-

llos que fueron frutos del trabajo. Sin embargo, la existencia de esta práctica social —o sistema de relaciones sociales— no implicaba, de ninguna manera, que se pudiese considerar a la economía como algo más que un simple fenómeno social, el cual, durante su evolución natural, se imbricaba en ocasiones con el derecho y la filosofía.

La economía como ciencia nace en 1776, cuando Adam Smith escribió su obra *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones* (más conocida como *La riqueza de las naciones*). Esta obra representó el primer intento por diferenciar la economía de las ciencias políticas, la ética y el derecho. Un elemento fundamental para esta diferenciación fue la crítica al mercantilismo, corriente que venía desarrollando nociones económicas desde el siglo XV, más vinculada a los imperios coloniales que a la naciente Revolución Industrial.

La filosofía de Smith es un claro ejemplo del espíritu de la época, donde prevalecía el orden newtoniano de la naturaleza. El universo se consideraba de forma mecanicista y su organización se le debía a su Creador. Newton había encontrado, en la gravitación o “atracción”, el principio que unificaba al mundo físico. Los moralistas británicos del siglo XVIII, entre ellos Smith, habían propuesto varios postulados para intentar integrar el mundo moral y social de una manera similar. En su obra, Smith intenta conciliar la economía con un universo newtoniano —mecánico y, al mismo tiempo, armónico— en el que la sociedad se beneficia de la búsqueda del interés particular de cada persona.

La tesis central de *La riqueza de las naciones* es que la clave del bienestar social está en el crecimiento económico, que se potencializa a través de la división del trabajo. La división del trabajo, a su vez, se profundiza a medida que se amplía la extensión de los mercados y, por ende, la especialización. La obra incluye una filosofía de la historia según la cual el motor del desarrollo humano es la intencionalidad exclusiva del hombre a intercambiar cosas. Esta obra constituye también una guía para el diseño de la política económica de un gobierno. Como se puede apreciar, a partir de la obra de Smith cambian radicalmente los principios de la comprensión de la economía. La economía pasa de ser considerada un fenómeno social a ser una ciencia, con filosofía y cuerpo teórico propio que comenzó a acompañarla.

La antropología

Otra rama de las ciencias sociales que se ha legitimado como ciencia es la antropología. ¿Qué sucedió para que esta disciplina se desvinculase de la filosofía y de la biología y tomase cuerpo propio? Con el descubrimiento de América por Europa, Occidente se vio enfrentado a un mundo diferente. Se plantearon

muchas interrogantes existenciales: otras formas de vida eran posibles, otras creencias, otras tradiciones, todo lo cual ponía en duda el mensaje divino. La aparición de la otredad, de la dicotomía nosotros/otros, fue vital para el desarrollo de la pregunta antropológica.

A fines del siglo XIX, la antropología se constituyó, se formalizó como ciencia. Fue un momento crucial en el que la existencia de modos de vida diferentes se hizo más patente, dado que se estaban viviendo las consecuencias de los cambios producidos por la Revolución Industrial. Si a ello se le suma la expansión sistemática de Occidente hacia otros pueblos y otras culturas, se puede comprender perfectamente el que surgiese la necesidad de estudiar el por qué de las diferencias entre los hombres.

Y ahí surgió la primera teoría científica sobre estas diferencias: el evolucionismo. Su objetivo era comparar los pueblos, describirlos y clasificarlos para comprender el desarrollo histórico de la civilización. La teoría de la evolución social descansaba en algunos supuestos, la sociedad eventualmente iría progresando en forma natural a través de sucesivos periodos, a cada uno de los cuales corresponderían distintos modos de subsistencia, distintas instituciones, creencias y costumbres. Se sucedieron diversas comparaciones históricas. Occidente fue ubicado en el lugar preponderante de antemano, desde donde todas las otras sociedades serían juzgadas y evaluadas. La idea del progreso indefinido sustentaba esta concepción. Según el evolucionismo, el comportamiento humano también respondía a leyes mecánicas, naturales y generales; podían descubrirse las regularidades que subyacían a las diferencias y agruparlas en una secuencia evolutiva. En resumen, nuevamente a partir del surgimiento de un cuerpo teórico propio es que se logra comprender el desprendimiento de un fenómeno en ciencia.

La politología

Otro fenómeno social que ha tomado ‘vida’ propia como ciencia es la política o politología. Inicialmente, y desde el surgimiento del Estado, comenzaron las inquietudes por tratar de comprender las prácticas políticas. Platón, en su obra *La República*, presentó de forma utópica como debía ser la ciudad perfecta. Aunque la mayor parte de los estudiosos coincide en que Aristóteles fue el auténtico precursor de la ciencia política, su tratado *Política* acerca de los diferentes regímenes, anticipó la clasificación de las formas del Estado.

Posteriormente fueron muchos los autores que dieron vida a la ciencia política: Santo Tomás de Aquino, Maquiavelo, Thomas Hobbes, John Locke, Rousseau, Montesquieu, Kant, Hegel, Tocqueville, Marx, Engels y Nietzsche, entre

otros. De sus respectivas concepciones surgieron algunas de las obras clave en la configuración de la politología: en *El príncipe*, Maquiavelo reseñó las condiciones que debían caracterizar al estadista; en *El espíritu de las leyes*, Montesquieu defendió el principio de la separación de poderes; en *El contrato social*, Rousseau defendió el privilegio de la libertad civil y la voluntad popular frente al derecho divino de los soberanos; en *La democracia en América*, Tocqueville reflexionó acerca del modelo de democracia estadounidense, y en *El Manifiesto Comunista* Marx y Engels abordaron el estudio de la política a partir del materialismo histórico.

Por tercera vez se puede apreciar entonces que para que la politología se ‘desprendiera’ de otras ciencias en las cuales estaba considerada como un fenómeno, fue necesaria una importante producción teórica coherente y con personalidad propia que la distinguió de las ciencias que la acogieron inicialmente. En resumen, en los tres ejemplos desarrollados (economía, antropología y ciencia política) fue necesaria una importante producción teórica —con cuerpo propio diferenciado de las otras ciencias y sistemáticamente estructurado a través de un método— para que estos inicialmente ‘fenómenos’ incluidos en otras disciplinas pudiesen separarse o constituirse en disciplinas propias y únicas. Alcanzado este punto, la propuesta es pasar a analizar qué cosa es el turismo, cuáles son sus principales características y hasta dónde ha avanzado la producción teórica al respecto, de manera que al final de este ensayo se retome el tema epistemológico y se contraste al turismo con la definición de ciencias anteriormente esbozada y con lo que el método histórico ha aportado con respecto a la conformación de las disciplinas científicas.

El turismo

¿Qué es el turismo? ¿Cómo se produce el conocimiento en el área del turismo? ¿Cuáles son las bases que fundamentan el conocimiento en turismo? Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, placer, por negocios y otros motivos de viaje (OMT, 1994). En su documento “La Cuenta Satélite de Turismo: pasado, presente y futuros desarrollos (CST 2001)”, la OMT afirma:

El movimiento de los visitantes, base del turismo, tuvo un crecimiento explosivo en la segunda mitad del siglo XX, con una aceleración en su último tercio y unas perspectivas de un crecimiento sostenido pronosticado del 4 % en el futuro, en un

marco de gran competitividad, y con una gran tendencia y preocupación global a la sustentabilidad de los destinos, certificando la calidad tanto en servicios como en sus entornos (Organización Mundial del Turismo, 2001).

La evolución del turismo arrancó con una primera etapa que se puede denominar “turismo de élite”, caracterizada por referirse especialmente a grupos selectos de visitantes extranjeros y por incidir en pocos países y en determinadas zonas turísticas. Una segunda etapa, que es la situación actual y en el futuro previsible, denominada “turismo de masas” se caracteriza por afectar no solo a un elevado número de países desarrollados y en desarrollo, sino también a un gran número de visitantes residentes; es decir, aquellos que realizan turismo en su propio país. El turismo, que en sus orígenes de desarrollo fue un fenómeno esencialmente transnacional, se convirtió posteriormente en nacional.

El concepto de turismo ha dado lugar a diversas definiciones a lo largo del tiempo, adaptadas al ámbito y los componentes del fenómeno turístico de cada época, pero siempre referidas a las actividades de las personas —denominadas visitantes—, que constituyen el centro del estudio del turismo en cualquier época. No obstante, por la gran diversidad de actividades que lo integran y sus numerosas implicaciones en un amplio conjunto de circunstancias, el estudio del turismo ha sido abordado desde diferentes perspectivas. Si bien el concepto de turismo se ha mantenido más o menos permanente, su definición ha evolucionado a medida que se ha desarrollado la actividad turística y ha ido incidiendo en grado creciente y significativo (no siempre favorablemente) no solo en la actividad económica, sino también en el medio ambiente, las infraestructuras y el patrimonio natural, histórico y cultural.

La importancia que ha adquirido el turismo a nivel nacional y mundial es tal, que en la actualidad —y todavía más a mediano plazo— el concepto tradicional de turismo, centrado exclusivamente en el visitante y equiparando el concepto de demanda turística con el de los gastos de estos visitantes —es decir, el componente turístico— se ha ampliado para abarcar también otros elementos complementarios, tales como la formación bruta de capital fijo turístico y el consumo colectivo turístico. Actualmente, el análisis del turismo requiere identificar y evaluar estos elementos para poder disponer de una explicación más completa de los efectos del turismo en una economía regional o nacional.

Algunas precisiones de la OMT pueden resultar sugestivas para conceptualizar al turismo como un simple fenómeno social, pero no posibilitan llevar a horizontes más promisorios la reflexión que se pretende. Indiscutiblemente, turismo implica necesariamente viajar, por lo que se identifica —e incluso se confunde— lo uno con lo otro y, por razones obvias, es deseable explicitar y

separar este concepto, ya que turismo es mucho más que eso: es el estudio de los núcleos (o sociedades) emisores y de los anfitriones o receptores, los variados motivos de viaje, las perspectivas y derivaciones económicas de los destinos —en los que naciones enteras se han hecho dependientes de una actividad acechada por la incertidumbre, concitando acciones emergentes y actitudes sociológicas y ecológicas— las relaciones sociales entre visitantes, visitados y agentes del turismo (empresas, profesionales y otros). Tratar de encuadrar en una sola definición una actividad tan amplia y diversa, tan heterogénea, es algo extremadamente difícil.

Desde el punto de vista social, debe pensarse en el turista como un ser histórico, dialéctico, no acabado, sino en construcción, en formación. Sin duda, el turismo es experiencia que cada ser humano busca percibiendo escenarios distintos a su hábitat, por lo que este ser histórico se construye en su propia experiencia, aunque no necesariamente las expectativas convergen en lo anhelado. Evidentemente, esta experiencia formadora y conformadora, productora y reproductora de este sujeto histórico, no se reduce a aquella adquirida durante los viajes o estancias fuera del lugar habitual del visitante-turista —es decir, no solamente emana del desplazamiento realizado— sino también incluye la experiencia de los momentos que anteceden al acto turístico, así como las que yacen en el subconsciente y perduran a lo largo de la vida.

El turismo no puede ser analizado sin tener en cuenta el momento histórico de su producción. Sintetizando, el turista es un ser histórico, que se construye en su propia experiencia y que sólo puede ser comprendido y analizado dentro de su contexto temporal. Si, por otra parte, tomando en cuenta que el turismo vincula al turista con un conjunto de bienes y servicios ofrecidos, finalidad y propósito del turismo, consecuentemente se puede afirmar que el turismo es una relación social.

El turismo puede comprenderse como una relación social en la medida en que la relación entre el turista y los bienes y servicios ofertados se define no solo por la posición del hombre o familia en la estructura social en la que está inmerso, sino también a través de la mediación de otros personajes significativos que son protagonistas de la definición del componente que hacen de la actividad turística un ejercicio colectivo en el que se genera el hecho turístico. De tal forma, se puede entender que el turismo no se ajuste necesariamente a procesos *cuasi* mecánicos que producen diferenciaciones, que aíslan, o que, en el mejor de los casos, asignan a los consumidores a una categoría social codificada en la que ninguna solidaridad colectiva puede surgir. Más bien, lo que la presencia de estas vinculaciones apuntala es que conviene comprender al turismo como una red de mediaciones que incluye no solamente al turista y a los bienes y servicios

ofertados, sino también a la génesis de la caracterización que este adopta y a las empresas y agentes implicados.

El turismo puede ser visto también como la necesidad espiritual del hombre de construir su ser interno fuera de su experiencia cotidiana. Desde esta perspectiva, no solo somos turistas en el acto de viajar, sino continuamos siendo turistas cuando recordamos o vivenciamos los actos turísticos realizados, independientemente del espacio y del tiempo cronológico, construyéndose el turista como un ser humano que lleva en su alforja toda su carga cultural, social, económica. En efecto, este sujeto del turismo no pasa a ser objeto solamente mientras viaja o pernocta en un lugar determinado: basta la intencionalidad para que lo sea. Porque el turista es sujeto desde el primer momento en que decide ser turista. Incluso, aunque no llegase a ser turista, según la definición de la OMT —es decir, aunque no llegase a viajar— este sujeto es un turista, pues estará leyendo, buscando información, frecuentando sitios de Internet, conversando con amigos, se inmiscuirá en diversos sistemas de relaciones sociales en simetría o influenciados por el turismo.

Desde el punto de vista económico, el turismo puede ser concebido como una actividad industrial productora de bienes tangibles y de servicios. La actividad turística se considera como el conjunto de operaciones y actuaciones llevadas a cabo por los prestadores de servicios con el fin de aprovechar al máximo los recursos materiales puestos a disposición del turista. También puede ser analizado desde la perspectiva administrativa. La integración, el manejo y la dirección necesitan que la empresa u organización turística tenga un carácter de estructura organizada. Todos los anteriores son aspectos que, junto a otros, permiten colocar al turismo entre las ciencias económicas. En el mismo orden, desde el punto de vista ecológico, el turismo tiene la acusada perspectiva sustentable. Desde el horizonte de considerar a un consumidor responsable como aquella persona que sabe qué y por qué compra un artículo o se beneficia de un servicio. Su elección está guiada por criterios generalmente alejados del consumismo sin control. Este turista elige alternativas que le reportan beneficios plegándose a la ética de no estropear la ecología de un planeta con recursos limitados.

El turismo sostenible es aquel que contribuye al desarrollo sustentable, alejándose de todo lo que implique destrucción del medio ambiente. Dispone de recursos naturales sin dañarlo y procura la regeneración de la naturaleza utilizada. Como se puede apreciar, el turismo también puede ser situado dentro de la ecología. Antes de irrumpir en otras ciencias (jurídicas, políticas, psicológicas), caben las siguientes preguntas acuciantes: ¿es el turismo un problema o fenómeno propio de la sociología (o de la economía, o de la ecología)? ¿Es el turismo

un fenómeno multidisciplinario, o acaso se está acercando el momento de tener una producción y cuerpo teórico propios que lo distinguan como una ciencia en particular?

¿Es el turismo una ciencia?

Recuérdese entonces la definición de ciencia y lo que aportó el análisis histórico de la conformación de las disciplinas científicas, y véase si se puede responder de manera coherente la pregunta que encabeza este trabajo. Se había propuesto que las ciencias son un cuerpo o conjunto de conocimientos de los que se deducen principios y leyes generales sistemáticamente estructurados a través de un método; que esos conocimientos son falibles si dependen exclusivamente de las pruebas empíricas; que se aceptan como verdaderos mientras no pueda demostrarse total y exhaustivamente su falsía y que son más sólidos mientras más contrastes o pruebas soporten en un momento histórico determinado.

Por otra parte, la historia muestra que, para que fenómenos —como el turismo— incluidos en otras disciplinas pudiesen separarse o constituirse en disciplinas propias y únicas, fue necesaria una importante producción teórica, con cuerpo propio —diferenciado de las otras ciencias— y sistemáticamente estructurados a través de un método. Las preguntas que cabe esbozar aquí son: ¿Tiene el turismo una producción teórica suficiente y coherente, sistemáticamente estructurada y con ‘espíritu’ propio que la diferencie de las ciencias que absorben hasta la actualidad al fenómeno turístico? ¿Tiene el turismo un método propio? ¿Cómo se confrontan las teorías turísticas con la praxis epistemológica común entre sus investigadores?

Las respuestas a estas preguntas brindarán pistas necesarias para poder contribuir al debate acerca de si el turismo es o no una ciencia. Un examen de la literatura especializada pone de manifiesto que muchos expertos están convencidos de que el turismo es un fenómeno tan complejo que, según ellos, ninguna de las ciencias conocidas tiene la capacidad necesaria y suficiente para desentrañar su naturaleza y las leyes que lo explican. Otros prefieren hablar de doctrina o de teoría del turismo más que de ciencia, argumentando que su objeto es el estudio de las relaciones y fenómenos turísticos desde el punto de vista de su significado cultural.

Los aportes empíricos de los investigadores del turismo quedan incluidos en esta doctrina general del turismo que configura los desarrollos de la industria turística y, especialmente, de la oferta hotelera. A mediados de los años setenta del siglo pasado, el yugoslavo Jovicic planteó que el pensamiento científico

sobre un fenómeno tan interesante como el turismo se encontraba estancado y creía que era urgente disponer de una nueva ciencia, a la que llamó “turismología” (Jovicic, 1975). Para este científico, la creación de una ciencia independiente permitiría aprehender al turismo en su unidad y en su complejidad, lo que posibilitaría que el turismo se desarrollase con más celeridad y variación. La conclusión de este trabajo es que no basta la voluntad de querer definir una ciencia para lograrlo. ¿Existe la producción teórica necesaria en turismo para hacer realidad la propuesta de Jovicic?

Evitando ser profusos, solo se señalará de manera sucinta las propuestas que han emergido para denominar al turismo como ciencia. En 1967, el economista español Ángel Alcalde propuso la denominación de “teorometría”, de la que derivaría “teorología” (del griego *teoros*, ‘viaje’). El francés P. P. Defert propuso en 1966 otro nombre para la ciencia del turismo: “turistología”, y un año más tarde, el italiano Fragola propuso llamarle “turismografía”.

Desde una visión sincrónica se puede considerar que en este momento existen tres tendencias con respecto al debate de si el turismo es o no una ciencia. La primera cree que ya existe una producción científica suficiente, aunque no demuestran que tiene coherencia y generalidad. La segunda es más cautelosa: cree que el turismo está en camino de convertirse en ciencia, pero que aún no lo es, ya que falta investigación y método. La tercera cree que el turismo es simplemente un fenómeno social, una actividad humana, que puede ser comprendida y explicada desde diferentes ciencias.

Desde la perspectiva de la investigación turística en México, es evidente que en los últimos años se ha incrementado significativamente la generación de conocimientos acerca del turismo con la edición de libros, tesis de variadas temáticas relacionadas con el turismo y estudios de caso en los temas de planificación turística, impactos ambientales, demanda turística, segmentación de mercado y turismo y educación. Estos trabajos configuran un cúmulo en los estantes de las bibliotecas. Hoy, precisamente, la investigación turística está orientada hacia los estudios de lo económico, lo social, lo demográfico y lo ambiental, y es evidente la carencia de una investigación de carácter filosófico y epistemológico.

Las investigaciones sobre el turismo suelen enfocarse y clasificar su conocimiento a partir de los objetos manifiestos, en vez de hacer de ellos un objeto de conocimiento, el esfuerzo de estudio se orienta prioritariamente a la hotelería, agencias de viajes, servicios de alimentos y bebidas, el marketing turístico, entre otros, como si eso fuera el turismo (Castillo, 2004: 84).

Por tanto, se puede concluir que una epistemología del turismo implica no copiar argumentos, sino lograr una ruptura dialéctica con los fundamentos convencionales. Romper con la tradición no significa lograr un nuevo discurso, romper con la tradición es comprender que la dificultad a la que se enfrenta un nuevo conocimiento —ciencia o saber— es sobrepasar los límites que, lejos de serle inherentes, solo constituyen un estadio provisional de su desarrollo. El problema básico es la ausencia de estudios epistemológicos críticos del turismo, problema que puede resumirse en los siguientes puntos:

- no se dispone de la obra de quienes acuñaron los términos turistología, turismografía, turismología y teorología
- no se ha concretado aún una epistemología del turismo que articule a la comunidad internacional de investigadores
- la mayor parte de las investigaciones padece asincronismo, lo que no hace posible que el debate y la teoría avancen. Por lo anterior, no se establecen ni el principio de generalidad de las ciencias, ni el principio de su evolución histórica
- no existe una crítica ni coherente ni sólida del cuerpo teórico a propósito del turismo, y menos aún en contraste con lo empírico. No se sostiene el principio de falibilidad del paradigma relativista
- el turismo aún no presenta un método de investigación definido. No hay la sistematización estructurada que exige el positivismo
- el turismo aún no cautiva con un cuerpo teórico conceptual ni con un objeto de investigación propio. No se dispone de la necesaria falsabilidad que sugieren los realistas, ni del contraste que piden los pragmáticos.

Estos son algunos elementos que hacen suponer que el turismo carece de fuste para otorgarle el grado de ciencia. Es relevante destacar que lo anterior no está en contradicción con el hecho de que el turismo tenga la coherencia y consistencia suficiente para, en un futuro, constituirse en una disciplina científica autónoma. Cada vez más se refuerza la idea de que sí tiene esa capacidad. Lo que sucede en la actualidad es que la producción de investigaciones en turismo está centrada en propiciarle al capital mayor rentabilidad y, por otro lado, brindarle a otras ciencias —como la ecología— nuevas y novedosas perspectivas.

Este ensayo fortalece la afirmación de que son insuficientes las investigaciones y producciones teóricas que estén en función del objeto de conocimiento del propio turismo. De ahí lo meritorio del trabajo presentado por Castillo y Panosso (2010). Es preciso reconocer que el estudio del turismo cuenta con una riqueza conceptual en la que confluyen o entran en conflicto distintos enfoques, lecturas y visiones de la realidad. Se trata de un amplio campo de saberes, prác-

ticas y experiencias que se halla en permanente construcción; es decir, se producen rupturas, cambios y nuevos desarrollos conceptuales. “El estudio de este proceso de científicaci3n muestra que el turismo cuenta ya con casi todas las características y herramientas típicamente asociadas con las disciplinas científicas más consolidadas” (Jafari, 2005). Lo que le falta al turismo no es la voluntad de aceptación como ciencia por parte de la comunidad científica internacional, sino una producción teórica coherente y generalizable que lo haga merecedor de tal título.

Referencias

- Ayer, J. (1968) *The Origins of Pragmatism*, Studies in the philosophy of C. S. Peirce and W. James, MacMillan, Londres.
- Bachelard, G. (1985) *El nuevo espíritu científico*, Editorial Nueva Imagen, segunda edición, México.
- Benegas, A. (1990) “Adam Smith, a 200 años de su muerte”, *Revista Libertas* núm.13, Instituto Universitario <www.eseade.edu.ar>.
- Bravo, V. (1984) *Teoría y realidad de Marx, Durhkeim y Weber*, Editorial Juan Pablos, México.
- Castillo, R. (1994) *El pragmatismo*, UNED, Madrid.
- Castillo, M. (2004) *Inter, multidisciplinar y/o hibridación en los estudios socio-culturales del turismo, entorno del turismo, perspectivas*, vol. 1, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México.
- Castillo, M. y A. Panosso (2010) *Epistemología del Turismo. Estudios críticos*, Editorial Trillas, México.
- Chalmers, A. (1988) *¿Qué es esa cosa llamada ciencia?*, Siglo XXI Argentina, <www.ateismopositivo.com.ar/que-es-esa-cosa-llamada-ciencia>.
- Durhkeim, E. (1997) *Las reglas del método sociológico*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Jafari, J. (2005) “La científicaci3n del turismo”, *Contribuciones a la economía*, julio de 2005 < http://www.eumed.net/ce/2005/jafari.htm >.
- Jovicic, Z (1975) *Pour et contre la tourismologie comme discipline scientifique distincte, et le bilan des dernières 25 ans de la recherche touristique*, St. Gall, Edition Gurten, Berna, Suiza.
- L3pez, A. (2008) “Apuntes sobre ciertas aporías del sociologismo de Durhkeim”, según sus reglas metodológicas, *Contribuciones a las ciencias sociales* <www.eumed.net/rev/cccss>.
- Miller, D. (1995) *Popper, escritos selectos*, Fondo de Cultura Económica, México.

- Organización Mundial del Turismo (2001) “La Cuenta Satélite de Turismo: pasado, presente y futuros desarrollos (CST, 2001)” <<http://world-tourism.org>>.
- Organización Mundial del Turismo (1994) “Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas”, <<http://world-tourism.org>>.
- Popper, K. (1997) *El mito del marco común. En defensa de la ciencia y La racionalidad*, Paidós Ibérica, Barcelona.
- Putnam, H. (1994) *Las mil caras del realismo*, Paidós Ibérica, Barcelona.
- Real Academia Española (2001) *Diccionario de la Real Academia Española*, vigésima segunda edición <<http://www.rae.es/rae>>.
- Weber, M. (1993) *Economía y sociedad*, Fondo de Cultura de España, Barcelona.

II

Lo global-local como base del turismo y la sustentabilidad. Una aproximación a la discusión teórica conceptual

Rodrigo Espinoza Sánchez¹
Rosa Ma. Chávez Dagostino²
Edmundo Andrade Romo³

Introducción

En los albores del siglo XXI, cuando las crisis económicas y financieras originadas por las políticas del centro impactan de manera rotunda las economías periféricas y emergentes, es plausible encontrar nuevas concepciones de diseño de políticas públicas orientadas al mejoramiento de las situaciones de los individuos y los colectivos en general. Para ello es necesario un acercamiento teórico a la concepción de una de las actividades que en las últimas décadas del siglo pasado han calado hondo en la sociedad: el turismo.

El turismo se ha manifestado como una actividad económica que puede equilibrar los altibajos que se presentan en el crecimiento de las economías; sin embargo, debe ser atendido de manera muy estudiada para que pueda coadyuvar en los diferentes sectores de las comunidades receptoras y, al mismo tiempo

-
1. Universidad de Guadalajara. Correo electrónico: rodrigoe@pv.udg.mx
 2. Universidad de Guadalajara. Correo electrónico: rosac@pv.udg.mx
 3. Universidad de Guadalajara. Correo electrónico: edmundoa@pv.udg.mx

pueda potenciar las actividades primarias y secundarias a escalas local, regional y nacional. Esto supone encontrar nuevas vías que orienten al desarrollo, entendido como el escenario donde coinciden los aspectos económicos, sociales y ambientales de manera equilibrada; es decir, el desarrollo sustentable tan añorado y tan distante de las prácticas cotidianas en todos los sectores y subsectores de las economías.

El turismo es, así pues, una alternativa para el desarrollo sustentable; un eslabón perdido y necesario en la era posmoderna cuyas economías de mercado son fuertes y frágiles a la vez, y cuyos rasgos sutiles y atractivos propician y fortalecen el crecimiento económico de un espacio dado. Hablar de desarrollo local es enfrentarse a un sinnúmero de cuestiones e intereses que posibilitan o entorpecen la vida cotidiana de una comunidad e ir al encuentro de convergencias y divergencias expresadas en contrastes estructurales de política pública. La política pública puede inspirar o desmotivar las perspectivas de desarrollo local emanadas de la vida cotidiana, donde el yo va al encuentro del otro y los otros, ansiosos de oportunidades y satisfacciones engendradas en la escala inmediata de la vida familiar, hacen posible la vida en común (Roger, 2008; Zizumbo, 1998; Monterroso, Zizumbo, Zamorano, Monterroso y Gómez, 2009).

Castro (2009: 31) señala que “la globalización como proceso trastoca todos los ámbitos, lo que implica una serie de relaciones dialécticas entre las que se encuentra la relación global-local”. En un mundo globalizado, donde el aspecto económico es imprescindible, la toma de decisiones para el desarrollo de un territorio debe tener en cuenta las escalas y niveles de involucramiento. Basado en Boisier (2005), Castro se refiere a las principales posturas teóricas acerca de la interrelación entre lo global y lo local:

la desvalorización del territorio en el ámbito global, al prevalecer el dominio de las grandes empresas transnacionales, que se convierten en tomadoras de decisiones y determinan los territorios donde se desarrollarán o concentrarán ciertas actividades económicas que hacen posible la innovación como elemento clave en la competitividad necesaria para participar en el mercado global, convirtiendo al territorio como variable dependiente en función del crecimiento innovador empresarial, y existen autores que estudian esta postura como: Froebel, Heinrichs y Kreye, Henderson y Castells, Amin y Robins (Castro, 2009: 54).

Y más adelante:

Se considera por el contrario, que el proceso de globalización origina una revalorización del territorio, incrementando la importancia de los lugares y las localidades, en

tanto que éstas conforman el entramado básico que hace posible la competitividad al establecer las condiciones para llevar a cabo la innovación y la aplicación de la alta tecnología, comparten esta postura autores como: Piore y Sabel, Porter, Scott y Storper, Stöhr, Vázquez Barquero, Garofoli, Cuadrado Roura entre otros especialistas (Castro, 2009: 54).

Estas dos posturas permiten enmarcar y fundamentar el binomio del turismo y la sustentabilidad como ejes de discusión para el desarrollo. Acorde con esto, el presente capítulo pretende hacer un acercamiento a la discusión teórica conceptual de la temática en cuestión.

El desarrollo a partir de lo global-local

Abordar el estudio del desarrollo desde la perspectiva de lo general a lo particular es entender el planteamiento de Hegel en palabras de Barrios (2007: 5): "... entre conceptos opuestos existe una relación dialéctica y de esas contradicciones dialécticas entre opuestos es de donde surge la dinámica, la innovación, la revolución y el crecimiento". El análisis del desarrollo económico de una región específica implica entender la ocurrencia a diferentes escalas que necesariamente inciden de manera directa o indirecta y estas posibilitan o imposibilitan el equilibrio de las aspiraciones de la sociedad y los individuos de manera singular.

Desde sus albores la visión del desarrollo ha sido, es y se proyecta como una constante en crecimiento donde la razón humana busca el aprovechamiento de los recursos naturales para alimentar su egoísmo frente a la creación de una naturaleza que a primera vista pareciera que es inconsciente, y es en ese dilema de la contrariedad donde aparece el alma natural como generador de las estrategias de desarrollo dentro de un mundo globalizado o 'planetarizado', donde lo complejo es el simbolismo para el dominio territorial y deshumanizado de lo local (Roger, 2008).

La globalización de las economías está expuesta a la mano invisible de quienes ostentan el poder y es a partir de ahí donde generan sus estrategias de desarrollo de manera despiadada contra los recursos naturales de las regiones más desprotegidas, aspecto que repercute directamente en la escala más débil como es la local, pero es importante enfatizar que no es una consecuencia del sistema capitalista, sino más bien es una estrategia generada desde la superestructura internacional que impone a los Estados nación su poder y dominio financiero del centro a la periferia. Esta última es la que refleja las inercias de los embates del poder, y se podrá decir que estas contradicciones están encausando al

denominado ‘triángulo de fuego’⁴ que alude a los tres ámbitos del desarrollo sustentable: calentamiento económico, calentamiento social y el calentamiento ambiental que se está viviendo en este ‘interaccionismo’ y que requiere de una nueva cosmovisión que permita la creación de una nueva utopía que entienda a las soberanías nacionales y sus subordinaciones (Quiroz, 2008).

Turismo y economía

El turismo como objeto de estudio es relativamente nuevo comparado con otras actividades económicas. Su origen se remonta a finales de los años 40, inmediatamente después de la Segunda Guerra Mundial, y nace precisamente para restablecer la economía mundial. Lo anterior conlleva a entender la evolución del turismo que, según Quintero:

Es uno de los sectores de la economía mundial que experimenta un mayor crecimiento, ya que representa cerca del 7% de las exportaciones globales de bienes y servicios ocupando el 4º lugar en el ranking, luego de las exportaciones de químicos, productos automotores y combustibles. En relación con las exportaciones de servicios, el turismo representa el 30% del total de ingresos y ocupa el primer lugar en el ranking [...] y pronostica un crecimiento del 4.5% hasta el 2020 (Quintero, 2008: 29).

Estos datos hacen reflexionar acerca del dinamismo de esta actividad en el contexto económico mundial bajo la vigilancia de las leyes de un mercado globalizado y ‘planetarizado’ que a cada momento cuestiona la estabilidad de los Estados nación que le dieron origen. Por otra parte, el turismo como fenómeno social se ha propagado de manera acelerada para poder resolver problemas macroeconómicos de países como México a un costo relativamente alto, ya que el turismo al ser una actividad económica que se presenta como un fenómeno que enmarca varios aspectos (sociales, culturales, políticos, ambientales, entre otros) su manejo y control se torna difícil y termina impactando de manera contundente a escala local, a la que ayuda a agilizar diferentes procesos que él mismo ha orientado, como son, entre otros: la ‘desruralización’, la ‘neoruralización’, el ‘citadinitismo’, el sedentarismo agigantado, la multidependencia, el

4. El término ‘triángulo de fuego’ se refiere a los problemas actuales a los que se están enfrentando las tres aristas del desarrollo en los extremos de las escalas global-local.

multifacetismo, el mercantilismo, el ‘confortismo’, el psicologismo laboral, entre otras (Zizumbo, 1998; Roger, 2008; Espinoza, Chávez y Andrade, 2009).

Actividad de gran dinámica, el turismo ocasiona situaciones que deben ser atendidas en base a un análisis prospectivo que pueda identificar con anticipación estos aspectos de índole negativo y convertirlos, a través de una buena planeación y diseño de políticas públicas, en oportunidades de desarrollo comunitario local que impulsen la fuerzas internas para el desarrollo. De esta manera podrán generarse las competencias endógenas necesarias de apropiación y revaloración de lo difuso, lo diverso y lo pluricultural que dan origen a nuevas opciones de desarrollo turístico y, a la vez, otorga el empoderamiento de los actores locales (Blauert y Zadek, 1999).

La sustentabilidad es un concepto adoptado y visionado por los países del centro de la economía capitalista que, ahogados en la inercia de la acumulación patrimonial que el mismo sistema reproduce, ahora buscan encontrar equilibrios en las periferias económicas que les permita seguir poniendo en práctica lo que por varias décadas les ha dado resultado. Sin embargo, el planeta Tierra tiene sus limitantes como ser vivo que es, con sus diferentes sistemas, sentidos y sentimientos demostrados a través de su naturaleza (Jodar, 2009). Sin embargo, la palabra ‘sustentabilidad’, como determina Casas (2009), en las últimas décadas ha generado tal dinámica que diferentes organismos internacionales, nacionales, regionales y locales han propuesto programas en todo el mundo para su logro, y su uso tan generalizado ha ocasionado que esté en todos los ámbitos, desde lo coloquial hasta lo académico y lo político. La multiplicidad de su aparición en las diferentes disciplinas se debe a las disparidades y asimetrías generales y específicas de las sociedades que actualmente coexisten en un mundo con diferencias sociales y económicas abismales, cuyos recursos naturales se reducen ante una población en constante crecimiento y, por ende, la presión sobre dichos recursos aumenta, lo que compromete los diferentes escenarios presentes y futuros.

En 1987, la Comisión de Ambiente y Desarrollo definió a la sustentabilidad como:

La capacidad del sistema ecológico de proveer bienes y servicios que satisfagan las necesidades actuales sin comprometer su aprovisionamiento del futuro —o el mejoramiento de la calidad de vida, dentro de la capacidad de sostenimiento de los ecosistemas (Casas, 2006: 6)

Se presume entonces que la sustentabilidad propone un análisis minucioso de las relaciones entre el hombre y la naturaleza y los hombres entre sí, y de la huella

que imprimen en el entorno que les rodea. Para Gómez (2003), por sustentabilidad debe entenderse “una nueva cultura que busca relacionar armónicamente el desenvolvimiento de la economía, la sociedad y la naturaleza”, lo que implica un equilibrio entre los tres aspectos primarios que posibilitan el encuentro de una práctica que diferencia a las acciones del ser humano en pro de su existencia en el planeta Tierra. Inspirado en Nicolás de Cusa y su principio de la *docta ignorantia*, Montejano (2004) concluye que la sustentabilidad es una idea y el ser humano —la criatura más excelente de las criaturas— es el creador de las ideas.

Turismo y desarrollo

En la actualidad el turismo es un tema controversial ya que, por una parte, es tenido como reactivador de economías, y por la otra se ha utilizado como disfraz patrimonial de apropiación de los recursos naturales y culturales (Gómez, 2005; de Jong, 2001). Como fortalecedor de la economía de mercado, el turismo propicia flujos financieros entre regiones asimétricas, y una buena planeación territorial y un buen diseño de políticas públicas con sistemas de control bien delimitados podría coadyuvar al desarrollo si —y solo si— se asegura que el efecto multiplicador de la derrama económica se encuentre en todos y cada uno de los diferentes actores y factores de la sociedad (Pichón y Uquillas, 1999).

Los modelos de desarrollo convencional, como su nombre indica, se han ejercido en base a planeaciones convencionales, y sus resultados estarán sujetos a ese convencionalismo que les dio origen. Sin embargo, el desarrollo como concepto implica más que simples intereses de ciertos agentes involucrados en el crecimiento de algunos sectores o subsectores socioeconómicos. El verdadero desarrollo no solo enfatiza el aspecto económico sino involucra otros elementos para beneficio del grueso de la población, y a la vez considera a todas las actividades que se ejecutan al interior del territorio, entendiendo las diferentes articulaciones sociales y naturales que en ella se concentran (de Jong, 2001; Massam, Espinoza y Chávez, 2003).

El planteamiento sería qué tipo de desarrollo se quiere en un espacio dado para una sociedad determinada, ya que la dialéctica de mercado en el sistema capitalista posmoderno ha engendrado una fisonomía individualista alejada del colectivismo, y la voracidad de las innovaciones tecnológicas han convertido al crecimiento en lo ideal hasta el punto de que ser moderno implica ser superficial y no racional. Desarrollo por desarrollo puede conducir a marginación carencial y marginación anómica (Ballesteros, 1989).

Es necesario enlazar armónicamente al turismo con el desarrollo, incluyendo a la multiculturalidad —la diversidad natural y humana— en los espacios del hábitat y en la praxis de lo cotidiano y real, ahí donde se forman los mosaicos naturales y culturales que forman las bases para el uso turístico (Frost, 1946; Espinoza, Pulido, Andrade, Chávez y Franco, 2008).

Basados en las políticas de reestructuración económica neoliberal, algunos países han perfilado sus planes de desarrollo tomando al turismo como eje vertebrador del resto de las actividades económicas. Un análisis profundo del fenómeno del turismo —con un enfoque teórico metodológico diferente al de las teorías clásicas— es vital en estos países, de manera que puedan comprenderlo en toda su complejidad y logren que sus impactos sean en beneficio del desarrollo endógeno de las poblaciones receptoras (Van Broeck, 2005; Espinoza, Chávez y Andrade, 2009; Quiroz, 2008).

Modalidades turísticas: turismo masivo vs turismo alternativo bajo el enfoque de la sustentabilidad

Desde sus orígenes, el turismo se ha encausado al ocio y esparcimiento de gente de una clase social económicamente estable que puede solventar los costes de viajes de placer y que desea encontrar formas de relajamiento alejado de la rutina y a abrazar un ‘hogar nuevo’ con seguridad, afecto y nuevas relaciones en los diferentes aspectos de la vida. La tecnificación del turismo viene a dar respuesta a ese segmento. Según Ortuño:

Durante miles de años el hombre sostuvo con la naturaleza relaciones que podrían calificarse como de estrictamente utilitarias. La supervivencia de la raza humana y su desarrollo se basan en una especie de *contrato de uso* y a veces de abuso por las que el hombre fue dominando a las fuerzas naturales, pero al paso del tiempo algunos hombres o grupos sociales, han conseguido establecer con la naturaleza, un nuevo contrato resultado y expresión de nuevas demandas y exigencias originales del hombre, se busca en la naturaleza el placer, el reposo, la tranquilidad, es decir un conjunto de bienes de carácter refinado: placer físico en la playa, placer estético, la contemplación de un amanecer o atardecer; satisfacción de aficionado buscando y estableciendo el catálogo de la flora local, todo esto no es otra cosa que una forma original de gozar de la naturaleza (Ortuño, 1966: 48-49).

En cada época histórica, el ser humano se ha interpretado los usos de los recursos que posee un territorio para activar o reactivar una actividad. En este sentido, el turismo de masas viene a ser una consecuencia de la forma salvaje en que

se va dando la proliferación turística, primeramente consumiendo los recursos de un alto valor natural y posteriormente los de valor cultural. Estas prácticas turísticas encierran en sí mismas impactos irreversibles que degradan los recursos de uso turístico y, por consiguiente, alteran las relaciones de ecosistemas naturales, poblacionales y socioculturales que coexisten en un espacio territorial (Daft, 2005; Chávez, 2007).

El turismo de masas, al no responder ante las diferentes aristas que contempla un paradigma de desarrollo sustentable, desenvuelve alternativas que posibilitan el crecimiento y el involucramiento de otros espectros de la actividad, con el propósito de ramificar o diversificar la concentración de un monocultivo en una variedad de opciones de aprovechamiento de los recursos turísticos desde perspectivas o lentes diferentes que mejoren las condiciones de las comunidades receptoras de turismo (Bringas y González, 2003). Desde la perspectiva anterior, se observa cómo la tipología del turismo ha ido encontrando caminos diversos con nuevas orientaciones que permiten encontrar armonía entre las diferentes actividades autóctonas de los espacios donde se presenta. Sin embargo, al ser una actividad terciaria, invita a la competencia entre los otros sectores de la economía, aspecto este que conduce a romper la armonía inicial con la que se presentó e inicia con ligeros desplazamientos entre actividades, ocasionando la apropiación del territorio y, por ende, la de sus recursos.

Cuando se habla de sustentabilidad se espera encontrar un desarrollo planificado desde el núcleo mismo de la realidad, y no meras especulaciones de dicho concepto. En este sentido, Blauert y Zadeck (1999: 9) comentan “Al conceptualizar la sustentabilidad, se ha subrayado la interrelación entre los fundamentos sociales y ambientales de las estrategias de desarrollo, lo que da por resultado un enfoque general socioecológico para entender los procesos de desarrollo.” Esto implica entender que, en todo momento de la historia humana, el hombre ha tratado de encontrar caminos que le lleven a escenarios de la naturaleza que le provean de satisfactores para su propio desarrollo, descuidando la relación básica hombre-naturaleza que le dio origen.

La tríada turismo, desarrollo y calidad de vida

En la búsqueda de mecanismos para elevar el nivel de vida de los habitantes de un país, han surgido términos usados tanto por la población como por el sector oficial, entre los cuales están: turismo, desarrollo sustentable y calidad de vida. Es el caso de México, donde el gobierno difunde el eslogan: “hagamos del turismo...el futuro de México” (Secretaría de Turismo, 2005). Este subsector de la economía ha sido convertido en prioritario y se espera que asuma el rol

de dinamizador económico del país, como estrategia de crecimiento económico que puede generar derrama dentro del núcleo receptor. Sin embargo, para que esto ocurra debe hacerse bajo un estricta y minuciosa planeación pública; de lo contrario, puede que los impactos sean contrarios a dicha estrategia. Un modelo de indicadores de calidad de vida municipal (MICVM) coadyuvaría mediante su aplicación a que esta actividad se implementara y pudiera ser controlada (Espinoza, 2006).

El turismo, analizado como fenómeno y bajo la óptica tradicional de operación, ha ocasionado diversos efectos no considerados o tomados en cuenta. La sustentabilidad como modelo es también un concepto muy pronunciado, pero a la vez muy discutido por las diferencias o asimetrías existentes entre los diversos territorios que tienen las regiones, por lo que su aplicación requiere de una concientización en todos los sectores y de los diferentes actores e inclusive del mismo sistema de gobierno (Moncada y Mota, 2004).

Partiendo de que la práctica del sector oficial es la que fija el hilo conductor y el resto de los actores sean fieles a la propuesta de dicho modelo, experiencias de este tipo ya están ocurriendo en otras partes del hemisferio y, en estos se puede establecer una relación estrecha entre los diferentes conceptos mencionados que permiten dar una respuesta a una actividad y a un público objetivo mediante su aplicación razonada.

Con lo anterior se puede enfatizar la importancia de considerar estos eslabones conceptuales para que imbriquen su aplicación en un área determinada y, a la vez, muestren que su implementación dentro de una región puede conducir al crecimiento y desarrollo de los tres elementos de la sustentabilidad que la población espera ver en un modelo. Estos aspectos son: el económico, el social y el ambiental, pero esto requiere que la política pública responda a su génesis de beneficio social.

Conclusiones

Acorde con todo lo expuesto, es importante establecer que existen correspondencias y antagonismos entre el desarrollo del turismo y la sustentabilidad ya que, por una parte, en el pronunciamiento del discurso político que alude a la gobernanza, el turismo es una actividad bondadosa que ayuda a la conservación de los recursos de manera general, pero en la praxis se presentan los elementos depredadores de su génesis, cuyo propósito es acumulación de riqueza, por lo tanto responde al crecimiento económico originado dentro de un mercado de

competencia imperfecta que desprotege o desmantela los núcleos de las economías locales.

Al respecto de lo anterior, señala Santander:

Desarrollo y turismo sustentable son dos conceptos que justifican prácticas sociales incompatibles con sus propios postulados —específicamente, con el objetivo de promover el desarrollo de las comunidades locales receptoras de proyectos sustentables (Santander, 2005: 29).

Es decir, en el fondo de la práctica estos conceptos encierran un mundo paradójico, ya que se oponen, pues en ambos se detecta una sensación de desesperación por alcanzar o justificar acciones que no tienen justificación ante la realidad social de dichas comunidades. Sin embargo, puede vislumbrarse que existen esfuerzos por encontrar caminos conceptuales que induzcan a encontrar opciones o alternativas para que la sustentabilidad se logre a través de actividades bien planeadas y sistematizadas, y que la interrelación de conceptos posibilitan el encuentro de estos caminos de constante búsqueda del ser humano posmoderno con nuevas visiones.

Por otra parte, se requiere la comprensión en toda su extensión de las posturas pronunciadas por Boisier (2005), donde enmarca la relación existente entre lo global y lo local, ya que, por una parte, lo global genera la desvalorización del territorio y, por otra, la revalorización. Entonces en este encuentro se debe ser cuidadoso al momento de plantear dicha relación, porque por una parte se pueden crear falsas expectativas de desarrollo sustentable y, por la otra se puede generar una vertiente del sistema capitalista de apropiación y acumulación de la riqueza, en lugares clave para grandes desarrollos inmobiliarios. Es importante comprender el sentido de identidad del territorio para que el binomio globalidad-localidad se empaten y no se generen desequilibrios que inclinen a un modelo de crecimiento económico exclusivo en donde el ‘endogenismo’ no tenga lugar dentro de la escala local.

Por otra parte, si la relación de lo global y lo local es para el desarrollo territorial basada en la estrategia turística sustentable, esta debe soportarse en el empoderamiento de la comunidad de la esfera local, consciente de la relación coexistente entre hombre y naturaleza que intuya las bondades de un apropiado manejo de los recursos propiedad de varias generaciones, y no de uso exclusivo de la presente.

A manera de reflexión final, se puede inferir que estos dos binomios relacionados de lo global-local y turismo-sustentabilidad deben de practicar el

principio de la dialógica que entiende y comprende los diferentes tejidos que componen un mosaico territorial.

Referencias

- Ballesteros, J. (1989) *Postmodernidad: decadencia o resistencia*. Editorial Tecnos, Madrid.
- Barrios, C., U. Castro, L. Coria, M. González, R. Martínez y L. Taddey (2007) *La relación global-local: sus implicaciones para el diseño de estrategias de desarrollo*. Eumed.net, Málaga, España.
- Blauert, J. y S. Zadek (1999) *Mediación para la sustentabilidad: construyendo políticas desde las bases*, Institute of Development Studies, Universidad de Sussex, Reino Unido/ Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS)/Consejo Británico/Plaza y Valdés Editores, México.
- Boisier, S. (2005) ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización?, *Revista de la CEPAL*, núm. 86, pp. 47-62.
- Bringas, N. y J. González (2003) “El turismo alternativo como un elemento para el desarrollo sustentable de las comunidades indígenas: el caso de las etnias nativas de Baja California”, en: Nieves, S. (ed.), *Desarrollo turístico y sustentabilidad*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.
- Casas, R. (2009) “La ciencia de la sustentabilidad”, *La gaceta de la Universidad de Guadalajara*, sección Ágora, 30 de noviembre de 2009, Guadalajara, México, p. 6.
- Castro, U. (2009) *Estructuras regionales emergentes y desarrollo turístico sustentable: la región Costa Sur de Nayarit, México*, tesis de doctorado, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, Puerto Vallarta, México, pp. 31-54.
- Chávez, R. (2007) *Huella ecológica y desarrollo sustentable. Un enfoque regional en la Costa Norte de Jalisco, México*, tesis de doctorado, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, Puerto Vallarta, México.
- De Jong, G. (2001) *Introducción al método regional*. Laboratorio Patagónico de Investigación para el Ordenamiento Ambiental y Territorial (LIPAT), Facultad de Humanidades, Universidad Nacional del Comahue, Argentina.
- Daft, R. (2005) *Teoría y diseño organizacional*, Thomson Editores, México.
- Espinoza, R. (2006) *Aproximación a un modelo de estudio de indicadores de calidad de vida para la planeación sustentable municipal*, tesis de maestría,

- Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, Puerto Vallarta, México.
- Espinoza, R., R. Chávez y E. Andrade (2009) “La deuda del turismo en la región de Bahía de Banderas. Desarrollo rural y calidad de vida”, en: Núñez, P. y R. Rodríguez (coords.) *Sociedad y economía: estudios sobre Puerto Vallarta y su región*, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, Puerto Vallarta, México, pp. 171-188.
- Espinoza, R., Y. Pulido, E. Andrade, R. Chávez y L. Franco (2008) “Aproximación al análisis para el aprovechamiento turístico sustentable de un mosaico paisajístico dentro de un área natural protegida: Bosque la Primavera”. *TURyDES*, vol. 1, núm. 3, pp. 1-14.
- Frausto, O. (2005) *Desarrollo sustentable: turismo, costas y educación*, Universidad de Quintana Roo, Unidad Cozumel, Cuerpo Académico de Turismo, Cozumel, México.
- Frost, S. Jr. (ed.) (1946) “Baruch Spinoza”, *Masterworks of Philosophy*, Doubleday, Garden City, Nueva York.
- Gómez, S. (2003) “Movimientos sociales y sustentabilidad del turismo (los casos de dos conflictos en el destino turístico de Puerto Vallarta)”, en: Gómez, S. (coord.) *Desarrollo turístico y sustentabilidad*, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas, Departamento de Turismo, Recreación y Servicio, Guadalajara, México, pp. 103-134.
- Gómez, S. (2005) *El desarrollo turístico imaginado: ensayos sobre un destino mexicano de litoral*, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Económico- Administrativas, Departamento de Turismo, Recreación y Servicio, Guadalajara, México.
- Jodar, M. (2009) “La Naturaleza”, portal de la *Página Urbano Ambiental*, <<http://www.manueljodar.com/pua/pua0.htm>>.
- Massam, B., R. Espinoza y R. Chávez (2003), *Quality of Life in the Puerto Vallarta Region of Jalisco State, México*, Instituto de Desarrollo Rural, Universidad de Brandon, Brandon, Canadá.
- Moncada, P. y E. Mota (2004) “Indicadores de desarrollo municipal bajo una perspectiva de la sustentabilidad en un municipio de Quintana Roo”, ponencia presentada en el II Congreso Mesoamericano Universitario de Turismo sobre Desarrollo e Integración Regional, Universidad de Quintana Roo, Unidad Cozumel, 24 de noviembre de 2004, Cozumel, México.
- Montejano, J. (2004) *Textos Filosóficos II. Quinto semestre*, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey/Secretaría de Educación Pública, México.

- Monterroso, N., L. Zizumbo, S. Zamorano, P. Monterroso y M. Gómez (2009) *Espoleando la esperanza: evaluación social de la sustentabilidad en dos comunidades rurales del Estado de México*, Serie Ciencias Sociales, Miguel ángel Porrúa, México.
- Ortuño, M. (1966) *Introducción al estudio del turismo. Turismo nuestro porvenir*, Colección de Textos Universitarios, Joaquín Porrúa, México.
- Pichón, F. y J. Uquillas. (1999) “La Agricultura sustentable a través de la participación campesina: investigación agrícola y desarrollo tecnológico en las áreas vulnerables de Latinoamérica”, en: Blauert, J. y S. Zadek (coords.) *Mediación para la sustentabilidad: construyendo políticas desde las bases*, Institute of Development Studies, Universidad de Sussex, Reino Unido/ CIESAS/Consejo Británico en México/ Plaza y Valdés Editores, México, pp. 25-66.
- Quintero, J. (2008) *Turismo y desarrollo local en México. El caso del municipio de Cabo Corrientes en Jalisco*, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa/Universidad Complutense de Madrid, Puerto Vallarta, México.
- Quiroz, S. (2008) *Ocho ensayos y una entrevista para la reconstrucción de la utopía del siglo XXI: otro mundo es posible*, Editorial Colín y Asociados/ Universidad de Tijuana (CUT)/Instituto de Pedagogía Crítica, Ciudad de México, México.
- Roger, E. (2008) *Introducción a la filosofía de las ciencias sociales y humanas*, Universidad Católica de Manizales, Manizales, Colombia.
- Santander, L. (2005) “Desarrollo y turismo sustentable: paradigmas, ideología y práctica social”, en: Frausto, O. (ed.) *Desarrollo sustentable: turismo, costas y educación*, Universidad de Quintana Roo, Cozumel, México.
- Secretaría de Turismo (2005) “Análisis de los viajeros por cuenta propia y en tour. Revpar: un indicador de competitividad, actualización a 2004. Segunda parte: Destinos de ciudad”, *Boletín cuatrimestral de turismo*, núm. 13 enero-abril de 2005, p. 1 <http://datatur.sectur.gob.mx/work/docs/1_boletin_cuat/bol12005.pdf>.
- Zizumbo, L. (1998) *Turismo y vida cotidiana. La incorporación de la población de Toluca, Estado de México, a la práctica del turismo*, Universidad del Estado de México, Toluca, México.

III

¿Geografía turística o Geografía del turismo? La importancia del territorio

Lucía González Torreros¹
Rosalba Castañeda Castro²

Introducción

Las reflexiones vertidas en este trabajo tienen como objetivo primordial demostrar la gran importancia de la relación de la ciencia territorial (Geografía) con la actividad turística, atendiendo a la premisa de que el turismo es, ante todo, una actividad con una clara manifestación espacial. El examen realizado permite establecer la diferencia entre la Geografía Turística y la Geografía del Turismo, centrada esta última en resaltar el papel del territorio, al que con frecuencia se le define simplemente como el escenario de las prácticas turísticas.

Esta aproximación, sustentada en el análisis exhaustivo de los principios teóricos de la disciplina geográfica, abre la oportunidad de insistir en la importancia de su expresión local aún cuando el turismo sea una actividad extremadamente global y globalizadora; es decir, se trata de una actividad que pese a que su producción es endógena, su consumo generalmente es realizado por agentes exógenos y, de esta manera, los impactos producidos se visualizan claramente en la esfera local, ámbito de estudio perfectamente asequible para la Geografía del Turismo.

-
1. Universidad de Guadalajara. Correo electrónico: lucia_torresos@yahoo.es.
 2. Universidad de Guadalajara. Correo electrónico: rosalbacasca@gmail.com.

De esta manera, se ha recurrido a retomar el planteamiento de los principios de la Geografía aplicados al estudio del turismo para argumentar sobre las diferencias entre ambas. Por otro lado, la frecuencia con la que aparece el tema del patrimonio en los programas educativos del turismo y la vinculación que se realiza con la Geografía, obliga a repensar la concepción tradicional como recurso turístico.

Partimos de la premisa de que al establecerse con claridad las aportaciones de la ciencia geográfica a los estudios del turismo, se originará una reflexión y un replanteamiento no solo de los nombres, sino de los contenidos y orientaciones de las materias que intentan abordar el estudio del turismo desde la Geografía —superando en todo caso la aproximación simplista que solo pretende responder a cuestionamientos como: ¿qué es lo que es digno de visitarse en un lugar determinado y dónde está?— y, con ello, contribuir a desarrollar el pensamiento crítico (analítico) propositivo de los futuros profesionales del turismo. Este planteamiento se originó en la revisión de la oferta de los programas educativos del turismo en México —particularmente en el nivel de licenciatura— de instituciones de educación privadas y públicas contenidas en la base de datos del Consejo Nacional para la Calidad de la Educación Turística (Conaet, 2008), organismo acreditador de esta oferta académica. Los planteamientos afines a la Geografía Turística son predominantes en las instituciones públicas.

Los principios de la Geografía. Una lectura para el turismo

Los planteamientos que informan sobre el quehacer fundamental de la ciencia geográfica tienen su inspiración en la tradición de Ratzel, Humboldt, o Ritter y, aunque quizá ya se ha enfatizado este tema, la tardía formalización de la Geografía del Turismo como rama independiente de esta ciencia ha provocado una desatención de la importancia que reviste su conocimiento en el ámbito de los estudios del turismo.³ De esta manera, agregarlos a este discurso proporciona argumentos para comprender la diferencia entre la Geografía Turística y la Geografía del Turismo.

Coronas (1969) explica brevemente los principios de esta ciencia: localización, distribución, generalización, actividad, causalidad y conexión. Aún cuan-

3. Es conveniente señalar que, aunque de manera implícita, estos principios son considerados en los tratados de Geografía del Turismo de diversas corrientes de pensamiento (cf. Callizo, 1991; Vera, 1997; Hiernaux, 2006 y Miranda y González, 2008).

do su tratamiento debe ser integral, estos principios pueden explicarse de la siguiente manera:

Principio de localización

Para que un hecho o fenómeno adquiera un valor geográfico es necesario localizarlo en un lugar o espacio determinado. El turismo es una actividad que se caracteriza por su manifestación espacial; es considerada como una de las actividades más globalizadas y globalizadoras y, sin embargo, tiene lugar en un ámbito local.

No obstante, a diferencia de otras actividades económicas (como las primarias y secundarias), es necesario acudir al sitio donde se encuentran los recursos turísticos, por lo que el factor “costo de transportación” adquiere un carácter distinto y, de la misma manera, las declaraciones de uso de suelo turístico y los precios provocan efectos negativos todavía más acentuados. Esto define *a priori* el tipo de turismo y las prácticas e impactos que puede provocar, siendo factores determinantes que inciden en la gestión del destino turístico.

Ya desde la perspectiva de la Geografía Económica,⁴ el tratamiento profundo de este principio ha dado paso al planteamiento de las Teorías de Localización⁵. Particularmente para el turismo, Vera (1997) ha enfatizado tres factores de localización esencial:

- espaciales, a los que incorporan elementos como el desplazamiento de turistas, determinados por componentes como la relación entre la distancia

-
4. Para la Geografía Económica, Méndez (2004: 256) señala que los estudios sobre localización de actividades económicas pueden caracterizarse por: a) la descripción de pautas de localización y la caracterización de las actividades y sus empresas (equivalente al principio de localización), b) la identificación de los factores de localización de las empresas en una relación causal (equivaldría al principio de causalidad), c) el establecimiento de las asociaciones espaciales entre las empresas y aquellas actividades que aparecen simultáneamente en un mismo territorio —aunque no exista entre ellas relación causa-efecto—, sus interrelaciones y flujos (equivalente al principio de conexión), d) el análisis de los cambios espaciales que produce la actividad, sus interrelaciones y flujos, lo que permite establecer algunas etapas evolutivas (principio de actividad), e) la elaboración de tipologías o clasificación de espacios en función de las características homogéneas de las actividades localizadas (principios de generalización y distribución), f) la consideración del impacto territorial de la actividad sobre la estructura de la población, movilidad y urbanización o crecimiento económico (supone el principio de causalidad).
 5. La tradición iniciada por Heinrich von Thünen (1826) se desarrolló para las áreas agrícolas; continúa su trabajo Alfred Weber, quien en 1909 fundamenta su aportación para la localización industrial. Posteriormente, la Teoría de los Lugares Centrales de Christaller enfoca sus planteamientos a los servicios (1933). Otros académicos (entre ellos Laundhardt, Hoover y Lössch).

(física y cultural) y el tiempo, o los costos temporales, tecnológicos o económicos

- ambientales (clasificados en naturales y culturales), considerados como recursos susceptibles de aprovechamiento turístico. Su originalidad, realidad y su estatus de elementos creados ex profeso para el turismo se traducen en diversos imaginarios turísticos que confrontan lo real con lo aparente
- dinámicos, definidos por el grado de desarrollo de las entidades que intervienen en el intercambio turístico, disponibilidad de recursos, economías de escala y la relación global/local del turismo.

En este sentido, la excesiva orientación economicista de los estudios del turismo supusieron el privilegio de este principio; sin embargo, su orientación se ha centrado fundamentalmente en aspectos muy puntuales y descontextualizados del territorio, lo que favorece la conceptualización del espacio turístico como un mero recorte.

Principio de distribución

Tras ser localizado el fenómeno turístico y definido como un hecho geográfico, debe considerarse en el análisis el área que está expuesta a esta actividad, su expansión o contracción según la dinámica que presente el sistema turístico. Es así que el estudio minucioso de la distribución de los recursos permite aventurar, para efectos de planeación y ordenación, las pautas de localización de las empresas turísticas y, con ello, los flujos turísticos y demandas de espacios y servicios que habrán de generarse con la operación del sistema.

Principio de generalización

Una vez manifiesto el fenómeno, surge un efecto de generalización en otros territorios no turísticos; un desbordamiento de la función: se comparan sus pautas de expansión dando paso a su análisis, interpretación y modelización a diferente escala. Se presenta un fenómeno de imitación en otros territorios y un acaparamiento del territorio por parte de la función turística, que en gran cantidad de ocasiones llega a desplazar y sustituir actividades previas y vinculadas con el sector primario y secundario. Los territorios denotan una especialización turística.

Principio de actividad

Este principio da cabida al tratamiento del turismo como un sistema. Hace alusión al planteamiento de que nada es estático, todo se transforma. El turismo es considerado como una de las actividades con mayor poder de transformación. Al ‘instalarse’ en un territorio, transforma todo a su alrededor en busca de mayor eficiencia de mercado y optimización de las inversiones. Si bien es cierto que los cambios analizados desde la Geografía Física parecen ser en ocasiones más lentos, la actividad existe; ni qué decir de los cambios explorados desde la Geografía Humana, cuya manifestación presenta un mayor dinamismo que los anteriores. El turismo es eminentemente una actividad humana, de ahí la importancia de incorporar en el análisis los componentes evolución y proceso histórico.

Principio de causalidad

Entendida la Geografía como una ciencia explicativa, analítica e interpretativa, busca en la manifestación del hecho turístico las causas que le dieron origen. Al incorporar este principio en el análisis y gestión de los espacios turísticos se provee de información valiosa que permite comprender, jerarquizar e interconectar los impactos —positivos y negativos— que se presentan en la práctica del turismo y, en su modelo de manifestación, la aceptación o rechazo de la población local. Y al ser el turismo una actividad de múltiples aristas, debe ser entendida como una actividad transversal, de ahí la importancia del siguiente principio.

Principio de conexión

La interconexión de los hechos geográficos (es decir, un hecho geográfico no está aislado de los demás hechos) es la base de este principio. El tratamiento del turismo como sistema permite explicar su eslabonamiento e interacción con diversos elementos, turísticos y no turísticos. La exploración y conocimiento de todos y cada uno de ellos conduce a una explicación geográfica. Desde la perspectiva económica y de planeación tradicional de los estudios del turismo se ha ‘recortado’ el hecho turístico, se omite e ignora su expresión y conexión con el territorio, se le da un tratamiento como simple escenario donde se desarrollan las prácticas turísticas. El turismo no es un hecho aislado; además de provocar fuertes impactos ambientales y sociales, está íntimamente ligado con otros elementos: transporte; modelos, grado y políticas de desarrollo, activida-

des comerciales, de abasto, industriales, educativas, cultura, componentes del paisaje, elementos geomorfológicos y climáticos. En este sentido, cobra fuerza la definición de lo local.

Comprender la importancia de estos pilares emanados de la ciencia geográfica remite a enfatizar que, la diferencia fundamental entre Geografía del Turismo y Geografía Turística es la lectura que ofrece la primera del territorio y del patrimonio, de ahí deriva su interrelación entre lo local y lo global.

La importancia del territorio

La evolución de la actividad turística se manifiesta fundamentalmente en la transformación del territorio, por ello se hace hincapié en la importancia que reviste identificar la diferencia entre modificar las formas y estructuras espaciales para adaptarlas a las nuevas relaciones y alterar los territorios. El turismo se incorpora así como un agente transformador de las estructuras territoriales, con la capacidad, ya comprobada, de inducir nuevas relaciones; sin embargo, el turismo, al detonar fuerzas encontradas por el uso económico de los recursos, trasciende en numerosos casos al plano de la alteración.

Algunos autores, como Troitiño (2000), han señalado que la presencia de las nuevas tendencias y concepciones sobre el desarrollo y el territorio han provocado transformaciones diferenciadas en el sistema territorial inducidas, por un lado, por la desaparición de usos y actividades tradicionales, y por otro, por la consolidación de actividades de fuertes implicaciones territoriales, como las actividades turísticas y recreativas. Esta situación deviene en una revalorización y reinterpretación de recursos ociosos. Estos grupos de recursos ofrecen un amplio potencial de aprovechamiento que debe ser movilizado y acondicionado para la visita turística, en función de las especificaciones que se definan por medio de acuerdos locales. Poner en valor el recurso para que pueda ser convertido en un elemento dinamizador del territorio.

La apreciación del territorio, como construcción social, es compartida por diversos investigadores. Su principal exponente es Milton Santos (1990), quien sobre los territorios refiere que son entendidos como un contexto social y, al mismo tiempo, constituyen factores determinantes de las estructuras socioeconómicas y son resultado de formas de apropiación y de acción sociocultural. Otro de los autores que abordan el tema del territorio es Dutch, quien lo concibe como:

un espejo donde la población se contempla y se reconoce, una expresión del hombre y de la naturaleza, una expresión del tiempo, una interpretación del espacio, un laboratorio para el estudio histórico de la población, un conservatorio para la preservación del patrimonio natural y cultural, una escuela donde se pueden hacer actividades y tomar conciencia del presente y del futuro de la población (citado en Del Canto 2000: 3).

Espejo, expresión, interpretación, laboratorio, conservatorio y escuela pueden considerarse la síntesis del significado de territorio como construcción social. Para precisar lo que es un territorio, Giménez (2000) sugiere dos teorías: la primera llamada “teoría del territorio” y la segunda “teoría de los territorios apilados”. En el marco de la primera, define al territorio como “espacio apropiado y valorizado —simbólica e instrumentalmente— por los grupos humanos” (p. 21); en este sentido se acerca a la idea de territorio usado que maneja Milton Santos. Para explicar el territorio, primero hay que entender lo que es el espacio, cuya característica principal es su valor de uso; por su parte, el territorio adquiere un valor de cambio al ser apropiado para las relaciones de producción y, por ende, de poder. En el caso particular de los destinos es el valor de cambio el que se ha alterado al incorporar nuevos valores de uso inducidos por las prácticas turísticas.

Giménez refuerza su postura al defender la idea de que los territorios interiores no han sucumbido a la fuerza homogeneizante y niveladora que genera desterritorialización, sino, por el contrario, se han establecido como soporte y factor de relevo de la dinámica expansionista de los procesos globalizantes impulsados por los Estados-nación —pero, específica, los centrales, los poderosos—. En este sentido, los territorios siguen vigentes; aún cuando sean transformados y modernizados para ser adaptados a esa lógica de la globalización, siguen siendo espacios estratégicos en el proceso de mundialización geoeconómica y geopolítica.

Un claro ejemplo de los planteamientos anteriores lo constituye el turismo, actividad reconocida por su influencia globalizadora que busca espacios con activos auténticos y poco comunes: territorios específicos. Esto ayuda a explicar el éxito que se manifiesta en regiones cuyo producto turístico⁶ se basa en com-

6. Una definición simple de producto turístico puede entenderse como el conjunto de bienes (*souvenirs*) y servicios (hospedaje, alimentos y bebidas, transportación y guías) puestos en el mercado con el objeto de satisfacer las necesidades del turista. Considerando que es intangible, no se puede almacenar, se paga generalmente por anticipado a su utilización y disfrute, y su venta se realiza en puntos específicos, la duración del consumo del producto es relativamente

ponentes territoriales —como las rutas, o los declarados patrimonio de la humanidad, denominaciones de origen, etcétera— vinculados estrechamente con procesos culturales.

Así, de la revisión de varios documentos surgen algunas categorías de territorio. Sack (1991), por ejemplo, aborda territorios específicos, como serían los turísticos, y Andereck (1997), desde una mirada antropológica, puntualiza la existencia de territorios primarios, territorios secundarios y territorios públicos, categoría esta última que puede contener a los turísticos y que se distingue de las demás por ser accesible a un gran número de personas —aunque bajo ciertas leyes y reglamentaciones, acuerdos comunes y limitaciones— y la corta duración del uso que los individuos o grupos hacen de ella. Según este autor, una de las características secundarias de los territorios humanizados es el propósito de la recreación.

En el caso del turismo, el territorio se convierte en receptor de flujos turísticos —turistas que se convierten en población flotante demandante de servicios— y destinatario de un flujo económico que se manifiesta con las inversiones públicas y privadas a través de la derrama económica generada por la visita turística. Esta condición de receptor de los flujos económicos impone retos específicos de adaptación del territorio: introducción de nuevas actividades al esquema de valores, modificación de la estructura económica con la configuración de un nuevo eslabón en la estructura productiva y la transformación de la dinámica territorial; todo ello en el marco de ofrecer respuestas alternativas a las condiciones del desarrollo turístico.

Y el patrimonio, ¿qué papel juega? Más allá del inventario de atractivos

La palabra “patrimonio” proviene del vocablo latino *patrimonium* y su significado más reconocido tiene que ver con la herencia. Generalmente, esta apreciación contiene un componente temporal que obliga a la retrospectión, a mirar al pasado, a meditar sobre lo que se dejará a los hijos. La concepción de esta herencia, frecuentemente vinculada con lo material, debe explorarse y repen-

corta (vacaciones). Una definición un poco más compleja considera la idea de que cada espacio turístico crea un producto específico, en función de sus características territoriales. Ello crea un sistema particular que pone en valor el patrimonio, lo interpreta, lo presenta y lo difunde en una estrategia comunicativa que entrega imágenes, mensajes y actividades a partir de la creación de un equipamiento que le permita al turista satisfacer sus necesidades y expectativas de recreación.

sarse en términos más subjetivos e intangibles, ya que también se hereda la parte menos visible de la cultura: conductas, hábitos, costumbres, valores, identidades, historia, saberes, formas de vida. La herencia constituye un bagaje bastante amplio que va más allá de la esfera material.

Rosas (2005: 65) hace notar que la conceptualización más común del patrimonio cultural (“las expresiones de un pueblo que se consideran dignas de ser conservadas”) ha transitado por un largo camino. Un señalamiento específico es que ha pasado por la atención en los procesos de producción y circulación social y de significación —inoperante en su señalamiento como acervo— que obligó a repensarlo como una construcción social, tal como lo señala Florescano:

El patrimonio cultural de una nación no es un hecho dado, una realidad que exista por sí misma, sino que es una construcción histórica, una concepción y una representación que se crea a través de un proceso en el que intervienen [...] los distintos intereses de clases y grupos sociales (citado en Rosas, 2005: 65).

Rosas lanza un cuestionamiento de importancia: ¿qué implica entender el patrimonio como una construcción social? Y enseguida ofrece una respuesta, apoyándose en los planteamientos de Hobsbawn:

Fundamentalmente, reconocer las fracturas y el conflicto tanto en su proceso de definición, en las políticas de conservación, como en la relación de los habitantes de una nación con él. La construcción del patrimonio es una operación enraizada en el presente, a partir del cual se reconstruye, selecciona y reinterpreta el pasado. No se trata del homenaje a un pasado inmóvil, sino de la invención a posteriori de la continuidad social, en la cual la tradición juega un papel central (citado en Rosas, 2005: 65)

Una lectura fina sobre las reflexiones de Hobsbawn nos remite a la idea de que el turismo provoca, precisamente, un reconocimiento a ese pasado inmóvil, una remembranza de lo que fue en épocas pasadas y no volverá a ser, un objeto de admiración sin contenido. Se ignora su contenido simbólico para la comunidad más cercana y su papel en la construcción y reinención de ese patrimonio.

De acuerdo con Ballart y Tresserras (2001), la adopción de esta idea de patrimonio —sobre todo cuando se trata de un patrimonio colectivo—, si bien es ampliamente reconocida y aceptada, contiene un fuerte significado y simbolismo y adquiere un status de construcción cultural, la cual queda sujeta a cambios y transformaciones según la circunstancia histórica y social. Por otro lado, los autores señalan que la sociedad moderna ha elaborado una versión del patrimonio

colectivo más apegado a una concepción de patrimonio de la humanidad, que se ampara en instituciones nacionales e internacionales bajo el supuesto del beneficio cultural de los pueblos, con la justificación de que la humanidad entera es merecedora de esta herencia por igual.

Junto a esta perspectiva se encuentra la compleja relación existente entre los habitantes y el patrimonio, fundamentalmente aquel que ya ha sido reconocido. Rosas (2005: 68) indica que este reconocimiento contribuye a la formación de identidad, pero, al mismo tiempo, se devela su utilidad para acentuar las desigualdades, lo que provoca un cuestionamiento sobre “el presupuesto del valor por todos reconocido del legado patrimonial”. Y agrega que, si bien es cierto que una cultura es aquello producido por la sociedad en su conjunto —y por lo tanto constituye un patrimonio colectivo—, el acceso a este patrimonio se presenta de manera diferenciada, de la misma forma heterogénea en que las distintas clases sociales contribuyeron a construir ese patrimonio y, consecuentemente, su apropiación también se presenta de forma desigual. Por lo tanto, la apropiación del patrimonio y la sensibilización respecto al mismo no constituyen un tema que pueda definirse a partir de reglamentos o leyes, sino que se concreta con la participación de la población local y los consensos fundamentados democráticamente.

En términos del Nuevo Institucionalismo, este proceso de reconocimiento del valor del patrimonio es indicio de un proceso de institucionalización cuya consolidación se manifiesta a través de diversos mecanismos, como, por ejemplo, las declaratorias de protección patrimonial desde organismos de carácter internacional —como sería la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura— o nacional —como el Instituto Nacional de Antropología e Historia—; un marco legal apropiado y la identidad y reconocimiento del valor por parte de la comunidad local y, en el caso del turismo, por parte de los visitantes. No obstante, el desempeño del modelo turístico predominante⁷ determina la heterogeneidad con que se disfruta y usufructúa el patrimonio, y la limitada participación de la comunidad en su construcción propicia el desapego y el desinterés por su conservación. Es como si se disipara el sentido de pertenencia al patrimonio y con ello se dejara de construir una te-

7. De enclave, avasallador. Se refiere al modelo turístico que al implantarse en un territorio le da la espalda al mismo territorio que le da acogida, genera todo tipo de impactos al hacer uso insustentable de sus recursos, de su mano de obra, y genera poca interacción con las economías de escala local. Puede incluso llegar a considerar al territorio como una región de desecho, al no establecer acciones o un comportamiento responsable con la sociedad, con el ambiente ni con la fuerza laboral.

rritorialidad, una identidad con él y se procediera en cambio a la deslocalización de las actividades turísticas.

El patrimonio vinculado con el turismo se posiciona paulatinamente como pieza medular en las estrategias de desarrollo regional, y su percepción en un contexto económico se consolida como fuente generadora de riqueza y se reconoce la posibilidad de que contribuya a mejorar la calidad de vida de las comunidades. La clave reside en considerar al patrimonio como un bien de uso social y que se vincule a políticas de desarrollo territorial y se organice a partir de productos patrimoniales viables. Sin embargo, los poseedores “legales” del patrimonio que se ha puesto en valor son, al mismo tiempo —en numerosos casos— los principales actores en el proceso de ‘turistización’ y, por lo tanto, los beneficiarios directos. Existe además un patrimonio natural, cuya apropiación y usufructo económico comienza a hacerse visible para los actores emergentes dentro del espectro de prácticas turísticas, como las ecoturísticas, de turismo rural o extremo y de aventura.

Recurrir a la apropiación colectiva requiere desarrollar condiciones que permitan un mayor acceso a los grupos sociales y, con ello, compartirlo y encontrar nuevos significados, como la significación económica. La doble dimensión del patrimonio (simbólica y económica) permite entender que el patrimonio, como elemento que genera imagen e identidad territoriales, es primordial para generar oportunidades de desarrollo. Al vincularse con su contexto socioeconómico, el patrimonio se consolida como fuente de riqueza y factor de desarrollo, a lo que Pereiro llama “una economía de la memoria y del paisaje” (citado en Del Canto, 2000: 2).

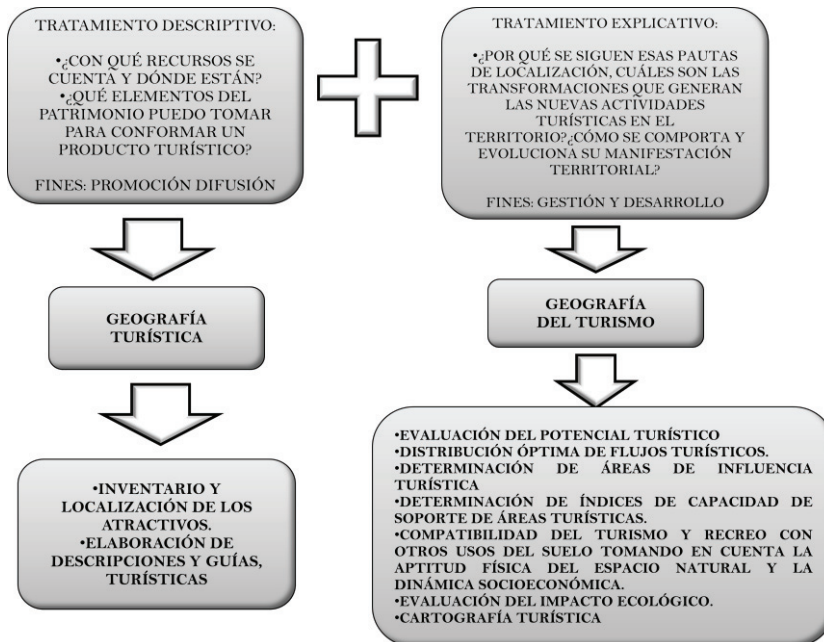
Estas premisas constituyen, en principio, el punto de encuentro entre lo teórico y lo empírico: identidad local, conservación del patrimonio (lo que supone revalorización y puesta en valor), carácter integrador y sistémico, perspectiva de sustentabilidad y perspectiva a largo plazo a través de la planificación, cuyas estrategias resultantes se orienten a dar respuestas a las demandas y necesidades de la sociedad local en términos sociales, económicos y ambientales. Todo ello ayuda a construir el camino del uso sustentable del patrimonio por parte del turismo. Por supuesto, esta idea necesita más que el simple inventario y enunciación de los elementos patrimoniales, su descripción o localización.

Las reflexiones vertidas hasta aquí respecto de la importancia del aparato teórico que ofrece la Geografía en los estudios del turismo, así como los planteamientos presentados en torno al territorio y al patrimonio como construcciones sociales (sintetizadas en la Figura 1) ayudan a redimensionar el papel de la Geografía del Turismo, al mismo tiempo que evidencian las limitaciones de la Geografía Turística y de las perspectivas tradicionales del territorio y del patri-

monio, simple y llanamente como escenario el primero y recursos turísticos el segundo, sin tomar en cuenta las implicaciones resultantes de su puesta en valor, uso, apropiación, usufructo, disfrute o exclusión.

Figura 1

Geografía Turística y Geografía del Turismo: campos de acción



Fuente: elaboración propia, con base en Vera (1997) y Hiernaux (2006).

Estas ideas tienen su origen en el acercamiento realizado a los cursos contenidos en los planes de estudio de las carreras afines al turismo a nivel nacional, cuyos detalles aparecen en el siguiente apartado. De esta lectura surgió la necesidad de contar con elementos que permitan meditar acerca de la orientación de los cursos que tratan de vincular la ciencia geográfica y la actividad turística y, con ello, contribuir a desarrollar el pensamiento crítico (analítico) propositivo de los actuales y futuros profesionales del turismo.

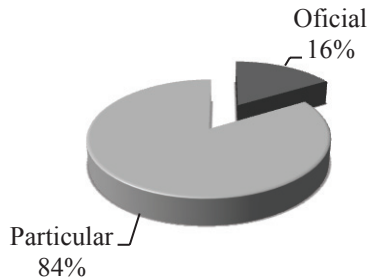
La presencia de la Geografía en los planes de estudio del turismo en México

Con el objeto de identificar la presencia de la Geografía en los programas educativos centrados en la enseñanza turística, se realizó un detenido análisis de la oferta nacional. La exploración tuvo como fuente de información principal el registro del Conaet del año 2008, principal organismo acreditador de los programas que ofrecen turismo en el país. A partir de este registro, la búsqueda de información se fundamentó en la revisión de las páginas *web* de las instituciones de educación tanto públicas como privadas que brindan la posibilidad de realizar estudios en turismo.⁸

La Figura 2 expresa los porcentajes del origen público o privado de las instituciones educativas que gestionan la educación turística. Resalta que 84 por ciento de la oferta de programas educativos corresponde al área privada de la educación turística. Por su parte, la Figura 3 muestra las grandes agrupaciones resultantes del análisis de la base de datos, de acuerdo con la temática y orientación principal del programa educativo.

Figura 2

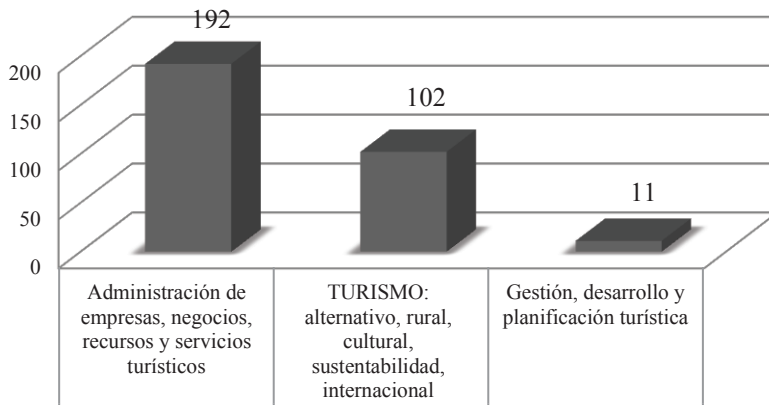
Tipo de gestión de la institución educativa que oferta la licenciatura



Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de Conaet (2008).

8. La mayoría de los sitios *web* que se consultaron entre agosto de 2008 y marzo de 2009 brinda información general sobre los programas de las carreras de turismo en México. Salvo contadas excepciones, estos sitios no ofrecen la posibilidad de consultar los programas de las materias para revisar su contenido. Conviene señalar que entre las dificultades que tuvieron que vencerse fue el acceso a la información: desactualización de las páginas y direcciones erróneas o diferentes a las citadas en la base de datos consultada, situación que supuso la triangulación de la búsqueda a partir de las herramientas que ofrece el Internet.

Figura 3
Agrupamiento de licenciaturas según su perfil



Fuente: elaboración propia, a partir de base de datos de Conaet (2008).

De acuerdo con la información presentada por las instituciones educativas en sus páginas *web*, se despliega la información del Cuadro 1. Destaca que solo tres de las 305 licenciaturas señalan una relación más cercana con la perspectiva aquí propuesta con asignaturas como: Geografía del Turismo, de la licenciatura que ofrece la Universidad de Monterrey, Teoría y Geografía Turística, de la Universidad Dorados y Geografía y Turismo, del Instituto Universitario Washington. En el caso de las asignaturas con el título de Geografía en un sentido más amplio, solo 33 (agrupadas en el rubro “varias”) guardan vinculación con esta ciencia, pese al carácter espacial de la actividad.

La presencia de la Geografía como “del turismo o turística”, vinculada o no con el patrimonio o con una escala territorial precisa, tiene una representación desigual en el contenido de los programas analizados. Destaca que 49.61 por ciento de las licenciaturas considera dos cursos (65 programas), sigue un solo curso impartido por 43 licenciaturas (equivalente a 32.82 por ciento) y solo (17.54 por ciento) contempla en su plan de estudios más de dos cursos relacionados con la Geografía.

Cuadro 1
Agrupamiento de asignaturas según su perfil^{a)}

Geografía Turística y patrimonio ^{b)}	Sin ámbito territorial		34
	Regional / estatal		8
	Nacional		36
	Internacional		32
Geografía	Varias ^{c)}		33
	Geografía y patrimonio (sumatoria: 106)	Sin ámbito territorial	18
		Regional / estatal	4
		Nacional / de México	49
		Internacional / Universal	35
Geografía del Turismo		3	
Total de asignaturas			252
<p>a) De las 305 licenciaturas incluidas en la base de datos, sólo 131 ofrecen la asignatura de Geografía en alguna de sus modalidades, 110 no ofrecen Geografía, 26 no muestran su plan de estudios, 37 no cuentan o no se puede consultar su página <i>web</i>, y una no muestra la opción de turismo.</p> <p>b) Incluye: arte, cultura e historia.</p> <p>c) Universal, de México, Socioeconómica, de América, Continental, Humana, Geopolítica, Cartografía</p>			

Fuente: elaboración propia, a partir de la información presentada en los sitios *web* oficiales de las instituciones que ofrecen los programas de estudio.

Cuadro 2
Número de cursos que se ofertan según licenciaturas

<i>Número de cursos</i>	<i>Total de licenciaturas</i>	<i>Total de cursos de Geografía</i>	<i>Porcentaje</i>
5 Cursos	1	5	0.76
4 Cursos	8	32	6.1
3 Cursos	14	42	10.68
2 Cursos	65	130	49.61
1 Curso	43	43	32.82
	131	252	99.97

Fuente: elaboración propia, a partir de la información presentada en los sitios *web* oficiales de las instituciones que ofrecen los programas de estudio.

Conclusiones

Como se ha presentado en el texto precedente, territorio, patrimonio y turismo convergen en la Geografía del Turismo, sobre todo ante los nuevos escenarios mundiales en los que el turismo basado en la cultura y en la naturaleza presenta niveles de crecimiento sostenido. En este contexto resaltan los retos del turismo para dar a conocer, difundir y no lastimar los bienes patrimoniales —naturales y culturales, tangibles e intangibles—, sobre todo en un país pluricultural y de fuerte raigambre como es México. Los pilares que ofrece la Geografía a los estudios del turismo facilitan su análisis más allá de los planteamientos eminentemente económicos.

El problema central del debate sobre el uso turístico del patrimonio debe ubicarse en el diseño de estrategias que consideren el territorio y en superar la fase descriptiva que ofrece la Geografía Turística; de ahí la importancia que reviste el impulso a la Geografía del Turismo por su propuesta analítica y explicativa. Las estrategias del sector turístico en el uso y aprovechamiento de los recursos han generado una visión bastante parcial de la cultura —si no es que una ruptura al interior de las comunidades—, así como transformaciones importantes en el patrimonio (natural y cultural), situación originada por la falta de inclusión de los actores principales en la puesta en valor de los elementos representativos del patrimonio, sobre todo en la esfera local.

Si bien numerosas propuestas de desarrollo se fundamentan en el patrimonio cultural y natural que poseen los territorios, el recorte que ofrece la mirada limitada de la Geografía Turística pone en evidencia el reto de ponerlos en valor de una manera dinámica y creativa, y posicionarlos a partir del rescate de sus particularidades en el mercado turístico, condiciones específicas que derivan directamente del contexto territorial. Por lo tanto, además de ensalzar la existencia de determinados elementos patrimoniales, los destinos turísticos enfatizan la riqueza que ha supuesto la convivencia a través de diferentes etapas históricas y el modo de vida de las comunidades.

El turismo destaca entre otros procesos emergentes como un importante motor de crecimiento y dinamizador económico, tornándose en una oportunidad para el dinamismo social. La relación del hombre con la naturaleza ha derivado, entre otras cosas, en un proceso cultural que ha dejado huellas tangibles e intangibles en el llamado “patrimonio”. Por lo anterior, la consideración actual del patrimonio territorial (cultural y natural) requiere de un planteamiento más integral que incorpore la totalidad del territorio, superando con estos nuevos planteamientos aproximaciones limitadas del patrimonio generalmente descontextualizadas. Este planteamiento lo ofrece la Geografía del Turismo.

La nueva concepción de la cultura enfatiza el rol que esta desempeña en la construcción de nuevos territorios porque favorece la creación de actividades económicas en un medio social y cultural vivo (Troitiño, 2000). Esta nueva perspectiva ha derivado en un cambio de pensamiento en función de las relaciones urbano-rurales emergentes, en términos de lo urbano como demanda y lo rural como oferta, cuando se habla de nuevas dinámicas territoriales como el turismo.

La mirada circunscrita de quienes han trabajado el tema del turismo desencajado del territorio, al que se le ha concebido como “escenario”, pasando por alto la premisa de que se trata de un ente socializados y no escenificado, ha traído una consecuencia histórica: un turismo de enclave. El territorio debe ser entendido simultáneamente como soporte de la sobrevivencia, recurso y factor productivo y, por lo tanto, sujeto de apropiación y fuente de poder. Las transformaciones originadas por los emprendimientos turísticos, en la mayoría de los casos, no solo modifican y adaptan la estructura socioespacial preexistente, sino que la alteran y degradan. Las nuevas propuestas de aprovechamiento turístico del patrimonio deben considerar estas premisas si se quiere caminar hacia la sustentabilidad. Esta es la propuesta de la Geografía del Turismo al concebir al patrimonio como el elemento que impulsa al territorio a consolidar sus ventajas competitivas, sobre todo ante la posibilidad de uso turístico.

Con cierta frecuencia, quienes diseñan el producto o el proyecto turístico obvian la importancia que tiene el patrimonio para la comunidad más cercana, y centran sus esfuerzos en mercados más amplios —incluso de carácter internacional—, cuando en realidad son los miembros de puntos cercanos quienes pueden ayudar a consolidar y materializar las expectativas. Por otra parte, tal parece que la cotidianidad con que se mira el patrimonio hace suponer, equivocadamente, que lo que se tiene o se posee no tiene valor y, por lo tanto, se diluye junto con las expectativas e iniciativas de conservación.

Las reflexiones precedentes obligan a repensar en las asignaturas que se ofrecen en diversos programas turísticos y sus contenidos, particularmente aquellas que intentan incorporar elementos geográficos. La Geografía Turística se estaciona en el principio de localización, se concentra en qué es lo que tenemos para darle un uso turístico y dónde está y, en el mejor de los casos, alcanza a superar la descripción mediante su presentación cartográfica. La Geografía del Turismo da cabida a todos los principios y pretende un análisis explicativo e integral del fenómeno turístico.

Referencias

- Andereck, K. (1997) "Territorial functioning in a tourism setting", *Annals of Tourism Research*, vol. 24, núm. 3, Pergamon, Elsevier Science Ltd., pp. 706-720.
- Ballart, J. y J. Tresserras (2005) *Gestión del patrimonio cultural*, Ariel Patrimonio, Barcelona.
- Callizo, J. (1991) *Aproximación a la Geografía del Turismo*, Colección Espacios y Sociedades, Editorial Síntesis, Barcelona.
- Conaet (2008) Acreditación de instituciones educativas y carreras, 2008, portal del Consejo Nacional para la Calidad de la Educación Turística <<http://www.conaet.net>>, consultado entre marzo de 2009 y abril de 2010.
- Coronas, L. (1969) *Didáctica de la Geografía*, Editorial Anaya, Salamanca, España, pp. 40-41.
- Del Canto, C. (2000) "Nuevos conceptos y nuevos indicadores de competitividad territorial para las áreas rurales", *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, núm. 20, Madrid, pp. 69-84.
- Giménez, G. (2000) "Territorio, cultura e identidad. La región sociocultural", en: Rosales, R. (coord.) *Globalización y regiones en México*, UNAM/Miguel Ángel Porrúa, México, pp. 19-35.
- González, L. (2010) *Modelo turístico sustentable para el municipio de Tequila, Jalisco, México: una perspectiva del desarrollo local*, tesis de doctorado, Universidad de Guadalajara, México.
- Hiernaux, D. (2006) "Geografía del turismo", en: Hiernaux, D. y A. Lindón, *Tratado de Geografía Humana*, Anthropos, Barcelona., pp. 401-430.
- López, M. y T. Núñez (2004) *Gestión de recursos culturales y desarrollo local. Narrativas locales y estrategias de generación de valor en paisajes culturales*, portal Naya Noticias de Antropología y Arqueología <<http://www.naya.org.ar/articulos/gestion06.htm>>, consultado el 13 de noviembre de 2006.
- Martín, M. (2004) "Patrimonio y sociedad. Interpretación y otras cuestiones en la planificación turística de ciudades monumentales", *Boletín Gestión Cultural N° 8. Interpretación del patrimonio cultural*, junio de 2004, Portal Iberoamericano de Gestión Cultural <<http://gestioncultural.org/gc/boletin/pdf/Interprestacion/MMarrtin.pdf>>, consultado el 25 de junio de 2007.
- Méndez, R. (2004) *Geografía económica*, Editorial Ariel, Barcelona.
- Miranda, R. y L. González (coords.) (2006) *Perspectivas geográficas del turismo*, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Guadalajara, México.

- Rosas, A. (2005) “Las disputas por el patrimonio. Transformaciones analíticas y contextuales de la problemática patrimonial en México”, en: García, N. (coord.) *La Antropología Urbana en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Universidad Autónoma Metropolitana/Fondo de Cultura Económica, México, pp. 60-94.
- Sack, R. (1991) “El significado de la territorialidad”, en: P. Pérez (comp.), *Región e historia en México (1700-1850)*, Instituto Mora y Universidad Autónoma Metropolitana, México, pp. 194-204.
- Santos, M. (1990) *Por una nueva Geografía*, Espasa Calpe, Madrid.
- Troitiño, M. (2000) “Territorio y desarrollo Local”, en: Cardona Andújar (dir.) *Formación y empresa: ejes del desarrollo integral de las comarcas*, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Talavera, España, pp. 28-40.
- Vera, F. (coord.) (1997) *Análisis territorial del turismo*, Ariel Geografía, Barcelona.

IV

Desarrollo turístico participativo. El reto de las redes *glocales* en la implementación de productos turísticos

*Carmen Padín Fabeiro*¹

Introducción

El turismo es un fenómeno que se enmarca en lo global, dado el movimiento de personas, capitales y mercancías (entre otras cosas) y el propio proceso turístico aumenta los procesos de globalización, dadas las continuas interacciones entre espacios que conlleva. No obstante, este proceso local no puede existir sin un territorio, y para que pueda llevarse a cabo la experiencia turística es necesaria la intervención. Ahora bien, los procesos pueden presentar múltiples formas, dependiendo del lugar, de los recursos turísticos, de los actores participantes y de las condiciones externas, pero los componentes locales, y específicamente los actores, son los encargados de conseguir que el proceso turístico pueda ayudar al desarrollo de la localidad.

El desarrollo endógeno supone un proceso de crecimiento y cambio estructural, en el que la organización del sistema productivo, la red de relaciones entre los actores y las actividades, las dinámicas de aprendizaje y el sistema sociocultural determinan los procesos de cambio. Esto tiene una singular relevancia, dado que el territorio y los procesos organizativos constituyen los pilares de la activi-

1. Universidad de Vigo, España. Correo electrónico: padin@uvigo.es.

dad turística, cuyos recursos endógenos permiten crear los productos turísticos y configurar los destinos (Bigné, Font y Andreu, 2000). El reto futuro es mejorar la competitividad de los destinos turísticos, y son los actores los que deben adaptarse a las exigencias del nuevo contexto turístico marcado por la globalización. El funcionamiento de redes participativas de actores es una apuesta para conseguir desarrollo en el ámbito local (Padín, 2004; Pardellas, Padín y Aboy, 2008).

Desarrollo de la investigación

Los destinos turísticos y los agentes locales

En el momento actual es amplio el consenso en destacar la importancia de los recursos y del propio territorio como elementos fundamentales de creación de productos turísticos, definidos como cualquier elemento natural, paisajístico o geográfico y cualquier manifestación de la vida humana, histórica o actual, que puedan motivar y generar un desplazamiento para su contemplación y disfrute. En otros términos, los recursos turísticos suponen un atractivo que determina la elección de un destino y decide el desplazamiento (Valls, 2004). De acuerdo con esta definición, es evidente que en todo lugar puede haber recursos turísticos, unidos a las características del territorio o a los hábitos de vida de sus habitantes; sin embargo, no todos los recursos turísticos llegan a convertirse en productos turísticos.

Así como el recurso turístico tiene una existencia propia, independiente de cualquier otro factor que incida en la actividad económica de un pueblo, el producto turístico tiene una clara dependencia del primero —no hay producto sin recurso— y aparece estrechamente ligado a un conjunto de actividades, de tal manera que desde una óptica global representa una complejidad económica por la agregación de elementos y agentes que configuran un mercado singular y prácticamente ilimitado.

Un producto turístico se define como una combinación de prestaciones y ofertas tangibles e intangibles que proporcionan al demandante una satisfacción y un disfrute en respuesta a sus expectativas y motivaciones. Se trata de un concepto integrador y multivalente que incluye elementos de consumo destructivo (la alimentación), elementos que no desaparecen (un monumento, un paisaje), elementos que adquiere el turista y pasan a su propiedad (artesanía) y elementos de otros subsectores de los servicios (transporte, seguros, comercio).

A partir de las teorías del desarrollo endógeno, el desarrollo se define como un proceso en el que lo social se integra con lo económico (Garofoli, 1992), y así la distribución de renta y la riqueza no evolucionan de modo paralelo, sino que

forman parte de una dinámica común provocada por las decisiones de inversión hacia el incremento de la productividad y competitividad, con el objetivo de resolver los problemas locales mejorando el bienestar de la sociedad (Vázquez, 1999). Siguiendo con el razonamiento del desarrollo endógeno, lo que explica la divergencia entre diversos desarrollos no viene dado por la dimensión, que es muchas veces el factor más planteado, sino la existencia de un sistema que responda a las relaciones e intercambios entre los agentes (Padín, 2004).

Si bien existe una amplia experiencia en la planificación turística, son escasos los estudios sobre las redes de actores en turismo y la importancia de los actores públicos y privados para generar y estructurar el sistema turístico en red que pueda competir y cooperar. Una red se define como un sistema de dos o más relaciones conectadas entre sí, en donde cada relación de intercambio entre agentes se debe interpretar desde un punto de vista de colaboración. También se define como un sistema de agentes conectados que realizan diversos tipos de actividades de interacción unos con otros. Cuando se aplica en el ámbito turístico, una red consiste en nodos o posiciones ocupadas por diversos agentes u organizaciones que gestionan destinos turísticos, como empresas, comunidad local, asociaciones comerciales, instituciones académicas, asociaciones públicas, entre otros, que manifiestan su interés en interactuar (Lazzaretti y Petrillo, 2006; Novelli, Schmitz y Spencer, 2006; Selin y Chávez, 1995).

Además del intercambio de productos y servicios, las redes permiten el intercambio de conocimientos, lo cual confirma la idea de que los sistemas productivos locales pueden funcionar como un sistema de redes, con relaciones de cooperación y de competitividad. En el ámbito turístico el sistema de redes tiene plena vigencia, dado que el producto turístico puede consumirse de forma simultánea, es decir, varios consumidores pueden disfrutar de uno varios productos. Por su parte, los productores son conscientes de la gran permeabilidad que existe entre los productos ofrecidos y de la importancia de crear fuertes relaciones entre los actores, con el objetivo primario de atraer turistas a la zona y distribuir los beneficios entre los agentes oferentes (Selin y Myers, 1998). De esta forma, la actividad turística se concibe como una actividad con capacidad de incidir positivamente sobre el reequilibrio social y económico del territorio (Vera, 1997; Gunn, 1994; Gauthier, 1993; Koppes, 1988).

El turismo en áreas rurales puede generar desarrollo si se estructura y desarrolla a partir de lo endógeno y local —premisas fundamentales, aunque no únicas— de tal forma que el tipo de desarrollo turístico se debe apoyar en la capacidad que tiene la comunidad rural para generar nuevas actividades de pequeña escala, basadas en los recursos del territorio. Igualmente es necesaria una gestión sostenible del desarrollo, es decir, con un planteamiento que compati-

lice el crecimiento con la preservación del entorno natural, paisajístico y cultural. El entorno constituye un elemento de atracción, pero además posee un valor intrínseco para la población local, que es la que liderará el modelo de gestión en red del proceso de creación del destino turístico (Padín, 2004). Esta gestión se entiende como un proceso continuo, no una cuestión temporal, y presenta tres elementos definitorios para lograr funcionar. El primero es la buena voluntad de los participantes para invertir tiempo y recursos; el segundo es que deben existir asimetrías basadas en las contribuciones hechas por cada miembro, y el tercero es la confianza, encargada de disminuir los costes de las negociaciones o costes de transacción (Novelli, Schmitz y Spencer, 2006; Vernon, Essex, Pinder y Curry, 2005). Este clima de confianza es esencial para que pueda establecerse una gestión colaborativa, y son principalmente los agentes públicos locales los que deben incentivarla para lograr la gobernanza local.

Conceptualmente, la red se compone de tres elementos básicos: agentes, actividades y recursos (Barozet, 2003). Los agentes realizan las actividades y controlan los recursos, las actividades transforman los recursos y los agentes las utilizan para lograr los objetivos, mientras que los recursos otorguen a los agentes poder y capacidad para realizar actividades.

La red se compone de actividades de colaboración: desarrollo y diseño del producto turístico, gestión y análisis de la demanda, desarrollo y gestión de recursos de colaboración, coproducción de productos turísticos, comercialización en el destino, posicionamiento, marca y gestión de los servicios al turista (Aas, Ladkin y Fletcher, 2005). Desde este razonamiento, la planificación estratégica en redes integradas cuenta con una ventaja competitiva frente a otras formas organizativas: el conocimiento más profundo del territorio por parte de los agentes implicados. Es necesario percibir el sentido de la planificación estratégica integrada, cometido que sólo se puede realizar desde los presupuestos de la propia colaboración mediante un sistema de empresa en red. En consecuencia, la propuesta debe orientarse a cómo organizar, integrar y gestionar las actividades turísticas, interrogantes que pueden tener diferentes respuestas según las características de cada área, las características de los agentes implicados, las lógicas institucionales y el grado de cohesión social de la comunidad.

Participación y articulación de las redes locales en la implementación de un nuevo producto

La competitividad de los destinos turísticos, concretamente de los rurales, necesita un funcionamiento en red de los actores presentes en el territorio y su adaptación al nuevo contexto turístico marcado por la globalidad.

Ahora bien, es necesario establecer mecanismos que puedan indicar si existe o no colaboración, la incentiven y mejoren en el proceso, dado que un destino turístico evoluciona y debe ser capaz de adaptarse a los cambios de su entorno, tanto local como global (Caravaca, González y Silva, 2003; Sautter y Leisen, 1999). Por ello, metodológicamente, se planteó un modelo evolutivo de la participación en niveles o etapas, recogiendo ideas de la literatura existente en materia de colaboración interorganizativa, con especial referencia a los actores públicos, dado que se ha determinado que son los que juegan un papel fundamental en la puesta en marcha y funcionamiento de las redes colaborativas (Merinero, 2008; Pavlovich, 2003; Caravaca, González y Silva, 2003). El modelo planteado por Bramwell y Sharman (1999) identificó temas a tener en cuenta en la evaluación del alcance integrador de una iniciativa local de colaboración en política turística y de la medida en que favoreció el aprendizaje colectivo y la consecución de consensos.

El objetivo era evaluar la colaboración en la planificación y gestión de un destino, para lo que se definieron una serie de niveles que describen las características de dicha colaboración. Como el primer paso era contestar si existía colaboración, se buscaron los agentes presentes en las zonas y, una vez identificados, se indagó qué tipo de relación establecieron entre ellos, para determinar si la colaboración era alta, media o baja como medida de la participación y el funcionamiento en red para poder establecer el siguiente paso para una gestión turística integral. El Cuadro 1 recoge la primera etapa de identificación de los participantes y los mecanismos de valoración. Para ello se realizó en Internet una búsqueda de proyectos anteriores vinculados con la comercialización y promoción. El último paso consistió en determinar si los participantes están colaborando con la gestión, ya que es en esta fase en la que más puede beneficiarse a los agentes locales capaces de incrementar su cuota de mercado, tal y como se recoge en el Cuadro 2. Esta fase se realizó como una aproximación para valorar si existen indicios de colaboración en la gestión y, como una de las líneas de trabajo futuras, se planteó la medición de la intensidad de la colaboración entre los agentes.

Ahora bien, la participación es “una acción voluntaria que implica una interrelación mutua entre los diferentes actores para responder a una preocupación común” (Merinero, 2008: 197). Por ello, articular de forma eficiente la participación de los diferentes actores es un elemento clave para conseguir que la participación sea un principio de la gobernanza local en turismo. Pero se debe recordar que los procesos no son espontáneos: la participación necesita identificar a los actores y un periodo de tiempo para empezar a funcionar. Además, no existe un modelo único de participación: los modelos participativos se adaptan a los con-

Cuadro 1
Alcance de la colaboración entre agentes

<i>Cuestiones</i>	<i>Criterios de valoración</i>	
1. Principales agentes interesados en el desarrollo del territorio	Políticos	Supramunicipal / Nacional / Autonómico / Local
	Empresariales	Empresas turísticas / Empresas no turísticas
	Entidades sociales y asociaciones	Sociedades empresariales / Culturales / Deportivas / Ambientales / Población local
2. Principales agentes colaboradores en la implementación del producto	Políticos	Supramunicipal / Nacional / Autonómico / Local
	Empresariales	Empresas turísticas / Empresas no turísticas
	Entidades sociales y asociaciones	Culturales / Deportivas / Ambientales / Población local
3. Existen proyectos o planes anteriores en cada una de las áreas, referente a turismo	No / Sí	
4. Existe colaboración entre los agentes en cuanto a diseño participativo	No colaboran / Colaboran / Se integran	
5. Existe colaboración entre los agentes en cuanto a promoción y comercialización	No colaboran / Colaboran / Se integran	
6. Existe colaboración entre los agentes en cuanto a gestión	No colaboran / Colaboran / Se integran	
7. Cuál es el nexo de colaboración	Geográfico / Económico / Social	

Fuente: elaborado a partir de Bramwell y Sharman (1999).

textos. Estos principios subyacen en los procesos de desarrollo endógeno, dado que cada espacio tiene unas características propias que se derivan de su historia y de sus condiciones y es necesario identificar cómo es el tipo de participación de cada agente en el proceso de creación de un nuevo producto.

Cuadro 2
Intensidad de la colaboración entre agentes

<i>Dimensión</i>	<i>Cuestiones</i>	<i>Criterios de valoración</i>
Intensidad de la colaboración	1. Cuál es el grado de implicación o colaboración de las organizaciones	Mínimo / Poco / Bastante / Muy implicado
	2. Las organizaciones reciben información y son consultadas sobre la actividad a la que están adheridas	No / Sí
	3. El proceso de colaboración en la implementación ha sido participativo	No ha sido participativo / Parcialmente participativo / Bastante participativo / Muy participativo

Fuente: elaborado a partir de Bramwell y Sharman (1999).

Un caso aplicado: las redes glocales en la implementación del turismo marinero en Galicia (España)

Teniendo como base la pesca, aparece el turismo marinero que se puede caracterizar como aquel que nace desde abajo a través de entidades sociales, vincula al sector marítimo-pesquero (pescadores y mariscadores, entre otros), provoca un incremento de los ingresos de estos con las actividades marítimas y el mantenimiento de las actividades pesqueras y marisqueras.

En la implementación del producto en el territorio gallego fue muy importante la existencia de proyectos anteriores que pusieron las bases y encaminaron lo que hoy se conoce como turismo marinero —en un primer momento llamado pesca-turismo— cuya actividad se desarrolla en su mayor parte en el mar. Ahora a esta acepción de turismo se le une la de marinero por que integra el mar y la tierra, la pesca y el alojamiento en un espacio rural que a su vez se vincula con el mar, puesto que en gran parte de los casos son los propios pescadores los dueños de los establecimientos en el espacio rural o casas de turismo rural. Para clarificar el concepto de este nuevo producto se debe entender que:

- Pesca-turismo es la ocupación que, vinculada exclusivamente al sector pesquero, desarrolla una actividad lúdica y de divulgación, dando a conocer la profesión a bordo del buque de pesca.

- Ititurismo es la actividad vinculada exclusivamente al sector pesquero, pero amplía el concepto anterior, añadiendo elementos de hostelería y restauración (alojamiento en casas de marineros, menús degustación de productos pesqueros).

En la amplia zona de litoral de Galicia se han establecido ocho áreas distintas de turismo marineru (Figura 1). Cada una de ellas ofrece diversas actividades, así como un amplio número de establecimientos rurales próximos, sumando así la experiencia de turismo marineru a la del turismo rural:

- Mariña Lucense (01)
- Ferrol-Eume-Ortega (02)
- A Coruña-Golfo Ártabro (03)
- Costa da Morte (04)
- Rías de Muros-Noia-Arousa (05)
- Salnés (06)
- Terras de Pontevedra-O Morrazo (07)
- Rías de Vigo-Baixo Miño (08)

Figura 1
Distribución de las áreas de turismo marineru



Fuente: Turgalicia (2010).

La aplicación del modelo diseñado se realizó a partir del análisis de las páginas *web* de los agentes implicados, del inventario de los recursos turísticos utilizados en el producto y de los resultados de la Encuesta de Buenas Prácticas en torno a la diversificación en el sector pesquero y marisquero del Proyecto denominado Seaside Reorientation Activities (Serea) del Centro Tecnológico del Mar y la Fundación Cetmar, España.

Según la Ley 6/2009 de la Comunidad Autónoma de Galicia, de fecha 11 de diciembre de 2009 —que modifica a la Ley de Pesca 11/2008 del 3 de diciembre de 2008—, se entiende por turismo mariner “las actividades desarrolladas por los colectivos de profesionales del mar, mediante contraprestación económica, orientadas a la valorización y difusión de su trabajo en el medio marino, así como de las costumbres, tradiciones, patrimonio y cultura marinera” (Ley de Pesca de Galicia 18971). En todo caso, estas actividades serán complementarias de las actividades propias de los colectivos de profesionales del mar. A efectos de este Artículo, tendrán la consideración de “profesionales del mar las personas que desarrollen una actividad de pesca, marisqueo o acuicultura” (Ley de Pesca de Galicia 18972).

Las actividades de turismo mariner son, entre otras:

1. Pesca turismo: actividades desarrolladas a bordo de embarcaciones pesqueras por parte de los profesionales del mar, dirigidas al conocimiento, valorización y difusión de su trabajo en el medio marino.
2. Rutas guiadas: actividades dirigidas al conocimiento del medio en el que se llevan a cabo las actividades profesionales en playas, puertos y pueblos marineros, guiadas por profesionales del mar.
3. Gastronomía: actividades dirigidas a la promoción y puesta en valor del consumo de los productos de la pesca, el marisqueo y la acuicultura (Ley de Pesca de Galicia 18973).

En la referida ley se establecen las condiciones para el ejercicio de las actividades enmarcadas en el turismo mariner —pesca-turismo, rutas guiadas y gastronomía—, para las cuales es necesario informe previo del organismo público competente en materia de turismo.

Otra de las instituciones que define el nuevo producto turístico es Turgalicia, organismo autónomo que promociona el turismo, ya que el Estado central español permite que las comunidades autónomas tengan una promoción propia. Así, el turismo mariner se conoce como “un producto turístico que une la autenticidad y singularidad de la cultura marítima con un amplio número de alojamientos rurales en los que el potencial cliente podrá descansar después de una ardua jornada de pesca o rutas marítimas” (Turgalicia, 2010).

La investigación se planteó el uso de los recursos turísticos y la integración del producto desde la óptica del desarrollo o, dicho en otras palabras, si el nuevo producto consiguió seguir un proceso de desarrollo en las zonas de litoral. Para ello, como se estableció en la parte metodológica, se determinó en primer lugar los recursos teóricos de los que dispone el litoral para comprobar cuales están siendo utilizados en cada una de las zonas y determinar si existe colaboración por parte de los agentes. La colaboración se ha considerado un indicador de que el proceso es “de abajo hacia arriba”, esto es, que los agentes locales intervienen y tienen interés en este producto como posibilidad de diversificación de renta.

En primer lugar en el litoral gallego se determinaron los recursos que son complementarios con la pesca; esto es, no se han tenido en cuenta los recursos genéricos usuales —como los recursos naturales o los histórico-monumentales—, sino aquellos que son ‘utilizados’ en la zona de litoral, como faros, puertos, lonjas y barrios. Ahora bien, dada la amplitud y los múltiples usos de los recursos ha sido necesario, partiendo de la definición del nuevo producto, establecer los recursos que lo conforman, para intentar abordar de forma sistemática esta nueva realidad del litoral. Así se establecieron tres categorías de recursos teóricos del producto turismo marinerero en las diversas vertientes teóricas detectadas:

1. Actividades de turismo marinerero:
 - 1.1 Lonjas visitables
 - 1.2 Rutas turísticas
 - 1.3 Trabajos relacionados con el marisqueo
 - 1.4 Actividades relacionadas con la pesca
 - 1.5 Visitas guiadas
 - 1.6 Oficios marineros
2. Rutas turísticas:
 - 2.1 Rutas turísticas en barco
 - 2.2 Observación de especies
3. Cultura marítima:
 - 3.1 Puertos pesqueros
 - 3.2 Viviendas y barrios marineros
 - 3.3 Faros
 - 3.4 Patrimonio cultural relacionado con el mar
 - 3.5 Museos y Centros de Interpretación
 - 3.6 Casas de pescadores.

El análisis de la colaboración entre agentes permite avanzar en la hipótesis de si el turismo marinerero es una actividad integrada o aislada en cada una de las zonas de estudio, para comprobar la validez de las hipótesis planteadas en la

primera parte. Entre los agentes colaborativos (recogidos en el Cuadro 3) están los agentes políticos, divididos en supramunicipales, nacionales, autonómicos y locales —Diputación, Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, Xunta de Galicia, Consellería do Mar, Turgalicia, Ayuntamientos—; y puesto que cualquiera de ellos debería estar interesado en el desarrollo del territorio, se califica con un punto a cada uno de los agentes por área de turismo.

Del mismo modo, los agentes empresariales pueden ser empresas, tanto turísticas como no turísticas, y en cada una de las áreas de turismo obtienen la misma puntuación que los agentes políticos. Por último tenemos las entidades sociales y las asociaciones, donde se engloban cofradías, lonjas, puertos, museos, así como asociaciones relacionadas con la pesca y el marisqueo. Como se puede ver en el Cuadro 3 (y utilizando el criterio de 1 para sí y 0 para no), en todas las áreas de turismo existen los agentes interesados en el desarrollo del territorio y por lo tanto en colaborar en la implementación del producto turismo marino como factor de desarrollo endógeno local.

Cuadro 3

Principales agentes colaboradores en la implementación del producto

Áreas de turismo marino (8)	<i>Principales agentes colaboradores en la implementación del producto</i>							
	<i>Políticos</i>				<i>Empresariales</i>		<i>Entidades sociales y Asociaciones</i>	
	<i>Supramunicipal</i>	<i>Nacional</i>	<i>Autonómico</i>	<i>Local</i>	<i>Empresas turísticas</i>	<i>Empresas no turísticas</i>	<i>Entidades sociales</i>	<i>Asociaciones</i>
I	0	0	1	0	1	0	1	0
II	0	0	1	1	1	0	1	0
III	0	0	1	1	1	0	1	0
IV	0	0	1	0	1	0	1	1
V	0	0	1	0	1	0	1	0
VI	0	0	1	0	1	0	1	1
VII	0	0	1	0	1	0	1	0
VIII	0	0	1	0	1	0	1	1
Agentes colaborativos	0	0	8	2	8	0	8	3
Total área	8	8	8	8	8	8	8	8
% A. colaborativo/ total	0,0	0,0	100	25	100	0,0	100	37,5

Fuente: Pardellas, Padín y Aboy (2008).

Una vez determinados los principales agentes interesados en el desarrollo del territorio, se hace referencia a los que realmente participan en la implementación o puesta en marcha del producto turismo marineru, ya que la existencia no garantiza la colaboración entre agentes. En el Cuadro 4 se incluye el inventario de agentes que en las páginas hacen referencia al Turismo marineru.

Cuadro 4
Entidades sociales, Asociaciones y Empresas náuticas por área

Alcance de la colaboración		Áreas turismo marineru						
		Entidades Sociales		Asociaciones			Empresas náuticas	
I	12	1 Lonja, 1 Cofradía, 8 Puertos, 2 Museos	0				0	
II	17	2 Lonjas, 2 Cofradías, 11 Puertos, 2 Museos	0				0	
III	6	3 Puertos, 3 Museos	0				0	
IV	31	6 Lonjas, 6 Cofradías, 10 Puertos, 9 Museos	1	Asociación Redeiras			1	
V	20	1 Lonja, 1 Cofradía, 14 Puertos, 4 Museos	0				2	
VI	24	2 Lonjas, 2 Cofradías, 11 Puertos, 9 Museos	1	Guimatur			9	
VII	16	2 Lonjas, 2 Cofradías, 9 Puertos, 3 Museos	0				0	
VIII	14	9 Puertos, 5 Museos	1	Asociación Redeiras			0	

Fuente: Pardellas, Padín y Aboy (2008).

Cada área de turismo cuenta con la participación de agentes autonómicos, y en las ocho áreas participa la Xunta de Galicia bajo la figura de Turgalicia, por lo que se logra 100 por ciento de participación autonómica en la implementación del producto. A nivel local, solo en dos áreas (Ferrol-Eume-Ortega y A

Coruña-Golfo Ártabro) podemos hablar de participación explícita de dos ayuntamientos: Cariño y Burela, los cuales, en la página *web* de turismo marinerero de Turgalicia aparecen con una participación activa de 25 por ciento en la gestión de actividades en las ocho áreas. Los agentes nacionales o supramunicipales parecen no participar en la implementación del producto, pues no hay referencias explícitas en ninguna de las páginas consultadas.

La puesta en marcha del turismo marinerero por parte de las cofradías es diversa. Se observa que solo cuatro de las ocho zonas colaboraron en el diseño del producto: Costa da Morte, Rías de Muros-Noia-Arousa, O Salnés y Terras de Pontevedra-O Morrazo. Así 50 por ciento de las áreas colabora y se integra, mientras que el otro 50 no colabora y, por tanto, no se integra en el diseño del producto.

En cuanto a la pregunta de si existe o no colaboración en promoción y comercialización y si se integran en la realización de la misma, la respuesta es que en todas las áreas no existe una colaboración en cuanto a promoción y comercialización, puesto que es Turgalicia quien se encarga de ello. Aún así hay que decir que la promoción y comercialización que hacen cada uno de los proyectos es de pesca-turismo sin hacer referencia al turismo marinerero. Por parte de los alojamientos de turismo rural no existe referencia alguna al turismo marinerero en sus páginas *web*, a pesar de estar adscritas o adheridas a esta oferta. Además, es importante destacar que las empresas turísticas trabajan en la puesta en marcha del producto, pero no colaboran activamente con los otros agentes implicados, lo que hace más difícil alcanzar un producto consensuado y eficaz.

A grandes rasgos se puede decir que el proceso de colaboración ha sido bastante participativo: alrededor de 50 por ciento de las cofradías contesta que participan bastante, 33 por ciento que son muy participativos y cerca de 17 por ciento que no participan demasiado. Esta colaboración puede conseguir que el nuevo producto turístico se integre en las comunidades locales y genere una actividad de calidad para el visitante.

Conclusiones

La aportación de este trabajo se enmarca en la importancia de apostar por las fuerzas locales en los procesos de planificación turística y concretamente en la creación y puesta en funcionamiento de redes de actores. Si bien son escasos los estudios sobre esta temática desde la perspectiva de la planificación integral, se ha comprobado la importancia de los actores públicos y privados para generar y estructurar el sistema turístico en red que pueda competir y cooperar. Una red

se define como un sistema de dos o más relaciones interconectadas, en donde cada relación de intercambio entre agentes se debe interpretar desde un punto de vista de colaboración.

Las redes de agentes locales tienen, frente a otras formas organizativas, la ventaja competitiva de contar con un conocimiento más profundo del territorio. La propuesta debe orientarse a cómo organizar, integrar y gestionar las actividades turísticas; interrogantes que pueden tener diferentes respuestas según las características de cada área, las características de los agentes implicados, las lógicas institucionales y el grado de cohesión social de la comunidad. Para poder implementar un nuevo producto turístico, es necesario evaluar previamente los agentes presentes y su grado de colaboración.

Para constatar los planteamientos teóricos se plantea el análisis de una experiencia de implementación de un nuevo producto turístico en Galicia. El turismo marineramente vende la autenticidad y singularidad de la cultura marítima de Galicia con un amplio número de alojamientos rurales en los que el potencial cliente podrá descansar después de una ardua jornada de pesca o rutas marineras, sumando así la experiencia de turismo marineramente a la del turismo rural.

El primer paso fue identificar a los agentes presentes en las zonas. A partir de ahí se analizó el tipo de relación que establecen entre ellos. Posteriormente, se determinó si la colaboración es alta, media o baja, y se estableció una medida de participación y de funcionamiento en red para alcanzar una gestión turística integral. La puesta en marcha del turismo marineramente por parte de las cofradías es diversa. Solo cuatro de las ocho zonas colaboraron en el diseño del producto: Costa da Morte, Rías de Muros-Noia-Arousa, O Salnés y Terras de Pontevedra-O Morrazo. Así 50 por ciento de las áreas colabora y se integra, mientras que el otro 50 no colabora y, por tanto, no se integra en el diseño del producto.

Se constata que es necesario articular de forma eficiente la participación de los diferentes actores como elemento clave para conseguir que la participación sea un principio de la gobernanza local en turismo. Pero se ha determinado que la participación necesita identificar a los actores y un periodo de tiempo para empezar a funcionar. Además, no existe un modelo único de participación: los modelos participativos se adaptan a los contextos.

Referencias

- Aas, C., A. Ladkin y J. Fletcher (2005) "Stakeholder Collaboration and Heritage Management", *Annals of Tourism Research*, núm. 32, Guildford, Reino Unido, pp. 28-48.

- Barozet, E. (2003) “El aporte del análisis de redes sociales a los temas de gobernanza en sistemas complejos: de la red a los policy networks” *Revista de estudios avanzados*, núm. 3, Santiago de Chile, Chile, pp.1-24.
- Bigné, J. E., X. Font y L. Andreu (2000) *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*, ESIC Editorial, Madrid.
- Bramwell, B. y A. Sharman (1999) “Colaboración en el diseño de políticas turísticas locales”, *Annals of Tourism Research en español*, vol. I, núm. 1, Palma de Mallorca, España, pp. 120-146.
- Caravaca, I., G. González, y R. Silva (2003) “Redes e innovación socio-institucional en sistemas productivos locales”, *Boletín de la AGE*, núm. 36, Madrid, pp. 103-115.
- Garofoli, G. (1992) *Endogenous development and southern Europe*, Aldeshot, Avebury, Reino Unido.
- Gauthier, D. A. (1993) “Sustainable development, tourism and wildlife”, en: J. Nelson y G. Wall (eds.) *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*, núm. 37, Departamento de Geografía de la Universidad de Waterloo, Waterloo, Canadá, pp. 97-109.
- Gunn, D. (1994) *Tourism planning*, Taylor and Francis, Londres.
- Koppes, C. (1988) “Efficiency, equity and aesthetics: Shifting themes in American conservation”, en: Worters, D. (ed.) *The Ends of the Earth: Perspectives on Modern Environmental History*, Cambridge University Press, Cambridge, Reino Unido, pp. 230-251.
- Lazzaretti, M. y E. Petrillo (2006) *Tourism Local Systems and Networking*, Elsevier, Amsterdam, Holanda.
- Merinero, R. (2008) “Los actores del desarrollo turístico rural. Gobernanza, participación y articulación de redes”, en: Pulido, J. (coord.) *El turismo rural. Estructura económica y configuración territorial en España*, Editorial Síntesis, Madrid.
- Novelli, M., B. Schmitz y T. Spencer (2006) “Networks, cluster and innovation in tourism: A UK experience”, *Tourism Management*, núm. 27, Hamilton, Nueva Zelanda, pp. 1141-1152.
- Padín, C. (2004) *El desarrollo endógeno local. Estudio de la actividad turística como forma de aprovechamiento de los recursos: aplicación al caso del Baixo Miño*, tesis doctoral, Departamento de Economía Aplicada, Facultad de Economía, Universidad de Vigo, España.
- Pardellas, X., C. Padín, y S. Aboy (2008) “Análisis de producción en Galicia: pesca extractiva de bajura y marisqueo”, en: Centro Tecnológico del Mar, *La pesca de bajura: situación en 2007 y perspectivas para una orientación sostenible*, Fundación Cetmar/Gráficas Duher, Pontevedra, España.

- Pavlovich, K. (2003) "The evolution and transformation of a tourism destination network: The Waitomo Caves, New Zealand", *Tourism Management*, vol. 24, núm. 2, Hamilton, Nueva Zelanda, pp. 203-216.
- Piñeiro, A., X. Santos y M. Piñeira (2010) "Buenas prácticas en la pesca de bajura, en materia de sostenibilidad, diversificación económica orientada al turismo e innovaciones tecnológicas", en: Centro Tecnológico del Mar, *Pesca de bajura: situación en 2007 y perspectivas para una orientación sostenible*, Fundación Cetmar/Gráficas Duher, Pontevedra, España, pp.433-503.
- Sautter, E. y B. Leisen (1999) "La gestión de las partes interesadas. Un modelo de planificación turística", *Annals of Tourism Research en español*, vol. 1, núm. 1, Palma de Mallorca, España, pp. 109-119.
- Selin, S. y D. Chávez (1995) "Developing an Evolutionary Tourism Partnership Model", *Annals of Tourism Research*, vol. 22, núm. 4, Guildford, Reino Unido, pp. 844-856.
- Selin, S. y N. Myers (1998) "Tourism marketing alliances: Member satisfaction and effectiveness, attributes of a regional initiative", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, vol. 7, núm. 3, Londres, pp.79-94.
- Turgalicia (2010) *Guía de alojamientos turísticos en Galicia* <www.turgalicia.es>.
- Valls, J. (2004) *Gestión de destinos turísticos sostenibles*, Ariel, Barcelona.
- Vázquez, A. (1999) *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno*, Pirámide, Madrid.
- Vera, F. (coord.) (1997) *Análisis territorial del turismo*, Ariel, Barcelona.
- Vernon, N., S. Essex, D. Pinder y K. Curry (2005) "Collaborative Policymaking. Local Sustainable Projects", *Annals of Tourism Research*, vol. 32, núm. 2, Guildford, Reino Unido, pp. 325-345.
- Xunta de Galicia (2009) Ley de la Comunidad Autónoma de Galicia 6/2009, de modificación de la Ley 11/2008, de 3 de diciembre, de pesca de Galicia, Diario Oficial de Galicia núm. 243 <<http://www.xunta.es/Doc/Dog2009.nsf/FichaContenido/39DB6>>.

V

Construcción social del espacio turístico insular. El caso de Cozumel, Quintana Roo

Alfonso González Damián¹

Introducción

El turismo es producto de la sociedad moderna y, como tal, se ajusta a sus condiciones. Los diversos aspectos y facetas de la sociedad actual (llámesele “posmoderna”, “ultramoderna” o “transmoderna”) se presentan también en el turismo, y algunos de ellos pueden incluso observarse de modo amplificado en esta actividad, dada la naturaleza de la relación social que se establece a partir del encuentro entre turistas y anfitriones, cada uno de ellos con referentes socioculturales distintos. Algunos sociólogos, como MacCannell (1999), reconocen en el turismo un campo fértil para el estudio de la sociedad moderna, un campo en el que los sitios de destino turístico se tornan en auténticos laboratorios sociales, en los que se pueden observar detalladamente, y con alto grado de claridad, las transformaciones en la sociedad local. Urry (1992) afirma que el turismo ha propiciado cambios incluso en las sociedades emisoras de turistas, con lo que el fenómeno adquiere una centralidad inusitada como campo de estudio sociológico.

El espacio turístico es uno de los escenarios en los que se puede observar de manera clara, contundente y objetiva, la profunda transformación que el turismo induce en la sociedad. El espacio turístico ha sido objeto de interés para geógrafos, urbanistas, sociólogos, antropólogos sociales y, por supuesto, para

1. Universidad de Quintana Roo. Correo electrónico: gonzalezd@uqroo.mx.

los *turismólogos* (Apostolopoulos, Lerivaldi y Yianakis, 1996; Cohen, 1984). Las razones son diversas e incluyen las de índole académica y las de naturaleza práctico-empírica. Describir, analizar, comprender las características del espacio turístico, sus diferencias y similitudes con otros espacios socialmente construidos, su devenir histórico, su dinámica psicosocial, sus implicaciones ambientales, económicas, culturales y sociales, así como las necesidades humanas que requieren de atención mediante acciones de política y gestión, son algunas de esas razones que, dada la propia naturaleza compleja, integral y dinámica de todo espacio socialmente construido, requieren de la participación de especialistas de diversas áreas disciplinares.

De manera esquemática, en los sistemas turísticos se han identificado tres regiones, de acuerdo con la función que cumplen en relación con la actividad: las de origen, las de tránsito y las de destino (Leiper, 1979). Cada una de ellas, además de cumplir una función específica, es socialmente construida a través de diversos mecanismos entrelazados. Los hallazgos aquí presentados indican que los procesos de construcción social de los espacios de interacción entre turistas y anfitriones en la isla de Cozumel presentan oposiciones y traslapes que inciden en la multiplicación de los retos y necesidades en materia de política turística, urbana y de desarrollo social y económico. El objetivo que se persigue con el análisis, mediante un diseño de investigación mixto, de los procesos de construcción de los diversos espacios compartidos por turistas y anfitriones en Cozumel, es el de esquematizar las dificultades, retos y áreas de oportunidad en materia de política turística que surgen como consecuencia directa de los procesos entrelazados de construcción social del espacio.

Para alcanzar este objetivo, se desarrolló un diseño metodológico mixto que permitiese abordar la construcción social de los espacios turísticos; se identificaron los diversos tipos de espacio turístico que se construyen colectivamente en la ciudad de Cozumel —cabecera municipal y principal población en la isla— como destino turístico; se constituyó un cuerpo textual, proveniente de imágenes, textos descriptivos y entrevistas a profundidad en los espacios y con la participación de los actores relevantes de la actividad turística en la isla.

Desarrollo de la investigación

Antecedentes

En 1998, el estado de Quintana Roo se convirtió en el principal destino migratorio de la República Mexicana, debido fundamentalmente al crecimiento y auge

de las ciudades turísticas creadas bajo el paradigma de turismo de sol y playa. Cancún, Playa del Carmen, la Riviera Maya, Isla Mujeres y Cozumel fueron las poblaciones que recibieron principalmente ese impacto migratorio. La composición de la población inmigrada en el estado llegó a 53.36 por ciento del total (Campos, 2004), y la población restante incluye a la población originaria de las comunidades en el estado cuya actividad no era originalmente el turismo (Chetumal, Felipe Carrillo Puerto, José Ma. Morelos, Bacalar y las comunidades rurales). En este marco, la única ciudad turística de la entidad en la que casi la mitad de la población ha nacido en ella, es Cozumel.

La isla de Cozumel se encontraba habitada desde antes del auge del turismo en el estado, y aunque su crecimiento no ha sido tan acentuado como el de Playa del Carmen y Cancún —probablemente por su condición insular— esto no ha evitado que la corriente migratoria también sea importante en ella, llegando a principios del presente siglo a los 70 mil habitantes.

El agotamiento del modelo de turismo de sol y playa comenzó a observarse en el ámbito internacional aún antes de culminar el siglo XX. Cancún experimentó una desaceleración en su crecimiento, mientras que en la Riviera Maya el tipo de turista cambió, y la oferta tuvo que adaptarse a esos cambios. Ya desde la primera mitad de la década de los noventa, en la Riviera Maya el gobierno mexicano favoreció el acceso de inversiones extranjeras en el ramo hotelero tipo *resort* con servicios “todo incluido”, que han sido extremadamente exitosos y han entrado en abierta competencia con la oferta de Cancún, Cozumel e Isla Mujeres, destino este último que terminaría adoptando estrategias similares. El mecanismo que se siguió fue la adquisición de los viejos hoteles por nuevos grupos de hoteleros que realizaron las modificaciones necesarias para adoptar esta modalidad. Es entonces que estas ciudades cambiaron el perfil de sus visitantes y comenzaron a recibir grupos de visitantes norteamericanos y canadienses viajando en paquetes todo incluido. Cozumel, en particular, siguió la estrategia de incrementar su capacidad de alojar cruceros turísticos y centró su interés en este segmento del mercado, convirtiéndose en el destino de cruceros más importante del país.

Ante estos hechos, la población residente en Cozumel siguió percibiendo una presencia numerosa de turistas; sin embargo, la interacción con ellos disminuyó, puesto que los visitantes que pernoctan en la isla lo hacen en su mayoría en los hoteles que ofrecen paquetes todo incluido, y los visitantes que llegan en cruceros turísticos no pernoctan en la isla, sino permanecen solo algunas horas. Como consecuencia, los espacios que antes eran ocupados por los visitantes y en los que se manifestaba una interacción intensa con los anfitriones dejaron de serlo y aparecieron otros que en suma transformaron el paisaje urbano y su construcción colectiva.

Diseño metodológico

A fin de comprender de qué manera construye la sociedad cozumleña el espacio turístico en el marco de lo expuesto en los antecedentes, fue necesario diseñar una metodología ad hoc, puesto que a pesar de que existen diversos métodos y técnicas cualitativas útiles para aproximarse a los procesos colectivos de construcción de la realidad (Álvarez-Gayou, 2003; Delgado y Gutiérrez, 1999), algunos de los cuales han sido aplicados en temáticas turísticas (Phillimore y Goodson, 2004), la intención fue elaborar un proceso que permitiera realizar el análisis desde la perspectiva constructivista de Berger y Luckmann (1968 y 1997) aplicada al estudio de los espacios turísticos (González, 2007 y 2009), y en ello reside en parte la aportación de la investigación.

Desde esta perspectiva, se presume que los conceptos sociales sedimentan en el acervo social de conocimiento mediante la interacción y el encuentro de subjetividades (Schutz y Luckmann, 1973), a través de repetidos procesos de internalización-subjetivación e institucionalización-objetivación. La construcción de los espacios es entendida entonces como una forma de construcción social de conceptos, la cual, aunque de carácter colectivo, se centra en —esto es, toma como ‘coordenada cero’— la interacción de sujetos, de individuos, de personas. Se trata especialmente de la interacción que se da de manera inmediata, cara a cara, cuya una centralidad fundamental es el ‘aquí y ahora’ (Lindón, 2000), centro de la construcción social en las dimensiones espacial y temporal.

Analizar al turismo desde el ángulo de la sociedad anfitriona requiere de un ajuste a los conceptos y definiciones convencionales de la actividad, pues si por turismo y turista se hace referencia implícita a la idea de viajar a un sitio distinto al propio durante un período de tiempo acotado, desde nuestro punto de vista el turismo y el turista son parte de la realidad cotidiana y forman parte de nuestra comunidad de vida (Berger y Luckmann, 1997) y sus significados varían en función de las comunidades de sentido en las que operamos². Es por ello que hemos preferido una noción de turismo que permita, por una parte, equilibrar la presencia de los dos actores en el fenómeno (anfitriones y turistas) y, por la otra, abordar el entramado social siendo integrantes del mismo. Para tal efecto, nos apoyamos en

2. Para Berger y Luckmann (1997), comunidad de vida hace referencia a los grupos a los cuales como personas nos incorporamos (los compañeros del trabajo, los pasajeros del transporte público), en tanto que el concepto de comunidad de sentido hace referencia a compartir imaginarios, ideas, objetivos, intencionalidades con grupos de personas no necesariamente presentes en la vida cotidiana. La posibilidad de conformar comunidades de sentido es la base de la construcción de las sociedades.

la sociología constructivista de Berger y Luckmann (1968), así como en elaboraciones teórico-conceptuales previamente trabajadas (González, 2009).

En este marco, el turismo se entiende como una construcción social que la sociedad humana —particularmente la del mundo moderno occidental— ha elaborado a lo largo del último siglo, y que guarda correspondencia con las tipificaciones de los roles sociales desempeñados por turistas y anfitriones que han sedimentado en el acervo social del conocimiento a través de procesos de institucionalización internalizados por los individuos mediante la socialización y puestos en juego, construidos, con cada interacción entre ellos (González, 2004).

En este planteamiento adquiere una centralidad fundamental la interacción entre anfitrión y turista, los dos actores típicos de la relación turística quienes, en el momento de la interacción, ponen en juego toda una carga social y cultural previamente aprendida en sus propias comunidades de vida y de sentido, por lo que la interacción cara a cara, en el aquí y ahora, se torna en lo que podría denominarse ‘coordenada cero’ de la construcción social. Para comprender y ubicar tal coordenada, es necesario vincularla con su contexto, con el marco de coordenadas tiempo-espacio de la construcción social.

Esta forma de abordar la construcción social de los espacios turísticos puede arrojar ideas, conocimientos y posibilidades que otras formas de abordaje soslayan, de modo que fue necesario destinar un tiempo considerable al diseño metodológico. En retrospectiva, ese tiempo puede ser reconstruido esquemáticamente en tres etapas o aproximaciones sucesivas al objeto estudiado, las cuales, en conjunto, presentan una estructura lógica congruente, si bien cada una de ellas es producto de una mezcla metodológica de técnicas e instrumentos de corte tanto cualitativo como cuantitativo. En síntesis, se puede afirmar que lo realizado tuvo un diseño de investigación mixto (Hernández, Fernández y Baptista, 2003) que siguió un proceso analítico que partió de lo descriptivo (*ibíd.*) y se orientó hacia lo interpretativo (Giddens, 1989), y pretendió mantener una permanente construcción del objeto de estudio bajo los principios de ruptura y vigilancia epistemológicas (Bourdieu, Passeron y Chamboredon, 2003).

La primera aproximación fue de carácter descriptivo y se apoyó principalmente en herramientas técnico-cuantitativas. La información se obtuvo del análisis de bases de datos y sistemas de información geográfica, recorridos y levantamiento de información georeferenciada y observación no participante del flujo turístico en la isla de Cozumel como destino turístico (Pons, Morales y Díaz, 2007). El análisis de la información (orientada a la identificación, delimitación y categorización de áreas y rutas turísticas) se apoyó en técnicas cartográficas mediante sistemas de información geográfica, y un análisis estadístico de com-

ponentes principales permitió identificar las áreas con mayor probabilidad de presentar interacción entre turistas y anfitriones (González, 2008).

La segunda aproximación fue de carácter analítico-interpretativo y se apoyó en técnicas cualitativas para la obtención de la información. La observación de prácticas cotidianas (Hiernaux, 2000) permitió integrar imágenes y textos relativos a las prácticas de anfitriones y turistas (González, 2004) en las áreas y rutas identificadas, y un ejercicio de análisis del corpus textual mediante el criterio de investigación reflexiva (Dupuis, 1999) —apoyado en herramientas de *software* para el análisis cualitativo— permitió identificar tipificaciones, representaciones y comunidades compartidas colectivamente en las prácticas observadas (Little, 2000). Del mismo modo, fue posible identificar en esta aproximación a los posibles informantes que fungen como actores clave en la actividad turística en la isla de Cozumel.

La tercera aproximación tuvo un enfoque interpretativo, consistente en entrevistas a profundidad (Denzin y Lincoln, 1994) a informantes seleccionados (Catani, 1990) que, aunque extensas, no llegaron a constituir historias de vida u autobiografías (Lindón, 1999). El objetivo fue construir un corpus textual suficiente (Pujadas, 1992, Camas, 1997 y Moore, 1999) para realizar un análisis del contenido construido en las entrevistas (Arias, 2006) mediante un procedimiento hermenéutico (Molitor, 1990) que permitiera identificar, en los textos, usos y aplicaciones turísticas del lenguaje cotidiano, elementos del discurso con orientación o marco turístico, usos del espacio estereotipados o tipificados colectivamente, construcciones colectivas sobre delimitación de los espacios e imaginarios respecto a la seguridad en las áreas turísticas. Estas categorías o etiquetas surgieron del propio texto tras diversos análisis, con el apoyo de *software* especializado para este tipo de trabajos.³

Resultados

Se integró un banco de información con datos de audio y video conteniendo las entrevistas realizadas y se realizó la transcripción de las mismas, vinculando cada segmento de transcripción con su referente en el audio original en formato digital. Se asignaron etiquetas por segmento de texto mediante un *software* especializado. Para el proceso de etiquetado se centró la atención en los momentos en los que se hacía referencia o alusión al uso y delimitación de los espacios

3. En nuestro caso se utilizó para este efecto, principalmente, aunque no únicamente, el software NVivo 8, Marca Registrada por QSR International.

turísticos, con el fin de identificar los contextos en los que aparece la información, las vinculaciones con otras etiquetas y la frecuencia de aparición en el texto para cada entrevista y entre diversas entrevistas.

Los espacios de interacción entre turistas y anfitriones en Cozumel se clasificaron en cuatro categorías en función de sus procesos de construcción social:⁴

- a) Aquellos considerados turísticos por turistas y anfitriones simultáneamente, a los que denominamos “negociados”,
- b) aquellos que solo son considerados como tales por los anfitriones, a los que otorgamos la etiqueta “cedidos”,
- c) aquellos que solo son considerados como tales por los visitantes, que denominamos como “apropiados”
- d) aquellos que no son considerados turísticos por ninguna de las partes, que permanecen “vedados” para el turista.

Como era de suponerse, predominan los espacios considerados turísticos tanto por anfitriones como por turistas, lo cual da cuenta de un proceso general de transformación en el uso de los espacios en la historia del destino.

El espacio turístico, pues, no escapa de las diversas formas en que se construye el territorio en el acervo social del conocimiento. Lo que se percibe, lo imaginado, lo delimitado, lo apropiado, lo proyectado, lo construido, son diversas formas que aparecen en el lenguaje —en las entrevistas tanto a anfitriones como a turistas— y que dan cuenta de la reconstrucción del espacio en la imaginación de las personas, percibido a través de los sentidos; una reconstrucción mediada por los estereotipos, el conocimiento colectivo o “del dominio público”, las experiencias previas individuales y compartidas y que se internaliza a través de procesos de socialización.

Es así que, para los anfitriones, el espacio turístico es necesariamente un espacio compartido con “los otros” (con “ellos”), los visitantes, los foráneos, los extranjeros, los viajantes, los “fuereños” y, en el lenguaje apropiado moderno, “los turistas”. La isla de Cozumel, por herencia histórica y derecho propio, ha pasado de ser un sitio propio (“mi isla”, “mi ciudad”), a un sitio acondicionado para otros (los visitantes); y se ha constituido en un “destino turístico” y una “localidad receptora”, en la cual los anfitriones se reconocen a sí mismos como “locales”, expresión mucho más frecuente que “cozumeleño”, “isleño” y —más aún— “ciudadano”.

4. Estas categorías fueron identificadas en estudios previos en otros espacios turísticos con esta misma metodología, y en este estudio se pudo confirmar su presencia y significado.

Los turistas, por su parte, perciben la ciudad —y en general la isla— como «ajenas», como propiedad de otros que han decidido compartirla —hasta cierto punto— con ellos. Es de esperarse, pues, que sin medios que permitan encontrar coincidencia entre las diversas percepciones, existan diferencias entre las áreas consideradas como turísticas o «compartidas» para ambos grupos sociales. Tal es el caso de Cozumel y de sus distintas áreas, identificadas en la primera aproximación que realizamos. Los espacios considerados compartidos o turísticos por ambos grupos fueron las áreas recreativas, especialmente aquellas dotadas por el gobierno con algún equipamiento urbano de apoyo al visitante (señalización, mapas urbanos, teléfonos públicos) o que han sufrido alguna remodelación o mantenimiento con el fin de hacerlo «atractivo», como el caso de la avenida costera Rafael Melgar y su malecón, la plaza central de la ciudad de Cozumel y, por supuesto, las áreas de servicio y comercio destinadas a los turistas en las que se ha instalado la iniciativa privada: hoteles, restaurantes, plazas comerciales, tiendas de buceo, bares, clubes de playa, clubes y discotecas, aeropuertos y puertos marítimos, el museo de la ciudad, los parques naturales, la zona arqueológica y las zonas hoteleras norte y sur.

En el otro extremo, los espacios que notablemente los anfitriones no consideran como turísticos, a pesar de encontrarse ubicados en la avenida costera, son los dos supermercados mayores, percibidos como parte de los servicios comerciales para el habitante local, aun cuando a determinadas horas del día se encuentren únicamente turistas realizando compras en ellos. Por su parte, los turistas no consideran espacios intrínsecamente turísticos a unos cuantos sitios que muestran un carácter más cercano a la idiosincrasia y usos locales; por ejemplo, el mercado del centro de la ciudad y otros pequeños comercios, e incluso las instalaciones de la Universidad de Quintana Roo. En los espacios en los que se identificó una mayor coincidencia fue en aquellos considerados como no turísticos, los exclusivos para el anfitrión y ajenos o “vedados” para el turista, que son las colonias habitacionales y los barrios populares —percibidos tanto por el local como por el visitante— como «peligrosos», y las zonas no urbanizadas de la isla.

En los hallazgos relevantes para la temática aquí presentada es de destacar que la población anfitriona tiene muy presente la política del gobierno de restaurar y remodelar infraestructuras y equipamiento en espacios públicos (plazas, parques, unidades deportivas) con el fin de tener una ciudad «presentable» para el turista. Independientemente del uso —turístico o no turístico— que se haga de estos sitios, es notoria la presencia de esta tendencia a la “turistificación” de disfrutar la ciudad con “mirada de turista” (Urry, 2002) acondicionando espacios al gusto —supuesto, adjudicado o incorporado— del foráneo. Son espacios que la población estima «modernos», si bien alejados de los usos y costumbres

propios. Es así que el discurso oficial sobre el desarrollo turístico se ha incorporado —o se encuentra en proceso de incorporación— al acervo social del conocimiento, aunque no de manera directa y automática, sino procesado, mediado, por el sentir del ciudadano local.

En relación a la forma en que los distintos grupos caracterizan al espacio como turístico negociado, cedido, apropiado o vedado, se observó que hay una constante referencia a los roles estereotipados y a los objetos que típicamente acompañan a los estereotipos. Tales roles son utilizados por las personas en general como instrumentos para fortalecer procesos de identificación y diferenciación del yo frente al otro (Berger y Luckmann, 1968, Piña, 1988). Esto es, en los momentos en que el anfitrión se percibe a sí mismo más próximo al anfitrión típico o tipificado, existe la posibilidad de que se identifique como tal. Por ejemplo, los prestadores de servicio turístico se ven a sí mismos más claramente como anfitriones en el momento en que utilizan objetos típicos de un anfitrión —como son los uniformes de meseros, camaristas o recepcionistas de hotel— e interactúan con personas que representan roles típicamente de turistas en un marco «cubierto» con objetos elaborados para ellos. Así, una persona en Cozumel que representa en su empleo el rol de mesero, se asume a sí mismo como anfitrión cuando se encuentra prestando un servicio a un turista, y en menor medida cuando no utiliza su uniforme o cuando, estando en el trabajo, no se encuentra atendiendo a nadie o —menos aún— cuando se encuentra atendiendo a alguien que reconoce como “local”. Este efecto reflejo o espejo, en el que la identidad se construye a partir de la presencia inmediata del otro (Boutzouvi, 1994) —del, por así decirlo, polo opuesto de referencia— es una confirmación de la centralidad de la interacción en la construcción de los conceptos sociales. Más aún, cuando esta interacción se suscita en un espacio «lleno» de referencias tipificadas, con objetos y «ambientación» relativa a las interacciones que típicamente se espera se presenten en tal espacio, el efecto es contundente.

En el extremo opuesto, cuando los anfitriones no interactúan con el turista, o sus actividades no son típicamente realizadas en el rol de anfitrión, o se realizan en espacios «vacíos» de referencias a la actividad típicamente turística, difícilmente se logra una identificación con el rol de anfitrión. De hecho, es en estos casos en los que identificamos posturas de abierto rechazo al forastero, al visitante, al considerarlo más como un “foráneo”, como alguien que “no es de aquí”, en cierto modo, un «invasor» de los espacios propios, situación mucho más notoria aún cuando se hace referencia a los “cruceiros” como la categoría más indeseable de los visitantes.

La reflexión anterior se confirma también en el caso del turista. La identificación de las personas con el rol de turista requiere de la presencia de anfitriones

y, especialmente, de la presencia de objetos y referencias típicamente turísticas en los espacios de actividad. Algunos turistas prefieren recorrer los espacios de Cozumel que se han dispuesto especialmente para ellos y “turistean”; es decir, recorren la ciudad en las vías específicamente dispuestas para ello y utilizando los medios de transporte específicamente turísticos. Muy exitoso es en ese sentido el arrendamiento de vehículos descapotados, los vehículos “todo terreno” y las motonetas. En otros casos, los visitantes desean alejarse del rol estereotipado del turista y pretenden “salir de lo que aparece en los folletos” y acercarse a “la población real”, esto es, a la que no representa el rol de anfitrión y desempeña sus actividades cotidianas en espacios que no han sido dispuestos o adaptados para el turista. Sucede así, por ejemplo, con los visitantes de Cozumel que prefieren realizar actividades de buceo en sitios no frecuentados por los turistas. Estos visitantes no se identifican como turistas, ya que no realizan actividades del rol tipificado socialmente de turista, no se encuentran en espacios «llenos» de referencias al turismo y realizan actividades que, al menos desde su punto de vista, estarían reservadas para «conocedores» locales de los sitios naturales de mayor calidad y más difícil acceso.

En suma, puesto que prácticamente toda la ciudad y el espacio urbanizado fuera de la ciudad en el resto de la isla se perciben —ya sea por uno de los actores o por ambos— como espacios de destino turístico, se puede afirmar que la identidad de la sociedad isleña se construye sobre el eje del turismo, de su presencia, de sus cambios, de su ir y venir estacional, de su presencia y ausencia, de sus impactos económicos y ambientales.

Conclusiones

El estudio de la sociedad en destinos turísticos permite comprender la manera en que se percibe a sí misma una comunidad como anfitriona “local” y a su espacio vital cotidiano como “destino turístico”, con todo lo paradójico que esto pudiese parecer. En el caso de Cozumel, es muy notoria la separación entre la construcción del espacio de la ciudad y las áreas urbanas o urbanizadas de la isla como “destinos turísticos”; espacios para ser compartidos y dispuestos para el uso de visitantes “no locales”, en tanto que se fortalece la construcción de la apropiación de un espacio mayor —especialmente el no urbanizado, el agreste, el rural— como “mi isla”; un espacio claramente acotado, con límites físicos reales, tangibles, que funge como referente, fuente y origen de la identidad del “local”. El análisis del espacio turístico bajo enfoques sociológicos permite iden-

tificar áreas de contradicción o de vacíos instrumentales en términos de planificación, regulación, protección y vigilancia.

Lo turístico en un destino, hace referencia al espacio compartido que surge de la interacción entre turistas y anfitriones y sedimenta —mediante su legitimación e institucionalización a través de interacciones repetidas en el tiempo que se confirman por coincidencia o negación— el tipo de espacio que socialmente se esperaría encontrar. Es, por ende, un espacio construido en la negociación, un espacio turístico negociado, el espacio propio para los anfitriones, pero a la vez pensado para el otro, el turista, y viceversa. En Cozumel este espacio es la ciudad, cotidianamente negociada con los turistas.

El espacio que el anfitrión dispone para el turista, pero que este no percibe claramente como turístico, es un espacio cedido, pero aún sin reclamar; mientras que el espacio turístico percibido como tal por el turista, pero no así por el anfitrión, sería el espacio turístico apropiado, no necesariamente cedido ni probablemente negociado. Ambos son espacios que, si bien un grupo recorre mediante su uso, se construye socialmente en referencia al otro, y por tanto sigue estando orientado hacia la interacción entre turistas y anfitriones, aún cuando no se presente de manera efectiva.

Lo no turístico es lo no compartido, lo propio, lo “común y corriente”, lo que “no vale la pena” que sea visto por el turista y, por consiguiente, el espacio que no cuenta con los atributos, objetos y ambientes, condición necesaria para aproximarse al tipo ideal, colectivo, de espacio turístico. Son, en suma, espacios vedados al turista, que no se ceden por ser en extremo cotidianos —y, por tanto, alejados del estereotipo— o no se ceden por ser privados, propios, sagrados, prohibidos y, por tanto, alejados también del estereotipo.

En Cozumel se identifican los cuatro tipos de espacio, más o menos cercanos al tipo ideal, en el que los anfitriones asumen el rol de anfitriones y los turistas el propio y mantienen interacciones típicamente turísticas, realizando prácticas típicamente turísticas y utilizando un lenguaje típicamente turístico.

La población de Cozumel ha construido una imagen general de la ciudad como un espacio turístico y poco desea hacer para modificarlo, con pocas excepciones. Por su parte, los visitantes se autodefinen en roles cercanos al ideal o típico, encuentran en Cozumel un destino típicamente turístico y viven la ciudad como un estereotipo de destino turístico del Caribe, similar, si no idéntico, a lo que se puede encontrar en cualquier otra isla de ese mar. En este sentido cabe destacar que los anfitriones en general perciben su ciudad como suficientemente equipada y adecuada para el gusto del turista y a las instalaciones destinadas al turismo como de alta categoría y con identidad propia y distintiva. Esto con-

trasta con la imagen de estandarización del destino que perciben los visitantes, particularmente los “cruceistas”.

Estas asimetrías y no coincidencias en la construcción del espacio entre anfitriones y turistas revelan áreas de oportunidad y ámbitos de acción para la intervención mediante política pública o de inversión y *marketing* en la iniciativa privada, de modo que incidan en beneficio de la comunidad local. Sería, por otra parte, deseable y necesario realizar estudios más detallados de prospectiva respecto a las consecuencias que puede tener en el tejido social, sus instituciones y en la construcción de sentido e identidad, el que se aferre a algo que ha mostrado ser tan vulnerable y tan veleidoso en sus modas y tendencias como el turismo.

Referencias

- Álvarez-Gayou, J. (2003) *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*, Paidós Educador, México.
- Apostolopoulos, Y. S. Lervaldi y A. Yianakis (1996) *The Sociology of Tourism*, Routledge, Londres.
- Arias, A. (2006) “El análisis del discurso: sus posibilidades metodológicas en la investigación educativa”, *Revista de la Universidad Cristóbal Colón*, Cuarta Época, año I, núm. 22, Veracruz, México, pp. 7-33.
- Berger, P. y T. Luckman (1968) *La construcción social de la realidad*, traducción de Silvia Zuleta, Amorrortu, Buenos Aires.
- Berger, P. y T. Luckman (1997) *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno*, Paidós Studio, Barcelona.
- Bourdieu, P., J. Passeron y J. Chamboredon (2003) *El oficio de sociólogo*, Siglo XXI, México.
- Boutzouvi, A. (1994) “Individualidad, memoria y conciencia colectiva: la identidad de Diamando Gritzona”, *Historia y fuente oral*, vol. 1, núm. 11, Barcelona, pp. 39-52.
- Camas, V. (1997) “La transcripción en historia oral: para un modelo ‘vivo’ del paso de lo oral a lo escrito”, *Historia, antropología y fuentes orales*, núm. 18, Barcelona, pp. 41-62.
- Campos, B. L. (2004) *Procesos de urbanización y turismo en Playa del Carmen, municipio de Solidaridad, Quintana Roo*, tesis doctoral, Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Catani, M. (1990) “Algunas precisiones sobre el enfoque biográfico oral”, *Historia y fuente oral*, núm. 3, Universidad de Barcelona, Barcelona, pp. 151-164.

- Cohen, E. (1984) "The sociology of tourism: Approaches, issues and findings", *Annual Review of Sociology*, núm. 10, enero-marzo de 1984, Palo Alto, California, pp. 373-392.
- Delgado, J. y J. Gutiérrez (coords.) (1999) *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*, Editorial Síntesis, Madrid.
- Denzin, N. y Y. Lincoln (eds.) (1994) *Handbook of Qualitative Research*, SAGE Publications, Thousand Oaks, Estados Unidos.
- Dupuis, S. (1999) "Naked truths: Towards a reflexive methodology in leisure research", *Leisure Sciences*, núm. 21, Filadelfia, Estados Unidos, pp. 43-64.
- Giddens, A. (1989) *La teoría social hoy*, Fondo de Cultura Económica/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- González, A. (2004) "El anfitrión como actor social en el turismo. Caso Ixtapan de la Sal, Estado de México", *Revista de ciencias sociales*, San José, Costa Rica, pp. 155-168.
- González, A. (2007) *La sociología constructivista de Berger y Luckmann como perspectiva para el estudio del turismo*, tesis doctoral, Universidad Iberoamericana, México.
- González, A. (2008) "Factores que inciden en la interactividad anfitrión-turista en Quintana Roo, México", ponencia presentada en el Congreso de Investigación Turística X Nacional y IV Internacional, 28 de noviembre de 2008, Toluca, México.
- González, A. (2009) "El turismo desde un enfoque de sociología constructivista", *Teoría y Praxis*, núm. 6, Cozumel, pp. 107-122.
- Hernández, R., C. Fernández y P. Baptista (2003) *Metodología de la investigación*, tercera edición, McGraw Hill, México.
- Hiernaux, D. (2000) "La fuerza de lo efímero. Apuntes sobre la construcción de la vida cotidiana en el turismo", en Lindón, Alicia (coord.) *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*, Anthropos/Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, Universidad Nacional Autónoma de México/El Colegio Mexiquense, Barcelona y México, pp. 95-122.
- Leiper, N. (1979) "The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist and the tourism industry", *Annals of Tourism Research*, vol. 6, núm. 4, Londres, pp. 390-407.
- Lindón, A. (1999) Narrativas autobiográficas, memoria y mitos: una aproximación a la acción social, *Economía, sociedad y territorio*, vol. II, núm. 6, El Colegio Mexiquense, Toluca, México, pp. 295-310.
- Lindón, A. (coord.) *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*, Anthropos/Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, Universidad

- Nacional Autónoma de México/El Colegio Mexiquense, Barcelona y México.
- Little, W. (2000) "Home as a place of exhibition and performance: Mayan household transformations in Guatemala", *Ethnology*, vol. 39, núm. 2, Pittsburg, Pensilvania, pp. 163-181.
- MacCannell, D. (1999) *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, University of California Press, Berkeley.
- Molitor, M. (1990) "L'herméneutique collective", en Remy, J. y D. Ruquoy (dirs.) *Méthodes d'analyse de contenu et sociologie*, Faculté Universitaire Saint-Louis, Bruselas, pp. 19-35.
- Moore, K. (1999) "Sentido y sensibilidad: forma y contenido en las transcripciones de historia oral", *Historia, antropología y fuentes orales*, núm. 21, primer semestre, Barcelona, pp. 163-169.
- Phillimore, J. y L. Goodson (eds.) (2004) *Qualitative Research in Tourism. Ontologies, Epistemologies and Methodologies*, Routledge, Nueva York.
- Piña, C. (1988) "La construcción del 'sí mismo' en el relato autobiográfico", *Revista paraguaya de sociología*, año 25, núm. 71, enero-abril, Asunción, pp.135-176.
- Pons, R., L. Morales y Y. Díaz (2007) "La imagen del destino y el comportamiento de compra del turista", *Teoría y Praxis*, núm. 3, Cozumel, México, pp. 89-102.
- Pujadas, J. (1992) *El método biográfico: el uso de las historias de vida en ciencias sociales*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.
- Schutz, A. y T. Luckman (1973) *Las estructuras del mundo de la vida*, traducción de Néstor Míguez, Amorrortu, Buenos Aires.
- Urry, J. (1992) "The tourist gaze revisited", *American Behavioral Scientist*, vol. 36, núm. 2, Sedona, Arizona, pp. 172-186.
- Urry, J. (2002) *The Tourist Gaze. Leisure Travel in Contemporary Societies*, segunda edición, Sage Publications, Londres.

SEGUNDA PARTE
Turismo en litorales y fronteras

VI

Evolución e impacto territorial de los establecimientos de hospedaje en Acapulco (1930-1980)

Ernesto Valenzuela Valdivieso¹

Introducción

A principios del siglo XX, inició en Acapulco el desarrollo de la actividad turística que originó cambios en la organización económica y espacial del puerto, con efectos inmediatos en el crecimiento de la ciudad, el cambio de la traza urbana y la modificación del paisaje natural y cultural. El equipamiento de hospedaje, en sus diferentes modalidades, fue uno de los factores que más influyó en la transformación de la fisonomía y en la nueva configuración urbana de la ciudad.

El estudio de los establecimientos de hospedaje no solo sirve para identificar cambios en los modelos arquitectónicos o de funcionalidad, sino también para establecer pautas de localización y la influencia que estos ejercen en la organización de los espacios circunvecinos. En el caso de Acapulco, el análisis de su localización a través del tiempo permite corroborar algunas pautas de comportamiento que son similares a las de otros destinos turísticos de litoral anteriores y posteriores, y por lo tanto, sustentar algunas bases de un modelo de emplazamiento en la actividad turística y sus repercusiones espaciales.

1. Colegio de Michoacán. Correo electrónico: ernyvalenzuela@msn.com.

Acapulco es un referente en la historia del turismo en México por ser el primer destino de playa con reconocimiento internacional. No existe una fecha fehaciente del inicio de la actividad turística en el puerto, sin embargo, se puede deducir que fue a partir de 1927 cuando el turismo se incrementó, gracias a la apertura de la carretera con la Ciudad de México. Antes de este año, la economía de Acapulco se sustentaba en el comercio al menudeo, el abastecimiento de combustible y agua a los buques y una incipiente pesca y agricultura. Aun cuando recibió el título de ciudad desde 1779, Acapulco, a principios del siglo XX, tenía más la fisonomía de un pueblo cuyos barrios agrupaban construcciones de bajareque o adobe y techos de teja, palma y madera. Casi todas las calles eran de arena y una minoría empedradas, no había drenaje y solo algunas casas tenían fosas sépticas y energía eléctrica. El abasto de agua era a través de pozos artesianos o de la compra a los llamados “aguadores” (Ríos, 1969).

El desarrollo de la actividad turística originó los cambios más importantes en el puerto desde su fundación en 1521. En una reacción en cadena, la llegada de turistas propició primero la transformación de algunos inmuebles en establecimientos de hospedaje y después la construcción específica de edificios para esta función. Hubo cambios de uso de suelo y se revalorizó su precio; asimismo, se produjo una expansión territorial en espacios vacíos u ocupados, tanto para el desarrollo del turismo como para los asentamientos humanos, que aumentaron por la migración. Se dotó a la ciudad de servicios públicos y se construyeron avenidas que beneficiaron sobre todo a los espacios turísticos. Así pues, el Acapulco turístico no nació de forma espontánea, sino fue producto de la dinámica del capitalismo —nacional e internacional— para su reproducción y la colocación del excedente de capital, con el único fin de obtener mayores rendimientos en el menor tiempo. Los medios son diversos y han cambiado, sin embargo, destacan, entre otras cosas, la expansión territorial, la apertura comercial, el ingreso de empresas trasnacionales, la diversificación de actividades, la refuncionalización espacial, el desarrollo de infraestructura y la imposición de modelos o estilos de vida. El estudio de los establecimientos de hospedaje da cuenta de ello.

De los mesones a los hoteles

Desde los primeros viajes que realizó la Nao de China a partir de 1565, los pobladores de Acapulco iniciaron la costumbre de recibir personas en sus casas ante la falta de establecimientos de hospedaje, tradición que perduró hasta principios del siglo XX. En 1673 se abrió el primer establecimiento acondicionado denominado El Mesón de la Lima. Más tarde, fueron El Mesón del Parazal o

Fernández y El Mesón de las Mamitas González, todos en el área del centro (Escudero, 1997).

Antes del siglo XIX, Acapulco tenía un reducido número de establecimientos de hospedaje porque el negocio era redituable durante los meses de enero y febrero, en los que se realizaba la feria comercial más importante de la Nueva España por la llegada del galeón de Filipinas, y el resto del año se registraba un escaso movimiento portuario y comercial. Después de la independencia, los mesones sirvieron para hospedar a los comerciantes de las áreas circunvecinas que viajaban a comprar en las casas comerciales españolas (Taibo y Vizcaíno, 1990). A mediados del siglo XIX se inauguró el hotel Dos de Abril y la casa de huéspedes Alta Vista que funcionó hasta 1982, lugar en el que se hospedaron importantes personajes, como Benito Juárez e Ignacio Comonfort (Escudero, 1997). En la primera década del siglo XX aún sobrevivían los mesones de la Lima y el del Parazal, pero además ya existían dos hoteles: el Jardín y el Pacífico.

La Revolución interrumpió todo tipo de actividad económica en el puerto, y no fue sino hasta 1927, con la apertura de la carretera, cuando se inició una etapa de reactivación de la economía. Para la inauguración de la carretera viajó una comitiva en doce autos y, según el relato de Pintos (1961), a su llegada al puerto hubo problemas para hospedar a los invitados, ya que solo existían dos hoteles: el Jardín y el Acapulco (Figura 1). En ese mismo año, abrió sus puertas la casa de huéspedes María Antonieta, y al año siguiente el hotel Miramar, establecimiento innovador porque una de las habitaciones tenía baño privado y porque existía una bomba de gasolina para los autos de sus huéspedes, concepto que otorgó fama y reconocimiento, además de la visita de huéspedes distinguidos, como los presidentes Portes Gil y Ortiz Rubio. También se inauguraron las casas de huéspedes La Costeña, que funcionó hasta 1934, y La Mar, además del hotel México (Escudero, 1997).

En los años treinta del siglo pasado, el Ayuntamiento de Acapulco, con el consentimiento del gobernador del estado, Adrián Castrejón, regaló terrenos a las personas que se comprometieron a construir hoteles; por ende, en la zona de la Quebrada se inauguraron los hoteles América, Recreo de la Quebrada y Villa del Mar, y en el Centro las casas de huéspedes Altamira y Casa Pachita y los hoteles La Marina y Monterrey, este último aún en funcionamiento con el nombre de Misión (Escudero, 1997 y Alcaraz, 2001).

En 1934 se inauguró el hotel La Marina, propiedad de Antonio Díaz Lombardo, director del Banco de Transporte y fundador de Aeronaves de México (Aeroméxico). El hotel resultó innovador porque cambió el esquema tradicional de estilo arquitectónico, servicios y administración familiar de los establecimientos de hospedaje que operaban en la época. Fue el primero que tuvo baño parti-

Figura 1
Hotel Acapulco en Plaza Álvarez



Fuente: <<http://www.flickr.com/photos/vazquez100/5762106775/in/set-72157614304318817>>.

cular en cada habitación, aire acondicionado, *suites*, un *roof garden*, elevadores, un restaurante y un bar con servicio para el público en general. El edificio de tres niveles y una terraza estilo Art Decó, transformó el paisaje rural que aún mantenía el área del Centro, ya que la mayoría de las edificaciones tenía muros de bajareque o adobe y los techos a dos aguas (Figura 2). Díaz, además, innovó la actividad porque su negocio concentró el trinomio transporte, hospedaje y alimentos en un paquete para captar casi en su totalidad los egresos del turista, para lo cual estableció una oficina de reservaciones de Aeroméxico en el lobby del hotel (Escudero, 1997). En palabras de Alcaraz (2001), esta situación marcó el inicio del monopolio hotelero de Acapulco.

Los mesones, los primeros establecimientos de hospedaje en Acapulco, se localizaban en la periferia de la ciudad, en específico en los costados del camino hacia la Ciudad de México. Posteriormente, las casas de huéspedes y los hoteles se ubicaron alrededor de la plaza principal o en las áreas adyacentes, y un número menor en La Quebrada, zona que a principios del siglo XX estaba deshabitada. Los factores de localización para estos establecimientos en un primer momento fueron el acceso a los caminos, después la cercanía a la plaza principal y los comercios y, por último, ya como resultado de la actividad turística, la

Figura 2

Acapulco: vista de la zona Centro y el hotel La Marina, 1934

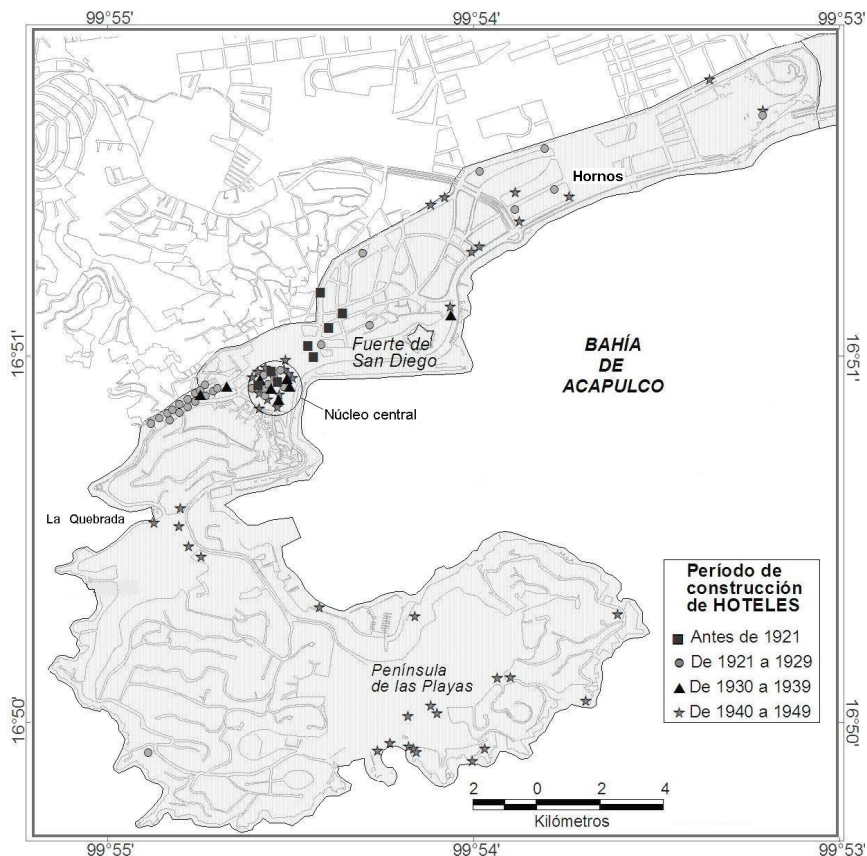


Fuente: <<http://www.flickr.com/photos/vazquez100/4643029851/in/set-72157614304318817>>.

instalación en lugares que tuvieran un panorama paisajístico de toda la bahía o del mar y, en consecuencia, el inicio de un proceso de expropiación de terrenos en la zona de la montaña y cerca de la playa. La extensión espacial de la ciudad y la redistribución geográfica del turismo se realizó a partir del núcleo inicial (Figura 3).

El hotel Los Flamingos se construyó sobre los acantilados más altos (150 metros) en la península de Las Playas, por la ventaja de la vista panorámica y por la brisa, pero con la gran desventaja de estar en una zona despoblada y sin camino. La construcción del hotel se inició en 1930, finalizó en 1932, y desde entonces se ha mantenido en servicio sin interrupción. El hotel El Mirador también condujo a la ocupación de nuevos espacios, porque transformó y se adaptó a un espacio agreste, el de los cantiles de La Quebrada. En aquel momento esta idea resultó imprudente, porque además el lugar era el basurero público del puerto. No obstante, su dueño, Carlos Barnard, se empeñó en realizar la obra e instaló bungalós en la montaña a diferente altitud. Se inauguró en 1933, y el

Figura 3
Hoteles en Acapulco, 1900-1949



Fuente: elaboración propia, con información de Escudero (1997) y Gómez (1960).

éxito fue tal, que para 1945 ya tenía 35 habitaciones y 11 bungalos, todos con baño privado (Escudero, 1997 y Romero, 1991).

Otro hotel que se construyó en la península de Las Playas fue El Del Monte, con la ventaja de la brisa. En 1949 tenía ya 35 habitaciones, y al año siguiente se construyó la alberca. Su ubicación y su arquitectura colonial fueron, sin duda, factores de competitividad durante muchos años. Este hotel, que rivalizó con los

mejores de la época, fue uno de los pocos establecimientos de propietarios que llegaron a Acapulco antes de la apertura de la carretera. A partir de entonces, la mayoría de los hoteles fue construida por políticos, empresarios, comerciantes o artistas, todos provenientes de fuera. Algunos de los primeros establecimientos cerraron ante la competencia, otros sobrevivieron, pero no se renovaron —y, por ende, disminuyó su categoría y su clientela— y una mínima cantidad se transformó para competir a través de asociaciones con empresarios o con préstamo de dinero para renovar su infraestructura (Escudero, 1997 y Ríos, 1969).

Posteriormente, la expansión hotelera ocupó el área de Hornos, entre el Fuerte de San Diego y el Parque Papagayo. El primer hotel, el Villa Julieta, se construyó a un costado del fuerte. Su propietaria, Julieta Méndez López, recibió el terreno como regalo de su familiar, Manuel López, presidente municipal durante el período de 1927-1928 (Díaz, 1994). En 1936, Eduardo Hartman construyó el hotel Playa Hermosa, que además de la ventaja de ubicarse muy cerca del litoral, ofrecía lo que hoy se conoce como plan continental. A un costado de este se construyó el hotel Miami, que parecía más un mesón por sus amplios espacios para arrieros y dos baños generales. El inmueble lo adquirió después el suizo Alberto Relstab, que redujo el número de habitaciones y anexó un baño privado a cada una. Por su parte, Alfonso Córdoba, en asociación con Emilio Azcárraga Vidaurreta, construyó el hotel Las Hamacas, que se inauguró en 1942. Fue el primer hotel del puerto que delimitó con un vallado de alambre la playa frente al inmueble para el uso exclusivo de sus huéspedes (Escudero, 1997 y Luz, 1973).

La construcción de hoteles en Acapulco aumentó a razón de dos por año. En 1927 había dos, y a finales de los cuarenta sumaban 64. En un principio, la demanda estuvo en función de la oferta y fueron apareciendo más hoteles a medida que llegaban más turistas. Posteriormente, en parte debido a la campaña “Peso contra peso” lanzada por el presidente Ávila Camacho para la promoción turística —consistente en una inversión estatal equivalente a la de la iniciativa privada— esta relación se invirtió (Ramírez, 1986). La ubicación de cada nuevo hotel determinó la conformación de la traza urbana y los asentamientos humanos, en parte porque eran las zonas con mejores servicios, pero también porque a la par se inició la construcción de diversos fraccionamientos habitacionales a su alrededor. Por su parte, los establecimientos de hospedaje evolucionaron de acuerdo con las necesidades y modas de la época: los mesones, casas de huéspedes y posadas pasaron a convertirse en hoteles y bungalos y, en el estilo arquitectónico, la transición fue del neocolonial al Art Decó y después al funcionalista, ya que Acapulco constituía el mejor ejemplo del ingreso de México a la modernidad. En palabras de Parés (1959), surgió una ciudad moderna en pocos años,

en la que la nueva y ambiciosa arquitectura mexicana ganaría la batalla día a día para extenderse por las colinas graníticas que circundan la bahía y continuar por la faja costera, en un alarde de modernismo funcional.

El periodo alemanista (1946-1952)

El presidente Miguel Alemán Valdés era partidario del liberalismo capitalista y consideraba primordial la intervención de la iniciativa privada en el desarrollo económico del país. Las divisas que generaba la actividad turística, además de facilitar el desarrollo industrial y agrícola, contribuían a incrementar su propia riqueza. Como afirma Krauze (2004: 126,115):

De todos era sabido que el presidente seguía haciendo o haría negocios desde la política y que adquiriría o expandía su participación en empresas de aeronáutica, telefonía, construcción, urbanística, siderurgia, tubería, televisión y, desde luego, en su ámbito consentido: la hotelería y el turismo en general.

El turismo era una actividad prioritaria para Alemán. Antes de su gestión, Acapulco era poco más que un risueño y tranquilo puerto [...]. Había unos cuantos hoteles de tradición española o estilo colonial californiano [...]. Alemán lo «revolucionó». Construyó el aeropuerto, urbanizó (con abuso sobre los campesinos, según se decía) la bahía aledaña a Puerto Marqués, y amplió la gran calzada panorámica que circunda a la bahía, accediendo, sin demasiado rubor, a que la bautizaran Costera Miguel Alemán. En su periodo, y con el impulso que Alemán continuó pres-tándole en los años cincuenta, Acapulco comenzó a llenarse de modernos hoteles y un ambiente cada vez más internacional que presagiaba la época del *jet set*.

Alemán fundó La Joya de Acapulco, compañía constructora adquirida con otros terrenos aledaños a la desembocadura del río Amates (actual glorieta de la Diana). Ahí construyó un edificio que sería un centro comercial. En 1959, la cadena hotelera Hilton se interesó por el inmueble y lo adaptó como hotel. Por su parte, la empresa Eureka Techo Eterno, con la intervención del gobierno federal, obtuvo de los Estados Unidos un préstamo de ciento cincuenta millones de pesos para obras de urbanización y construcción de hoteles en Acapulco, dinero que pagaría el Ayuntamiento con un interés de dos por ciento anual en un periodo de 30 años (Palpitaciones Porteñas, 1945).

A finales de los cincuenta del siglo pasado, el proyecto del Acapulco turístico de Miguel Alemán era ya una realidad, perceptible no solo en la infraestructura urbana y de servicios (en particular en la zona turística), sino también en el crecimiento de la ciudad y el constante aumento de población. Esta pasó

de 9,993 habitantes en 1940 a 28,512 en 1950 (un aumento de cerca del triple), y entre 1950 y 1960 aumentó casi el doble, para llegar a 49,149 personas (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 2004). La expansión territorial de la actividad turística dio lugar a una nueva configuración espacial diferenciada y segmentada. En primer lugar, se dio una división entre las zonas habitacionales y las zonas de trabajo, que antes del desarrollo del turismo no existía, ya que en un mismo espacio (el Centro) coexistían ambas funciones. Por otra parte, el nivel adquisitivo de la población y la clase social de los turistas dio lugar a diversas demarcaciones territoriales diferenciadas. En consonancia con la dinámica del sistema capitalista, el turismo hizo que la relación entre el uso y el valor del suelo sufriera una transmutación, de manera que, en lugar de que el segundo determinara al primero, este pasó a determinar al segundo. En específico, se agudizó la desigualdad entre los viejos y nuevos espacios de crecimiento urbano porque fue imposible favorecer la acción en un sector o territorio sin que al mismo tiempo esto significara una restricción en otros sectores o territorios.

Respecto a la configuración urbana de Acapulco, señala Lozato:

El continuo armazón de inmuebles en altura y las parcelas reservadas sobre todo a la clientela internacional acomodada contrastan muy claramente con un tercer núcleo urbano, situado al norte de la ciudad que abriga a la mayoría de la población autóctona [...]. La separación entre núcleos turísticos y núcleos urbanos nada o poco turísticos se hace muy aparente en el paisaje y la distribución de la población (1990: 80).

Después de su periodo presidencial, Alemán mantuvo la relación con Acapulco, ya que aún conservaba importantes negocios y estaba por iniciar otros. Por ejemplo, en asociación con Melchor Perrusquía construyó el hotel MarPer en una parte del terreno comprado por el gobierno federal a la firma Henry Kastan para construir el Palacio Federal. Posteriormente, con Emilio Azcárraga construyó el hotel Ritz, fundó la cadena hotelera Continental e instaló una sucursal en el puerto (Ramírez 1986).

De los hoteles nacionales a las cadenas transnacionales

El aumento de turistas se hizo acompañar de un incremento en el número de habitaciones en hoteles en construcción vertical, situación que obligó a transformar la mayor parte de la ciudad, primero en la parte del Centro y en los barrios aledaños, posteriormente en la zona de La Quebrada y la península de Las Playas y, más tarde, en una expansión selectiva alrededor de la bahía, en las

áreas de playa y los acantilados, porque la ubicación frente al mar fue el factor de mayor plusvalía que solo los hoteles de lujo ofrecían. Acapulco fue destino de inversionistas nacionales y extranjeros, situación que se intensificó con la llegada de las transnacionales del hospedaje, que no solo afectaron a los pequeños y medianos establecimientos, sino también a los más grandes y con mejores instalaciones. La multiplicación de residencias secundarias y de grandes complejos hoteleros internacionales dio testimonio, por su densidad, de la notoriedad turística que el puerto iba adquiriendo.

Los hoteles construidos en los años treinta que lograron pervivir fueron objeto de diversas transformaciones para enfrentar la competencia de los nuevos hoteles, como El Mirador, que amplió sus instalaciones y el Flamings, que cambió de dueño y se convirtió en el lugar de hospedaje exclusivo para los artistas de Hollywood. El estadounidense John Hardin construyó en el cerro de la Pinzona el hotel Casablanca. Roberto Zúñiga y Daniel Sánchez se asociaron con Rodolfo Flores, agentes aduanales, para construir el hotel Caleta (1950), y Oscar Muñoz Caligaris construyó el hotel Boca Chica en 1954 (Figura 4) (Escudero, 1997).

Figura 4
Acapulco. Hotel Caleta, años cincuenta



Fuente: <<http://www.mexicoenfotos.com>>.

Gilberto Guajardo, colaborador cercano de Alemán, inauguró en 1947 el hotel Club de Pesca, que construyó frente a Playa Larga, lugar donde más tarde se estableció el Club de Yates. A diferencia del resto de los hoteles de la península, este ofrecía la ventaja de estar a unos metros del mar, además de tener un muelle con embarcaciones para pesca deportiva, lanchas rápidas y veleros. Más tarde, la expansión la continuó su hijo, Miguel Guajardo Bonavides, quien construyó en los terrenos aledaños el desarrollo náutico La Marina (Díaz, 1994 y Guajardo, 1995).

A finales de los sesenta, Acapulco se enfrentó al problema de la falta de habitaciones, en particular de la categoría de lujo, situación que lo puso en gran desventaja frente a los destinos competidores del momento (San Juan de Puerto Rico, Miami y Honolulu). Esto propició el ingreso de las cadenas de hospedaje internacionales estadounidenses, ya que las aerolíneas extranjeras exigían esa disponibilidad para volar al puerto. En 1967, el presidente de *Trans World Airlines* (TWA), Charles Tillinghast, declaró: “No estamos dispuestos a volar a zonas carentes de hoteles, pero al mismo tiempo, los buenos hoteles no se construirán, a menos que haya aerolíneas con deseos de volar a esos lugares llevando clientes” (Campodonico y Nerys, 1980: 133). La llegada de las cadenas transnacionales a Acapulco y el inicio de la formación de las cadenas nacionales significó diversos cambios en la estructura y organización del turismo, con un importante impacto espacial. Como señala Armand Mattelart:

Desde 1970, el ritmo de expansión de las cadenas de hoteles norteamericanos hacia el exterior sigue una progresión geométrica. Uno u otro nombre de las nueve más famosas cadenas de hoteles ya forman parte de la referencia casi cotidiana de la mayoría de los habitantes del Tercer Mundo: Hilton International, Loew's, Ramada Inns, Sheraton, Sonesta y Western International (1974: 120-121).

Con la construcción de edificios de diez o más pisos con más de cien habitaciones, los hoteles transnacionales hicieron frente a la demanda y resolvieron el doble problema del número de habitaciones y territorio disponible. También se produjo un cambio, ya que todos estos edificios se construyeron en la playa, la mayoría en el área del Acapulco Moderno (hoy Acapulco Dorado), formando una barrera de concreto tanto para la vista como para la brisa, verdaderos “Manhattans marítimos” de hormigón en las primeras líneas de la playa. Con su muralla continua de altas torres, la “marbellización” de Acapulco se convirtió en símbolo de la modernidad y del poder de las corporaciones capitalistas (Mespplier y Bloc-Duraffour, 2000). Lozato añade que:

El núcleo turístico principal en la bahía de Acapulco se parece a los tipos de espacios costeros de los grandes centros tradicionales: la playa, de una anchura de unas decenas de metros, con sus establecimientos, está directamente dominada por los grandes hoteles internacionales del paseo marítimo lineal, apenas interrumpido por el viejo centro urbano y la zona portuaria (más o menos reservada a los yates de recreo), casi enteramente fagocitados por los barrios turísticos residenciales (Lozato, 1990: 80).

Con su diseño de paquetes de viaje, promociones y descuentos, los hoteles transnacionales lograron captar a un mayor número de turistas. Algunos ofrecían incluso el transporte aéreo, ya fuera porque tenían convenios con las aerolíneas o porque formaban parte del mismo *holding* empresarial². Los nuevos hoteles cambiaron el concepto de hospedaje de la época para ofrecer algo novedoso por su arquitectura, organización y servicios y, sobre todo, porque coincidía con el estilo y tipo de confort de vida estadounidense (tres cuartas partes de los turistas extranjeros provenían de Estados Unidos). En consecuencia, se fue construyendo un espacio de consumo de acuerdo con las formas de vida y necesidades del exterior, como una especie de territorio asociado de Estados Unidos fuera de sus fronteras, no con la apropiación física del espacio, sino con la organización y el aprovechamiento de los recursos de este a través de la inserción de capitales y empresas.

Las primeras cadenas que establecieron una sucursal en el puerto fueron la Western, la Americana Hotels, la Pierre, la Marriot, la Hyatt y la Sheraton. De Americana Hotels, el primer hotel que se abrió en México fue el Condesa del Mar, en 1970. Un año después, para la operación de este hotel y del hotel El Presidente, la cadena se asoció con el empresario Gastón Azcárraga Tamaño, propietario del hotel Fiesta Palace (hoy Fiesta Americana) y fundador del Grupo Posadas. Se incrementó el número de habitaciones, pero en particular las de categoría cinco estrellas que aumentó diez veces en el periodo de 1960 a 1972. En cambio, en el resto de las categorías la cantidad solo se duplicó. De esta forma, inició un proceso de concentración y manejo de la actividad turística

2. La consolidación de la actividad turística a nivel mundial en la década de los setenta se debió, entre otros factores, a la asociación entre diversas aerolíneas con las cadenas de hoteles, ya sea a través del contrato o adquisición. Ese fue el caso de la ya desaparecida Pan American World Airways (PanAm), que desde 1946 siguió “el modelo de implantación de hoteles que prevaleció en los inicios de la expansión turística imperialista en el sentido de establecer hoteles a lo largo de las rutas seguidas por los aviones de una compañía” (Mattelart, 1974: 132). PanAm adquirió la cadena de hoteles Inter-Continental, Trans World Airlines (TWA) la Hilton International y United Airlines (UAL) Western International (*ibid.*).

en manos de las transnacionales, ya que la categoría cinco estrellas, que en 1960 concentraba a seis por ciento del total de las habitaciones, en 1972, llegó a concentrar 30 por ciento, para dejar el resto del mercado a los pequeños y medianos hoteles que atendían a turistas de menores ingresos (Gomezjara, 1979). En palabras de Ramírez, había “una clara tendencia a favorecer el turismo destinado a sectores minoritarios del país y del vacationista extranjero, y en particular, del norteamericano” (1986: 22).

Uno de los hoteles más famosos fue el Club Residencial Las Brisas, propiedad de Juan March Ordinas. Desde su inauguración en 1958, se posicionó como uno de los de mayor prestigio en el ámbito internacional y el más exclusivo y caro de América Latina. El servicio de renta de autos Jeep y el sistema de pago “cargo por servicio” (para evitar el reparto individual de propinas) lo distinguía de otros. La firma Hilton operó el hotel durante algunos años y después fue vendido a Carlos Trouyet y a Eloy Vallina, quienes le dieron el nombre de Las Brisas Acapulco. Según Escudero (1997), Trouyet recibió propuestas para la compra de Las Brisas en dos ocasiones: en 1966 por parte de la compañía Eastern Travel Club (por 20 millones de dólares) y en 1968 del dueño del hotel Princess (por 25 millones de dólares). No obstante, en ambos casos Trouyet se negó a venderlo. Tras su muerte en 1971, sus herederos vendieron el hotel y 100 lotes de fraccionamiento de dos mil metros cada uno al Banco Nacional de México, institución con una amplia incursión en el ramo turístico, propietaria del Holiday Inn de Acapulco y de la Compañía Hoteles Camino Real, filial de la Westin Hotels (Escudero, 1997).

Otro de los primeros hoteles de lujo fue el Pierre Marqués, innovador en su concepto y localización en un área sin urbanizar, fuera de la bahía de Santa Lucía, en la playa Revolcadero, con una sola vía de comunicación y aislado de negocios turísticos complementarios. Su dueño, Paul Getty, construyó una especie de gueto turístico exclusivo para personas de alto poder adquisitivo, con la infraestructura y el equipamiento necesarios para satisfacer la mayoría de las necesidades del turista dentro del hotel y evitar a toda costa la fuga de capital, al estilo de los actuales Mega Resorts. Fue el primer hotel con campo de golf en el puerto. Vázquez (1962) afirma que Getty, además de las facilidades que tuvo para adquirir el terreno, también recibió dinero de la Junta Federal de Mejoras Materiales para construir el inmueble, además del resguardo de militares y marinos para impedir la visita en las inmediaciones y en la playa de gente no hospedada en el hotel. En 1975, Getty vendió el hotel a Daniel Keith Ludwig, dueño de la cadena Princess Hotels International, que en 1971 construyó, a un costado del Pierre Marqués, el hotel Acapulco Princess, con una inversión de 500 millones de pesos. La transacción, además de la expansión de la cadena,

tuvo como propósito iniciar la construcción de una zona turística exclusiva para turistas de alto poder adquisitivo, proyecto que finalmente se concretó durante el sexenio del presidente Salinas de Gortari, bautizado como Acapulco Diamante (Martínez, 1999; Gomezjara, 1979, y Guajardo, 1995).

El hotel Américas, propiedad de Albert B. Pullen, cambió de denominación por Prado Américas y, en 1960, el dueño lo rentó a la cadena Nacional Hotelera. El hotel Casablanca, después de la muerte de su propietario, John Hardin, fue operado por la administración del hotel Reforma de México. El hotel Caleta se rentó a la cadena Western Internacional Hotels. En 1950, David García construyó el hotel Shangri-La y, cuatro años más tarde, se asoció con el vasco Antón Elorriaga, dueño del hotel Majestic de la Ciudad de México, para operarlo. Para 1957, creció el monopolio Elorriaga, con la construcción del hotel Elcano en la playa de Icacos. Por su parte, Azcárraga Vidaurreta construyó el hotel Paraíso Marriot, edificio de 17 pisos con 450 cuartos que diseñó el arquitecto Guillermo Rossell de la Lama (Escudero, 1997y Romero, 1991).

El español Cesar Balsa, después de que inauguró el hotel El Presidente en la Ciudad de México, abrió una sucursal en el puerto. Posteriormente firmó un acuerdo con el presidente del Sheraton Corporation of America para realizar promociones, reservaciones, ventas y publicidad para ambas empresas. Entre 1963 y 1964, Balsa abrió cinco hoteles en Acapulco: El Prado, Américas, Elcano, El Presidente, Noa Noa y Tampa) (Asociación Mexicana de Hoteles, 2006). El hotel El Presidente pasó a cargo de la cadena Flagship Hotels propiedad de American Airlines, que también administró en un periodo el Condesa del Mar (Mattelart, 1974).

El suizo Teddy Stauffer se asoció con Carl Renstroem, millonario de Nebraska, para construir unos bungalos en el fraccionamiento Club Deportivo. El establecimiento se inauguró en 1952, con el nombre de Suites Lana Turner. Once años más tarde, con la ampliación y construcción de albercas y canchas de tenis, se rebautizó como Villa Vera Hotel & Racquet Club (Escudero, 1997).

En 1970 se construyó el primer *'mega resort'* en Acapulco, denominado Tres Vidas en la Playa, en un área despoblada, sin servicios, pero muy cerca del aeropuerto internacional. Sus dueños eran Aristóteles Onassis, Lady Bird, Paul Getty, Frank Sinatra, Troy V. Post y Miguel Alemán Valdés. La participación de Alemán facilitó la realización del proyecto, y el terreno fue producto de una permuta que el gobierno otorgó a cambio del impulso a la actividad turística que supondría la inversión de 250 millones de pesos, solo en la construcción. No conformes con estas ventajas, los dueños decidieron apropiarse de 39 hectáreas más para tener así un club de golf con dos campos, albercas, siete lagos artificiales y

una playa privada, situación por demás injusta para los ejidatarios del poblado El Potrero (Gomezjara, 1974).

En la década de los setenta se construyeron los hoteles Acapulco Plaza (operado por la cadena Hyatt Regency), el Holiday Inn, La Palapa y El Condesa del Mar, este último copropiedad de American Airlines. El incremento de hoteles e instalaciones de apoyo para la actividad turística hizo que el paisaje contemplado pasara a convertirse en paisaje consumido, transformado y urbanizado. Acapulco sirvió de plataforma para el ingreso y posterior expansión de algunas cadenas de hospedaje transnacional, ya que de algunas era la única sucursal en el país, o la segunda después de la Ciudad de México. Asimismo, fue el espacio que permitió el nacimiento de firmas de hoteles que más tarde se erigieron en cadenas de hospedaje a escala nacional y un polo de atracción para la inversión de capital nacional y extranjero, lo cual permitió una mayor integración del puerto con la capital y con el exterior. Los flujos de dinero, tecnología, personas y mercancías ofrecieron ventajas para la formación o consolidación de grupos empresariales cuya asociación con los políticos redundó en facilidades para la apropiación del espacio y privilegios para la dotación de infraestructura urbana, la construcción de caminos y la publicidad.

Conclusiones

El análisis de la actividad turística en Acapulco a través del surgimiento, la localización y la expansión territorial de los establecimientos de hospedaje permitió demostrar que el proceso estuvo supeditado a la expansión capitalista nacional e internacional. Desde su inicio, el turismo en Acapulco respondió a intereses económicos y políticos ajenos al desarrollo del puerto en general, en beneficio de una minoría que ha originado mayores desigualdades sociales y económicas.

La consecuencia fue la construcción de un Acapulco moderno, escenario y montaje para la actividad turística, y el surgimiento de otro Acapulco marginal tras las montañas y en el centro, encubierto por los grandes hoteles para evitar un paisaje desagradable. El desigual desarrollo que se acentuó con la actividad turística produjo mayor segregación espacial en el puerto y en la región circunvecina. El manejo de dos Acapulcos, en general, se debe a la formación de dos espacios disímbolos en lo que se refiere a sus condiciones económicas, sociales y culturales. Sin embargo, ambos son resultado del sistema capitalista que engendra de manera ineludible la desigualdad para el logro de sus objetivos tanto de reproducción de capital como de permanencia. En consecuencia, la construcción del espacio con mejores condiciones materiales y económicas, sede

de las representaciones, firmas, franquicias o empresas del capitalismo, en este caso del ramo turístico, ocasiona no la construcción, sino el surgimiento de otro espacio, el receptáculo de las contradicciones del sistema, que recibe el nombre de “periferia” y se constituye en el espacio habitación de la mano de obra que trabaja en el espacio núcleo; es el espacio que concentra el excedente de las reservas de trabajadores y, en algunos casos, los recursos. Asimismo, el espacio que acoge los problemas que el espacio núcleo ocasiona cuando se otorga a este la preferencia o el capital para mejorar sus condiciones y el de sus habitantes, en perjuicio de la periferia, situación que se repite a cualquier escala.

Referencias

- Alcaraz, O. (2001) *La arquitectura de los hoteles de Acapulco 1927-1959*, tesis de doctorado, Facultad de Arquitectura, UNAM, México.
- Asociación Mexicana de Hoteles (2006) “Cesar Balsa”, portal de Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles <<http://www.amhm.org>>.
- Campondónico, C. y W. Nerys (1980) *Crecimiento de Acapulco*, H. Ayuntamiento Constitucional de Acapulco/Asociación de Economistas Guerrerenses, Acapulco, México.
- Díaz, E. (1994) *Testimonios relatos de Acapulco*, [s/e], Acapulco, México.
- Escudero, F. (1997) *Origen y evolución del turismo en Acapulco*, Universidad Americana/H. Ayuntamiento Constitucional de Acapulco, Acapulco, México.
- Gomezjara, F. (1974) “Acapulco: despojo y turismo”, *Problemas del Desarrollo*, año V, núm. 19, México, pp. 126-147.
- Gomezjara, F. (1979) *Bonapartismo y lucha campesina en la Costa Grande de Guerrero*, Posada, México.
- Guajardo, M. (1995) *Relatos y desarrollo del turismo en México*, Miguel Ángel Porrúa, México.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e informática (2004) “Archivo histórico de localidades”, portal del INEGI <<http://mapserver.inegi.gob.mx/dsist/ahl2003/general2.cfm?clavegeo=127437>>.
- Krauze, E. (2004) *La presidencia imperial. Ascenso y caída del sistema político mexicano (1940-1996)*, Tusquets, México.
- Lozato, J. (1990) *Geografía del Turismo. Del espacio contemplado al espacio consumido*, Masson, Barcelona.
- Luz, R. (1973) *Recuerdos de Acapulco*, Tomo II, Monroy Padilla, México.

- Martínez, A. (1999) *Crecimiento. Torbellino del tiempo*, Cuauhtémoc, Acapulco, México.
- Mattelart, A. (1974) *La cultura como empresa multinacional*, Era, México.
- Mesplier, A. y P. Bloc-Duraffour (2000) *Geografía del turismo en el mundo*, Síntesis, Madrid.
- Palpitaciones Porteñas* (1945) “En solo tres años se transformará Acapulco”, núm. 25, 1 de julio de 1945, Acapulco, México.
- Parés, N. (1959) *Acapulco*, Espartaco, México.
- Pasta, J. (1981) *77 historiadores y un puerto...*, tercera edición, H. Ayuntamiento Constitucional de Acapulco, Acapulco, México.
- Pintos, R. (1961) *Acapulco. Monografía anecdótica contemporánea* [s/e], México.
- Ramírez, J. (1986) *Turismo y medio ambiente: el caso de Acapulco*, Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- Ríos, L. (1969) *Acapulco D.F.* [s/e], Acapulco, México.
- Romero, H. (1991) *Rosell por Romero. Contrapunto histórico en los espacios del turismo*, Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística, México.
- Taibo, P. y R. Vizcaíno (1990) *Las dos muertes de Juan R. Escudero. La Comuna de Acapulco 1918-1923*, Joaquín Mortiz, México.
- Vázquez, E. (1962) *El Ciudadano Jorge Joseph* [s/e], México.

VII

La evolución de los destinos del “turismo mochilero”. El caso de Zipolite, México

Ludger Brenner¹

Introducción

Desde la década de los setenta del siglo pasado, el turismo mochilero (*backpacker tourism* en inglés) ha crecido a un ritmo constante y se ha convertido en un segmento específico del mercado turístico internacional (Hampton, 1998). Algunas investigaciones han abordado este fenómeno desde sus inicios (Cohen, 1972a, 1982, 1983; Meijer, 1989; Riley, 1988; Rodenburg, 1989) y los estudios de esta cuestión han crecido a un ritmo constante desde la década de los noventa (Hampton, 1998; Loker-Murphy y Pearce, 1995; Murphy, 2001; Schauber, 1995; Scheyvens, 2001; Smith, 1992; Spreitzhofer, 1998; Westerhausen y Macbeth, 2003). El creciente interés en el turismo mochilero puede atribuirse a su masificación, a su rápida expansión territorial y a su considerable impacto socioeconómico.

Sin embargo, como lo demuestra la siguiente revisión de los estudios existentes, las investigaciones se han enfocado hasta ahora en cuestiones relacionadas con la demanda, mientras que la dinámica del desarrollo de los destinos mochileros ha sido investigada con mucha menor intensidad. Así, el objetivo de este capítulo, ilustrado mediante un estudio de caso en México, es analizar las fuerzas que impulsaron el desarrollo de las áreas turísticas dominadas por

1. Universidad Autónoma Metropolitana. Correo electrónico: bren@xanum.uam.mx.

los mochileros y sus patrones evolutivos. El estudio plantea tres preguntas de investigación: 1) ¿cómo están conceptualizados los mochileros y sus destinos en el marco de los modelos que teorizan sobre el desarrollo turístico?, 2) ¿cómo podemos ajustar estos modelos para lidiar con los patrones evolutivos de los destinos mochileros? y 3) ¿podemos aislar los patrones evolutivos socioespaciales de los destinos mochileros?

El capítulo está dividido en tres partes. Después de esta sección introductoria, la segunda parte señala la forma en que los modelos evolutivos existentes teorizan sobre el turismo mochilero y sus destinos y proporciona algunas sugerencias sobre la manera en que estos modelos pueden ser modificados para poner más atención en las características de este tipo específico de turismo. La tercera y última parte se enfoca en el proceso evolutivo de Zipolite, el destino mochilero más importante de México en la costa sur del Pacífico.

Destinos mochileros y desarrollo turístico

Si bien no existe una definición ampliamente aceptada de “mochileros”, la mayoría de los estudios enfatiza al menos algunas características típicas. En este contexto, Uriely, Yonay y Simchai (2002) hacen una distinción entre “atributos relacionados con la forma” (es decir, arreglos institucionales casi siempre visibles que los turistas utilizan para organizar su viaje) y “atributos relacionados con el tipo” (como los atributos psicológicos, las motivaciones para realizar el viaje y el significado de la experiencia de viaje). Con respecto a los atributos relacionados con la forma, los criterios que la mayoría de los autores considera definitorios son: temprana edad promedio (Murphy, 2001; Riley, 1988), independencia de turoperadoras, flexibilidad de itinerario (Cohen, 1982; Scheyvens, 2001), un periodo de viaje extendido (Loker-Murphy y Pearce, 1995), viajes de bajo presupuesto y, por lo tanto, una demanda de alojamiento barato y otros servicios turísticos relacionados (Murphy, 2001; Spreitzhofer, 1995), así como uso de la infraestructura disponible a nivel local (Hampton, 1998; Westerhausen y Macbeth, 2003). Como señala Spreitzhofer (1995) existe muy poco acuerdo con respecto a los atributos relacionados con el tipo, como la búsqueda de la aventura (Hampton, 1998) y la autenticidad (Scheyvens, 2001). En el contexto del presente estudio de caso, los ya mencionados atributos relacionados con la forma son entendidos como los rasgos característicos que distinguen a los viajes de los mochileros de otras formas de viajar, especialmente con respecto al turismo organizado e institucionalizado.

Hasta ahora, los estudios se han enfocado en cuestiones como las motivaciones cambiantes, los antecedentes psicológicos, el comportamiento de viaje y los rasgos sociodemográficos. Si bien a los miembros de la primera generación de mochileros se les conocía como “*drifters*” anticonsumistas (Cohen 1972a), en los años ochenta se generó una diversificación a partir del crecimiento de la infraestructura diseñada para atender a este grupo de turistas, por lo que el turismo mochilero se volvió más comercializado (Meijer, 1989; Riley, 1988; Smith, 1992). Esta tendencia continuó en los años noventa, cuando los mochileros empezaron a exigir una infraestructura más sofisticada en lugares que estaban de moda (Hampton, 1998; Scheyvens, 2002).

A pesar de esto, pocos autores han puesto énfasis en cuestiones como el impacto del turismo mochilero en el desarrollo económico local, en las estructuras comunitarias y en el ambiente físico (Cohen, 1983; Hampton 1998; Schaubert, 1995; Scheyvens, 2002; Smith, 1992). Las economías locales pueden cambiar rápidamente de la agricultura o pesca al sector servicios como resultado de la demanda de mano de obra no calificada, de la alza en los valores de la propiedad y del mejoramiento de carreteras y otra infraestructura (Hampton, 1998; Scheyvens, 2002; Smith, 1992). Además, los antiguos *drifters* a menudo se asientan y abren sus propios negocios (Schauber, 1995). Al mismo tiempo, puede ocurrir una segregación socioespacial (Cohen, 1983; Schaubert, 1995).

Por lo tanto, un destino mochilero puede definirse como un lugar que ha sido significativamente transformado en términos económicos, sociales y morfológicos, y que ha sido dotado de una infraestructura turística que satisface exclusivamente, o en su mayoría, las demandas específicas de los mochileros contemporáneos. Estos sitios pueden desarrollarse en una gran variedad de escenarios geográficos (zonas costeras, montañosas o urbanas), por lo que exhiben una amplia gama de antecedentes de desarrollo (Scheyvens, 2002; Smith, 1992; Spreitzhofer 1995, 1998; Westerhausen y Macbeth, 2003).

A nivel teórico, algunos autores dudan si el desarrollo espacial, económico y social de los destinos mochileros puede conceptualizarse adecuadamente en el marco de los modelos evolutivos existentes (Oppermann, 1993; Prideaux, 2004). Se arguye que los destinos mochileros a menudo muestran patrones de desarrollo particulares que no pueden ser comparados con otros lugares dominados por el turismo (Oppermann, 1993). Sin embargo, debido al valor heurístico de los modelos existentes que explican de manera general el desarrollo del turismo, es importante preguntarnos: 1) ¿cómo son conceptualizados los mochileros y sus destinos? y 2) ¿cómo podemos modificar o ajustar estos enfoques para teorizar de forma más rigurosa el desarrollo de turismo mochilero?

El turismo mochilero es considerado por una amplia gama de autores como la primera etapa de un proceso evolutivo temporal-espacial del desarrollo de centros turísticos (Casez, 1989; Spreitzhofer, 1995; Westerhausen y Macbeth, 2003). En este sentido, los modelos de desarrollo turístico propuestos por Miossec (1976, citado en Pearce 1989: 16-18), Butler, (1980) y Gormsen (1997) perciben al turismo mochilero —implícita o explícitamente— como el primer paso hacia el turismo de masas, precisamente porque lleva a la creación de elementos (carreteras, instalaciones, conciencia, etcétera) que son indispensables para la expansión espacial posterior de las actividades turísticas. Por ejemplo, Miossec (1976, citado en Pearce, 1989: 16-18) considera a los mochileros como actores cruciales en términos de su contribución para ‘abrir’ lo que antes era un espacio no turístico. De manera similar, Butler (1980) parece suponer que el turismo mochilero es una de las fuerzas que impulsan la primera etapa del “Ciclo de Vida de las Áreas Turísticas” (TALC por sus siglas en inglés). Gormsen (1997) también enfatiza el papel de los mochileros en el contexto del desarrollo del destino al que llegan. Hay evidencia de que estas percepciones son correctas, pues el “espíritu pionero” de los mochileros ha sido demostrado por varios investigadores (Cohen 1982; Meijer, 1989). También es cierto que el turismo mochilero a menudo le abrió el camino al turismo de masas, detonando un proceso de crecimiento (Cohen, 1983; Cazes, 1989; Smith, 1992).

Sin embargo, la mayoría de los modelos evolutivos mencionados considera a los mochileros como actores temporales que, ansiosos por explorar nuevas áreas ‘vírgenes’, “dejan el escenario” en cuanto los destinos rústicos empiezan a evolucionar. Aunque esta evaluación está ampliamente respaldada (Gormsen, 1997; Spreitzhofer, 1998), existen casos donde los mochileros resultaron ser un grupo bastante persistente de consumidores, capaces de moldear con mucha fuerza un lugar y por un largo periodo de tiempo.

Oppermann (1993) ha ofrecido una explicación teórica de estos casos al señalar que dos diferentes tipos de turismo pueden desarrollarse de manera simultánea y coexistir —aunque separados en términos espaciales y socioeconómicos— dentro de las mismas regiones e incluso en los mismos lugares: 1) turismo de “altos circuitos”, basado en inversiones a gran escala —en su mayoría internacionales— y caracterizado por poca participación local y 2) turismo de “bajos circuitos”, con inversión a pequeña escala y una notable participación local. Como señala este autor, el turismo de bajos circuitos depende en gran medida de la demanda de los mochileros y tiende a fomentar el involucramiento de la población local en el negocio del turismo, lo que origina estructuras de producción basadas en la comunidad. Aunque esta evaluación pueda ser un tanto controversial, el acercamiento de Oppermann debe ser tomado en consi-

deración: primero, su enfoque puede fortalecerse poniendo más atención a las conexiones entre el cambio en la demanda y el desarrollo socioeconómico local. En este contexto, es esencial expresar en términos más concretos los rasgos característicos de las etapas del desarrollo que caracterizan al turismo de bajos circuitos y también puede ser útil considerar de forma más explícita la dimensión social del crecimiento que impulsa.

Por otra parte, como señalan Cohen (1972b) y Prideaux (2004), los cambios en el perfil estructural de los visitantes sí tienen un efecto en la oferta y, en especial, en los tipos de infraestructura y de los actores involucrados en el desarrollo del turismo. Un actor crucial que aparece en la etapa inicial es el “turista desarrollador” que se instala en un destino determinado con “la clara intención de adquirir tierras y construir instalaciones para uso turístico” (McMinn y Carter, 1998: 677). Con acceso a capital de inversión y una visión para los negocios, los turistas desarrolladores le llevan ventaja a la población local y, en la medida en que el desarrollo turístico cobra impulso, llegan a controlar los segmentos del mercado más rentables y los escenarios naturales más atractivos. Por lo tanto, ellos tienden a marginalizar a los empresarios locales (McMinn y Carter, 1998). Algunos estudios (Scheyvens, 2002; Smith, 1992; Westerhausen y Macbeth, 2003) enfatizan que los turistas desarrolladores también pueden desempeñar un papel muy importante en el contexto del desarrollo del turismo mochilero.

Turismo mochilero en Zipolite

Para identificar y analizar las etapas del desarrollo turístico en Zipolite se utilizó una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos. Primero, se realizó un mapeo de toda la zona de estudio para señalar la ubicación de todos los lugares de alojamiento, bares, restaurantes y discotecas, así como el resto del área construida. En total se encontraron 56 negocios, incluyendo 14 instalaciones de alojamiento, diez restaurantes, bares o discotecas y 32 instalaciones mixtas que ofrecen comida y alojamiento. Después de realizar algunas pruebas, se les pidió a los propietarios de los negocios o a sus representantes que respondieran a un cuestionario estandarizado. Se recopiló información adicional mediante entrevistas semiestructuradas y a profundidad con tres funcionarios de agencias gubernamentales locales y cuatro informantes clave seleccionados de entre los propietarios de negocios turísticos y otros miembros de la comunidad local. Además, se llevó a cabo observación participante (de mochileros, conversaciones, propietarios, habitantes del lugar, prácticas cotidianas de administración, abastecimiento, diseño de instalaciones, proyectos de construcción en curso)

durante un periodo de investigación de cinco meses desde agosto hasta diciembre de 2001.

En un esfuerzo por definir claramente la duración de cada fase de desarrollo y caracterizarla, se utilizó el concepto de Johnston (2001a, 2001b) de “mecanismos” definitorios que provocan cambios específicos. Este autor distingue entre dos tipos de mecanismos: 1) “eventos cruciales”, los cuales aparecen de repente, son provocados por factores externos y tienen impactos relativamente rápidos y profundos en el desarrollo turístico local y 2) “transiciones borrosas”, las cuales pueden describirse como los procesos que actúan más lentamente y de forma acumulativa, y cuyos efectos a futuro son más difíciles de determinar. Al mismo tiempo —siguiendo nuevamente las recomendaciones de Johnston (2001a)—, se llevó a cabo un “análisis de trayectoria”, tomando en cuenta los cambios ocurridos durante cada una de las fases identificadas. En este contexto, son de especial interés la morfología física de los centros turísticos, los cambios en la composición social de quienes proveen los servicios y de sus usuarios y los cambios en condiciones macro-estructurales (como políticas gubernamentales y preferencias de consumo generales) (Johnston 2001a, 2001b).

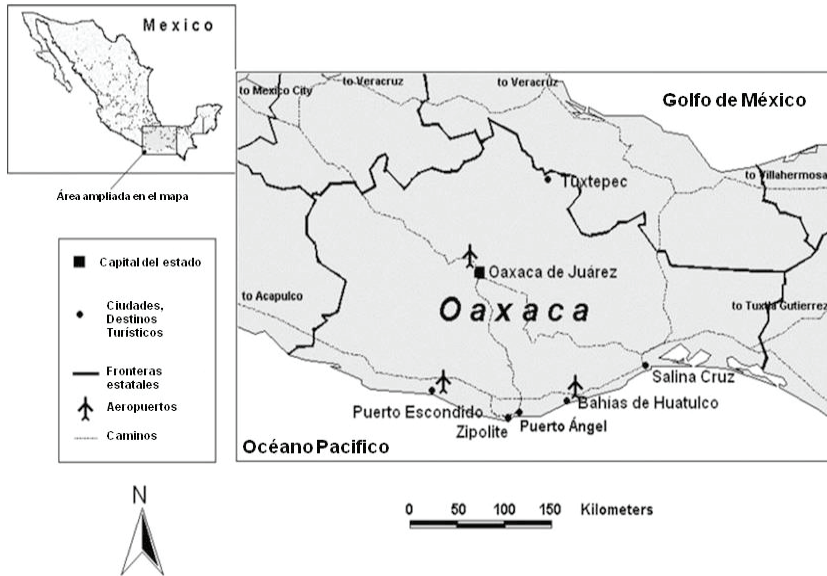
Entorno geográfico y social

Localizado en la costa del Pacífico, en el estado de Oaxaca, entre el tradicional destino de Puerto Escondido y el centro turístico planeado de Bahías de Huatulco, Zipolite tenía mil habitantes en el año 2000 (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 2002). Sin embargo, hasta los años setenta del siglo pasado, el área se caracterizaba por su remota ubicación, baja densidad de población y alto nivel de marginación (Brenner, 2005). Las familias campesinas, atraídas por las oportunidades de empleo del negocio turístico emergente, habían comenzado a mudarse a la zona costera desde inicios de los ochenta, en donde entraron en contacto con inmigrantes de otras partes de México y extranjeros. En años recientes, la región ha experimentado un considerable crecimiento poblacional, debido en gran parte al incremento del turismo en Puerto Escondido y, más tarde, en las Bahías de Huatulco. Por esta razón, la población actual es altamente heterogénea en términos étnicos, culturales y socioeconómicos (Brenner, 2005).

Zipolite fue conectado con la carretera costera en 1982. Otro camino pavimentado, que se dirige hacia el interior, ha conectado a la franja costera con la capital estatal de Oaxaca desde 1975 (Figura 1). En una etapa inicial, la existencia de Puerto Ángel, con 2500 habitantes según el INEGI (2002), a cuatro kilómetros hacia el este (Figura 1) favoreció el desarrollo de Zipolite, ya que esta

pequeña comunidad pesquera y puerto exportador de café era el único lugar accesible en el área hasta que se construyó la carretera federal costera a principios de los ochenta. Hoy en día funciona como un pequeño centro de abastecimiento para la franja costera cercana.

Figura 1
Localización de Zipolite

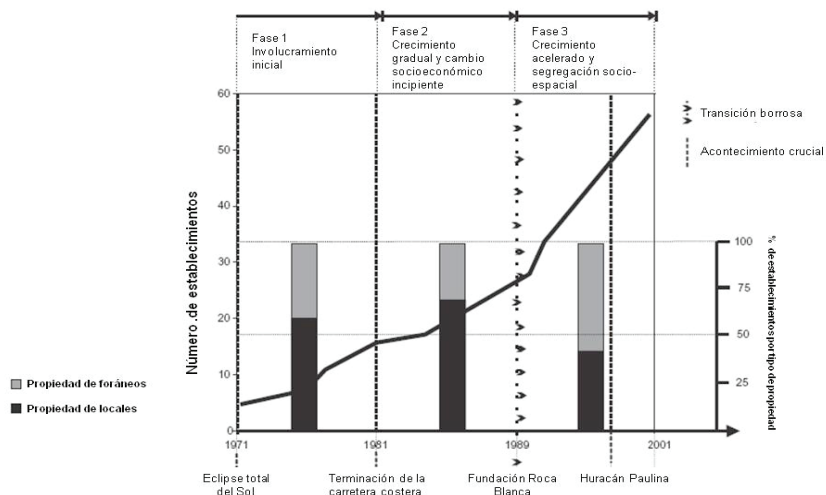


Fuente: elaboración propia.

Involucramiento inicial (1970-1981)

El valle que se ubica detrás de la playa de dos kilómetros de Zipolite fue poblado a principios de 1900, cuando cinco familias extendidas de Puerto Ángel se fueron a vivir ahí como campesinos de subsistencia. Esta situación empezó a cambiar en marzo de 1970, cuando un eclipse solar que fue visible en el sur de México coincidió con el auge del movimiento *hippie*. Según Johnston (2001a, 2001b), este espectáculo de la naturaleza debe ser considerado como un evento crítico, ya que atrajo a unos cuantos cientos de viajeros *hippies* al área por primera vez. Cuando regresaron a sus países de origen, estos visitantes comenzaron a hablar de una playa desconocida que habían descubierto (Figura 2).

Figura 2
Zipolite: fases de desarrollo



Fuente: entrevistas realizadas por el autor.

A pesar de una cierta desconfianza hacia los recién llegados, las familias locales pronto se dieron cuenta de que representaban una fuente de ingresos nueva y relativamente fácil. La mayoría de los visitantes acampaba en la playa bajo techos de palma o se quedaba en sencillas palapas de bambú construidas por la población local. En el transcurso de los años siguientes se añadieron más palapas e instalaciones básicas administradas por *drifters* mexicanos urbanos con una afinidad por la cultura *hippie* y cuya principal intención no eran los negocios sino ganar un poco de dinero para prolongar su estancia por un periodo indefinido. Con todo, en un inicio, el desarrollo estuvo en su mayoría en las manos de la población local (Figura 2), interesada en satisfacer las necesidades básicas de la primera generación de visitantes y con la capacidad de hacerlo.

A diferencia de otros destinos mochileros (Schauber, 1995; Smith, 1992), Zipolite, en esa época, no estaba plagado de conflictos por el uso de la tierra o el acceso a los recursos naturales: debido a la baja densidad de población, la propiedad de la tierra en el valle y en la playa no había sido formalizada y no lo fue sino hasta finales de los setenta del siglo pasado. En 1977, cuando los miembros ya establecidos de lo que hasta entonces había sido una comunidad poco orga-

nizada, eventualmente tramitaron el estatus legal de comunidad (lo cual les fue concedido), los locales intentaron asegurar el control de la propiedad y el uso de la tierra para repeler las solicitudes de los fuereños. Desde entonces, la tierra, a la que se refieren como “bienes comunales”, ha sido distribuida entre los miembros de la comunidad cuando se solicita para uso personal. A pesar de que esto no fue muy relevante para el desarrollo del turismo en los setenta, tuvo un impacto muy grande durante los noventa cuando, como resultado de cambios en el marco legal de México, los títulos de propiedad que se otorgaban a los miembros de la comunidad también pudieron traspasarse a quienes no eran mexicanos.

Estas tendencias son típicas de las etapas tempranas del desarrollo turístico, en tanto que las consecuencias del eclipse solar ‘crítico’ pueden entenderse como la apertura de un espacio no turístico, como fue descrito por Miossec (1976, citado en Pearce 1989) y Gormsen (1997). Poco después, según lo que observó Oppermann (1993), el turismo de bajos circuitos empezó a crecer lentamente, impulsado por una demanda modesta pero constante de bienes y servicios básicos.

Crecimiento y cambio socioeconómico (1982-1989)

Una vez terminada la carretera federal costera en 1982, Zipolite se convirtió en una parada de fácil acceso entre la ciudad de Oaxaca y otros lugares turísticos populares, como San Cristóbal de las Casas y la Península de Yucatán (Brenner, 1993). Según el esquema de Johnston (2001a; 2001b), esto puede ser considerado como otro evento crítico (Figura 2). En esa época, guías turísticas como *Lonely Planet* empezaron a presentar este lugar a la comunidad de viajeros de todo el mundo. La época *hippie* había terminado y apareció una nueva generación de viajeros, la cual exigía una calidad de servicio más alta. A pesar de que estos recién llegados —la mayoría de ellos viajeros a largo plazo y bajo presupuesto, como los que describió Riley (1988)— pronto sobrepasó en número a los *drifters* que antes dominaban el panorama (Brenner, 1993), esto no acarrió, en un inicio, grandes cambios en el control del desarrollo turístico, puesto que la población local todavía podía satisfacer su demanda de alojamiento y servicios de comida. El número de negocios creció de 18 instalaciones en 1980 a 26 a finales de esa década. Los negocios pequeños se expandieron progresivamente en la playa, pero los locales siguieron siendo los actores clave en la construcción de instalaciones, ya que incrementaron su proporción a entre 60 y 70 por ciento de todas las instalaciones (Figura 2). Al tiempo que cambiaba la demanda, también lo hacían los servicios que ofrecían los negocios. Hacia finales de la década, varios propietarios empezaron a mejorar sus servicios y a expandir sus construc-

ciones. Aunque seguían predominando las palapas en la playa y el alojamiento en hamacas, empezaron a popularizarse los cuartos modestamente amueblados con mosquiteros y baños compartidos. Al mismo tiempo, elementos de la cocina internacional popular, como el espagueti, la pizza y la lasaña empezaron a aparecer en los menús locales. En la medida en que el turismo constituía una fuente de ingresos que crecía a ritmo constante, su importancia en la economía local aumentó considerablemente y absorbió una parte cada vez mayor de la mano de obra que estaba disponible localmente.

El flujo de turistas se incrementó hacia mediados de los ochenta y la migración despegó en la medida en que familias e individuos provenientes de la costa de Oaxaca, de la ciudad de México e incluso unos cuantos extranjeros, llegaron a instalarse en la zona. Un pequeño número de turistas desarrolladores (la mayoría antiguos mochileros) se involucraron en el desarrollo local. Atraídos por la belleza natural de la región y su ambiente relajado, reconocieron la oportunidad de abrir negocios sin contar con un gran capital para iniciar sus proyectos. Debido a que en esa época los inmigrantes aún no superaban en número a los locales, y a que todos los negocios eran más o menos homogéneos en términos de tamaño y calidad, no surgieron grandes conflictos relacionados con la competencia ni con cuestiones financieras. La importancia de la pesca y la agricultura declinó rápidamente, en tanto que las oportunidades para ganar dinero en el sector turístico eran mejores y mucho menos desgastantes.

Durante esta etapa, el desarrollo siguió un camino que corresponde muy bien con el modelo de Oppermann (1993): impulsados por el crecimiento moderado pero constante del turismo de bajos circuitos, los locales pudieron satisfacer la creciente demanda, con lo que su antigua economía de subsistencia empezó a diversificarse. Esto muestra cómo un cambio en la demanda al interior del turismo mochilero logró estimular el desarrollo local y contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida locales. Se han detectado tendencias similares en algunos destinos mochileros del sur de Asia (Scheyvens, 2002); sin embargo, al mismo tiempo, los primeros turistas desarrolladores empezaron a aparecer y comenzaron a obtener cada vez más influencia en la evolución de Zipolite.

Crecimiento acelerado, mejoramiento de instalaciones y segregación socio-espacial (desde 1990)

En el transcurso de la década de los noventa, el número de visitantes continuó creciendo a ritmo constante. Al mismo tiempo, la composición socioeconómica de los visitantes mochileros cambió: aparecieron mochileros más acomodados, con empleo fijo y en busca de excursiones más cortas (Brenner, 1993), aunque

de ningún modo desplazaron a los *drifters* de bajo presupuesto. De igual forma, la creciente fama de Zipolite como la única playa nudista de México empezó a atraer a adultos jóvenes y socialmente privilegiados de la Ciudad de México y otras zonas urbanas. Gracias a su actitud de *laissez-faire*, Zipolite también se estableció como uno de los pocos destinos turísticos *gay* de México.

Debido a que ya no había más espacio para construir instalaciones en el lado este y en la parte central de la playa, la tierra que no se utilizaba en el lado oeste se abrió para la construcción en 1990. Esta área se conoce actualmente como Colonia Roca Blanca (Figura 2), donde se instalaron caminos de terracería, cables de telefonía y electricidad a instancias de los propietarios. Cuando terminó la construcción de instalaciones en esta parte de Zipolite, la playa se convirtió en un área construida casi en su totalidad. La fundación y el subsecuente crecimiento de Roca Blanca puede entenderse como una “transición borrosa” (Johnston, 2001a, 2001b): el proceso se extendió a lo largo de una década durante la cual Zipolite experimentó algunos cambios lentos pero profundos en su composición socioeconómica y morfológica (Figura 2).

La fuerza que impulsó esta transición fue un grupo específico de turistas desarrolladores que habían viajado a Zipolite a finales de los años setenta y ochenta. La mayoría contaba con un poco de capital inicial, como ahorros o préstamos de amigos o familiares. Como fue el caso de Cayo Ambergris en Belice (McMinn y Carter, 1998), muchos turistas desarrolladores norteamericanos y europeos continuaron trabajando temporalmente en sus países de origen para ganar dinero y financiar la ampliación y renovación de sus infraestructuras, por lo que fueron capaces de abrir instalaciones relativamente bien equipadas. Dicha infraestructura estaba concentrada espacialmente en el área de construcción de Roca Blanca, en donde muchos espacios se volvieron disponibles después de la reforma legal de 1990. Los fundadores de la nueva comunidad, y quienes les siguieron, ya contaban con experiencia en el sector servicios y tenían entre 30 y 50 años de edad (Cuadro 1).

Su experiencia de viaje (19 de los 36 inmigrantes propietarios de infraestructura habían viajado como mochileros por mucho tiempo) y su origen social les permitió ofrecer exactamente el tipo de infraestructura, servicios y ambiente que satisficiera la demanda de los mochileros contemporáneos: la mayoría de sus instalaciones estaba equipada con cocinas y baños embaldosados, así como habitaciones amuebladas y ventiladores en el techo (Figura 3), y casi todos los restaurantes y palapas en la playa ofrecían mariscos y comida internacional mochilera. Los factores relevantes que determinaron su éxito fueron la experiencia en negocios y el “saber hacer”, el acceso a capital inicial y, tal vez lo más importante, el deseo personal y las habilidades empresariales para adaptarse a un am-

Cuadro 1
Experiencia laboral de propietarios de instalaciones en Zipolite (2001)

Ocupación anterior ^a	<i>Locales</i>	<i>Migrantes</i>	<i>Total</i>
Campesino/Pescador	22	2	24
Turismo	10	6	16
Otros servicios	3	11	14
Ama de casa	9	3	12
Estudiante	2	4	6
Otro	5	8	13
d.n.d.	4	3	6
Total	55	37	91

^a antes de abrir un negocio

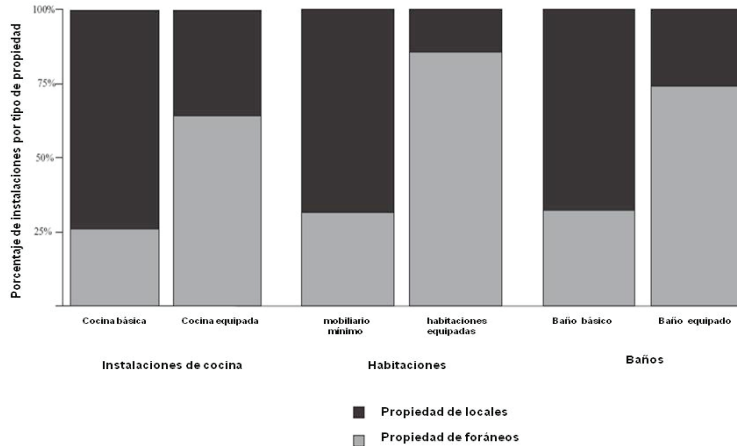
d.n.d. = datos no disponibles

Fuente: datos de campo del autor.

biente con un alto nivel de inseguridad (Russell y Faulkner, 1999, 2004). La dominación de estos recién llegados se manifestó no solo en términos socioeconómicos a través del control de los segmentos de mercado más rentables, sino también en términos espaciales mediante el establecimiento de una nueva comunidad segregada. La clara importancia de estos turistas desarrolladores es lo que distingue el camino que siguió el desarrollo de los destinos mochileros de otros lugares turísticos, en donde fueron diferentes actores con distintos intereses, metas, recursos financieros y contactos políticos los que se hicieron de poder.

En la medida en que los extranjeros ganaron terreno, los locales perdieron gradualmente el control del desarrollo turístico. A excepción de un puñado de miembros de la comunidad que se adaptaban con relativa facilidad, ya no eran capaces de lidiar con los cambios estructurales: a diferencia del desarrollo de Roca Blanca, el lado este de la playa estaba dominado por negocios de locales. Esta zona no solo se desarrolló más despacio, sino que se rezagó en términos de los estándares de calidad (Figura 3). A pesar de que la mayoría de los miembros de la comunidad ha acumulado algo de experiencia en los negocios turísticos en el transcurso de los años, no ha podido competir con los turistas desarrolladores, quienes poseen más habilidades y experiencia: la mayoría de los locales con antecedentes de campesinos, pescadores o amas de casa (Cuadro 1) abrió negocios principalmente debido a que los medios alternativos para ganarse la vida eran escasos. Sin embargo, los ingresos estacionales resultaron ser insuficientes para financiar la ampliación y el mejoramiento de sus instalaciones. La

Figura 3
Calidad de instalaciones por tipo de propiedad



Fuente: entrevistas realizadas por el autor.

reforma legal también desencadenó la especulación sobre la tierra, lo cual a su vez aceleró la segregación socioespacial: muchos comuneros decidieron transferir sus escrituras, formalmente o mediante un acuerdo de palabra, a los turistas desarrolladores. Así, muchos lotes de Roca Blanca pasaron a ser (*de jure* o *de facto*) propiedad de estos últimos. Actualmente, ellos poseen la mayoría (58 por ciento) de las instalaciones de Zipolite.

Finalmente, el huracán Paulina, que golpeó la costa de Oaxaca en 1997, fue otro evento crítico (Figura 2). Este desastre natural marcó el desarrollo futuro de diversas maneras: primero, además de destruir o dañar prácticamente todos los edificios en Zipolite, impulsó a los propietarios más acomodados a cambiar radicalmente la apariencia física y la calidad de la infraestructura turística al reemplazar la madera y el bambú tradicionales por materiales de construcción más duraderos, como el concreto y el acero corrugado. Esto aceleró aún más el proceso del desarrollo polarizado. Segundo, muchos de los comuneros que carecían de los recursos y ahorros necesarios para reconstruir sus negocios optaron por vender sus propiedades a los turistas desarrolladores. Tercero, después de que Paulina despojó a los cerros alrededor de Zipolite de su vegetación, algunos miembros de la comunidad local con visión a futuro se apresuraron a reclamar

nuevas y cada vez más valiosas parcelas de tierra, con la esperanza de transformarlas en dinero rápido. Al final, esta situación provocó graves conflictos entre dos grupos: por un lado, una mayoría de locales marginados y, por el otro, los turistas desarrolladores más exitosos en términos económicos y espacialmente segregados, junto con los miembros de una nueva elite local. Como resultado, ahora existe un contacto social muy limitado entre estos dos grupos. Como muestran otros estudios (Schauber, 1995; Smith, 1992; Spreitzhofer, 1995), parece que la creciente importancia del turismo mochilero tiende a fomentar una segregación socio-espacial plagada de conflictos.

En su etapa más reciente, la evolución de Zipolite difiere de otros patrones que habían pronosticado algunos modelos ya establecidos: por un lado, los mochileros siguen representando el segmento dominante de la demanda turística y, por el otro, apareció en escena un nuevo y poco convencional grupo de actores (los turistas desarrolladores), quienes desataron un proceso de crecimiento inducido desde el exterior. Oppermann quizá hubiera llamado a dicho proceso “turismo profesionalizado de bajos circuitos”: los turistas desarrolladores tuvieron la capacidad y estuvieron dispuestos a aprovecharse de ciertas circunstancias específicas y añadieron una infraestructura y unos servicios adecuados a la belleza natural, al ambiente específico de la localidad y a una imagen del destino ya establecida. Sin embargo, su intervención originó una polarización de múltiples niveles en términos sociales, económicos y espaciales.

Conclusiones

Los destinos mochileros parecen presentar patrones de desarrollo específicos que, además de abrirle el camino al turismo de masas, cumplen muchas otras funciones. Este tipo particular de turismo se ha convertido en un fenómeno complejo, ya que tanto la oferta como la demanda han sufrido cambios cuantitativos y cualitativos significativos durante las últimas cuatro décadas. Por lo tanto, este trabajo sugiere que los modelos evolutivos existentes pueden ser modificados para aprovechar al máximo sus valores heurísticos: de acuerdo con las conceptualizaciones de Butler (1980), Miossec (1976, citado en Pearce 1989) y Gormsen (1997), se encontró que, en su etapa inicial, el turismo mochilero desempeña un papel crucial en la apertura de áreas que no habían sido previamente desarrolladas, al establecer las bases del desarrollo socioeconómico impulsado por el turismo. Sin embargo, este estudio reveló que los cambios en la demanda, combinados con la aparición de un nuevo tipo de actores, puede provocar la formación de estructuras particulares que difieren de enfoques teóricos anteriores

de diversas maneras. Primero, un número creciente de visitantes, la expansión espacial y el mejoramiento de la infraestructura turística, así como la aparición de servicios profesionales y sectorizados, no están incondicionalmente ligados a la creciente relevancia del turismo internacional organizado y sus agentes promotores. Por el contrario, el turismo mochilero puede desarrollar sus propias dinámicas y estructuras de mercado (Oppermann, 1993). Segundo, los turistas mochileros parecen ser un grupo de consumidores interesados y atraídos por lugares de moda específicos durante un periodo de tiempo comparativamente largo. Tercero, a pesar de que el turismo mochilero detona el desarrollo económico basado en la comunidad y en un inicio incrementa la participación local, tiende a marginalizarla una vez que gana impulso; a pesar de que no requiere de una gran inversión o de capacitación formal.

Es importante enfatizar que estas conclusiones no pueden generalizarse sin antes llevar a cabo más estudios de caso comparativos en otros destinos mochileros. Sin embargo, podemos asumir que los cambios ocurridos en las fases que se describen aquí no son típicos solamente de Zipolite, sino de otros destinos mochileros importantes en la periferia de diferentes países latinoamericanos y asiáticos. Como lo indican las observaciones de campo realizadas por otros autores e investigaciones, se pueden identificar procesos similares en otros destinos de México (p.e., San Cristóbal de las Casas y Tulúm) y Centroamérica (p.e., la región del Lago Atitlán en Guatemala), así como en varios lugares de Asia, como Bali en Indonesia (Rodenburg, 1989), Boracay en Filipinas y algunas islas del sur de Tailandia (Schauber, 1995; Spreitzhofer, 1995, 1998).

Para obtener un entendimiento más profundo de la evolución de los destinos mochileros, las futuras investigaciones deberán enfocarse en los patrones de desarrollo socioespacial de destinos mochileros importantes. Las siguientes preguntas son de particular interés: 1) ¿cómo se desarrollaron estos destinos en el tiempo y el espacio, y cómo se espera que evolucionen en el futuro?, 2) ¿existen algunos patrones evolutivos y problemas relacionados que se parezcan a los observados en este estudio de caso?, 3) ¿qué se debería hacer para estimular un desarrollo local más adecuado de los destinos mochileros que genere un crecimiento económico más balanceado en términos sociales? y 4) ¿cómo puede acortarse la distancia entre la población local y los turistas desarrolladores?

Referencias

Brenner, L. (1993) *Individualtourismus im südlichen Mexiko: Erscheinungsformen, sozioökonomische Auswirkungen und Entwicklungsmöglichkeiten*, tesis

- de maestría, Facultad de Ciencias de la Tierra, Universidad de Tréveris, Tréveris, Alemania.
- Brenner, L. (2005) "State-planned tourism destinations: The case of Huatulco, México", *Tourism Geographies*, vol. 7, núm. 2, pp. 138-164.
- Butler, R. (1980) "The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources", *Canadian Geographer*, vol. 24, pp. 5-12.
- Cazes, G. (1989) "Alternative tourism: Reflections on an ambiguous concept", en: Singh, T., H. Theuns y F. Go (eds.) *Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries*, Peter Lang, Frankfurt, pp. 117-126.
- Cohen, E. (1972a) "Nomads from affluence: Notes on the phenomenon of drifter tourism", *International Journal of Comparative Sociology*, vol. 14, núm. 1/2, pp. 89-103.
- Cohen, E. (1972b) "Toward a sociology of international tourism", *Social Research*, vol. 39, pp. 164-182.
- Cohen, E. (1982) "Marginal paradises: Bungalow tourism on the island of southern Thailand", *Annals of Tourism Research*, vol. 9, pp. 189-228.
- Cohen, E. (1983) "Insiders and outsiders: The dynamics of bungalow tourism on the islands of southern Thailand", *Human Organization*, vol. 5, pp. 158-162.
- Gormsen, E. (1997) "The impact of tourism on coastal areas", *GeoJournal*, vol. 42, núm. 1, pp. 39-54.
- Hampton, M. (1998) "Backpacker tourism and economic development", *Annals of Tourism Research*, vol. 25, núm. 3, pp. 639-660.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2002) *XII Censo General de Población y Vivienda. Resultados definitivos por localidad*, INEGI, Aguascalientes, México.
- Johnston, C. (2001a) "Shoring the foundations of the destination life cycle model. Part 1: Ontological and epistemological considerations", *Tourism Geographies*, vol. 3, núm. 1, pp. 2-28.
- Johnston, C. (2001b) "Shoring the foundations of the destination life cycle model. Part 2: A case study of Kona, Hawaii Island", *Tourism Geographies*, vol. 3, núm. 2, pp. 135-164.
- Loker-Murphy, L. y P. Pearce (1995) "Young budget travelers: Backpackers in Australia", *Annals of Tourism Research*, vol. 22, núm. 4, pp. 819-843.
- McMinn, S. y E. Carter (1998) "Tourist typology. Observations from Belize", *Annals of Tourism Research*, vol. 25, núm. 3, pp. 675-699.
- Meijer, W. (1989) "Rucksack and dollars: The economic impact of organized and non-organized tourism in Bolivia", en: Singh, T., H. Theuns y F. Go (eds.), *Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries*, Peter Lang, Frankfurt, pp. 227-249.

- Murphy, L. (2001) "Exploring social interactions of backpackers", *Annals of Tourism Research*, vol. 28, núm. 1, pp. 50-67.
- Oppermann, M. (1993) "Tourism space in developing countries", *Annals of Tourism Research*, vol. 20, núm. 3, pp. 535-556.
- Pearce, D. (1989) *Tourist Development*, Longman, Hong-Kong.
- Prideaux, B. (2004) "The resort development spectrum: The case of the Gold Coast, Australia", *Tourism Geographie*, vol. 6, núm. 1, pp. 26-58.
- Riley, P. (1988) "Road culture of international long-term budget travelers", *Annals of Tourism Research*, vol. 15, pp. 313-328.
- Rodenburg, E. (1989) "The effects of scale in economic development: Tourism in Bali, en: Singh, T., H. Theuns, y F. Go (eds.) *Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries*, Peter Lang, Frankfurt, pp. 205-225.
- Russel, R. y B. Faulkner (1999) "Movers and shakers: Chaos makers in tourism development". *Tourism Management*, vol. 20, pp. 411-423.
- Russel, R. y B. Faulkner (2004) "Entrepreneurship, chaos and the tourism area life-cycle", *Annals of Tourism Research*, vol. 31, núm. 3, pp. 556-579.
- Schauber, A. (1995) "Look towards the sun and the shadow will fall behind you: Immigrant tourists and their entrepreneurial beginnings on Koh Samui", en: Häusler, N. (ed.), *Retracing the Track of Tourism, Studies on Travels, Tourist and Development*, Breitenbach Publishers, Saarbrücken, Alemania, pp. 105-135.
- Scheyvens, R. (2001) "Backpacker tourism and Third World development", *Annals of Tourism Research*, vol. 29, núm. 1, pp. 144-164.
- Smith, V. (1992) "Boracay, Phillipines: A case study in 'alternative tourism' ", en: Smith, V. y W. Earnington (eds.) *Tourism Alternatives*, University of Pennsylvania Press, Filadelfia, Estados Unidos, pp. 135-160.
- Spreitzhofer, G. (1995) *Tourismus Dritte Welt - Brennpunkt Südostasien: Alternativtourismus als Motor für Massentourismus und soziokulturellen Wandel*, Peter Lang, Frankfurt.
- Spreitzhofer, G. (1998) "Backpacking tourism in South-East Asia", *Annals of Tourism Research*, vol. 20, núm. 4, pp. 979-983.
- Uriely, N., Y. Yonay y D. Simchai (2002) "Backpacking experiences. A type and form analysis", *Annals of Tourism Research*, vol. 29, núm. 2, pp. 520-538.
- Westerhausen K. y Macbeth, J. (2003) "Backpackers and empowered local communities: Natural allies in the struggle for sustainability and local control?", *Tourism Geographies*, vol. 5, núm. 1, pp. 71-86.

VIII

Eventos y actores externos en el desarrollo del turismo en Cozumel

Luis Carlos Santander¹

Introducción

La isla de Cozumel fue visitada por peregrinos mayas que, antes de la Conquista, veneraban a la diosa Ixchel en los templos construidos en su honor. Durante la Colonia arribaron a Cozumel piratas, explotadores de madera y de recursos marinos, y en el mismo periodo la devastada población maya insular fue trasladada a la península de Yucatán. Tras su repoblamiento a mediados del siglo XIX, la isla siguió recibiendo la visita de flotas de pescadores extranjeros y de buscadores y saqueadores de vestigios arqueológicos (Antochiw, 1991). En la segunda década del siglo pasado se pronosticaba que Cozumel se convertiría en un centro de importancia turística (Siurob, 1925). En esa misma época, los pilotos y pasajeros de los hidroaviones de Pan American en tránsito de Florida hacia Centro y Sudamérica fueron observadores foráneos de los atractivos de Cozumel (César, 1991). En años previos y posteriores a la crisis económica mundial de 1929, Cozumel experimentó un auge del comercio marítimo. Para fines de la década de los cincuenta, la creciente popularidad del buceo llevó a la consolidación de Cozumel como un destino de buceo. El régimen fiscal de zona libre de impuestos a la importación permitió que durante parte de las décadas de 1960 y 1970 Cozumel, al igual que Chetumal o La Paz en Baja California Sur,

1. Universidad de Quintana Roo. Correo electrónico: lsant@uqroo.mx.

tuvieran una importante afluencia de turistas nacionales consumidores de productos europeos, particularmente ropa. En su momento, Cozumel fue el destino turístico líder de Quintana Roo, pero desde la segunda mitad de los años setenta empezó su desplazamiento, primero por Cancún y después por la Riviera Maya. En las décadas de 1980 y 1990, Cozumel sufrió una pérdida de competitividad en el turismo internacional y para el siglo XXI se posicionó como destino líder en el arribo de cruceros.

Del turismo religioso prehispánico a la masiva visita de excursionistas que arriban en crucero, el desarrollo de Cozumel ha quedado marcado por determinantes externas. La evidencia empírica sugiere que, paralelo a una creciente dependencia de Cozumel del exterior, principalmente de los Estados Unidos de América, el destino pierde su competitividad a nivel internacional y se especializa —igual que algunos destinos de la frontera norte de México— en la recepción de excursionistas cuyo gasto promedio es reducido y la derrama económica por ellos generada depende del nivel de una masificación que atenta contra el posicionamiento y la competitividad de un destino de sol y playa. Previo al análisis del turismo en Cozumel se presenta su contexto regional.

El turismo en Quintana Roo y el Caribe

El Caribe es la región más dependiente del turismo en el mundo (Apostolopoulos y Gayle, 2002) y Quintana Roo no solo no es la excepción, sino que su dependencia es extrema, rebasando con mucho a casi todos los países y territorios de la región. La participación del turismo en la generación del Producto Interno Bruto (PIB) quintanarroense alcanza 80 por ciento, cifra que contrasta con niveles de entre 20 y 30 por ciento en Jamaica, Granada, Dominica, Bermudas o Belice, tal y como se aprecia en el Cuadro 1. Para 2008 el sector turístico generó 140 mil empleos directos en Quintana Roo (González, 2009).

Durante la década de los noventa, la oferta hotelera del Caribe creció anualmente 7.6 por ciento, siendo la de Cuba la mayor (casi 17 por ciento), seguida de la República Dominicana (ocho por ciento) y el corredor Cancún Riviera Maya (5.5 por ciento, que en años más recientes ascendió a 15 por ciento). Al inicio del siglo XXI, Cancún y la Riviera Maya alcanzaron, en conjunto, un número de cuartos de hotel y de llegadas de turistas mayor al de cualquier destino del Caribe (Fondo Nacional de Fomento al Turismo, 2003). Quintana Roo es el destino más importante del Caribe, en términos de oferta hotelera y turistas recibidos, y también es el principal receptor de pasajeros de crucero de la región. Para el 2009, la República Dominicana era el segundo lugar en la recepción de

Cuadro 1
Países y territorios del Caribe con aportación del turismo
al PNB de 20 por ciento o más (2002)

<i>País o territorio</i>	<i>Por ciento del sector turismo en el PNB</i>
Islas Vírgenes Británicas	85
Antigua y Barbuda	72
Anguila	58
Santa Lucía	51
Aruba	47
Bahamas	46
Islas Vírgenes (EE. UU.)	42
Barbados	37
Guadalupe	33
Islas Caimán	31
San Vicente y las Granadinas	29
Jamaica	27
Bermudas	26
Saint Kitts y Nevis	25
Belice	23
Granada	23
Dominica	22

Fuente: elaboración propia, con base en Burke y Maidens (2005).

turistas en el Caribe, con una cifra menor a 50 por ciento del total de Quintana Roo, aunque con un total de habitaciones prácticamente igual. Sin embargo, el crecimiento de la hotelería en Quintana Roo es más dinámico, y en el periodo de 2005 a 2010 se construyeron más de 21 mil cuartos de hotel, lo que equivale o se acerca al total que tienen destinos como Jamaica y Acapulco. En 2003 el número de cuartos de hotel en Quintana Roo era de 52,996, y en 2008 llegó a 73,871 (Secretaría de Turismo, 2011b).

La participación del mercado estadounidense en el turismo internacional de Quintana Roo es de 61.5 por ciento, comparado con 90 por ciento que representa en México. Por su parte, la participación de Canadá es de 13 por ciento, la de Europa de 22.9 por ciento, y la de América Latina de 1.5 por ciento (González, 2009 y 2008). En contraste con el norte de Quintana Roo y el Caribe, la dispo-

bilidad de cuartos de hotel e índice de ocupación en Cozumel se han mantenido estancados a lo largo del siglo XXI, tal y como se refiere más adelante.

La dependencia externa de Cozumel

La isla de Cozumel se localiza en el noroeste del Mar Caribe, a 17 kilómetros de la península de Yucatán, frente a Playa del Carmen, ciudad localizada a 60 kilómetros al sur de Cancún. La distancia mínima entre las islas de Cozumel y Cuba es de aproximadamente 230 kilómetros, y Cozumel queda a 650 kilómetros de Key West, Florida. La isla es pequeña: mide 44 kilómetros a lo largo y 16 kilómetros a lo ancho, y cuenta con una población cercana a 80 mil habitantes. Sin embargo, el número de visitantes que recibe es relevante: en 2007 llegaron 553,327 turistas y cerca de 2.5 millones de excursionistas (González, 2008), haciendo de las actividades turísticas el principal estímulo económico, tal y como sucede con Quintana Roo.

En el estudio que de Cozumel efectuaron Sánchez-Crispín y Propín (2003) se analizó y demostró que la intensidad de las relaciones económicas de Cozumel con el exterior —en especial con los Estados Unidos— son más fuertes que con el resto del territorio mexicano. Esta situación ha continuado reforzándose, y un indicador de ello son las operaciones aéreas. En el Cuadro 2 se observa que para el periodo 1988-2008 del total de turistas que arribaron vía aérea a Cozumel, los que arribaron desde el extranjero pasaron de 74.2 por ciento a 83.6 por ciento, quedando para 2008 solo 16.4 por ciento de turistas arribando en vuelos nacionales. Por lo que se refiere al número de operaciones aéreas, los porcentajes de vuelos internacionales fueron de 66.3 y 78.5 para 1988 y 2008 respectivamente, y de 33.7 y 21.5 para los vuelos nacionales.

Cuadro 2
Operaciones en el aeropuerto de Cozumel, 1988-2008

<i>Año</i>	<i>Vuelos</i>			<i>Pasajeros</i>		
	<i>Total</i>	<i>Porcentaje Nacionales</i>	<i>Porcentaje Internacionales</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentaje Nacionales</i>	<i>Porcentaje Internacionales</i>
1988	2,341	33.7	66.3	130,853	25.8	74.2
2008	2,805	21.5	78.5	257,175	16.4	83.6

Fuente: elaboración propia, con base en Secretaría de Turismo (2011b).

En el aeropuerto de Cozumel, en un día de temporada alta, se registran cerca de 80 operaciones aéreas. Sin embargo, en dos semanas de septiembre de 2010, los arribos, exceptuando los de las pequeñas aeronaves que realizan el puente Cozumel-Cancún-Cozumel, fueron solo siete por semana, llegándose a registrar días con una o ninguna aeronave comercial². En temporada alta los lugares de origen o destino del extranjero más frecuentes —en ocasiones con dos vuelos diarios cada uno— son Dallas, Houston, Atlanta y Miami, aeropuertos en los que tienen sus bases las principales aerolíneas estadounidenses que vuelan a Cozumel. Les siguen en frecuencia los vuelos operados por mayoristas del turismo organizado, provenientes o con destino a Denver, Minneapolis, Detroit, Chicago, Charlotte y, fuera de Estados Unidos, Toronto, Edmonton, Manchester y Londres.

Para la conexión aérea con la Ciudad de México, en la temporada alta de 2008-2009 operaron desde Cozumel dos vuelos diarios, pero para mayo y junio de 2009 fueron suspendidos. Para el segundo semestre de 2009 y el primer cuatrimestre de 2010 operó un vuelo diario Ciudad de México-Cozumel-Ciudad de México, pero desde abril a septiembre de 2010, no hay vuelos directos de Cozumel a la Ciudad de México, reforzando la tendencia a una creciente dependencia del exterior, específicamente de Estados Unidos, y la reducción en la importancia de las relaciones con el resto del territorio nacional.

Una característica y fortaleza de los destinos de playa más competitivos de México, como son Los Cabos, la Riviera Maya y Cancún, es precisamente su integración al sistema turístico internacional. Sin embargo, para el caso de Cozumel, dicho señalamiento no es aplicable, y sorprende por su vecindad con la Riviera Maya y Cancún. Cozumel experimenta una creciente dependencia del turismo de cruceros en un grado tal que una porción significativa de los servicios turísticos se especializa en atender grandes grupos con muy reducido gasto promedio, y eso parece una debilidad del destino respecto a su capacidad de diversificarse y elevar su competitividad. Antes de presentar el caso del impacto del turismo de cruceros en Cozumel es conveniente revelar primero qué circunstancias, sinergias o actores externos han desempeñado un papel relevante en la evolución turística de la isla.

2. Con fines comparativos puede señalarse que en una jornada de temporada alta (el 4 de enero de 2009) el aeropuerto de Cancún registró 454 operaciones, sin contabilizar la aviación privada o no comercial. De esas, 74.2 por ciento fueron internacionales (*Por Esto!*, 2009).

El desarrollo turístico en Cozumel: antecedentes y características

A fines de los años veinte del siglo pasado, inició su operación en Cozumel el primer hotel construido específicamente para turistas (César, 1991), y casi tres décadas después, en 1948, solo había registro de tres hoteles: Yuri, Playa y Maya-lún (Centro de Investigaciones de Quintana Roo, 1985). El hotel Playa, que se construyó con inversión pública fue inaugurado por el presidente Lázaro Cárdenas y concesionado para su operación a diversos particulares (César y Arnaiz, 1989). Uno de ellos fue Bob Marx quien, a mediados de los años 1950, llegó a Cozumel para participar en la filmación submarina de promocionales para la aerolínea Pan American e introdujo el turismo de buceo. El hotel Mayalún, que llegó a contar con un centro nocturno, fue propiedad de William Chamberlain, empresario del ramo turístico con vínculos en el sistema turístico de Estados Unidos y Europa.

El desarrollo del turismo fue lento, pero un factor fundamental para la eventual llegada de más turistas a Cozumel fue la existencia de un aeropuerto con vuelos regulares. Para la década de los cincuenta, los nexos de Cozumel con el exterior eran la vía marítima desde Progreso y otros puertos del Golfo de México, además de Chetumal y Belice, o la vía aérea. Cozumel recibió vuelos comerciales en escala desde los años veinte, cuando los aviones de Pan American realizaban paradas técnicas en sus vuelos a Centro y Sudamérica. Por más de una década, los aviones que llegaron a Cozumel fueron hidroplanos.

El aeropuerto y la defensa hemisférica

En 1943 se inauguraron ampliaciones al aeropuerto de Cozumel, el cual contaría en poco tiempo con dos pistas (una de 2,500 por 45 metros y otra de 2,700 por 45 metros) y alumbrado nocturno. En los años cuarenta la población de la isla era inferior a los 2,500 habitantes, el turismo era incipiente y en las prioridades del gobierno no figuraba la infraestructura aeroportuaria para pequeñas y aisladas localidades. ¿Por qué entonces Cozumel contó desde los años cuarenta con un aeropuerto con características propias de grandes e importantes destinos? La respuesta: las circunstancias determinadas desde el exterior.

En un estudio del Centro de Historia Militar de la Armada de Estados Unidos (Conn y Fairchild, 1958) se explican las circunstancias y acciones que llevaron a que Pan American, propietaria entonces de Mexicana de Aviación, ampliara con recursos del gobierno de los Estados Unidos el aeropuerto de Cozumel: la seguridad hemisférica antes y durante la Segunda Guerra Mundial. A partir de una revisión de archivos del Pentágono, este estudio revela que la

estrategia de las fuerzas armadas estadounidenses para la defensa hemisférica requería de un corredor aéreo entre su país y el canal de Panamá. En 1941, antes del ataque japonés a Pearl Harbor, Estados Unidos firmó un acuerdo con el gobierno de México que concedía acceso ilimitado a aeropuertos y pistas en México a los aviones militares estadounidenses en ruta a Panamá, en el entendido de que no se violaría la soberanía de México.

En virtud del gran número de aviones militares que serían enviados a Panamá surgió la controversia sobre la situación de los mecánicos y técnicos que serían requeridos en las escalas y que, al ser militares operando en México, violaban la soberanía del país. La solución fue que esos mecánicos no vestirían uniforme militar y serían empleados por Pan American. Los principales aeropuertos para el apoyo logístico serían un aeropuerto que Mexicana de Aviación construiría en el Istmo de Tehuantepec con recursos de la armada de Estados Unidos y el aeropuerto de Cozumel, importante por estar en el trayecto de naves procedentes del Este de ese país en ruta a Panamá. En ese contexto, el aeropuerto de Cozumel requería de su ampliación, modernización y adaptación a los requerimientos militares, para lo cual el gobierno mexicano brindó su autorización y Cozumel contó con una infraestructura aeroportuaria no viable de otra manera. El desarrollo de la guerra —en específico, la continua presencia de los submarinos alemanes en el Caribe— modificó la estrategia de defensa hemisférica y los requerimientos militares norteamericanos pasaron de aeropuertos para escalas técnicas a bases para bombarderos. Para 1942, México ya había declarado la guerra a Alemania por el hundimiento de buques tanques mexicanos y autorizó el establecimiento de una base para bombarderos estadounidenses en el aeropuerto de Cozumel. Sin embargo, para 1943, los Estados Unidos ya contaban con otras bases de bombarderos en el Caribe, y consecuentemente se redujo la importancia militar del aeropuerto de Cozumel, pero se le conservó bajo la administración de Pan American como una opción para casos de emergencia, y quedó como infraestructura fundamental para el posterior desarrollo del turismo.

La crisis del chicle, los promotores externos y la revolución cubana

Terminada la guerra, y tras el agotamiento de la economía basada en la compra, transportación, almacenaje y exportación del chicle, en la década de los cincuenta Cozumel se encontraba dando incipientes pasos en el desarrollo turístico. Para 1960, los navegantes-comerciantes de Cozumel —o al menos algunos de ellos— habían hecho la transición hacia el sector turístico, incluida la acti-

alidad comercial de Perímetro Libre. Junto a ellos participaron empresarios y promotores turísticos extranjeros y nacionales que arribaron a Cozumel.

William Chamberlain y Bob Marx no fueron los únicos promotores extranjeros interesados en las oportunidades asociadas al desarrollo turístico de Cozumel. Tal y como lo refieren César y Arnaiz (1998), una de las versiones más extendidas sobre la aparición de Cozumel en el escenario internacional del turismo alrededor de 1950 fue un artículo de Richard Humphrey aparecido en la revista *Holiday*³. De acuerdo con esa interpretación, Humphrey visita Cozumel con objeto de promoverlo a instancias de Charles Fair, quien previamente había visitado la isla para atender el salvamento de un barco de su propiedad que transportaba plátano entre Guatemala y Mobile, Alabama, y que encalló al sur de la isla.

El entorno propicio para la primera etapa de desarrollo turístico de Cozumel se configuró en la década de los cincuenta con el colapso de la economía exportadora del chicle y la consecuente transferencia y conversión de embarcaciones y actividades comerciales hacia el turismo. Igualmente importante fue la existencia de comunicación aérea regular, la capacidad para la expansión de las actividades aéreas, la inicial difusión internacional de Cozumel como destino turístico y las inversiones en hoteles y la prestación de otros servicios turísticos, como el buceo.

A todos estos elementos es importante añadir otro relevante factor externo: el triunfo de la revolución cubana en 1959 que obligó a redireccionar la quinta parte del turismo de sol y playa de la costa este de los Estados Unidos en el Caribe (César y Arnaiz, 1985). Entre 1951 y 1957, Cuba recibió en promedio 21.8 por ciento del turismo total del Caribe, seguido por Puerto Rico, con 13 por ciento, las Bahamas, con 11.8 por ciento, Jamaica, con 11.1 por ciento, Bermudas, con 10.8 por ciento, y las Antillas Holandesas, con 10.5 por ciento (Meza, 2008). Como consecuencia de la revolución cubana, Cozumel, único destino turístico mexicano en el Caribe en ese momento, cobró popularidad y, para los años sesenta, con la incursión del turismo organizado, el crecimiento de la hotelería en Cozumel entró en un periodo de dinamismo y surgieron 11 nuevos hoteles (César y Arnaiz, 1985), incluido el primero de categoría cinco estrellas.

3. El primer número de *Holiday* se publicó en abril de 1946. En internet se buscó referencia a los números correspondientes al periodo 1947-1952. La única información disponible fueron las portadas de algunos números (www.gono.com/adart/holiday/Holiday-Magazine-Cover.htm) y entre los reportajes específicamente señalados en las portadas no hay alguno relativo a Cozumel.

Del impulso de Cancún a la pérdida de relevancia en el estado

En la década de los setenta, cuando el Territorio de Quintana Roo se transformó en estado y se desarrolló la primera etapa de Cancún, el número de nuevos establecimientos hoteleros en Cozumel llegó a 26, incrementando la disponibilidad de nuevos cuartos y empleos en 1,051 y 808, respectivamente. Entre 1975 y 1980, la tasa anual de crecimiento en el número de turistas que visitaron Cozumel fue de 69 por ciento. Este extraordinario crecimiento es explicado por una influencia regional, la importancia que Cancún adquirió como destino en el Caribe mexicano. En el mismo periodo, la tasa anual de crecimiento de turistas que visitaron Cancún fue de 297 por ciento (Centro de Investigaciones de Quintana Roo, 1980; César y Arnaiz, 1985).

Como se observa en el Cuadro 3, el crecimiento del turismo en Cozumel llevó a que de 1975 a 2000 la disponibilidad de cuartos de hotel se incrementara en aproximadamente 365 por ciento, pasando de 1,091 a 3,956. En este periodo hay tres momentos en que la construcción de nuevos cuartos de hotel es pronunciada: entre 1975 y 1980, entre 1990 y 1992 y entre 1992 y 2000. El descenso de disponibilidad en cuartos de hotel en 2006 fue consecuencia de la destrucción y afectación causada por el huracán Wilma.

Cuadro 3
Disponibilidad de cuartos de hotel en Cozumel, 1975-2007

<i>Año</i>	<i>Número de hoteles</i>	<i>Número de cuartos</i>
1975	-	1,091
1980	40	1,712
1985	32	1,919
1990	68	2,245
1992	49	2,952
2000	60	3,956
2006	51	3,723
2007	33	4,373

Fuente: elaboración propia, con base en César y Arnaiz (1985); González (2008) y Secretaría de Turismo (2011, 2011a).

Cozumel no escapa a la tendencia de que los establecimientos hoteleros en la modalidad de “todo incluido” son los de mayor crecimiento en Quintana Roo, lo que reduce notoriamente la derrama económica hacia la economía local. Esta

tendencia es particularmente clara en la Riviera Maya donde, desde hace varios años, 60 por ciento de los hoteles ya ofrecía servicio “todo incluido” (Fondo Nacional de Fomento al Turismo, 2003) y donde, en la actualidad, el gasto promedio de los turistas es cerca de 40 por ciento menor al realizado en Cancún (Secretaría de Turismo, 2011 a).

La tasa anual de crecimiento de la capacidad hotelera total de Cozumel para el periodo 1995-2001 fue de 3.6 por ciento, mientras que la de Cancún fue de 5.5 por ciento y la de la Riviera Maya de 51.1 por ciento. En este periodo, la capacidad hotelera de Cancún creció de 18,900 a 26,070 cuartos de hotel, en la Riviera Maya el incremento fue de 1,548 a 18,431 y en Cozumel de 3,332 a 4,126 (Fondo Nacional de Fomento al Turismo, 2003), para mantenerse en el mismo nivel casi una década después.

Durante la primera mitad de la década de los setenta, Cozumel era el principal destino turístico de Quintana Roo y —como se desprende de las tasas anuales de crecimiento de 1995-2001— a principios del siglo XXI se convirtió en el de más lento crecimiento en el norte de la entidad. Las tasas recientes de crecimiento anual de la capacidad hotelera en el estado son de 15 por ciento. En 2007, Cozumel no alcanzó seis por ciento del total de la capacidad hotelera de Quintana Roo (González, 2007 y 2008) y el gasto promedio de los turistas que visitaron la isla fue de 538 dólares estadounidenses, contra 1,028 para el caso de Cancún (Secretaría de Turismo, 2011 a).

En 2007, el índice de ocupación hotelera de la Riviera Maya fue de 72.5 por ciento, y el de Cancún de 71.2 por ciento. En el periodo 1975-2006, los índices de ocupación hotelera de Cozumel se han mantenido en el rango de 53 a 57 por ciento, a excepción de 1980 (64.1 por ciento), 1990 (47.2 por ciento) y 2000 (63.5 por ciento), y siempre debajo de Cancún y de la Riviera Maya. En 2006, el índice de ocupación hotelera de Cozumel fue de 53.9 por ciento, equivalente a 18 puntos porcentuales debajo del promedio de Quintana Roo, que fue de 71.9 por ciento. A principios del presente siglo, la derrama económica generada por el total de visitantes a Cozumel bajó a 11 por ciento del total de la derrama en Quintana Roo, y para 2007 dicha participación se redujo a nueve por ciento (Secretaría de Turismo, 2011, 2011 a; González, 2007).

En el año 2000, el total de turistas que arribaron a Cozumel fue de 421,541 (Secretaría de Turismo, 2011) y en 2007 la cifra alcanzó 553,327 (González, 2008), lo que resulta en una tasa de crecimiento anual menor a la de 1990-2000. Por su parte, el número de pasajeros de crucero (Cuadro 4) se incrementó en el mismo periodo en 65 por ciento, al pasar de prácticamente 1.5 millones en 2000 a 2.5 millones en 2007.

Cuadro 4
Llegadas de cruceros y pasajeros a Cozumel, 1989-2007

<i>Año</i>	<i>Cruceros</i>	<i>Pasajeros</i>
1989	502	691,630
1999	862	1'341,203
2000	882	1'504,603
2005	1,124	2'519,179
2006*	990	2'352,043
2007	1,052	2'488,190

* La disminución registrada en 2006 fue resultado del huracán Wilma en 2005.

Fuente: elaboración propia, con base en Secretaría de Turismo (2011b).

El turismo de cruceros

Los primeros cruceros marítimos entraron en operación en el Caribe después de la Segunda Guerra Mundial, y de ahí a otros mares y océanos. Durante las últimas dos décadas, el crecimiento del subsector de cruceros es el que ha tenido la tasa de crecimiento más alta en las actividades turísticas. De 1998 a 2005, su crecimiento anual fue superior a ocho por ciento, mientras que de 1990 a 2000 la tasa anual de crecimiento en la demanda de viajes internacionales se limitó a 4.3 por ciento. De 1989 a 1999, la demanda de cruceros aumentó cien por ciento, llegando a 8.53 millones de pasajeros. La Organización Mundial del Turismo (OMT) pronosticó que, para fines de la primera década del siglo XXI, la demanda rebasaría los 13 millones, cifra que fue rebasada en 2004 y el pronóstico para el 2015 es rebasar los 25 millones (OMT, 2003 y 2008). En 2005, 68.4 por ciento de la demanda para viajes en crucero se localizó en los Estados Unidos, seguidos por Europa, con 22 por ciento. Del total de pasajeros de cruceros procedentes de los Estados Unidos, el mayor porcentaje (14 por ciento) provino de Florida, y no extraña que Miami sea el “*home port*” más importante del mundo.

El Caribe es la región que más pasajeros de crucero recibe, siendo Bahamas y Cozumel los principales receptores. Como se aprecia en el Cuadro 5, en 1993 el Caribe recibió poco más de nueve millones y medio de pasajeros de crucero, y en el 2009 alcanzó casi 17 millones y medio, 3.25 millones de los cuales fueron captados por Bahamas, y 2.22 millones por Cozumel (que, sumados, rebasan 30 por ciento del total). Por su parte, México es el país del mundo al que más pasa-

jeros de crucero arriban. En 1998 recibió casi tres millones, y en 2008 rebasó 5.5 millones (Secretaría de Turismo, 2011b).

Cuadro 5
Destinos en el Caribe con cuota superior al cinco por ciento
del total de arribos de pasajeros de crucero (miles)

	1993	1999	2009
Total	9,610.3	12,257.7	17,477.6
Bahamas	2,047.0	1,981.5	3,255.8
Cozumel	744.0	1,304.1	2,221.7
Islas Vírgenes (EE. UU.)	1,208.7	1,402.7	1,582.2
Islas Caimán	605.7	1,035.5	1,520.3
San Martín	659.9	615.6	1,215.1
Puerto Rico	968.1	1,148.6	1,045.4
Jamaica	629.6	764.3	922.3

Fuente: elaboración propia, con base en Caribbean Tourism Organization (2011).

Una tendencia importante en el mercado de cruceros es el creciente peso que tienen las travesías de cinco o menos días. En 1980, solo 24.3 por ciento del total de viajes de crucero eran de cinco o menos días, y para 2004 dicha cifra subió a 31.4 por ciento. Desde Miami, los únicos trayectos de tres o cuatro días que ofrece Carnival, la naviera de cruceros más importante, son a Cozumel (a 950 kilómetros de distancia) o a Nassau (a 210 kilómetros), con escalas adicionales en Key West en el primer caso y en Freeport en el segundo.

El turismo de cruceros en Cozumel

Sobre la influencia de los cruceros en destinos del Caribe y otras partes del mundo se han escrito numerosos trabajos que aportan referentes relevantes para el caso de Cozumel y el objetivo de este trabajo. Hace más de una década que se discuten a profundidad las contradicciones del desarrollo del turismo de cruceros en el mar Caribe (Wood, 2000), así como la relevancia que en la generación de ingresos y empleos tiene para un destino la continua llegada de cruceristas (Kester, 2003). Sin embargo, en la academia persiste la polémica sobre la posibilidad o imposibilidad de construir perspectivas teóricas que enriquezcan la investigación basada en indicadores cuantitativos de la actividad de los cruceros y sus pasajeros y tripulantes (Papathanasis y Beckman, 2011).

La incorporación de Cozumel al circuito de los cruceros fue posterior a la de otros destinos del Caribe. En 1968 empezó a llegar esporádicamente a Cozumel el crucero Ariadne, y en 1974 el crucero Bolero, con una capacidad para 900 pasajeros, incluyó Cozumel en sus rutas fijas. Con ello otros cruceros empezaron a realizar visitas a Cozumel, cuya ubicación geográfica es ventajosa para itinerarios con salida desde los puertos estadounidenses del Golfo de México y de Florida. En 1980, 1996 y 1998 entraron en operación en Cozumel tres diferentes muelles para cruceros que permitieron un rápido crecimiento en el número de cruceros y pasajeros que arriban a la isla, pasando de 502 con menos de 700 mil excursionistas en 1989, a más de mil cruceros y cerca de 2.5 millones de pasajeros en 2007 (Secretaría de Turismo, 2011b).

Cozumel recibe 43 por ciento del impacto económico directo de la industria de cruceros en México. En el periodo 2006-2007, las escalas de cruceros en Cozumel generaron 254.4 millones de dólares en gastos totales, 7,070 empleos (4,440 de ellos directos) y 41.4 millones de dólares en salarios (25 millones correspondientes a los empleos directos). Por cada 57,000 dólares en gastos del turismo de cruceros se creó un empleo directo en la isla.

En viajes de crucero en el Caribe de tres, cuatro y siete días, los pasajeros menores de 45 años de edad gastan en promedio un total de 357 dólares, los de 45 a 65 años 345 dólares y los mayores de 65 años 242 dólares. La proporción de ese gasto en excursiones es de 34.7 por ciento, 41 por ciento y 50.8 por ciento, respectivamente. Si la compra de excursiones se realizara en tierra, un agente de viajes retendría como comisión entre 8 y 12 por ciento del costo total. En contraste, las empresas de cruceros reportan que retienen 30 por ciento del precio de venta de excursiones (OMT 2003: 163), y los operadores de servicios turísticos de Cozumel entrevistados para este trabajo aseguran que en realidad las navieras retienen 50 por ciento de la tarifa comercial establecida, cifra coincidente con la reportada por Klein (citado en Kamp, 2010) para otros destinos. Más de la mitad de los pasajeros de crucero que arriban a Cozumel toma una excursión, y más de las dos terceras partes la compra en el barco, lo que se traduce en una significativa merma para la derrama económica en el destino. Esta situación se acentúa por la práctica de las empresas navieras de ofertar sus servicios para promover entre sus pasajeros establecimientos comerciales generalmente afiliados a franquicias o cadenas internacionales, como es el caso de las joyerías especializadas en piedras preciosas y relojes finos (Florida Caribbean Cruise Association, 2007).

Conclusiones

El fenómeno turístico es una compleja red de relaciones, procesos y sinergias en distintos niveles temporales, espaciales y sectoriales. Se trata de un conjunto de elementos que evolucionan en y por su interrelación. Con los elementos presentados sobre la influencia de fuerzas externas en el desarrollo del turismo en Cozumel no se postulan planteamientos teóricos. La evidencia empírica presentada permite, sin embargo, delinear la clara dependencia del turismo en Cozumel con respecto a determinadas circunstancias, sinergias, actores o eventos externos. El resultado ha sido, en ocasiones, el impulso de la actividad turística, y en otras se ha traducido en la pérdida de competitividad y en la especialización de un segmento masivo y de limitados beneficios económicos.

Las características del turismo de cruceros tienen implicaciones diferentes en diferentes contextos. Si su aportación es dominante, en número de empleos puede ser la influencia rectora en la evolución y estructura de la oferta turística y en la redefinición del posicionamiento de un destino con respecto a su entorno inmediato, regional y global, privilegiando la demanda de excursionistas sobre la de turistas. No se debe olvidar que en el marco de la teoría económica convencional y del análisis del desarrollo turístico se establece la relación existente entre la duración que en un destino tiene la estadía promedio de los visitantes y la conformación y evolución de la demanda y oferta de productos y servicios turísticos (Pestana y Pinto, 2010). Se trata de un proceso social con una compleja red de interdependencias, cuyos niveles local, estatal, nacional, regional y mundial aportan su propia sinergia.

En términos de actividad turística preponderante, Cozumel es actualmente un destino de cruceros, cuando al inicio de la última década del siglo XX era considerado como un destino de buceo, pues hasta 70 por ciento de los visitantes internacionales tenía como motivación principal de su visita la práctica de dicha actividad (Instituto Nacional de Ecología, 1998). La consecuencia de lo anterior resalta con el hecho de que en el resto del mundo, y en el Caribe en especial, el turismo de buceo está en rápida y sostenida expansión (Santander y Propín, 2009), pero sobre todo con la circunstancia de que es un nicho de alto valor. En el Caribe, el gasto promedio de los turistas que bucean es 60 a 80 por ciento mayor que el de otros turistas. En la región, los buzos representan el diez por ciento del total de turistas, pero contribuyen con 17 por ciento de los ingresos provenientes de la actividad turística en general (Burke y Maidens, 2005).

Los turistas que visitan Cozumel tienen un gasto promedio inferior a las cifras correspondientes a Cancún y la Riviera Maya. De acuerdo con el gobierno de Quintana Roo, los pasajeros de crucero gastan en promedio 82 dólares, y los

turistas que visitan Cozumel 538 dólares (Secretaría de Turismo, 2011, 2011a). En 2007, por cada turista que visitó Cozumel llegaron 4.5 pasajeros de crucero, y por cada dólar que gastó un turista, un pasajero de crucero gastó 15 centavos de dólar. Ello significa que el gasto promedio de un turista equivale al gasto de 6.5 excursionistas. En Cozumel, sin duda, la gran sinergia global en el desarrollo del turismo de cruceros se ha traducido en empleos, pero también en una masificación coincidente con la pérdida de competitividad en otros segmentos.

Referencias

- Antochiw, M. (1991) “La época independiente”, en: Antochiw, M. y A. César, *Historia de Cozumel*, CONACULTA, México [s/pp.].
- Apostolopoulos, Y. y D. Gayle, (eds.) (2002) *Island Tourism and Sustainable Development. Caribbean, Pacific and Mediterranean Experiences*, Praeger, West Port, Estados Unidos.
- Burke, L. y J. Maidens (2005) *Arrecifes en peligro en el Caribe*, World Resources Institute, Washington, D. C.
- Caribbean Tourism Organization (2011). “Cruise Statistics” y “Cruise Passenger Arrivals 1980-2004” <www.onecaribbean.org/statistics/cruise/>, revisados el 11 de enero de 2011.
- Centro de Estudios de Urbanismo y Arquitectura (2006) *Acciones de Regeneración y Diversificación de Atractivos Turísticos de Cozumel e Isla Mujeres, Quintana Roo, Derivadas de los Impactos Provocados por el Huracán Wilma* (disco compacto), Centro de Estudios de Urbanismo y Arquitectura/FONATUR/Sector/Gobierno del Estado de Quintana Roo, Cozumel, México.
- Centro de Investigaciones de Quintana Roo (1980) *Quintana Roo: organización espacial*, Ciqro/Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México, Puerto Morelos, México.
- César, A. (1991) “El siglo XX”, en: Antochiw, M. y A. César, *Historia de Cozumel*, CONACULTA, México [s/pp.].
- César, A. y S. Arnaiz (1998) *Cozumel. Los años de espera*, Fundación de Parques y Museos de Cozumel, Cozumel, México.
- César, A. y S. Arnaiz (1989) *El Caribe mexicano: una introducción a su historia*, Fondo de Publicaciones y Ediciones de Quintana Roo/Centro de Investigaciones de Quintana Roo, Cancún, México.
- César, A. y S. Arnaiz (1985) *Estudios socioeconómicos preliminares de Quintana Roo: sector turismo*, volumen 3, Centro de Investigaciones de Quintana Roo, Puerto Morelos, México.

- Conn, S. y B. Fairchild (1958) *The Framework of Hemisphere Defense*, Center of Military History, United States Army, Washington, D.C. <www.history.army.mil/books/wwii/Framework/ch13.htm>, revisado el 15 de junio de 2009.
- Florida Caribbean Cruise Association (2007) *Aportación económica del turismo de cruceros en México*, Business Research and Economic Advisors, Florida/Florida Caribbean Cruise Association, Pembroke Pines, Estados Unidos.
- Fondo Nacional de Fomento al Turismo (2003) *Programa Subregional de Desarrollo de la Región Caribe Norte*, FONATUR, México <<http://seduma.qroo.gob.mx/PDUs/2.html>>, revisado el 5 de junio de 2009.
- González, F. (2007) “Desarrollo Integral”, *Segundo Informe de Gobierno*, Chetumal, Quintana Roo <<http://segundoinforme.qroo.gob.mx/Documentos.php>>, revisado el 29 de marzo de 2009.
- González, F. (2008) “Diversificación del Turismo”, *Tercer Informe de Gobierno*, Chetumal, Quintana Roo <<http://tercerinforme.qroo.gob.mx/Documento/31.php>>, revisado el 29 de marzo de 2009.
- González, F. (2009) *Cuarto Informe de Gobierno* <<http://cuartoinforme.qroo.gob.mx/Mensaje2.php>>, revisado el 29 de marzo de 2009.
- Instituto Nacional de Ecología (1998) *Programa de manejo. Parque Marino Nacional Arrecifes de Cozumel*, INE, México.
- Kester, J. (2003) “Cruise Tourism”, *Tourism Economics*, vol. 9, número 3, Londres, Reino Unido, pp. 337-350.
- Kamp, C. (2010) “Crusade against the Environment. Interview with Canadian Cruise expert Ross A. Klein”, *Tourism Watch*, 58 (marzo) <www.tourism-watch.de/en/node/1439>, revisado el 18 de agosto de 2010.
- Meza, P. (2008) “El turismo en Cuba, de 1959 a 1989”, en: Palafox, A. y O. Frausto (coords.) *Turismo. Desastres naturales, sociedad y medio ambiente*, Plaza y Valdés, México.
- OMT (2003) *La actividad de los cruceros turísticos en el mundo*, Organización Mundial del Turismo, Madrid.
- OMT (2008) *Turismo de cruceros. Situación actual y tendencias*, Organización Mundial del Turismo, Madrid.
- Papathanasis, A. e I. Beckman (2011) “Assessing the ‘poverty of cruise theory’ hypothesis”, *Annals of Tourism Research*, vol. 38, núm. 1, Ámsterdam, pp. 153-174.
- Pestana, C. y L. Pinto (2010) “The length of stay in tourism”, *Annals of Tourism Research*, vol. 37, núm. 3, Ámsterdam, pp. 692-706.

- Por Esto!* (2009) Sección Quintana Roo, 5 de enero de 2009 <www.poresto.net>.
- Secretaría de Agricultura y Fomento (1918) *Informe Rendido por la Comisión Geográfico-Exploradora de Quintana Roo*, Secretaría de Agricultura y Fomento, México.
- Sánchez-Crispín, A. y E. Propín (2003) “Dependencias regionales del turismo en la isla de Cozumel”, *Cuadernos de Turismo*, núm. 11, Murcia, España, pp. 169-180.
- Santander, L. y E. Propín (2009) “Impactos ambientales del turismo de buceo”, *Cuadernos de Turismo*, núm. 24, Murcia, España, pp. 207-227.
- Secretaría de Turismo (2011) “Indicadores Turísticos del Año 2000” <<http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/2000/diciembre.php>>, revisado el 30 de marzo de 2009.
- Secretaría de Turismo (2011a) “Indicadores Turísticos del Año 2007” <<http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/2007/diciembre.php>>, revisado el 30 de marzo de 2009.
- Secretaría de Turismo (2011b) Sistema Informativo Data Tur <<http://datatur.sectur.gob.mx>>.
- Siurob, J. (1925) “Estudio geográfico del Territorio de Quintana Roo”, reproducido en: Secretaría de Hacienda y Crédito Público (1934) *El problema económico de Quintana Roo: estudio de la Comisión Federal que fue designada para llevar a cabo una jira [sic.] por aquella región y proponer las medidas adecuadas para su desarrollo económico y su vinculación política y administrativa con el resto del país*, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, México.
- Wood, E. (2000) “Caribbean cruise tourism: Globalization at sea”, *Annals of Tourism Research*, vol. 27, núm. 2, Ámsterdam, pp. 345-370.

IX

Evaluación del desempeño ambiental de hoteles y parques de la Riviera Maya del estado de Quintana Roo

Elisa Guillén Argüelles¹
Elisa Malibé Carballo Guillén²

Introducción

En la década de los ochenta del siglo pasado surgieron las cuestiones ambientales en las agendas políticas y empresariales de todo el mundo (Smith, 1993; Howes, Skea y Whelan, 1997), en particular en los países desarrollados. En la década de los noventa, el medio ambiente empezó a convertirse en uno de los principales retos que enfrenta el sector empresarial, y muchas grandes empresas comenzaron a ver los problemas ambientales de forma más estratégica, aunque notablemente menos atención les ha sido dada por pequeñas y medianas empresas. Solo un pequeño número de grandes empresas ha adoptado un enfoque profundo y sistemático para mejorar su desempeño ambiental, y un número aún menor de ellas ha establecido estrategias y prácticas ambientales por razones éticas (Welford, 1994). En el presente siglo, las empresas siguen estando en el centro del debate ambiental, por ser no solo las que principalmente contribuyen

-
1. Instituto Tecnológico de Cancún, México. Correo electrónico: elisaguillen@yahoo.com.
 2. Instituto Tecnológico de Cancún, México. Correo electrónico: ecg_1018@hotmail.com.

a la degradación del medio ambiente, sino también las que pueden promover su mejoramiento a través de sus actividades y desempeño ambiental.

Las presiones de diferentes fuentes, tanto internas como externas, han llevado a las empresas a adoptar sistemas de gestión ambiental, no solo para mejorar su desempeño en ese rubro, sino también para mantener la competitividad. El crecimiento del consumismo verde y de competidores ambientalmente amigables (Gray, Bebbington y Walters, 1993; Welford, 1994; Howes, Skea y Whelan, 1997), la regulación ambiental y políticas como los eco-impuestos y gravámenes, y el interés y preocupación del público y de los grupos ecologistas por los problemas ambientales, muestran que las empresas se han enfrentado a presiones para cambiar la forma de comportarse con el medio ambiente.

El objetivo principal de este trabajo es presentar los resultados de la evaluación del desempeño ambiental de pequeños y medianos hoteles y parques de la Riviera Maya, en términos de conservación e impacto ambiental. La evaluación del desempeño ambiental se basa en los estándares establecidos en el sector del hospedaje, comparado con las buenas prácticas disponibles. Carter, Whiley y Knight (2004) consideran que el turismo es una actividad no claramente abarcada por la actual legislación ambiental, diseñada principalmente para aquellas industrias que producen gran cantidad de residuos, aunque, en las últimas décadas, la propia actividad turística ha establecido programas de autorregulación ambiental, principalmente bajo la bandera del turismo sustentable. El incremento de los programas de certificación y acreditación ambiental, códigos de conducta, manuales de mejores prácticas, marcas y *benchmarking* sugieren que la industria turística reconoce y se preocupa por la necesidad de mejorar su desempeño ambiental (Honey and Rome, 2001; Buckley, 2002; Font, 2002), y la dependencia de los productos turísticos de la calidad de los recursos ambientales también ha contribuido a que participen en la protección y conservación del medio ambiente.

El desempeño ambiental

Según Ashford y Meima (1993, citado por Young, 1999), el comportamiento o desempeño ambiental de una empresa de negocios es el alcance y la eficacia de las medidas que adopta para mitigar las consecuencias ambientales de sus actividades. También incluye sus responsabilidades sociales y éticas. Welford (1994) señala que las empresas proporcionan bienes y servicios a la sociedad y satisfacen muchas de sus necesidades vitales y no vitales, generan empleo y sus inversiones y ganancias contribuyen al crecimiento económico. Sin embargo,

sus actividades son una causa importante de degradación del medio ambiente, ya sea por los recursos que consumen, los procesos que aplican o los productos que fabrican. La necesidad de ser más sustentables es evidente y urgente. La protección del medio ambiente exige encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes y futuras, no sólo por parte de las empresas, sino de todos los seres humanos. Según este autor, las empresas necesitan encontrar y establecer métodos más eficientes de obtener sus insumos y aplicar procedimientos alternativos para fabricar productos más respetuosos del medio ambiente. Sin embargo, la tarea no es fácil. Los costos involucrados hacen que los intereses y expectativas de los diferentes actores —especialmente de los inversionistas, quienes normalmente esperan un mayor rendimiento en el corto plazo— sean más difíciles de satisfacer. El cambio es necesario, pero no fácilmente aceptado. Los actores interesados deben estar conscientes y convencidos de su responsabilidad hacia el medio ambiente y de los beneficios que obtendrán en el largo plazo si empiezan a actuar responsablemente.

El desempeño ambiental se refiere tanto a los beneficios o daños causados por las empresas al medio ambiente —natural y cultural— como a las consecuencias recíprocas de su interacción con él (James, 1994). En esta investigación se evalúa el desempeño ambiental de las pequeñas y medianas empresas (PYME) de hoteles y parques, tomando en cuenta su participación en la protección y conservación de los recursos ambientales a través de las prácticas que actualmente tienen establecidas en sus operaciones diarias, y su actitud hacia la búsqueda de soluciones a los problemas ambientales que enfrentan. Goodall (1992) considera al turismo como una industria altamente competitiva y de elevado riesgo que depende en gran medida de la calidad ambiental de los recursos ambientales que utiliza, y afirma que la calidad de vida y calidad del servicio son aspectos cada vez más importantes para los consumidores, por lo que las empresas turísticas y las organizaciones públicas y privadas deben actuar de manera ambientalmente responsable. La industria del turismo requiere desechar las prácticas destructivas del medio ambiente y encaminarse hacia el turismo verde o sustentable, que hacen uso más sensato de los ambientes naturales y culturales.

A diferencia de otras industrias que se concentran solo en uno, la industria turística se compone de diferentes sectores (hoteles, restaurantes, transporte, operadores turísticos, etcétera) que ofrecen una variedad de productos y servicios. El impacto medioambiental de la industria turística en su conjunto tiene que ser valorado considerando el impacto de cada uno de sus sectores, tarea difícil, dada la pluralidad y características distintivas e intereses de cada uno.

Como el medio ambiente es uno de los componentes principales en que se basa la actividad turística, se esperaría que todos los actores involucrados en ella

(gobiernos, empresas, inversionistas, turistas, empleados, etcétera) tomaran las medidas adecuadas para garantizar su conservación y protección. Sin embargo, esto no siempre sucede en los desarrollos turísticos, particularmente en los países menos desarrollados. En muchos casos, los impactos del turismo y de los turistas en los entornos naturales y no naturales han sido más perjudiciales que beneficiosos. Los conflictos entre el turismo y la protección del medio ambiente han surgido cuando la maximización del beneficio y el desarrollo económico se han impuesto a la utilización sustentable de los recursos ambientales, como es el caso de la parte norte del estado de Quintana Roo, donde ha existido un desarrollo turístico importante que genera al país un tercio de los ingresos de capital internacional.

El desempeño ambiental está también estrechamente relacionado con el cumplimiento de la regulación ambiental, la cual puede derivar de las normas de comando y control tradicionales —establecidas por los gobiernos a nivel internacional, nacional y local— o ser adoptada como un sistema voluntario a través de la autorregulación (Forsyth, 1997; Goodall, 2003; Eden, 1993). En México, a nivel federal hay muchas leyes, decretos y acuerdos en materia ambiental, y toca a la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (Profepa) y a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) supervisar su aplicación. En los niveles estatales y locales, hay regulaciones ambientales para controlar el uso del suelo, proteger los recursos ambientales —especialmente los más frágiles— y regular la actividad de la industria, incluyendo la actividad turística. Sin embargo, la regulación voluntaria en todo el mundo ha demostrado ser más eficaz que la regulación de comando y control, dada la naturaleza ambigua y fragmentada de las leyes y acuerdos internacionales (Simon, 1996; Williams y Montanari, 1999).

La evaluación del desempeño ambiental es el proceso de examen, medida y verificación que determina el cumplimiento con los requisitos especificados en una norma o estándar aplicable (Toth, 2002). Depende en gran medida del sistema de gestión ambiental de la organización o de sus políticas y objetivos ambientales, de la regulación ambiental vigente y de las percepciones de la sociedad sobre la manera en que las actividades de una organización afectan al medio ambiente. En particular, las empresas deberán demostrar su conocimiento y cumplimiento de las normas o estándares ambientales, las regulaciones y las prohibiciones (Eckel, Fisher y Russell, 1992).

En esta investigación, la evaluación del desempeño ambiental se realizó tomando en consideración el cumplimiento de las regulaciones ambientales, las actitudes hacia la conservación y protección del medio ambiente y las políticas y prácticas ambientales que han puesto en marcha las pequeñas y medianas em-

presas turísticas (hoteles y parques en la Riviera Maya) para contribuir a mejorar los impactos ambientales negativos de sus actividades.

Área de estudio: la Riviera Maya

La Riviera Maya se encuentra al sur de Cancún y tiene una extensión de 150 kilómetros a lo largo del Mar Caribe, donde las comunidades de Puerto Morelos, Playa del Carmen, Puerto Aventuras, Akumal y Tulum se empezaron a desarrollar desde 1994 (Figura 1). El desarrollo del turismo en esta área ha crecido muy rápidamente desde que se inició hace aproximadamente 16 años. El número de habitaciones disponibles pasó de 300 en 1995 a 35,900 en 2008 (Fideicomiso Riviera Maya, 2008). De acuerdo con el director de planeación y desarrollo del turismo de la Secretaría de Turismo del estado de Quintana Roo (Lic. J. A. Álvarez González, comunicación personal, 1999), “no ha habido una curva en la tasa de crecimiento de esta área, sino una línea recta hacia arriba continua”, lo que ha significado, en varios casos, una pérdida de control de muchos de los proyectos turísticos que se han enviado para su aprobación después de la evaluación de impacto ambiental.

Figura 1
Área de estudio: la Riviera Maya



Fuente: <http://www.cancuncaribe.com/Maps.htm>

La oferta turística en la Riviera Maya en 1999 era de 220 hoteles registrados en la Asociación de Hoteles de Quintana Roo (AHQR), con 11,714 habitaciones de diferentes tipos y categorías (Cuadro 1). En 2008 el número de hoteles aumentó a 338 y el número de habitaciones a 35,452. La Riviera Maya ha superado el número de hoteles y habitaciones de Cancún, principal destino turístico del estado. En 1999, 24 de los grandes hoteles tenían entre 101 y 1,200 habitaciones, y fueron clasificados principalmente como de cuatro estrellas, cinco estrellas y gran turismo. Los 196 restantes eran en su mayoría micro, pequeñas y medianas unidades, con un número de habitaciones que oscilaba entre tres y 100, algunos clasificados como gran turismo, cinco estrellas y cuatro estrellas, y la mayoría de ellos de tres, dos y una estrella. Del total de hoteles, 64 por ciento se encontraba en Playa del Carmen, una pequeña comunidad de 20,000 habitantes, y el resto estaba repartido en la zona donde había ocho aldeas muy pequeñas, con una población total de 3,200 habitantes.

Cuadro 1
Oferta de hospedaje en la Riviera Maya, 1999, 2008

<i>Categoría</i>	<i>Riviera Maya</i>			
	<i>Número de hoteles</i>		<i>Número de cuartos</i>	
	<i>1999</i>	<i>2008</i>	<i>1999</i>	<i>2008</i>
Gran turismo y turismo especial	2	18	236	5,063
5*	16	56	5,093	22,855
4*	15	38	1,838	3,236
3*	20	59	1,341	1,551
1 y 2*	167	167	3,206	2,747
Total	220	338	11,714	35,452

Fuente: elaboración propia, con datos de la Asociación de Hoteles de Quintana Roo, A.C. (1999), Secretaría Estatal de Turismo (1999) y Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo (2009).

En 2008 el número de hoteles y habitaciones aumentó considerablemente (a 338 y 35,452, respectivamente). Del total de hoteles, 67 eran grandes y 271 micro, pequeños y medianos, con un número de habitaciones de entre 3 y 100, de los cuales 162 se encontraban en Playa del Carmen, 59 en Tulum y los restantes 50 en 15 comunidades muy pequeñas. Para esta investigación se tomaron en cuenta sólo los pequeños y medianos hoteles de la Riviera Maya, de entre 11 y 100 habitaciones: 146 en 1999 y 202 en 2008.

En el periodo en que esta investigación se llevó a cabo había también siete parques situados a lo largo de la Riviera Maya; cuatro de ellos se consideraban “parques de ecoturismo” o “parques ecológicos” (Xcaret, Xpu-ha, Xel-ha, y Tres Ríos) y los otros tres se proclamaban involucrados en asuntos del medio ambiente, con la conservación y protección de plantas, árboles, bosques y animales silvestres de la región como sus características principales. Estos parques eran el jardín botánico Alfredo Barrera Marín, las Cuevas de Aktun Chen (ahora Parque Natural Aktun Chen), cuyas principales atracciones son animales salvajes y cavernas y, por último, no incluido en este estudio, el zoológico de cocodrilos Crocócún. Sin embargo, debe mencionarse que uno de los cuatro parques, el Parque Ecológico Xpu-ha, se ha convertido en un hotel de gran turismo todo incluido que todavía conserva algunas de las atracciones del parque.

Metodología

El estudio se realizó como estudio de caso longitudinal, con una combinación de enfoques cualitativo y cuantitativo. Se seleccionaron pequeños y medianos hoteles y parques de la Riviera Maya para estudiarlos en dos períodos mediante la auditoría ambiental como proceso para medir el desempeño ambiental, la sensibilización ambiental y las actitudes hacia la protección y conservación del medio ambiente. Se recopilaron datos básicos acerca de las prácticas ambientales reales que las empresas han implementado para proteger la integridad del medio ambiente, su habilidad para hacer frente a los actuales problemas ambientales, su voluntad de mejorar su desempeño ambiental y el papel de los gobiernos federal y estatal para promover los tipos de turismo sustentables, incluido el ecoturismo.

La recolección de los datos se hizo mediante tres cuestionarios estructurados: uno dirigido a las pequeñas empresas de hoteles y parques, otro a funcionarios públicos en organizaciones gubernamentales de medio ambiente y turismo, y otro más a las organizaciones no gubernamentales (ONG) involucradas en temas ambientales y turísticos. Los cuestionarios se aplicaron a través de entrevistas formales a propietarios, gerentes generales, gerentes de mantenimiento y otras personas que estaban a cargo del proceso de toma de decisiones en los aspectos ambientales de los hoteles y parques, con una duración promedio de entre 40 y 60 minutos. En las organizaciones gubernamentales y las ONG se llevaron a cabo entrevistas personales formales, de 30 minutos en promedio, con los directores generales o administradores. Los datos recogidos sobre las prácticas ambientales establecidas por los hoteles y los parques se analizaron en

base a los cuestionarios y a la observación directa realizada en cada auditoría practicada para determinar la situación actual y proporcionar una perspectiva comparativa de los dos períodos involucrados en el proceso de investigación. El estudio se basa en gran medida en descripciones verbales de las experiencias de los participantes para captar el sentido humano de la vida social tal como la viven, experimentan y comprenden los participantes, y se consideró como el enfoque más adecuado para este estudio una combinación de análisis cualitativo y cuantitativo.

La investigación se realizó en 1999 y en 2008. La muestra de pequeños y medianos hoteles para el primer período se seleccionó de un total de 220 hoteles registrados en la AHQR, y estuvo conformada por 50 hoteles de diversas categorías, con entre seis y 100 habitaciones, que representaba poco más de un tercio del número total de hoteles registrados. La tasa de respuesta, sin embargo, fue poco menos de la mitad, es decir, 23 establecimientos (46 por ciento). En el caso de los parques, se obtuvo una tasa de respuesta superior (86 por ciento), ya que seis de los siete parques ubicados en la Riviera Maya participaron. Esto se atribuye a su interés por ser reconocidos como desarrollos ecoturísticos respetuosos del medio ambiente, y como negocios exitosos plenamente comprometidos con su conservación y protección.

En el segundo período se seleccionó la muestra de los 202 hoteles registrados como pequeña y mediana empresa en el Fideicomiso de Promoción Turística de la Riviera Maya (FPTRM), con entre 11 y 100 habitaciones, de los cuales se visitaron 50 (25 por ciento del total), y 30 participaron en la encuesta (60 por ciento de respuesta). En el caso de las autoridades gubernamentales estatales, en ambos periodos los entrevistados fueron: el subdirector de planeación y desarrollo de turismo de la Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo (Sedetur), el subdirector de la Secretaría de Medio Ambiente y Pesca (Simap) y, del gobierno local, el director de Desarrollo Urbano y Ecología de Tulum y la directora del Parque Natural Arrecifes de Xcalak. En cuanto a las ONG, se entrevistó al director de la Asociación de Hoteles de la Riviera Maya, A.C. y el director de la ONG Yum Balam, A.C, que conocen los puntos de vista de los inversionistas privados hoteleros relacionados con el medio ambiente y las opiniones de los ecologistas y ambientalistas.

Resultados

En el Cuadro 2 se observa que, en el primer período, todos los hoteles y parques encuestados consideraron importante la protección del medio ambiente para la

realización de sus operaciones; solamente 11 hoteles y cuatro parques dijeron que es extremadamente relevante para su funcionamiento, y los otros 12 hoteles y dos parques que era muy importante. Los resultados en el segundo período muestran el reconocimiento general y completo de la importancia de proteger el medio ambiente, y la proporción de hoteles pequeños y medianos que considera la conservación del medio ambiente como muy relevante para su éxito se incrementó a 87 por ciento. Todos los parques se han dado cuenta de lo mucho que dependen de la calidad de los recursos del medio ambiente y están llevando a cabo prácticas para contribuir a ese fin.

Cuadro 2
Regulaciones y políticas ambientales

<i>Variables ambientales</i>	<i>Riviera Maya</i>							
	<i>1999</i>				<i>2008</i>			
	<i>Hoteles</i>	<i>%</i>	<i>Parques</i>	<i>%</i>	<i>Hoteles</i>	<i>%</i>	<i>Parques</i>	<i>%</i>
1. Consideran importante la protección del medio ambiente	23	100	6	100	30	100	5	100
2. Consideran extremadamente relevante la conservación del medio ambiente para su operación	11	48	4	67	26	87	5	100
3. Consideran muy relevante la conservación del medio ambiente para su operación	12	52	2	33	4	13	5	100
4. Creen que los costos económicos ambientales son aceptables	19	83	6	100	17	57	5	100
5. Creen que volverse amigables con el medio ambiente les trae beneficios económicos	17	74	6	100	23	77	4	80

Fuente: información obtenida en campo, 1999, 2008.

Es interesante notar que, en el primer período (1999), la mayoría de los hoteles y parques consideró que la conservación del medio ambiente era un compromiso necesario y urgente, porque el éxito de sus negocios depende de la calidad de los atractivos que ofrecen a sus clientes, pero no creían que las prácticas ambientalmente amigables aseguraran su conservación. La mayoría entendía la importancia de la conservación del medio ambiente, pero esperaba

que otros tomaran acción. Por ejemplo, culpaban a las autoridades locales por no tener un programa para la recolección y disposición adecuada de residuos, argumentando que ésta era la razón principal por la que no separaban y disponían adecuadamente de ellos. Otros afirmaban que la falta de educación de los empleados —la mayoría de los cuales son residentes locales de origen maya— hacía que sus esfuerzos para proteger el medio ambiente fueran más difíciles, ya que tenían que gastar tiempo y dinero en educar a personas cuyas formas tradicionales de vida son muy difíciles de cambiar. Sin embargo, en el segundo período las percepciones cambiaron considerablemente con respecto a la forma en que visualizan la conservación del medio ambiente: se sienten más responsables del bienestar de los recursos que explotan para sus negocios y opinan que deben emplearse de manera racional, no sólo para permanecer en el mercado, sino también en beneficio de las generaciones futuras.

Algunas de las respuestas de los gerentes generales de los hoteles y parques acerca de la importancia de la protección y la conservación del medio ambiente fueron:

- El medio ambiente es parte de un ciclo ecológico para el bienestar de la humanidad y del planeta mismo, por lo tanto, hay que protegerlo.
- El medio ambiente es el lugar donde vivimos y es muy importante protegerlo por nuestra propia seguridad.
- Si contaminan nuestro medio ambiente, no tendremos nada que vender.
- Tenemos que proteger el medio ambiente para nuestros hijos.
- La protección del medio ambiente es vital para la vida humana.
- Tenemos que proteger nuestros recursos del medio ambiente si queremos que los turistas sigan llegando a Quintana Roo.
- Si dañan el medio ambiente, estás causando un daño a ti mismo ya que habrá más huracanes.
- Nuestro futuro depende del medio ambiente. Sin él no existiremos.
- El uso de los recursos naturales ofrece grandes beneficios, por lo tanto es de suma importancia cuidar de ellos.

No obstante, aún cuando parece que el medio ambiente es importante para estas empresas, y que están preocupadas por su estado actual, por la conservación de los recursos ambientales y porque se usen de forma sustentable, necesitan involucrarse más en el proceso de minimización de los impactos ambientales de sus operaciones, no sólo por las consecuencias que su negligencia les pueda causar —ya que, en la mayoría de los casos, esta falta de conciencia puede afectar su aceptación entre los clientes— sino también por los efectos adversos que causan dado su gran número. Esto a su vez, pone más presión sobre los gobiernos loca-

les y estatales para limpiar sus residuos. Desde el punto de vista ambiental, la relación entre la empresa y el medio ambiente debería hacer que las empresas respondieran a las presiones sociales y ecológicas. La sociedad los está exhortando a ser más responsables ambientalmente, ya que el turismo responsable es cada vez mayor y sus preferencias se demuestran por la demanda de servicios turísticos ecológicos. Los parques parecen tener mejor conciencia de la importancia de la conservación y protección del medio ambiente, la cual se ha visto reflejada en las acciones que de manera más activa han llevado a cabo en comparación con los hoteles.

Otra característica importante es que la mayoría de los hoteles en el primer período (83 por ciento, Cuadro 2) y todos los parques, consideraba aceptables los costos de adoptar prácticas ambientalmente responsables, por los beneficios económicos que podrían obtener. Pensaban que ser respetuosos con el medio ambiente les permitiría atraer más turistas para continuar en el negocio. La mayoría (74 por ciento) de los hoteles pequeños y medianos, y todos los parques, sabía de los beneficios que podrían ganar si adoptaran buenas prácticas ambientales. En el segundo período, sin embargo, su percepción cambió ligeramente, ya que sólo 57 por ciento consideraron que los costos son aceptables. Aún cuando se han dado cuenta de que necesitan invertir más capital si quieren ser más amigables con el medio ambiente, la mayoría de ellos no está segura de los resultados inmediatos que nuevas inversiones les puede brindar, hasta que no lo hace. Los siguientes comentarios muestran que la mayoría reconoce que hay muchos beneficios para contrarrestar los costos:

- Cada vez más empresas están optando por volverse ecológicas, porque si puedo decir que mi hotel es ecológico, más turistas lo escogerán para hospedarse.
- Hemos visto que nuestros costos se reducen considerablemente con las prácticas ambientales que hemos puesto en marcha.
- Si utilizamos fuentes alternativas de energía como la solar o la eólica, reducimos nuestros costos.
- Hay un montón de turistas con la cultura del medio ambiente que prefieren un alojamiento verde.
- Hay un costo-beneficio en el consumo de energía, en el uso de equipos de eficiencia energética y en tener empleados que son conscientes de los problemas ambientales.
- Si protegemos el medio ambiente, el lugar se ve mejor y atrae a más turistas.
- Trae beneficios económicos como la optimización de recursos y ahorro en costos a largo plazo, incluso si la inversión es alta.

En términos de conciencia ambiental se observa que, en general, los entrevistados están conscientes de los problemas ambientales y comprenden la importancia de la relación entre el turismo y el medio ambiente. El apoyo de este punto de vista surge del hecho de que en ambos períodos todos los pequeños y medianos hoteles y los parques afirmaron haber realizado prácticas ambientales en relación con el consumo de energía, uso del agua y disposición adecuada de residuos que les ayudan a reducir los costos de operación. La mayoría de ellos tiene una actitud muy positiva hacia la adopción de prácticas adecuadas para la protección y conservación del medio ambiente y muestra un gran interés por aprender acerca de las nuevas tecnologías no contaminantes y los métodos de ahorro de costos. Más aún, la mayoría de estas empresas considera que no son ellas sino las grandes empresas las culpables de la degradación del medio ambiente. Uno de los propietarios recomendó: “Usted debe hacer estas preguntas a los grandes hoteles en vez de a los pequeños, porque ellos son los que contaminan y destruyen más los recursos naturales de los que depende nuestro negocio”. Cabe señalar que los entrevistados en los hoteles fueron los gerentes generales y los gerentes de mantenimiento, y en los parques los gerentes de departamentos de medio ambiente, por lo que las respuestas guardan relación con el señalamiento de quién es el responsable de la ejecución y realización de las prácticas ambientales de las unidades.

Por lo que respecta a prácticas ambientales establecidas por hoteles y parques, los resultados del primer período mostraron que, en la Riviera Maya, 78 por ciento de los hoteles y el 83 por ciento de los parques investigados tenían un programa para reducir al mínimo el consumo de energía. Sin embargo, estos sólo incluyen, dependiendo del tamaño de la operación, las prácticas generales siguientes: uso de iluminación ahorradora de energía, sensores para bajar la temperatura de los calentadores de agua eléctricos o para apagarlos cuando no estén en uso, y pedir a los invitados a través de avisos en las habitaciones su colaboración para apagar las luces, aire acondicionado y ventiladores al salir de la habitación. Trece por ciento dijo haber establecido también horarios de encendido y apagado de las lámparas en los jardines, controles diarios para dejar de utilizar los motores y otros equipos eléctricos durante las horas pico, o utilizar generadores térmicos. Las prácticas en los parques eran en su mayoría las mismas que en los hoteles, pero sólo en dos de ellos el entrevistado hizo hincapié en la utilización de lámparas ahorradoras de energía en la mayoría de las áreas, y todos los entrevistados dijeron haber reducido las horas de apertura durante la temporada de invierno, que es una forma común de reducir el uso de energía.

Es importante mencionar que en algunas de las empresas los entrevistados mostraron gran interés por aprender otras prácticas para ahorrar y reducir al

mínimo el consumo de energía, y 80 por ciento de ellos dijo que considerarían la creación de una política en el futuro. En 61 por ciento de los casos el uso de iluminación eficiente de la energía es la única opción establecida.

Las principales fuentes de energía utilizadas por los establecimientos de alojamiento son la electricidad, gas, petróleo (gasolina) y diesel. Sólo en dos hoteles se hace uso de combustibles sólidos y madera. En los parques, electricidad, gas, petróleo y diesel fueron las más utilizadas y sólo un parque tiene paneles solares. Cabe señalar que la electricidad es proporcionada por la Comisión Federal de Electricidad (CFE), el único proveedor de electricidad en todo el país. Por lo tanto, todas las empresas tienen medidores de energía eléctrica de CFE al hacer el contrato de suministro de electricidad y dependen de la eficiencia de sus servicios.

Las áreas de mayor consumo de energía —principalmente electricidad y gas en los hoteles— fueron las cocinas y las habitaciones de los huéspedes, la lavandería y el aire acondicionado. La mayoría (69 por ciento) de los entrevistados en los hoteles dijo tener una política establecida para el mantenimiento de equipos eléctricos y objetivos para la reducción del consumo de energía en un porcentaje específico (20 por ciento en la mayoría de los casos), así como seguir utilizando lámparas ahorradoras, hacer uso de la condensación de los aires acondicionados para calentar el agua y emplear energía solar. Sólo la mitad mencionó tener equipos de eficiencia energética y practicar revisiones periódicas mensuales de la cantidad de energía que consume. Sesenta y cinco por ciento de los hoteles y 50 por ciento de los parques capacitaron a su personal para el consumo eficiente de energía, apagar luces en las habitaciones y áreas públicas y el aire acondicionado y aparatos eléctricos cuando no estén en uso. En cuanto a los costos y la tasa de consumo, la mayoría no proporcionó información, ya sea porque la persona entrevistada no tenía los registros a mano o porque no se le permitió dar a conocer detalles. Sin embargo, su interés en la adopción de nuevas prácticas y tecnologías para el ahorro de costos es evidente.

En el segundo período (2008), los resultados mostraron que todos los hoteles y los parques reconocieron los problemas ambientales que podrían poner en peligro el futuro del turismo en la Riviera Maya, y que están tratando de reducir los efectos de sus actividades con prácticas ambientalmente racionales. El suministro de electricidad sigue en manos de CFE y se usan medidores. Ochenta y tres por ciento de los pequeños y medianos hoteles en la Riviera Maya y todos los parques tienen una política para minimizar el consumo de energía, incluyendo prácticas como reducción del consumo de energía en horas pico y en las tardes (de 18 a 22 horas), apagar luces de oficinas y equipo de lavandería, dejar luces encendidas sólo en 50 por ciento de los espacios públicos. Trece

por ciento usa paneles solares y generadores de energía eólica, el 60 por ciento apaga aparatos eléctricos y electrónicos cuando no están en uso, 12 por ciento ha colocado sensores en baños, 28 por ciento solicita a los huéspedes colaborar apagando luces y aire acondicionado cuando no estén en las habitaciones, 72 por ciento utiliza medidores de tiempo en bombas de agua, iluminación y aire acondicionado, 40 por ciento ha fijado periodos para encender y apagar las luces en diferentes áreas, 92 por ciento cambia los equipos eléctricos cuando es necesario, 32 por ciento entrena a camaristas para apagar luces y aire acondicionado, aprovechar la luz solar y llevar a cabo el control y la supervisión del uso de la electricidad diariamente en las habitaciones, oficinas y áreas públicas, y 20 por ciento tiene certificados del Fideicomiso para el Ahorro de Energía Eléctrica (FIDE), un organismo privado sin fines de lucro establecido en 1990 por la Secretaría de Energía y la CFE, las cámaras empresariales del país y el Sindicato de Trabajadores de la Electricidad de la República Mexicana. El FIDE otorga un certificado por el uso de equipos, materiales y tecnologías con un alto grado de eficiencia en el consumo de energía eléctrica y establece horarios de verano e invierno desde 1996 (FIDE, 2009). Debido a la falta de promoción entre los pequeños y medianos hoteles, sólo 20 por ciento de ellos en la Riviera Maya ha hecho uso del FIDE. Sin embargo, es posible obtener una gran cantidad de ayuda financiera para iluminación eficiente y energía para el equipo. En el caso de los parques, tres tienen un sistema de gestión ambiental establecido, y los otros dos una política para reducción del consumo de energía.

Además de electricidad, gas, gasolina y diesel para vehículos, 13 por ciento ha utilizado energía solar térmica y energía eólica para producir electricidad. La mitad de los pequeños y medianos hoteles y todos los parques usan generadores de electricidad, principalmente de diesel para casos de emergencia cuando sufren cortes de electricidad. Las áreas y actividades que consumen más energía en estos establecimientos son: habitaciones, cocina, lavandería, recepción, restaurante y bares (sobre todo en aire acondicionado), servicio de lavandería, calderas de habitaciones, iluminación, refrigeración, ventiladores y enfriadores. Setenta y cinco por ciento de los hoteles y todos los parques han fijado objetivos para reducir el consumo de energía entre 20 y 40 por ciento sin afectar las operaciones comerciales, establecer horarios y temporizadores para activar las luces de encendido y apagado, involucrar a los turistas en sus políticas de consumo de energía a través de señales y avisos para que apaguen luces y aire acondicionado cuando no están en las habitaciones, e invertir en nuevas instalaciones y equipos de eficiencia energética. Noventa y dos por ciento de los hoteles y todos los parques tiene un programa de mantenimiento de equipos eléctricos, inspeccionado en promedio cada seis meses, 54 por ciento cuenta con equipos de ahorro de

energía (como aire acondicionado, calderas de alto rendimiento y calentadores solares) y la mayoría ha instalado luces de eficiencia energética en 90 por ciento de las áreas de sus instalaciones. Sesenta y tres por ciento de los hoteles y todos los parques realizan inspecciones periódicas del equipo para determinar su eficiencia energética y cambian los ineficientes. También, 54 por ciento de los hoteles y 60 por ciento de los parques tienen un programa de capacitación del personal para la optimizar energía y llevan a cabo prácticas para controlar el uso de energía del aire acondicionado y refrigeración. Los costos y tasas de consumo de energía no se obtuvieron por la misma razón que el primer período, pero dijeron que, en promedio, el costo del consumo de electricidad ocupa entre 30 y 80 por ciento de la factura energética total, seguido por gas (diez y 40 por ciento) y entre cinco y 15 por ciento en gasolina y diesel. Los parques fueron los únicos que dieron estos datos, que van desde 1'627,850 a 2'205,700 kilowatts en promedio en los últimos tres años, con costos que van de \$137,295 a \$213,046 dólares estadounidenses en promedio durante el mismo período. Por último, 58 por ciento de los hoteles no conoce los programas gubernamentales de ahorro de energía, sólo 42 por ciento conoce acerca de FIDE, y 20 por ciento se ha involucrado en sus programas. Esta pregunta no se hizo en el primer período porque no se tenía ninguna de estas iniciativas.

Conclusiones

Los hoteles pequeños y medianos y los parques han reconocido la importancia del medio ambiente, como muestran las acciones estratégicas y las políticas que están llevando a cabo para mejorar los impactos de sus operaciones, aunque los beneficios económicos todavía tienen prioridad sobre el medio ambiente. Las principales conclusiones de este estudio revelan que:

Los hoteles pequeños y medianos y los parques de la Riviera Maya se preocupan por el medio ambiente y consideran muy importante su protección. Están conscientes de los problemas ambientales globales y de que es necesario el uso sustentable de los recursos ambientales para prosperar y lograr la seguridad de la vida de las generaciones futuras.

Consideran que un medio ambiente limpio y seguro atraerá a más clientes, como resultado de su respuesta a contribuir a un entorno verde siendo más respetuosos con el medio ambiente, y que esto tiene implicaciones potenciales para atraer mayor número de turistas y aumentar su participación en el mercado.

Consideran benéfico para sus operaciones el cumplimiento de las regulaciones y la legislación ambiental, y muy importante para la protección y conserva-

ción de la calidad de los recursos naturales de los que dependen sus empresas, y ven la participación en las acciones ambientalmente responsables como un paso necesario para el éxito. También perciben que las regulaciones y leyes ambientales son responsabilidad de los gobiernos federal y estatal. No obstante, consideran que la aplicación de los procedimientos es una molestia para sus operaciones y reconocen que demasiadas regulaciones hacen que el cumplimiento sea más difícil, porque son demasiado complejas y no se aplican de manera uniforme, dependiendo de la discreción de las autoridades.

La investigación sugiere que muchos de los hoteles pequeños y medianos y los parques cumplen con las leyes y reglamentos ambientales, principalmente por miedo al castigo más que por interés de volverse amigables con el medio ambiente. Sólo una proporción muy pequeña de los hoteles y todos los parques tienen una actitud positiva hacia el cumplimiento y han adoptado acciones conscientes, a menudo para fines de mercadotecnia y financieros, más que por su compromiso con la conservación y protección del medio ambiente. Por lo tanto, son el mercado y los beneficios financieros, y no las regulaciones, los factores más importantes detrás de las respuestas de los hoteles pequeños y medianos y los parques a dicha apreciación de la conciencia ambiental.

La mayoría de los hoteles pequeños y medianos y todos los parques están llevando a cabo algunas acciones para mejorar su desempeño ambiental, para mostrar su compromiso y el conocimiento de las cuestiones ambientales.

Por último, aunque estos hoteles y parques de forma individual no tienen un impacto ambiental significativo a nivel nacional o mundial, pueden causar efectos perjudiciales a nivel local cuando se consideran en su conjunto, ya que a menudo suponen que porque son pequeños y medianos tienen poco impacto. Por lo tanto, los enfoques alternativos (tales como la autorregulación a través de sistemas de gestión ambiental) son necesarios para motivarlos a ser más respetuosos del medio ambiente.

El papel de las autoridades gubernamentales en el establecimiento de las regulaciones ambientales es crucial para el crecimiento y la promoción del turismo sustentable. Las ONG se centran más en llamar la atención sobre la falta de eficiencia del gobierno para llevar a cabo acciones para detener la degradación ambiental de los recursos naturales, sociales y culturales. Los hoteles pequeños y medianos y los parques en el Caribe Mexicano están conscientes de que el reconocimiento de los problemas ambientales que amenazan el futuro de la industria del turismo no es suficiente para contrarrestar las consecuencias para sus negocios, y más acciones *proactivas* deben llevarse a cabo.

Referencias

- Asociación de Hoteles de Quintana Roo, A.C. (1999) *Directorio de Hoteles de la Riviera Maya*, Cancún, México.
- Buckley, R. (2002) "Tourism ecolabels". *Annals of Tourism Research*, vol. 29, núm. 1, pp.183-208.
- Carter, R., D. Whiley y C. Knight (2004) "Improving environmental performance in the tourism sector", *Journal of Ecotourism*, vol. 3, núm.1, pp. 46-68.
- Eckel, L., K. Fisher y G. Russell (1992) "Environmental performance measurement", *CMA The Management Accounting Magazine*, Marzo de 1992, pp. 16-23.
- Eden, S. (1993) "Constructing environmental responsibility: Perceptions from retail business", *Geoforum*, vol. 24, núm. 4, pp. 411-421.
- FIDE (2009) Sección Servicios, Fideicomiso para el Ahorro de Energía Eléctrica <<http://www.fide.org.mx/index2.html>>, revisado el 18 de abril de 2009.
- Fideicomiso Riviera Maya (2008) "Romperá Riviera Maya marca de tres millones de visitantes en 2008", *Noticaribe Quintana Roo* <<http://www.noticaribe.com.mx/rivieramaya>>, revisado el 9 de febrero de 2009.
- Font, X. (2002) "Environmental certification in tourism and hospitality: Progress, process and prospects", *Tourism Management*, vol. 23, núm. 3, pp. 197-205.
- Forsyth, T. (1997) "Environmental responsibility and business regulation: The case of sustainable tourism", *The Geographical Journal*, vol. 163, núm. 3, pp. 270-280.
- Goodall, B. (1992) "Environmental auditing for tourism", en: Cooper, C. y A. Lockwood (eds.) *Progress in Tourism, Recreational and Hospitality Management*, vol. 4, Belhaven Press, Londres, pp. 60-74.
- Goodall, B. (2003) "Environmental auditing: A means to improving tourism's environmental performance", en: Cooper, C. (ed.) *Classic Reviews in Tourism. Aspects of Tourism*, Channel View Publications, Clevedon, Reino Unido, pp. 192-226.
- Gray, R., L. Bebbington y D. Walters (1993) *Accounting for the Environment*, Chartered Association of Certified Accountants, Paul Chapman Publishing Ltd., Londres, pp. 3-8.
- Honey, M. y A. Rome (2001) *Protecting Paradise: Certification Programs for Sustainable Tourism and Ecotourism*, Institute for Policy Studies, Washington, D. C.
- Howes, R., J. Skea, y B. Whelan (1997) *Clean and Competitive? Motivating Environmental Performance in Industry*, Earthscan Publications, Ltd., Londres.

- James, P. (1994) "Business environmental performance measurement", *Business Strategy and the Environment*, vol. 3, núm. 2, pp. 59-67.
- Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo (2009) *Indicadores turísticos enero-diciembre 2006*, Departamento de Estadísticas <<http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/2006/diciembre.php>>, revisado el 22 de mayo de 2009>.
- Secretaría Estatal de Turismo (1999) *Relación de hoteles de la Costa Maya*, Gobierno del Estado de Quintana Roo, Dirección de Sistemas, Información y Estadística, Chetumal, México.
- Simon, F. (1996) "Regulating ecotourism: Legal frameworks and market guidelines", en: Malek-Zadeh, E. (ed.) *The Ecotourism Equation: Measuring the Impacts*, Yale School of Forestry and Environmental Studies, Bulletin Series 99, Yale University, New Haven, Connecticut, Estados Unidos, pp. 192-197.
- Smith, D. (1993) "Business and the environment: Towards a paradigm shift?", en: Smith, D. (ed.) *Business and the Environment: Implications of the New Environmentalism*, Paul Chapman Publishing, Ltd., Londres, p. 1.
- Toth, R. (2002) "Exploring the concepts underlying certification", en: M. Honey (ed.). *Ecotourism & Certification. Setting Standards in Practice*, Island Press, Washington, D. C., pp. 73-101.
- Welford, R. (1994) "Where are we now and where are we going?", en: Welford, R. (ed.) *Cases in Environmental Management and Business Strategy*, Pitman Publishing, Londres, pp. 3-15.
- Williams, A. y A. Montanari (1999) "Sustainability and self-regulation: Critical perspectives", *Tourism Geographies*, vol. 1, núm. 1, pp. 26-40.
- Young, C. (1999) "Measuring environmental performance", en: Welford, R. (ed.) *Corporate Environmental Management 1. Systems and Strategies*, segunda edición, Earthscan Publications, Ltd., Londres, pp. 148-174.

X

La zona costera de Cartagena, Chile, y la sustentabilidad ambiental de un turismo social masivo. Fundamentos conceptuales para su ordenación integrada

Belfor Fernando Portal Valenzuela¹

Introducción

Si consideramos que el ocio es un bien social, al cual todas las personas tienen derecho y que representa un elemento importante en el desarrollo económico del país, se hace necesaria la aplicación de políticas públicas y estrategias privadas de negocio que fomenten el incremento en innovación y en la calidad del destino turístico. Estas iniciativas permitirán revertir el creciente deterioro que presentan los recursos turísticos de la zona costera y gestionarlos eficientemente.

La comuna de Cartagena en la Costa Central de Chile se caracteriza por la calidad de sus balnearios de sol y playa, lo que hizo de esa zona el principal destino turístico a principios del siglo pasado para la clase alta de Santiago. Más tarde, la accesibilidad al balneario dio lugar a la llegada de una creciente cantidad de veraneantes provenientes también de la Región Metropolitana de Santiago, en su mayoría de un nivel socioeconómico bajo, atraídos por los convenientes precios de los hospedajes y los atractivos naturales del balneario. Hoy día, el

1. Universidad de Santiago de Chile, Chile. Correo electrónico: belfor.portal@usach.cl.

turismo se ha transformado en un fenómeno masivo (17 mil habitantes permanentes, más un promedio diario de 350 mil personas como población flotante estival) lo que representa graves problemas de congestión y deterioro ambiental.

Como ciudad turística, Cartagena claramente ha evolucionado de acuerdo al modelo de Butler (1980) y se encuentra actualmente en la etapa de declinación habiendo superado su rango de capacidad de carga crítica. Sin embargo, la demanda turística (el principal indicador), no muestra una disminución, sino, por el contrario, aumenta año con año, agravando el problema de sobrecarga de los recursos turísticos existentes. Cartagena se encuentra en una etapa propicia para investigar su trayectoria evolutiva después de haber alcanzado su rango crítico de capacidad de los elementos. Aunque ya no aparecen definidos los elementos y factores que estructuran los escenarios futuros (Butler, 1980), es posible evaluarlos de acuerdo a parámetros como capacidad de carga alcanzada, calidad de los recursos turísticos y sustentabilidad ambiental y cultural de la zona. Esta investigación representa un avance post-Butler y un planteamiento nuevo en términos de las posibilidades de sustentabilidad ambiental de una zona sometida a alta presión turística, cuya oferta del producto turístico carece de calidad a causa de una demanda de bajo poder adquisitivo.

Las zonas litorales de Chile no siempre han sido objeto de una política coherente. Carentes de un marco jurídico realista que posibilite la explotación racional de sus diferentes vocaciones, la planificación que se ha realizado separa el medio ambiente marino del terrestre y desagrega el geosistema. En consecuencia, las actividades turísticas han evolucionado y utilizado los recursos disponibles de manera espontánea. Históricamente, no han existido grandes inversiones para la conservación y regeneración de las playas, las cuales suelen presentarse contaminadas e insalubres, con su capacidad de carga agotada y carentes de infraestructura, equipamiento y conservación del patrimonio histórico. Tal es el caso de Cartagena.

Desarrollo de la investigación

Hipótesis

Utilizando como base metodológica el Modelo de Demanda de Recursos Turísticos (Portal, 2008), suponemos que los componentes y factores socio-económicos que conforman el turismo social y masivo de bajos ingresos en el borde costero de la comuna de Cartagena distorsionan la evolución cíclica que formuló Butler (1980) para las áreas turísticas.

Objetivo

El objetivo general de esta investigación es disponer, mediante la aplicación de la teoría de Butler (1980) al balneario de Cartagena, de un modelo de evolución del turismo condicionado por una demanda de nivel socioeconómico bajo, para pasar a la formulación de un Plan de Manejo Integral de la Costa.

Fundamentos conceptuales

Para comprender la problemática descrita anteriormente, es indispensable determinar conceptualmente algunos elementos trascendentes para el turismo costero.

Lo esencial del turismo

Sabemos que el turismo es consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre. El tema recurrente cuando se trata de tiempo libre son los viajes: las personas se trasladan desde su lugar de residencia a un lugar de destino, pero tienen que regresar. Por otra parte, en torno a los viajes se desarrolla un importante número de actividades cuya finalidad es satisfacer al visitante, constituyendo éstas una trama de relaciones que caracterizan su funcionamiento y que estructuran un espacio turístico (Boullón, 1985). El turismo en esta investigación corresponde a un turismo doméstico; ya que nos preocupan los visitantes del país que se trasladan dentro de su propio territorio.

La gestión y el manejo integral de las zonas costeras

En función de la realidad espacial compleja y multifuncional que presenta el litoral, la gestión y el manejo de las zonas costeras debe poseer un carácter marcadamente integrador que considere la participación y las acciones de todos los sectores relevantes vinculados a la actividad turística; permitiendo, a través de una coordinación estratégica, el uso de los recursos disponibles en niveles de conservación y uso múltiple sostenido.

La gestión y manejo integrado de la zona costera se materializa fundamentalmente a través de un proceso de ordenación territorial integrado, el cual debe disponer de una base jurídica-institucional que incluya variados instrumentos de ordenación (planes nacionales, regionales, intercomunales, metropolitanos y locales. De esta manera, al incluirse la actividad turística en los planes de ordenamiento —en especial en los de escala local— como es el Plan Regulador

Comunal, se asegura el desarrollo de la actividad en unos estándares de sustentabilidad ambiental aceptables.

La zona costera: un espacio de alta fragilidad

Como zona de contacto, el litoral muestra realidades físicas y biológicas que son resultado de la gran variedad de factores que intervienen en su constitución. Esto hace que la costa sea extremadamente sensible a la acción del hombre. Una de estas actividades es el turismo masivo que, aunque sea el último llegado al litoral, es por su dinamismo el factor que ha puesto en evidencia la fragilidad del geosistema costero, produciendo una creciente mutación del escenario natural. Lo que conocemos como humanización del paisaje litoral no es otra cosa que la materialización de los asentamientos humanos, en una estrecha disputa por el escaso espacio con los cultivos, con los bosques, con los cauces de los ríos y con el mismo mar. Sin embargo, no podemos desconocer que el turismo es un extraordinario instrumento de desarrollo socioeconómico para aquellas áreas deprimidas poseedoras de una oferta de recursos naturales.

Hoy día, el eje costero se muestra como un espacio lineal cuyos múltiples efectos de polarización implican formas originales y dimensiones diferenciadas de organización de sus asentamientos humanos. Las numerosas ventajas derivadas de esta situación, calificada como privilegiada, tienen sus inconvenientes. Fundamentalmente, el eje costero se ha transformado en una zona congestionada espacialmente en el período estival. Las transformaciones provocadas por el turismo, de carácter natural como cultural, han sido incentivadas por la generalización de los períodos vacacionales, el uso intensivo del automóvil y las mejoras viales que hacen de la actividad turística litoral masiva su preferencial producto de consumo para miles de personas al año. El binomio sol y playa es la fórmula mágica que atrae a una mayor proporción de turistas hacia la costa (Barragán, 1994).

Implicaciones espaciales del turismo masivo

Fraguell, Sansbelló, Lluís, Mundet y Cerdán (1995) plantean que, en sus inicios, el turismo de masas no difería de las motivaciones recreativas que llevaron a los primeros turistas a viajar: escapar de la cotidianidad y la complejidad y encontrar países exóticos y diferentes. Pero, a medida que el turismo de masas se acerca a la clase obrera y su éxito se sustenta en la base de garantizar unas vacaciones baratas, la congestión, la simplicidad y la homogeneidad se convierten en las reglas definitorias de dicho modelo. Lamentablemente, la valorización cuan-

titativa frente a la cualitativa ha imperado por encima de cualquier otra lógica, y es la principal responsable de los procesos de degradación ambiental propios de la mayor parte de los distintos destinos turísticos de masas.

Procesos de saturación, como la falta de renovación de la oferta y los planteamientos productivistas del turismo de masas, centrados en obtener beneficios a corto plazo, conllevan una rápida degradación del ambiente, con el consiguiente descenso de la afluencia de personas con mayor poder adquisitivo. Ante esa ruptura del equilibrio precio-calidad, los destinos turísticos de masas suelen decantarse por la política de precios bajos para mantener una tasa elevada de ocupación. A pesar de lo incipiente del fenómeno turístico, la mayor parte de estos espacios se halla en el estadio de madurez del ciclo de vida del producto definido por Butler (1980). Finalmente, debemos tener presente la estacionalidad, ya que el turismo de masas se asocia a un turismo vacacional de temporada corta, especialmente en las zonas litorales, lo cual lo hace extremadamente agresivo en términos ambientales.

La irrupción del turismo social y su transcendencia política, económica y social en un país en vías de desarrollo

Existe, en primer lugar, una aproximación desde el Estado en que se concibe el turismo social como el conjunto de fenómenos en relaciones concatenadas que resultan al participar en la actividad turística las clases trabajadoras de ingresos medios y bajos, con bases y medidas específicas de carácter político, económico y social, estas medidas implican la prioridad de metas y servicios sobre aquellas que reflejan afán de lucro, sin que ello signifique la necesidad de subsidios de carácter permanente.

Las medidas de carácter social que deben existir son de carácter legislativo y financiero. A las primeras se debe el derecho al descanso y a las vacaciones pagadas. En el plano financiero, es el sector público el que facilita el equipo indispensable y favorece al consumidor con prestaciones y estímulos. Sin embargo, no solo interviene el gobierno con mecanismos de subsidios, sino que también se debe hacer presente la iniciativa privada, ya que el turismo social no se concibe como una actividad caritativa o desprovista de interés económico para los prestadores de servicios turísticos y para el país en su conjunto.

Se puede concluir que en el turismo social el trabajador es el protagonista de las relaciones existentes en todo el proceso productivo; por lo tanto, la contrapartida del tiempo que éste dedica al trabajo debe ser el tiempo libre, el de las vacaciones, el descanso, la recreación y la libertad de viajes. De esta forma,

el turismo social aumenta la capacidad de trabajo, por los efectos que produce sobre la salud física y psíquica del trabajador.

Hacia un turismo sustentable

Los economistas especializados en desarrollo sustentable lo definen como,

Un estilo que busca en cada región soluciones específicas a problemas concretos tomando en consideración el entorno natural y cultural, atendiendo a las necesidades inmediatas y a las de largo plazo. Se trata de encontrar los medios de armonizar el desarrollo socioeconómico con un manejo adecuado de los recursos naturales y el medio ambiente (Troncoso, 1995).

Según el Informe Brundtland de la Organización de las Naciones Unidas (1987: 24). La sustentabilidad se define como: “la satisfacción de las necesidades de la población actual sin comprometer la capacidad de las generaciones venideras de satisfacer sus propias necesidades”. Esta definición, que después se matizó y cambió según los enfoques y según el sector al que se aplica, no ha perdido sus cualidades esenciales de buscar la satisfacción de las necesidades de la población y la responsabilidad transgeneracional (es decir, en el largo plazo).

Al relacionar el turismo con la sustentabilidad debemos considerar dos tendencias: la primera, que el concepto de turismo sustentable es planteado como respuesta ante las externalidades negativas de tipo económico, social y medioambiental que se han generado por el desarrollo de este sector en los destinos y la búsqueda de soluciones para evitarlas en formas preventivas y remediales. En segundo lugar, el turismo se inserta en la búsqueda de una definición y de formas de implementación de un desarrollo general sostenible en la zona y al interior del debate general sobre el turismo sustentable a escala global y sus posibilidades para los países en desarrollo. La ha definido el desarrollo turístico sostenible considerando los siguientes aspectos:

El desarrollo turístico sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida OMT (2002: 53).

En el contexto de esta declaración fundamental se puede distinguir un principio básico: la conservación de los recursos naturales y culturales para su uso continuado en el futuro, reportando así al mismo tiempo beneficios a la sociedad actual.

Esta perspectiva del desarrollo sustentable reviste especial importancia para el turismo, dado que este sector depende principalmente de las actividades y atracciones turísticas que guardan relación con el entorno natural y con el patrimonio cultural e histórico. Si estos recursos se degradan o destruyen, el turismo decae. De esta manera, el turismo sustentable puede mantener un alto nivel de satisfacción turística de manera que los destinos conserven su comerciabilidad y prestigio en el tiempo. Si el visitante no está satisfecho con la calidad de la oferta turística, la zona no podrá retener su cuota de mercado y seguir siendo un destino viable.

El espacio turístico y su capacidad de carga

La capacidad de carga o acogida es definida como el nivel de explotación que puede soportar un sitio turístico (balneario, lago, playa, área silvestre protegida, etcétera) en función de las variables de superficie o extensión, equipamiento y servicios. A ellas se agrega una variable adicional que incide directamente sobre las señaladas anteriormente y que está relacionada con el tipo o formas de turismo que realizan los visitantes que acuden a un lugar. El turismo de sol y playa origina, en cierto momento de la temporada estival, una fuerte presión sobre el equipamiento hotelero y los servicios conexos, pudiéndose hablar de una situación de sobrecarga turística. Esta situación se produce también en ciertos días muy específicos del período estival (preferentemente los fines de semana) o simplemente a ciertas horas sobre los terrenos de playa. Así, se pueden constatar escenarios distintos de lo que puede entenderse como capacidad de carga de un sitio, dándose el caso que la capacidad de las playas sea suficiente a lo largo de la temporada estival respecto de la superficie física disponible, pero insuficiente respecto de la capacidad hotelera, condiciones ambientales y servicios públicos disponibles, principalmente agua potable, electricidad, estacionamientos y teléfonos. Esta insuficiencia en la capacidad de alojamiento y calidad ambiental puede ser extrapolada a una gran cantidad de balnearios y sitios de lagos, playas y ríos de Chile que, entre la última semana de enero y tercera de febrero, reciben el impacto del pico turístico estival.

El estudio de la capacidad de un sitio turístico considera las siguientes variables: la superficie del área y el espacio utilizables, el relieve, la geología y morfología dominantes, la fragilidad de los ecosistemas terrestres y acuáticos, el

tipo, la densidad y la distribución de la cobertura vegetal, las especies y su distribución, los hábitos de vida y reproducción de la fauna, los elementos arqueológicos y paleontológicos, los elementos socioeconómicos, las características del poblamiento, su localización y las etnias, las actividades productivas dominantes en el área (mineras, agrícolas, silvopastorales, pesca, etcétera) y las superficies reservadas a dichas actividades, el modo de vida local y los elementos histórico-culturales presentes, los elementos de infraestructura y equipamiento, la calidad y densidad de la red vial existente y servicios conexos, el tipo, la cantidad y la calidad de equipamiento construido (hotelero, áreas de camping, refugios, alimentación, servicios básicos —agua potable, electricidad, sistemas de evacuación de aguas servidas, sistema de recolección de basura y capacidad de estacionamiento— etcétera), además de otros servicios (de información, acogida, manutención, interpretación y seguridad turística) incluyendo la planificación y la gestión del territorio (zonificación y uso de los espacios, número y competencia técnica del personal asignado —administrativo, guías, personal de salvamento, etcétera—) y recursos financieros.

Respecto a la estimación de la carga desde el punto de vista espacial, se parte de una propuesta de superficie que un turista requiere para el desarrollo de sus actividades de esparcimiento. Estos estándares deben adecuarse a las diferentes situaciones recreativas.

Hacia una gestión ambiental del turismo

Sobre la gestión ambiental del turismo, Gubbay (2003), al referirse a la administración y gestión de los espacios litorales, dice que el interés de la gestión del espacio litoral suele girar en torno a la resolución de los conflictos generados entre los diferentes usos y la asignación de los más apropiados a los recursos costeros. De acuerdo con esta definición, el primer objetivo de la gestión del espacio litoral es proporcionar una serie de directrices a los responsables de la toma de decisiones, en el sentido de que la demanda de las numerosas actividades encuentren acomodo sin perturbarse unas a otras, al tiempo que se respete el equilibrio del sistema natural y el uso y disfrute de los miembros de la comunidad.

Se puede complementar esta noción de gestión del espacio litoral y del turismo con las ideas expresadas por Hoozemans (1992) cuando afirma que esta tiene como tareas encomendadas la planificación, el diseño y la construcción de infraestructuras, la regulación, el control, el funcionamiento y el mantenimiento. Su amplia visión se entiende mejor al considerar que la primera meta de la gestión es conseguir los bienes y servicios necesarios de acuerdo con los objeti-

vos formulados. Objetivos tan genéricos en el campo científico no pueden más que conducir a una considerable gama de posibilidades en la administración y la gestión del espacio litoral en los distintos países o regiones. Tales posibilidades se reflejan de una manera u otra en la estructura organizativa creada a tal efecto, como la normativa vigente que proporcione el marco legal, el aparato político que asigne los recursos y especifique los objetivos y los cuerpos técnicos de la administración pública cuyo significado se traduce en la ejecución de las políticas diseñadas.

En resumen, podemos afirmar que la complejidad que desde el punto de vista físico y humano muestra el espacio litoral, genera dificultades para ser gestionado como una unidad territorial cualquiera. En otras palabras, los inconvenientes surgidos para la gestión de un espacio tan singular provienen, en parte, de la concurrencia de un elevado número de administraciones sectoriales (pesca, defensa, medio ambiente, obras públicas, minería, urbanismo, industria, agricultura) y de todas las escalas administrativas competentes (local, provincial, metropolitana, regional, nacional, supranacional). Los distintos enfoques, perspectivas, intereses y posibilidades de estas administraciones hacen realmente ardua las tareas no solo de coordinación en la aplicación de normativas vigentes, sino incluso de concreción de objetivos, criterios, estrategias, medidas de intervención, medios técnicos y recursos financieros; pero es un esfuerzo que Chile debe necesariamente realizar.

La aproximación de R. Butler a una teoría interpretativa de los espacios turísticos

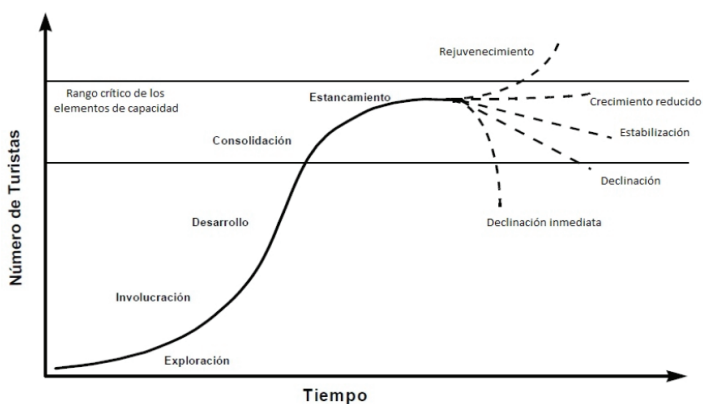
La problemática descrita nos hace suponer que el espacio litoral de Cartagena está dirigido, en su funcionalidad, por un conjunto de leyes que rigen su evolución. Esto permite enmarcarlo dentro de una teoría de carácter general que facilite la comprensión y verificación de la realidad expuesta. La consideración de que los espacios turísticos son extraordinariamente dinámicos, y que ellos cambian y evolucionan constantemente en el tiempo, es la principal referencia teórica en la que se enmarca nuestra hipótesis. El modelo que más se adecua al problema que nos preocupa es el formulado por Richard Butler (1980), (Figura1). Este modelo clásico permite sustentar teóricamente la hipótesis planteada, seleccionar las variables más significativas para el análisis y, finalmente, comprobar o rechazar la hipótesis. El modelo está basado en el concepto ciclo-producto, según el cual la venta de un producto actúa lentamente al principio, luego experimenta una rápida proporción de crecimiento hasta estabilizarse y, subsecuentemente, declina. En otras palabras, se trata de una curva asintótica.

Las etapas que describe Butler en su modelo son las siguientes:

1. Exploración. Se caracteriza por la existencia de un pequeño número de turistas atraídos al área por su inusual belleza natural o por sus recursos culturales de gran valor.
2. Envolvente. A medida que el número de visitantes aumenta con regularidad, algunos residentes de la localidad se involucran en esta nueva actividad y proveen servicios principal o exclusivamente a los visitantes.
3. Desarrollo. Corresponde al momento en que el área es capaz de mostrar un mercado definido, formado en parte por la densificación de la publicidad.
4. Consolidación. En el transcurso de esta etapa, Butler afirma que la proporción de aumento del número de turistas declinará, pero este número excederá a la población permanente.
5. Estancamiento. Cuando el área entra en esta etapa, se alcanza la cifra pico de visitantes y muchas variables llegan o exceden a sus máximos niveles de capacidad. Estos problemas se manifiestan en términos de factores ambientales, deterioro de la planta física, factores sociales o consecuencias de orden económico, como es la pérdida de imagen; es decir, el área ya no estará de moda y, por consiguiente, la demanda disminuirá.
6. Declinación. Según el modelo, el área en este momento no es capaz de competir con otras áreas más nuevas y se enfrentará a un mercado declinante en términos económicos y espaciales.

Figura 1
Modelo de Butler

Representación del ciclo de evolución de una área turística



Fuente: Butler (1980: 5-12).

La recopilación de información documental, bibliográfica, estadística y cartográfica, y la encuesta en terreno, han posibilitado la elaboración de un diagnóstico que ha permitido obtener conclusiones respecto a la hipótesis planteada.

Diagnóstico por subsistemas de la actividad turística

Subsistema natural. Las playas de la comuna están sobreutilizadas, especialmente la Playa Chica. La capacidad diaria de todas las playas es, en teoría, de 46,161 veraneantes, mientras que la afluencia real diaria ha llegado a sumar las 350,000 personas (Plan de Desarrollo Comunal, 1997) Se constata, además, el bajo nivel sanitario (residuos orgánicos, animales domésticos, etcétera) y el elevado deterioro del equipamiento e infraestructuras, como la ausencia del equipamiento mínimo.

Subsistema uso de suelo. El área urbana aparece altamente congestionada, especialmente por las actividades asociadas a la recreación. Se debe considerar que el área urbana representa 5.15 por ciento de la superficie comunal y concentra 91 por ciento de la población permanente, por lo que la densidad es notable. El área rural, en cambio, representa 94 por ciento de la superficie comunal, con solo nueve por ciento de la población.

Subsistema de servicios. La localidad presenta irregularidades en el abastecimiento de agua potable y la recolección de residuos domiciliarios suele ser deficiente en verano, especialmente en los sitios ocupados en forma irregular (algo muy frecuente). Treinta por ciento de las viviendas posee pozos negros y solo 65 por ciento de ellas están dotadas de alcantarillado. La red vial del balneario se encuentra deteriorada y colapsa con el congestionamiento vehicular y peatones en el verano. En general, el comercio asociado al turismo (los supermercados, restaurantes y otro tipo de proveedores) parece ser suficiente para atender la demanda turística estival, pero, en general, la oferta es de baja calidad. Existe un gran déficit de alojamiento en el verano. La capacidad de alojamiento (hoteles, moteles, residenciales y cabañas) es solo de 2,500 personas por día. Esto deja en evidencia la importancia que posee el hospedaje informal en hogares privados con servicio doméstico de mala calidad o en sitios eriazos con prohibición para acampar que no cuentan con ningún tipo de equipamiento.

Subsistema demográfico. Las alteraciones de carácter sociológico que impactan el ritmo de vida cotidiano de la población residente de Cartagena durante el verano son importantes: aumento de la delincuencia, infracciones a la ley de consumo de alcohol, prostitución y consumo de drogas. También existen elementos positivos, como la generación de empleos temporales en el comercio y servicios asociados al turismo.

Subsistema ocupacional. No existe un nivel de capacitación adecuada en los empleos asociados con la actividad turística (hotelería, restaurantes, etcétera). En general, se observa un nivel inapropiado de atención al cliente y una ausencia de capacidad de gestión empresarial; además, la participación de las empresas turísticas en programas gubernamentales de fomento es nula.

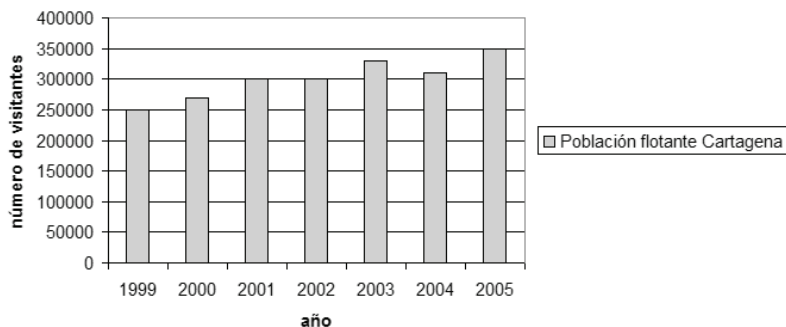
Subsistema de demanda turística. La mayoría de los visitantes proviene de las comunas de nivel socioeconómico bajo y medio de la Región Metropolitana, atraídos por la conectividad y los bajos precios; lo cual resulta en altos niveles de fidelidad.

El transporte utilizado corresponde en gran medida a vehículos informales que no cumplen con los reglamentos del tránsito para transportar pasajeros. Por otra parte, las encuestas revelaron que 70 por ciento de los visitantes utilizó un transporte colectivo y solo 30 por ciento lo hizo en vehículos particulares.

Composición de la demanda turística de Cartagena

El balneario de Cartagena corresponde a un modelo de evolución del turismo diferente al modelo de Butler (1980). Esto se evidencia en los distintos aspectos que aparecen distorsionados al identificar el efecto de las condiciones de la etapa de estancamiento sobre el comportamiento de la demanda. A pesar de que Cartagena se encuentra en un estado de saturación de su capacidad de acogida, lejos de presentar una disminución de su demanda, cada año se registra una mayor cantidad de turistas, permaneciendo el “atractivo del balneario” inalterado para sus fieles visitantes (Figura 2).

Figura 2
Evolución de la población flotante en Cartagena, 1999-2005



Fuente: elaboración propia, 2006.

Cartagena no ha experimentado iniciativas de rejuvenecimiento, y esto refuerza la dimensión de la distorsión del desarrollo que está mostrando actualmente respecto a la evolución que teóricamente se esperaría, según el modelo de Butler (1980). El resultado de las encuestas aplicadas en las playas del balneario permitió comprobar que el turista de Cartagena posee características sociológicas particulares asociadas a un turismo doméstico de sol y playa y que esta actividad se realiza en un país en vías de desarrollo como es Chile.

Uno de los indicadores seleccionados para caracterizar esta demanda es el origen de los visitantes (Cuadro 1) proviniendo en su mayoría de comunas que poseen menores ingresos económicos.

Cuadro 1

Proporción de visitantes por comuna de origen,
Playa Grande, Cartagena, verano de 2007

Comuna	[%]	Comuna	[%]
Lo Espejo	9,8	Santiago	1,8
Puente Alto	7,2	La Cisterna	1,7
Peñalolén	7,0	Quinta Normal	1,7
San Bernardo	5,0	Pudahuel	1,6
Recoleta	4,4	Rancagua	1,6
Conchalí	4,1	El Monte	1,5
Buín	4,0	Lo Prado	1,4
Isla de Maipo	3,8	Macul	1,0
Lampa	2,8	Paine	1,0
La Pintana	2,8	San Ramón	0,9
San José de Maipo	2,6	Pirque	0,7
Renca	2,6	Curacaví	0,7
Cerro Navia	2,6	Talagante	0,5
Huechuraba	2,5	Codegua	0,4
La Florida	2,5	Calera de Tango	0,4
Maipú	2,5	Las Condes	0,4
Estación Central	2,3	Rengo	0,4
Padre Hurtado	2,2	PAC	0,4
Quilicura	2,2	Nuñoa	0,4
San Joaquín	2,1	Peñaflor	0,3
La Granja	2,1	Colina	0,2
El Bosque	2,0	San Miguel	0,2
Cerrillos	1,9	San Antonio	0,1

Fuente: datos de campo, 2006.

La totalidad de la población flotante proviene de la Región Metropolitana, existiendo diferencias socioeconómicas entre la composición de la demanda de la Playa Grande y de la Playa Chica. Los visitantes de la Playa Grande provienen

de comunas del radio urbano y rural de Santiago, en cambio, en la Playa Chica el origen de la demanda pertenece principalmente a las comunas urbanas de Santiago (Cuadro 2). Esta diferencia está asociada a la percepción cultural y a los niveles de ingresos.

Cuadro 2
Proporción de visitantes por comuna de origen.
Playa Chica, Cartagena, verano de 2007

Comuna	[%]		Comuna	[%]
La Florida	12,4		Peñalolén	1,9
Quilicura	6,8		Recoleta	3,2
Quinta Normal	3,0		Pudahuel	2,2
San Bernardo	5,6		Lo Prado	1,4
Est. Central	0,4		Conchalí	1,3
Lo Espejo	3,0		Peñaflor	2,0
Melipilla	1,3		Nuñoa	0,9
Renca	7,7		San Joaquín	0,7
La Pintana	6,7		El Bosque	0,3
Cerro Navia	4,8		Huechuraba	2,2
La Cisterna	4,5		Santiago	1,9
Puente Alto	6,2		Colina	2,5
PAC	4,2		Macul	0,4
Maipú	4,1		Talagante	0,4
San Ramón	4,1		San Miguel	0,6
La Granja	3,3			

Fuente: datos de campo, 2007.

La fidelidad

Los grupos de visitantes justifican la fidelidad como una tradición familiar. Los bajos precios y la cercanía a Santiago facilitan también el acceso al balneario. Un alto nivel de fidelidad es, sin duda, un indicador que permite explicar el aumento progresivo de la demanda, a pesar de que la calidad ambiental del destino disminuye no solo en los aspectos sanitarios, sino también en aspectos sociales como la inseguridad respecto a la delincuencia. Otro elemento importante que parece no afectar la preferencia de los visitantes es el hacinamiento, considerado como la escasa superficie por persona en la playa. En general, el visitante manifiesta estar cómodo con las aglomeraciones de personas. Los niveles de ingreso de los visitantes son bajos mayoritariamente, lo que determina la capacidad de gasto o poder adquisitivo equivalente. Por otra parte, el registro de gastos refleja los

límites y estándares en términos de prioridades de consumo y lo limitado que es el gasto de cada grupo familiar (Departamento de Ingeniería Geográfica, 2006). El tamaño de los grupos familiares que visitan Cartagena es en promedio de cinco personas, pero se debe considerar que es frecuente encontrar grandes grupos, de hasta 50 personas que pertenecen a programas públicos de turismo de tercera edad o bien, a actividades recreacionales de carácter institucional.

Cartagena muestra una escasa inversión pública para mejorar la calidad de los servicios turísticos, siendo la inversión privada mínima. El fuerte componente social del turismo de Cartagena sugiere una especificación del modelo de desarrollo turístico analizado (en la fase de estancamiento), particularmente asociado a escenarios de desarrollo del turismo doméstico masivo, en los que claramente la demanda se muestra con una tendencia asintótica creciente e inherente a la calidad ambiental. El límite de visitantes básicamente obedece a factores socioeconómicos que no tienen relación directa con la capacidad de acogida del espacio natural que visitan. Indudablemente, se trata de una demanda que requiere de intervenciones externas para su regulación y control, de manera que los recursos turísticos naturales y culturales se sustenten en el tiempo.

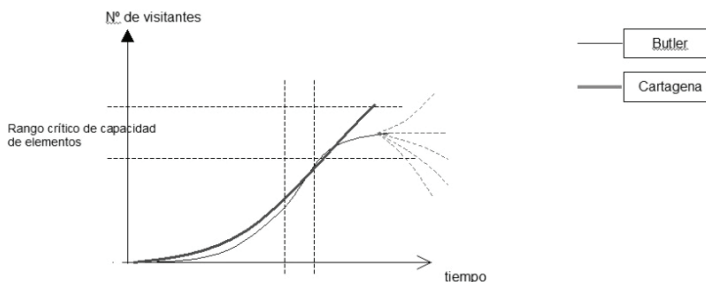
Cartagena posee una vocación de beneficio social indiscutible como destino turístico, pero es muy importante considerar la sustentabilidad, de modo que su vocación se conserve en beneficio de las personas de menores recursos, que pueden disfrutar de un tiempo recreacional de mejor calidad. Esta situación nos invita a una reflexión sobre los diversos órdenes de magnitud de las eventuales intervenciones y sus consecuencias.

Si planteamos como referencia de análisis un marco conceptual de desarrollo sustentable, entonces debemos actuar de manera eficiente y sostenible en los aspectos económicos que mejoren a Cartagena como destino turístico y en aspectos sociales que favorezcan a sus visitantes y a los residentes, valorando en su justa medida la importancia social del balneario, de manera coherente con el principio esencial de equidad social. Paralelamente, aún es tiempo de actuar sobre los puntos críticos que se refieren al cuidado del medio ambiente y elementos culturales comprometidos.

Propuestas para una ordenación sustentable del turismo en Cartagena

La formulación de un plan de ordenamiento para la sustentabilidad de la actividad turística en la zona costera de Cartagena deberá incluir las siguientes etapas: una etapa previa, que incluye los objetivos de la ordenación, el marco geográfico, los recursos económicos y el capital humano disponible, la programación de las

Figura 3
Comportamiento del número de turistas de la localidad de Cartagena según el modelo de Butler (1980)



Fuente: Portal (2007).

actividades y la definición de criterios básicos. En una segunda etapa deberá realizarse una caracterización física y humana del litoral. Una tercera etapa es la elaboración de un diagnóstico que permita sintetizar la situación real en la que se encuentra el litoral en un contexto local y regional. Una cuarta etapa es la generación de alternativas que permitan corregir los problemas detectados. Una quinta etapa es la selección cuantitativa y cualitativa de las mejores alternativas planteadas, basadas en la posibilidad real de ponerlas en práctica, su interés estratégico y los costos, ya sean ambientales, sociales o económicos. Finalmente, debería incluirse en este plan de ordenamiento una etapa de ejecución y control (Barragán, 1994).

Conclusiones

Las posibilidades de sustentabilidad de Cartagena como destino turístico popular están directamente relacionadas con el control de los efectos de una demanda, claramente determinada por factores sociales asociados a la pobreza. Los efectos de la sobrecarga se manifiestan en la baja calidad de los servicios turísticos, percepción de inseguridad por incidencia de la delincuencia y los niveles de congestión vial. Sin embargo, desde el punto de vista de la disponibilidad de espacio físico, el visitante a Cartagena es indiferente respecto a los altos niveles de concentración de personas.

Se puede concluir que Cartagena no es concordante con el clásico modelo de R. Butler (1980) como teóricamente se esperaría en la etapa de estancamiento en la que se encuentra, ya que el número de turistas continúa aumentando. Este modelo aplicado a Cartagena está alterado por variables socioeconómicas que posibilitan que el número de turistas aumente en el tiempo, a pesar de que la localidad se encuentra con su capacidad de carga sobrepasada (Figura 3).

Cartagena, como destino turístico, cumple un rol social de gran importancia para el turismo doméstico de la población urbana más pobre de la Región Metropolitana, y también para personas de menores recursos de las comunas del anillo urbano y rural de la Región. La vocación turística de Cartagena se refuerza a través del aumento de la demanda que se observa año tras año. Existe una serie de instrumentos de gestión y de planificación territorial que deben ser aplicados estratégicamente, de modo que Cartagena se sustente en su rol social como destino turístico doméstico, favoreciendo el acceso de las personas de bajos ingresos a productos turísticos de mejor calidad en los que se garanticen la seguridad y el abastecimiento de servicios básicos y se protejan la salud y el medio ambiente, evitando especialmente el deterioro de las playas, que son el recurso natural que sustenta esta actividad.

Sin duda, la pobreza limita fuertemente la calidad del producto turístico ofrecido, pero, a pesar de esto, su consumo sigue siendo masivo, por los bajos precios y la percepción cultural de los visitantes. Si se considera que el ocio es un bien social al cual todas las personas tienen derecho y que representa un elemento importante en el aumento de la productividad del país, es necesaria la aplicación de políticas públicas y estrategias privadas de negocio que fomenten el incremento en innovación y en calidad de este destino turístico. Se puede afirmar, finalmente, que estas iniciativas permitirán revertir el creciente proceso de deterioro que muestran los recursos turísticos, aumentando la calidad de vida de la población más pobre que ha hecho de Cartagena su lugar de descanso y recreación.

Referencias

- Agarwal, S. (1994) "The resort cycle revisited: Implications for resorts", *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, vol.5, pp.191-208.
- Barragán, J. (1994) *Ordenación, planificación y gestión del espacio litoral*, Oikos, Barcelona.
- Boullón, R. (1985) *Planificación del espacio turístico*, Editorial Trillas, México.

- Butler, R. (1980) "The concept of tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources", *The Canadian Geographer*, vol. XXIV, núm. 1, pp. 5-12.
- Departamento de Ingeniería Geográfica (2006) *Encuesta 2006*, Universidad de Santiago de Chile, Santiago.
- Fraguell i Sansbelló, R., Mundet i Cerdán, LL. (1995) *Jornades sobre el turisme en els espais litorals: turisme, territori i estratègies de desenvolupament*, Gerona, España.
- Fraguell, R. (2000) "Turismo de masas: ¿en crisis?", *EDITUR*, Ediciones Turísticas, Barcelona vol. 109, núm. 2; pp. 16-25.
- Gobierno de Chile (2005) *Política Nacional del Borde Costero*, Gobierno de Chile, Santiago de Chile.
- Gubbay, S. (2003) *Protecting the Natural Resources of the High Seas*, High Seas Marine Protected Areas, Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, Málaga, España y Gland, Suiza.
- Hoozemans, F. (1992) *Introduction to the Coastal System*, International Institute for Hydraulic and Environmental Engineering, Delft, Holanda.
- Jiménez, A. (1992) *Turismo: estructura y desarrollo*, McGraw Hill, México.
- Municipalidad de Cartagena (1997) *Plan de Desarrollo Comunal*, Municipalidad de Cartagena, Cartagena, Chile.
- Organización de las Naciones Unidas (1987) *Our Common Future*, Informe Brundtland, Comisión Nacional para el Medio Ambiente, Nueva York.
- Organización Mundial del Turismo (1993) *Desarrollo turístico sostenible*, OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo (2002) *Turismo y atenuación de la pobreza. El turismo sostenible es tal vez una de las pocas oportunidades de desarrollo para los pobres*, Madrid.
- Pearce, L. (1982) *The Social Psychology of Tourist Behaviour*, Pergamon Press, Oxford, Reino Unido.
- Pérez, R. (2002) *Cartagena ayer y hoy*. Fundación Creando Futuro, Santiago, Chile.
- Plog, S. (1972) "Why destination areas rise and fall in popularity", *Quarterly Cornell*, Nueva York, pp. 13-24.
- Portal, B. (2008) "Características de la demanda de un turismo social masivo. Lineamientos para su ordenación. Región de Valparaíso", *Ingengerare*, núm. 22, pp. 83-89.
- Troncoso, B. (1995) *Modelos de Sostenibilidad Turística*, Ediciones O&M, Santo Domingo, República Dominicana.

XI

Análisis del programa Hábitat para la superación de la pobreza en destinos turísticos: ciudades fronterizas del noreste y del Caribe de México

Óscar Frausto Martínez¹
Tomás J. Cuevas Contreras²

Introducción

Entre 2003 y 2006, la Secretaría de Desarrollo Social implementó la política de reducción de la pobreza extrema en diversas ciudades mexicanas, principalmente aquellas con alta tasa de crecimiento urbano. Las ciudades fronterizas del noroeste (Tijuana, Mexicali y Ciudad Juárez) y las del Caribe (Cancún, Cozumel y Playa del Carmen) recibieron apoyos directos del programa Hábitat con el fin de desarrollar infraestructura urbana para mejorar las condiciones de vida de sus habitantes. Con base en una compilación directa de información proveniente de los observatorios urbanos locales, un análisis de los indicadores clave (infraestructura de la vivienda, evolución urbana, desarrollo social, económico y ambiental) y las dimensiones de desarrollo del hábitat (promoción del desarrollo urbano y acceso a los servicios básicos, igualdad social y económica, y

-
1. Universidad de Quintana Roo, México. Correo electrónico: ofrausto@uqroo.mx.
 2. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México. Correo electrónico: tcuevas@uacj.mx.

promoción de la cooperación y desarrollo ambiental) se discuten los resultados y alcances de esta política pública.

Se presentan el monitoreo y control de los indicadores de seis ciudades (consideradas destinos turísticos), destacando los avances o retrocesos hacia el año 2015, fecha de referencia para lograr las metas y Objetivos de Desarrollo del Milenio. En el monitoreo de la Agenda Hábitat se consideran válidos cinco indicadores, nueve indicadores clave son solo parciales (por no contar con el total de la información) y seis indicadores no son comparativos, por no coincidir la metodología de elaboración del mismo o porque los datos solo corresponden al año 2005. En general, 45 por ciento de los indicadores Hábitat presenta evidencias de retroceso, y en 25 por ciento de ellos se reportan avances significativos. Finalmente, se discuten los resultados del programa Hábitat en el periodo 2003-2006, en el contexto de la población objetivo, territorialidad, género, corresponsabilidad y planificación.

Desarrollo de la investigación

En la declaración de la Cumbre de Estambul de 1996 se propone la realización de Agendas Hábitat en regiones y ciudades de los estados miembros para establecer planes de acción que aborden soluciones a dos objetivos básicos: vivienda adecuada para todos y desarrollo de asentamientos humanos sostenibles en un mundo en proceso de urbanización. La declaración pone énfasis en el desarrollo de formas eficaces de gobierno y de participación ciudadana y resalta la importancia de implementar el programa Hábitat (Zabre, 2009). Asimismo, se convoca a dar seguimiento a la implementación de las acciones de la Agenda Hábitat y se revisan los avances en las sesiones del Foro Urbano Mundial. En consonancia con los Objetivos de Desarrollo del Milenio, la Agenda Hábitat y la Agenda 21 de desarrollo sostenible, la Organización Mundial del Turismo (OMT) se ha abocado al estudio de los destinos turísticos y en 2006 ha publicado un primer reporte que utiliza como referencia los indicadores y capítulos de la Agenda Hábitat (OMT, 2003 y OMT, 2006).

Un indicador se define por su base empírica o teórica y por el uso científico (académico) o valorativo (orientado a las políticas públicas) que se le dé. Así, Wong (2006) rescata la idea de generar indicadores con base en su uso, cuestionando el “para qué” del indicador, así como el objetivo y meta que persigue. Conjuntamente, Birkmann (2004) reconoce como tarea central la conceptualización de los indicadores, de acuerdo a los objetivos y funciones que se desee observar. Desde la perspectiva de la planificación, en el monitoreo y control los

indicadores son parte del proceso de la observación espacial o de la evaluación de los objetivos y metas de lo planificado (Birkmann, 2003: 358). Para Schultz, Keiner y Schmid (2002) el monitoreo y control forman parte de un plan maestro, y el monitoreo es una observación permanente de análisis temporal y territorial para identificar problemas tempranos, mientras que el control es la comparación con el estado inicial de las decisiones estratégico-operativas para manejar los problemas identificados y lograr los objetivos y metas del plan.

Boecher (2008) señala que el desarrollo sustentable del turismo tiene que centrarse en la planificación y gestión del destino turístico mediante una política de planificación territorial y urbana controlada a través de un monitoreo constante de los indicadores clave (transversales) que reflejen los beneficios de la actividad en diversas esferas del desarrollo de la ciudad. La comparación de los destinos se logra por medio de un análisis de indicadores demográficos, socioeconómicos y ambientales de planificación que sean comparables, medibles, ejecutables y que, en sí, se fundamenten en programas públicos con participación de las comunidades locales en su desarrollo y uso (Paesler, 2008).

Finalmente, la institucionalización de los indicadores se logra a medida de que se verifican sus rutinas y prácticas de generación y uso, legitimando métodos y conceptos de las mediciones que se desean desarrollar. El propósito de la institucionalización es la aceptación del monitoreo, sus resultados y una oportunidad para que quienes toman las decisiones usen o no los indicadores para lograr ciertos fines (Frausto y Welch 2010).

Programa Hábitat

En el año 2002, La Secretaría de Desarrollo Social de México (Sedesol) emprendió diversos esfuerzos dirigidos a atender algunas expresiones de la pobreza urbana en varias ciudades del país. Entre ellos se cuentan los realizados al amparo de los programas Superación de la Pobreza Urbana y Mujeres Jefas de Familia, integrados en el 2003 al programa Hábitat (Cordera y Cabrera, 2007). Sin embargo, ese mismo año se reestructuró el programa en función de la Asistencia Preparatoria para la Implementación de la Agenda Hábitat para la Superación de la Pobreza en México, que guiará la política del programa Hábitat durante el periodo 2003-2006 y de la Secretaría en un proceso de implementación de políticas transversales (Medina y Florido, 2005).

El programa está dirigido a enfrentar los desafíos de la pobreza y el desarrollo urbano mediante la instrumentación de un modelo de acción que combina, entre otros aspectos, el mejoramiento de la infraestructura y el equipamiento de las zonas urbanas marginadas con la entrega focalizada de servicios sociales y ac-

ciones de desarrollo comunitario. Mediante este programa se busca asegurar la concurrencia y la integralidad de los esfuerzos dirigidos a apoyar a la población en situación de pobreza patrimonial. El programa es particularmente sensible a las necesidades de las mujeres jefas de familia, las personas con capacidades diferentes, las niñas y los niños, las y los adolescentes y jóvenes y las personas adultas mayores (Villasis, 2005; Brugués, Córdoba, Coronado, Cervera, Romo y Rubio, 2008).

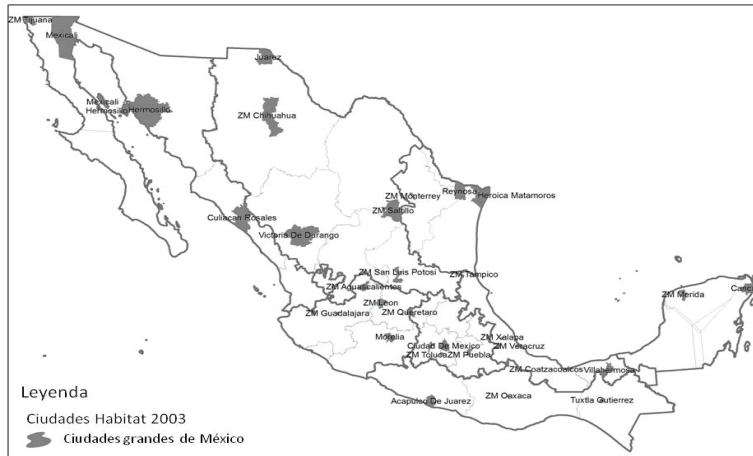
La evolución de las modalidades del programa Hábitat en el periodo 2003-2006 se resume de la siguiente manera: en 2003 parte de una modalidad general que considera a 32 ciudades mayores a 100 mil habitantes; en 2004 se agregan las ciudades fronterizas y los centros históricos considerados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO); en 2005 se desagrega el programa y considera a los tres tipos de ciudades antes mencionadas, además de las ciudades petroleras, turísticas y metropolitanas, cuya modalidad se mantiene en las reglas de operación del 2006. Cabe destacar que las vertientes no son excluyentes (Frausto y Welch, 2010a) (Figuras 1 y 2).

Como acciones centrales para las modalidades se instruyó la formación de observatorios urbanos locales en ciudades, municipios y estados. Entre 2003 y 2006 se crearon 44 Observatorios Urbanos, 31 de carácter local y cuatro de carácter estatal. La tarea central de los observatorios fue la promoción de la Agenda Hábitat, la elaboración de los indicadores urbanos con cohorte para el año 2000 y 2005, además del desarrollo de capacidades locales de gobernabilidad (Frausto y Welch, 2008). En definitiva, el objetivo del monitoreo de los indicadores Hábitat es evidenciar los avances en torno a la superación de la pobreza en las ciudades seleccionadas, destacando las modalidades y los entornos regionales. Como acotan Zizaldrá, Valderrama y Flores (2009: 12): “es trascendental considerar que la posición de un lugar se determina no solo por la imagen interior que tiene la comunidad local, sino por cómo se percibe la comunidad en el exterior”.

Planteamiento del problema y métodos

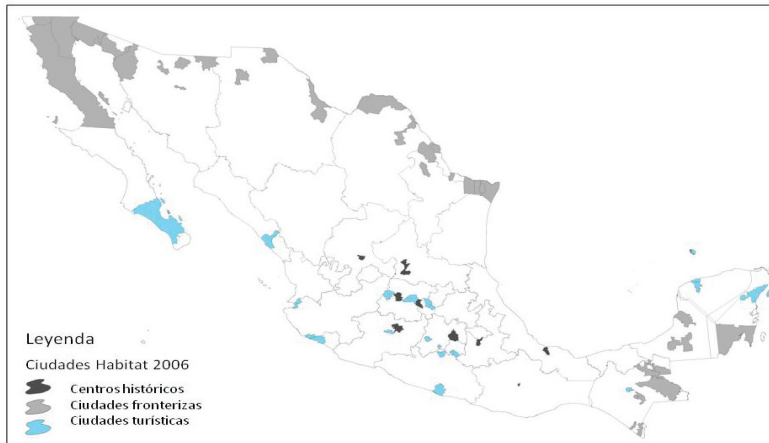
Con la creación del programa Hábitat en 2003, la Sedesol institucionalizó la implementación de la Agenda Hábitat: se establecieron los observatorios urbanos y el monitoreo de los indicadores con el objetivo central de combatir la pobreza en las principales ciudades mexicanas. El año de referencia para los indicadores fue el 2000. No obstante, para 2010 no existía un reporte sobre el estado que guardaban las ciudades en las que se implementó el programa (ni por sectores ni por regiones), ni del avance o retroceso de los indicadores clave. En este trabajo se analizará el caso de los destinos de frontera y turísticos.

Figura 1
Ciudades Hábitat 2003



Fuente: elaboración propia, con base en *Diario Oficial de la Federación* (2004, 2005 y 2006).

Figura 2
Ciudades Hábitat 2004-2006



Fuente: elaboración propia, con base en *Diario Oficial de la Federación* (2004, 2005 y 2006).

- Con el fin de lograr el objetivo se han desarrollado las siguientes estrategias:
- a) Estudio del programa Hábitat de la Sedesol y de las Reglas de Operación con el fin de determinar los alcances y metas para las ciudades fronterizas del noreste (Tijuana, Mexicali y Juárez) y del Caribe Mexicano (Cancún, Cozumel y Playa del Carmen).
 - b) Revisión y análisis de los estudios aprobados por el Fondo Hábitat para la instauración de los observatorios de destino cuyo fin sea la implementación de la Agenda Hábitat en las ciudades antes señaladas. Para ello se analizó el sistema de consulta de proyectos 2003-2006 de la Dirección General de Informática, Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico de la Sedesol.
 - c) Compilación, análisis y elaboración de los indicadores clave de la Agenda Hábitat para las ciudades estudiadas. La compilación se basa en los reportes de los indicadores por observatorio urbano local para el año 2000 y la actualización de los indicadores para el año 2005.
 - d) Análisis comparativo y evaluación del estado de las ciudades del noreste y Caribe como caso de estudio sobre la política transversal de superación de la pobreza en los destinos turísticos, cuyos criterios de evaluación se fundamenta en las metas, los capítulos e indicadores de la Agenda Hábitat y su avance al año 2015.

Esto porque las políticas públicas han de considerar, además, que la actividad turística local depende de las habilidades de los municipios transfronterizos para generar entradas para las firmas y desarrollar un modelo basado en servicios o productos públicos; sin embargo, se asume que el sector público provee una óptima cantidad de servicios (Cuevas y Bribiescas, 2009).

Resultados

En 2005, la población de las ciudades de Tijuana, Mexicali y Juárez sumaba un total de 3 millones 579 mil 987 habitantes (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 2005). Caracterizadas por el turismo fronterizo de negocios y por estar integradas al programa Mar de Cortés-Barrancas del Cobre, estas grandes ciudades sufren actualmente el flagelo del crimen organizado, el cual afecta severamente la actividad turística (Zizaldrá, Valderrama y Flores, 2009). En el Caribe Mexicano, Cancún, Cozumel y Playa del Carmen suman más de 708 mil habitantes y se distinguen de las ciudades fronterizas por ser ciudades medias y pequeñas con altos índices de crecimiento cuyo mercado turístico es de sol, playa, ecoturismo y de negocios. Para el año 2015, según las

proyecciones del Consejo nacional de Población (2005), las tres ciudades fronterizas rebasarán los cuatro millones de habitantes y las tres del Caribe mexicano alcanzarán un millón (Cuadro 1).

Cuadro 1

Población total por ciudad para los años 2000, 2005 y proyección al 2015

<i>Año / Destino FN</i>	<i>Tijuana</i>	<i>Ciudad Juárez</i>	<i>Mexicali</i>	<i>Frontera Norte</i>
2000	1,210,820	1,218,817	764,602	3,194,239
2005	1,410,687	1,313,338	855,962	3,579,987
2015	1,901,282	1,540,118	1,029,475	4,470,875
<i>Año / Destino CM</i>	<i>Cancún</i>	<i>Playa del Carmen</i>	<i>Cozumel</i>	<i>Caribe Mexicano</i>
2000	397,191	43,613	60,091	500,895
2005	572,973	135,512	73,193	708,558
2015	780,447	238,071	90,680	1,109,198

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2005) y Consejo Nacional de Población (2005).

*Estado de los destinos turísticos de frontera y Caribe Mexicano:
indicadores Hábitat*

Como señalan Rodríguez y Sienna, “la geografía puede definir un territorio; sin embargo no puede determinar por sí sola los límites del desarrollo económico. Allí es donde también juegan la historia, las tradiciones, los actores locales y las instituciones” (2008: 21). En este sentido, con el fin de abatir la pobreza urbana, se diseñó el programa Hábitat como una estrategia nacional que considera los siguientes capítulos, cuyos valores de indicador por destino y región se pueden consultar a detalle en el Cuadro 2:

- Promover el derecho a vivienda adecuada. Indicador Clave uno: Estructuras durables (proporción de hogares que viven en una casa considerada “durable”, es decir, construida en un área sin riesgos y con una estructura permanente y lo suficientemente adecuada como para proteger a sus habitantes de inclemencias del tiempo tales como la lluvia, el calor, el frío y la humedad). Se presenta un avance significativo en este indicador en el periodo comprendido entre el año 2000 y 2005; sin embargo, los destinos se ubican por debajo de la media nacional hasta en cuatro puntos. Indicador Clave dos: Área suficiente para vivir (proporción de hogares con por lo menos tres personas por habitación). El hacinamiento es reportado como uno de los

problemas centrales de los destinos: la falta de vivienda social y accesible en términos de la relación precio-ingreso, lo cual le imprime un carácter negativo de control al 2015.

- Promover el acceso a los servicios básicos. Indicador Clave cuatro: Acceso a agua potable (proporción de hogares con acceso a un suministro mejorado de agua). Indicador Clave cinco: Acceso a saneamiento mejorado (proporción de hogares con acceso a instalaciones sanitarias adecuadas). Indicador Clave seis: Conexiones domiciliarias (porcentaje de hogares conectados a agua transportada en tuberías, alcantarillado, electricidad y teléfono). Este capítulo de la Agenda Hábitat muestra un avance significativo rumbo al año 2015; sin embargo, en 2005 15 por ciento de la población de las ciudades de Tijuana y Mexicali no tenían acceso a saneamiento mejorado. Finalmente, a excepción de Cozumel, todas las ciudades presentan un valor inferior a la media nacional en el indicador de conexiones domiciliarias, y el déficit alcanza hasta 49 por ciento de la población de la ciudad de Playa del Carmen.
- Promover la igualdad de oportunidades para una vida sana y segura. Indicador Clave siete: Mortalidad infantil (porcentaje de niñas y niños que mueren antes de llegar al quinto año de vida. Número de muertes de niños menores de cinco años por cada 1000 nacidos vivos durante un año especificado). Indicador Clave ocho: Homicidio (número de homicidios comunicados por año por 1000 habitantes). En el primero se redujo la tasa significativamente; sin embargo, se mantuvo la tendencia de valores altos para Mexicali y Cozumel. Para el caso del indicador de homicidio, el índice se redujo en el periodo 2000-2005 para todos los destinos.
- Promover la integración social y apoyar a los grupos desfavorecidos. Indicador Clave nueve: Hogares pobres (porcentaje de hogares dirigidos por mujeres y por hombres situados bajo la línea de la pobreza extrema). El objetivo central de la Agenda Hábitat es la reducción de la pobreza en las ciudades mexicanas. A nivel nacional, se reporta un retroceso, ya que en el año 2000 se reportaba un porcentaje de hogares de 48.73 en pobreza extrema y para el año 2005 aumentó a 49.1 por ciento. Asimismo, en cuanto al género del jefe de familia se tiene que, en 2005, 37.78 por ciento de los hogares tenía a un hombre y poco más de 11 por ciento a una mujer.
- Promover la igualdad de género en el desarrollo de los asentamientos humanos. Indicador Clave 10: Tasa de alfabetización (proporción de la población, según género, de 15 o más años de edad y que puede leer y escribir). La tasa de población alfabetizada se redujo a nivel nacional de 95.91 a 95.38. Esta tendencia es similar en la mayoría de los destinos, excepto en Playa del Carmen, donde la tasa se redujo en 2 puntos porcentuales.

- Promover una estructura geográficamente equilibrada de los asentamientos humanos. Indicador Clave 11: Crecimiento de la población urbana (crecimiento anual de la población en la aglomeración urbana o en las áreas urbanas nacionales durante los quinquenios 1995-2000 y 2000-2005). Los destinos analizados presentaron un índice de crecimiento superior a la media nacional entre el año 1995 y 2000, destacando las de Mexicali y Playa del Carmen. Para el periodo 2000-2005, la tasa de crecimiento disminuyó en las ciudades fronterizas, en tanto que en las turísticas fue mayor a la media nacional, aumentando las de Cancún y de Playa del Carmen (esta última en 16.28 por ciento).
- Administrar el suministro y demanda de agua de manera eficaz. Indicador Clave 13: Precio del Agua (precio medio pagado por cien litros de agua en pesos mexicanos, en la época del año en que es más cara). Este indicador es difícil de comparar debido a la ausencia de una regulación nacional en el precio del agua; sin embargo, se identifica que, generalmente, en los destinos del Caribe el costo es superior a los de la frontera.
- Reducir la contaminación en zonas urbanas. Indicador Clave 14: Aguas residuales tratadas (porcentaje de todas las aguas residuales que están siendo sometidas a alguna forma de tratamiento). Indicador Clave 15: Eliminación de Desechos sólidos (porcentaje de desechos sólidos en rellenos sanitarios). La promoción de plantas de tratamiento y la construcción de rellenos sanitarios fue una línea de acción nacional que se refleja en el indicador 14 y 15 de manera positiva en las ciudades de Mexicali, Cozumel y Playa del Carmen, caso contrario y de manera conflictiva en las de Cancún, Juárez y Tijuana.
- Promover sistemas de transporte eficaz y ambientalmente racional. Indicador Clave 16: Tiempo de traslado (tiempo promedio en minutos para un viaje de ida hacia el trabajo). Este dato constituye un promedio para todos los medios de transporte. En los destinos en los que se ha desarrollado el estudio, en específico las ciudades de Playa del Carmen y Mexicali, se tiene un aumento en el tiempo de traslado, en tanto que las ciudades de Juárez y Cozumel reportan una reducción del tiempo. No es factible la comparación para los destinos de Cancún y Tijuana.
- Fortalecer las microempresas y pequeñas empresas. Indicador Clave 17: Empleo Informal (porcentaje de la población empleada en el sector informal). A nivel nacional se reporta un aumento en este indicador de tres puntos porcentuales. Asimismo, esta tendencia se observa en casi todos los destinos, a excepción de Cancún (el cual presenta un índice muy bajo de 3.25 por ciento).

- Fomentar las asociaciones de los sectores público y privado y estimular las oportunidades de empleo productivo. Indicador Clave 18: Producto Urbano (producto total de la ciudad, según se define en los procedimientos contables nacionales). Se lo puede entender ya sea como el ingreso total o el valor agregado (sueldos más el excedente comercial, más los impuestos, más las importaciones) o como la demanda final total (consumo más las inversiones, más las exportaciones). Indicador Clave 19: Desempleo (proporción de desempleo promedio durante el año, como una fracción de la fuerza laboral formal). Para el indicador clave 18 no es posible realizar una valoración, debido al cambio en la metodología de recopilación de datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Sin embargo, destaca el nivel de participación del producto en las ciudades fronterizas, determinado por el total de habitantes. En el caso del desempleo, se identifica un aumento significativo entre los años 2000 y 2005, siendo superior a la media nacional en las ciudades de Cancún y Juárez. Destaca el caso de Cozumel al presentar porcentajes menores a uno por ciento.
- Promover la descentralización y fortalecer a las autoridades locales. Indicador Clave 20: Ingresos de Gobiernos Locales (total de ingresos anuales en pesos mexicanos del gobierno local proveniente de todas las fuentes, tanto de capital como recurrentes, para todos los gobiernos locales en el área metropolitana, como promedio de los últimos tres años, dividido entre la población). El indicador no es comparativo, debido a la incongruencia en la compilación de datos para el periodo analizado. Sin embargo, destaca la relación de ingreso en los destinos del Caribe mexicano, en especial Playa del Carmen.

Cuadro 2
 Monitoreo y control de los indicadores clave para algunos
 estinos turísticos de frontera y Caribe mexicano

<i>Indicador clave</i>	<i>Monitoreo 2000</i>					
	<i>México*</i>	<i>Tijuana</i>	<i>Mexicali</i>	<i>Juárez</i>	<i>Cancún</i>	<i>Cozumel</i>
1: % estructuras durables	76.86	n.d.	<i>40.71</i>	90.15	90.61	<u>94.2</u>
2: % área suficiente para vivir	19.09	7.65	10.9	<u>24.34</u>	26.76	13.19
4: % acceso a agua potable	96.05	n.d.	<u>98.99</u>	96.46	97.44	95.6
5: % acceso a saneamiento mejorada	84.01	n.d.	<i>95.86</i>	92.44	49.27	87.42
6: % conexiones domiciliarias	78.56	71.45	<u>89.12</u>	86.71	32.68	86.21
7: tasa de mortalidad infantil	6.08	<i>0.69</i>	<u>11.86</u>	4.95	3.35	1.25
8: tasa de homicidio	1.96	2.52	1.52	1.61	4.05	<i>1.24</i>
9: % hogares pobres total	48.73					
% HPIII M	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	7.69	<u>8.35</u>
% HPIII H	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	40.1	<u>40.12</u>
10: Tasa de alfabetización	95.91	97.61	97.4	<u>97.69</u>	97.09	96.47
11: Crecimiento población urbana	2.68	4.08	11.84	3.79	5.39	4.58
13: Precio de agua	8.22	9.78	9.88	8.78	<i>4.86</i>	<u>11.9</u>
14: % aguas residuales tratadas	53.39	85.41	<u>100</u>	87.18	<i>65.48</i>	<u>100</u>
15: % eliminación de desechos sólidos	n.d.	<u>84.27</u>	<u>0</u>	75.65	83.64	<u>0</u>
16: tiempo de traslado	44.27	34	23.6	40	<u>55</u>	21.09
17: % empleo informal	24.17	11.9	16	16	<i>3.15</i>	<u>22.9</u>
18: producto urbano (millones pesos)	81.53	<u>127.10</u>	95.04	119.98	49.22	6.88
19: % desempleo	1.62	1.1	1.3	<u>2.35</u>	2.14	<i>0.32</i>
20: ingresos de los gobiernos locales (pesos mexicanos/hab.)	1872.4	1567	1556.5	<i>1172.6</i>	3313.47	2861.60

* Se refiere a la media nacional de la Red Nacional de Observatorios Urbanos de México.
 n.d. - No existen datos de referencia (los indicadores clave 3 y 12 no se han desarrollado por falta de información). HPIIIM y HPIIIH hace referencia a hogares pobres cuyo nivel de pobreza extrema es de tercer grado y diferenciados por aquellos donde el jefe de familia es mujer (M) u Hombre (H). En *cursivas* el indicador más bajo, en subrayado el valor más alto.

Fuente: elaboración propia, con base en los datos de Sedesol-Red Nacional de Observatorios Urbanos (2009) e INEGI (2005).

Análisis del programa Hábitat para la superación de la pobreza en destinos turísticos

<i>Playa del Carmen</i>	<i>Monitoreo 2005</i>							<i>Control al 2015</i>
	<i>México *</i>	<i>Tijuana</i>	<i>Mexicali</i>	<i>Juárez</i>	<i>Cancún</i>	<i>Cozumel</i>	<i>Playa del Carmen</i>	
85.09	98.78	95.43	97.22	97.49	96.61	<u>98.16</u>	94.11	Positivo
17.08	25.34	n.d.	7.0	26.69	37.94	48.63	<u>63.14</u>	Negativo
92.61	99.82	96.55	99.67	98.31	99.27	<u>99.89</u>	99.86	Positivo
45.37	90.7	87.83	85.18	95.02	94.99	<u>97.71</u>	92.46	Negativo
44.86	82.82	79.26	76.53	91.51	60.7	<u>91.59</u>	51.05	Negativo
3.27	0.83	0.6	4.59	0.62	0.59	1.71	0.59	Positivo
<u>7.33</u>	1.72	2.18	1.35	1.58	2.3	1.2	<u>2.4</u>	Positivo
	49.1							Negativo
7.13	11.32	<u>11.93</u>	11.87	11.92	10.42	10.03	8.81	Negativo
40.09	37.78	<u>37.17</u>	37.23	37.18	38.69	39.07	<u>40.29</u>	Negativo
96.35	95.38	97.47	97.11	<u>97.63</u>	96.14	95.98	94.14	Negativo
<u>19.87</u>	2.57	3.1	2.28	1.51	6.42	4.02	<u>16.28</u>	Negativo
<u>11.9</u>	8.3	12.92	3.34	7.17	5.79	<u>15.02</u>	<u>15.02</u>	No comparativo
<u>100</u>	77.94	70	75.6	72.3	76.9	<u>100</u>	<u>100</u>	Positivo
<u>0</u>	48.3	15.73	97	24.35	16.36	90.3	<u>100</u>	Negativo
19.61	48.86	n.d.	<u>29</u>	23	n.d.	17.05	21	No comparativo
<u>22.9</u>	27.02	12.28	20.2	20.4	3.25	21.8	<u>23.62</u>	Negativo
24.03	126.51	160.67	144.23	<u>235.75</u>	62.63	14.1	101.23	No comparativo
0.77	3.03	1.6	1.5	<u>3.6</u>	3.4	0.4	1.01	Negativo
<u>4640.58</u>	115664.6	113901	168501.60	179506.89	<u>109320.97</u>	193570.69	<u>747078.58</u>	No comparativo

Apoyos a la implementación de la Agenda Hábitat

El programa Hábitat es un instrumento federal para contribuir a “hacer ciudad”: construir espacios con identidad y valor social, ordenar el desarrollo urbano, articular a la ciudad los barrios marginados y los cinturones de miseria, elevar la calidad de vida de los moradores y conferir ciudadanía a la población asentada en esos territorios (Secretaría de Desarrollo Social, 2003). Es evidente la importancia del programa para mejorar las condiciones del destino a través de su configuración como un espacio geográfico homogéneo con características comunes, capaz de soportar objetivos de planificación. Como dice Valls: “El destino turístico se puede asociar a cualquier unidad territorial que tenga vocación de planificación y pueda disponer de cierta capacidad administrativa para desarrollarla” (2004: 17). Para ello se destinaron recursos específicos a través de las Agencias de Desarrollo Hábitat y Planeación Urbana, cuyo fin es la instauración de observatorios urbanos locales, el desarrollo de los indicadores Hábitat para el periodo de cohorte 2000 y 2005 y el monitoreo del estado de las ciudades según la modalidad de ciudad (*Diario oficial de la Federación*, 2003, 2004, 2005 y 2006). En la consulta de proyectos se identificaron aquellos que orientaron los recursos para estos fines. El Cuadro 3 muestra en detalle los apoyos que obtuvieron los destinos en estudio.

En los años 2003 y 2004 no se destinaron recursos específicos para la instauración de observatorios y la elaboración y monitoreo de indicadores en los destinos estudiados. Para el año 2005 se autorizaron 444 proyectos para la modalidad de agencias de desarrollo y planeación, de los cuales 13 fueron para la

Cuadro 3

Observatorios urbanos instaurados bajo el financiamiento directo del programa Hábitat en la modalidad de ADH y Planeación Urbana

<i>No. de Proyecto</i>	<i>Estado</i>	<i>Ciudad</i>	<i>Municipio</i>	<i>Título de Proyecto</i>
Año 2005, modalidad planeación urbana y ADH (de 444)				
2369	Baja California	Mexicali	Mexicali	Observatorio
6188	Quintana Roo	ZM Cancún	Benito Juárez	Capacitación para el fortalecimiento del Área de Planeación Urbana del Ayuntamiento, Implan, Observatorios y Agencias de Desarrollo Hábitat

Análisis del programa Hábitat para la superación de la pobreza en destinos turísticos

<i>No. de Proyecto</i>	<i>Estado</i>	<i>Ciudad</i>	<i>Municipio</i>	<i>Título de Proyecto</i>
6387	Quintana Roo	Cozumel	Cozumel	Sistemas de indicadores de desarrollo urbano de Cozumel
12240	Baja California	ZM Tijuana	Tijuana	Creación del observatorio urbano
12241	Baja California	ZM Tijuana	Tijuana	Creación del observatorio urbano
12243	Baja California	ZM Tijuana	Tijuana	Creación del observatorio urbano
12290	Baja California	Mexicali	Mexicali	Estudio de pobreza y niveles de bienestar social en Mexicali
13326	Baja California	Mexicali	Mexicali	Observatorio
14979	Quintana Roo	ZM Cancún	Benito Juárez	Diseño, desarrollo e instalación del observatorio urbano.
14982	Quintana Roo	ZM Cancún	Benito Juárez	Instalación del observatorio
16301	Baja California	ZM Tijuana	Tijuana	Equipamiento del observatorio
18271	Baja California	ZM Tijuana	Tijuana	Creación de observatorio
18272	Baja California	Mexicali	Mexicali	Observatorio
<i>Año 2006, modalidad ADH (5 de 377)</i>				
3755	Quintana Roo	ZM Cancún	Benito Juárez	Constitución del observatorio como asociación civil
3769	Quintana Roo	ZM Cancún	Benito Juárez	Diagnóstico para el desarrollo urbano municipal de Benito Juárez
4199	Quintana Roo	ZM Cancún	Benito Juárez	Desarrollo de un sistema de información geográfica para el observatorio urbano local de Cancún
5974	Quintana Roo	Cozumel	Cozumel	Actualización del sistema de indicadores de desarrollo humano de Cozumel
6712	Baja California	Mexicali	Mexicali	Observatorio

Fuente: elaboración propia, con base en Sedesol (2007).

constitución de los observatorios y la elaboración de indicadores y monitoreo de la Agenda Hábitat. Los destinos de Mexicali, y Tijuana obtuvieron cinco y cuatro proyectos, respectivamente; Cancún tres y Cozumel uno. La mayoría de los proyectos se destinó a la creación del observatorio (equipamiento, institucionalización y capacitación) y al desarrollo de diagnósticos base para la elaboración de los indicadores Hábitat. Para el año 2006, los apoyos se redujeron drásticamente. Solo se apoyaron 377 proyectos, de los cuales cinco se orientaron a la institucionalización de los observatorios, la elaboración de los indicadores Hábitat y el monitoreo del estado de los destinos de Mexicali, Cozumel y Cancún.

Para el año 2006, los apoyos se redujeron drásticamente para los destinos fronterizos y del Caribe mexicano. Solo se apoyaron 377 proyectos, de los cuales cinco se orientaron a la institucionalización de los observatorios, la elaboración de los indicadores Hábitat y el monitoreo del estado de los destinos de Mexicali, Cozumel y Cancún.

En el año 2004, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y la Sedesol financiaron con un fondo mixto el desarrollo de los observatorios urbanos y el monitoreo de indicadores de la Agenda Hábitat para las ciudades de la Riviera Maya (Cozumel y Playa del Carmen) y para Mexicali y Juárez, y se elaboró el primer estado de los indicadores de la Agenda Hábitat con una cohorte de referencia para el año 2000 y 2005 (CONACYT-Sedesol, 2004).

Evaluación de las metas y alcances del programa Hábitat

El programa Hábitat parte de un diagnóstico de las situación de la pobreza en México con una cohorte al año 2000 para crear acciones a analizar en el año 2005 y 2006 a través de los criterios de evaluación y revisión de los indicadores y metas descritas en las Reglas de Operación publicadas en el *Diario Oficial de la Federación* cada año fiscal (2003-2006). A continuación se presentan los resultados obtenidos en cada uno de los observatorios urbanos y monitoreo de los indicadores:

- Cobertura territorial. Las ciudades turísticas y fronterizas integran un universo de 34 destinos, en los cuales se han implementado seis observatorios, cuya cobertura en 2006 era de 17.64 por ciento. En el caso de los observatorios urbanos el porcentaje de avance es de 10.71 por ciento en el mismo periodo, al instalarse 39 unidades en las 364 ciudades que integran el Sistema Urbano Nacional (SUN).
- Cobertura de población. El programa Hábitat benefició a una proporción elevada de los habitantes de las 364 ciudades que integran el SUN. Sin embargo, en el contexto del monitoreo a través de los observatorios de los

destinos se tiene que la población atendida para el año 2005 es de 4 millones 288 mil 545 habitantes.

- Cobertura de superación de la pobreza urbana. Para el año 2000, el porcentaje de hogares pobres en la red nacional de observatorios se calculó en 48.71 por ciento y para el 2005 aumentó a 49.1 por ciento, de acuerdo con los datos y metodología propuesta por la propia Sedesol. Se estima que más de dos millones de mexicanos que radican en los destinos fronterizos y del Caribe mexicano viven en pobreza extrema.
- Cobertura de mujeres jefas de familia. Para el año 2000 el porcentaje de hogares con jefe de familia en pobreza extrema era de 9.48 por ciento y para el año 2005 aumentó a 11.32 por ciento. En los destinos fronterizos el índice es mayor que en los del Caribe mexicano.
- Cobertura de Agencias de Desarrollo Hábitat. Entre el año 2003 y 2006 era obligatorio que los observatorios urbanos estuvieran incluidos en la estructura de la Agencia de Desarrollo Hábitat, y así lo estuvo la totalidad de ellos. Esta acción representa solo 36 por ciento del total de las acciones del programa Hábitat.
- Género. Se ha desglosado el indicador de pobreza extrema con el fin de evidenciar las diferencias de género en cuanto a los jefes de familia.
- Concurrencia. Inversión identificada por el programa Hábitat. Para acceder al fondo Hábitat, es obligatoria la concurrencia de recursos municipales y estatales. Entre 2003 y 2006 participaron 18 proyectos en esta modalidad, y con recursos extraordinarios del CONACYT se financió la instauración de tres observatorios en los destinos.

Discusión

La exploración del programa Hábitat ha permitido constatar que:

Todos los modelos reflejan sus fuerzas y debilidades para acomodar los objetivos estratégicos [...] además de poder percibir las amenazas de la creciente competitividad en los mercados globales, y de aceptar riesgos basados y sustentados en nuevas formas, técnicas y metodologías para un turismo actual y competitivo” (Cuevas y Bribiescas, 2009) .

En este sentido, la discusión sobre las líneas de acción pública para la superación de la pobreza en los destinos se trata en tres apartados, a saber:

- a) Sobre el programa Hábitat. La política central de este programa transversal Hábitat es el combate a la pobreza en las principales ciudades mexicanas. A través de la instauración de un sistema local de monitoreo de indicadores de la Agenda Hábitat se busca evidenciar los avances y retrocesos en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. De los 20 indicadores clave se han logrado avances significativos en cinco, parcialmente en tres indicadores y nueve indicadores muestran retroceso en el logro de las metas para el periodo 2000-2005. Las áreas de debilidad en el cumplimiento de la Agenda Hábitat son: la promoción de la integración social y los grupos desfavorecidos, el acceso a servicios básicos, una estructura geográficamente equilibrada de los destinos y la estimulación de oportunidades de empleo productivo.
- b) Sobre el monitoreo y control de los indicadores. Se han implementado dos sistemas de seguimiento de resultados del programa Hábitat; el primero concerniente a los indicadores clave de la Agenda Hábitat y el segundo a los indicadores de meta y resultados del Programa. Estos últimos son de carácter ejecutivo, orientados a la descripción del programa y acciones, más no a la evaluación de los alcances de largo plazo. Cabe destacar que seis de los indicadores de la Agenda Hábitat presentan problemas de interpretación, ya sea por no ser comparables (debido al cambio en la metodología de obtención de datos base) o por la ausencia total de la información. El área de oportunidad inmediata es la actualización de los indicadores con cohorte al año 2010, lo cual permitirá controlar y evaluar una década de avances o retrocesos en el cumplimiento de las metas del milenio y la Agenda Hábitat. Asimismo, siete años de implementación del programa Hábitat en México.
- c) Sobre el análisis de los destinos. Las ciudades fronterizas y del Caribe mexicano se caracterizan por un rápido y continuo crecimiento, y en ellas se lleva a cabo un monitoreo y control transversal de la implementación de políticas públicas para la superación de las condiciones de pobreza. La muestra empírica de los resultados en el seguimiento de los indicadores Hábitat permite mostrar evidencias del estado que guardan los destinos y las acciones locales que se han desarrollado con el fin de cumplir un compromiso global. Lo anterior permite enriquecer y reflexionar en torno a aquellas agendas locales (agenda desde lo local, agenda del mar o agenda de turismo sostenible) cuya implementación no ha mostrado resultados de monitoreo o control hasta la fecha.

Conclusiones

En los discursos de la planificación de los destinos turísticos, el monitoreo y control de indicadores son una amienta estratégica para conocer el estado de avance de metas y objetivos a largo plazo. En el presente trabajo se hace una muestra de lo anterior aplicado a un programa público federal de alto impacto para los destinos turísticos de las ciudades fronterizas del noreste y del Caribe. La meta y objetivo central del programa hábitat es la reducción de la pobreza en las ciudades, y para medir los resultados se utilizan los indicadores de la agenda hábitat y los indicadores ejecutivos.

No obstante las bondades del programa para la mejora de la posición de las ventajas comparativas y competitivas, el impacto se ha diluido. Se han mostrado las evidencias de los retrocesos significativos en 45 por ciento de los indicadores clave; en cuatro de ellos no es posible evaluar y en dos no existe información para su valoración en el cumplimiento de las metas y compromisos propuestos para el año 2015. Se muestran evidencias de avance positivo en solo cinco indicadores (25 por ciento). Con base en lo anterior, se puede afirmar que las acciones para la superación de la pobreza del programa Hábitat son mínimas y de poco alcance para los destinos turísticos estudiados.

Con el fin de promover un desarrollo territorial sustentable e incluyente en los destinos turísticos, se hace necesario brindar información oportuna y transparente, factor estratégico para la toma de decisiones. A través de los observatorios locales se promueven estructuras de participación ciudadana, colectiva y de integración comunitaria, siempre y cuando cumplan con requisitos indispensables, como fuentes confiables de información, estructuras participativas de todos los actores, alta calidad técnica y relevancia de los indicadores que monitoreen la realidad por planificar y estrategias de información y socialización de los fenómenos observados como base para aportar a las políticas públicas y para retroalimentarlas. En este trabajo se muestra el apoyo de la evaluación para el programa hábitat de México.

Referencias

- Birkmann, J. (2003) "Vom Monitoring zum Controlling", *RuR*, vol. 5, Berlín, pp. 357-370.
- Birkmann, J. (2004) *Monitoring und Controlling in einer nachhaltigen Raumentwicklung: Indikatoren als Werkzeuge im Planungsprozess*, Dortmunder Vertrieb für Bau- und Planungsliteratur, Dortmund, Alemania.

- Boecher, M. (2008) "Regional Governance and Rural Development in Germany: The Implementation of LEADER+", *Sociología Ruralis*, vol. 48, Bonn, Alemania, pp. 372-388.
- Brugués, A., G. Córdoba, J. Coronado, E. Cervera, M. Romo, y R. Rubio (2008) "El observatorio urbano de Ciudad Juárez", en Garrocho y Álvarez (coords.) *Observatorios urbanos en México: lecciones, desafíos y propuestas*, El Colegio mexicano A. C., México. pp. 226-258.
- CONACYT-Sedesol (2004) "Convocatoria Sedesol-CONACYT 004/02: Demandas Específicas del Sector", Secretaría de Desarrollo Social/Consejo nacional de Ciencia y tecnología, México <http://www.conacyt.mx/Fondos/Sectoriales/Sedesol/2004-02/Sedesol_Demandas_2004-02.pdf>.
- Consejo Nacional de Población (2005) "Proyecciones de la población en México, 2005-2030" <http://www.conapo.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=123&Itemid=226>.
- Cordera, R. y A. Cabrera (coords.) (2007) *La política social en México: tendencias y perspectivas*, UNAM, México.
- Cuevas, T. y F. Bribiescas (2009) "Turismo transfronterizo con una perspectiva de la Administración Total de la Calidad (EQM). Un enfoque de satisfacción total basada en la Administración de Experiencias de Calidad (TQM) en los consumidores finales y su impacto en la región", *Dinámicas y Tendencias del Turismo Contemporáneo*, Memoria del Primer Coloquio Internacional celebrado en el marco de la Cátedra Patrimonial en Turismo "Sergio Molina", 21 y 22 de Abril de 2009, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Ciudad Juárez, México, pp. 191-202.
- Diario Oficial de la Federación* (2003) "Reglas de Operación del Programa Hábitat 2004", 23 de marzo de 2003, Sedesol, México.
- Diario Oficial de la Federación* (2004) "Reglas de Operación del Programa Hábitat 2004", 25 de marzo de 2004, Sedesol, México.
- Diario Oficial de la Federación* (2005) "Reglas de Operación del Programa Hábitat 2005", 18 de febrero de 2005, Sedesol, México.
- Diario Oficial de la Federación* (2006) "Reglas de Operación del Programa Hábitat 2006", 17 de febrero de 2006, Sedesol, México.
- Frausto, O. y M. Welch (2010) Indicators of the Habitat Agenda in México: Local urban observatory programme, *Journal of US-China Public Administration*, vol. 7, núm. 11 (61), pp. 39-45.
- Frausto, O. y M. Welch (2010 a) "Monitoreo y control de los indicadores de la Agenda Hábitat a través de Observatorios Urbanos de México", en: Capel, H., P. Ciccolella y E. Quinn, *La planificación territorial y el urbanismo desde el*

- diálogo y la participación*, Actas del XI Coloquio Internacional de *Geocrítica*, 2-7 de mayo de 2010, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Frausto, O. y M. Welch (2008) "Monitoring of the Habitat Agenda in México", *Transactions on Ecology and the Environment*, vol. 117, Londres, pp. 175-182.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2005), II Censo de Población y Vivienda 2005 <<http://www.inegi.org.mx/sistemas/olap/proyectos/bd/consulta.asp?p=10215&c=16851&s=est>>).
- Medina, I. y A. Florido (2005) *La pobreza desde los pobres*, Libros en RED, México.
- OMT (2003) *Turismo y atenuación de la pobreza*, Organización Mundial del Turismo, Madrid.
- OMT (2006) *Reducción de la pobreza por medio del turismo: una compilación de buenas prácticas*, Organización Mundial del Turismo, Madrid.
- Paesler, R. (2008) *Stadtgeographie*, WBG, Darmstad, Alemania.
- Rodríguez Miranda, A. y M. Sienra (2008) *El caso de treinta y tres claves del desarrollo local. Una metodología de análisis aplicada*, Fin de Siglo, Uruguay.
- Schultz, B., M. Keiner y W. Schmid (2002) "Indikatorengestütztes Controlling der Richtplanung in der Schweiz: Modell für die Regionalplanung in Deutschland?", *RuR* vol. 60, núm. 5/6, Berlín, pp. 366-376.
- Sedesol (2003) *Implementing The Habitat Program: Urban Observatories National Network In México*, Urban Social Development Information and Investigation System, Secretaría de Relaciones Exteriores/Secretaría de Desarrollo Social, México.
- Sedesol (2007) *Consulta de proyectos 2003-2006*, Dirección General de Informática, Comunicaciones y Desarrollo Tecnológico de la Secretaría de Desarrollo Social, México.
- Sedesol-Red Nacional de Observatorios Urbanos (2009) "Seguimiento de indicadores ONU-Hábitat- Sedesol: resultados año 2000", Portal de la Secretaría de Desarrollo Social, México <<http://www.sedesol.gob.mx/index/index.php?sec=802072&pagina=5#>>.
- Valls, Josep-Francesc (2004) *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles*, primera edición, Gestión 2000, Barcelona.
- Villasis, R. (2005) "Sobre indicadores de sustentabilidad urbana y observatorios", *Ciudades*, núm. 68, Red Nacional de Investigación Urbana, Puebla, México, pp. 21-27.
- Wong, C. (2006), *Indicators for Urban and Regional Planning: The Interplay of Policy and Methods*, Routledge. Londres.
- Zabre, G. (2009) "Políticas públicas en México: turismo y pobreza en un mismo territorio", *Revista América*, vol. 2, núm. 3, junio de 2009, Madrid., pp. 1-23.

Zizaldrá, I., J. Valderrama y C. Flores (2009) “Exploración del visitante transfronterizo ante el dilema entre el turismo y la paz: caso Ciudad Juárez, Chihuahua-Tijuana, Baja California”, *Congreso de Investigación Turística-XI Nacional, V Internacional*, 7-8 de octubre de 2009, Tijuana Baja California, Sectur/Cestur 3er AMIT, Tijuana, Baja California.

XII

Sustentabilidad y competitividad en restaurantes de Tijuana, Baja California: una aproximación a su medición

María Guadalupe Velázquez Romero¹
Jorge Antonio Valderrama Martínez²
Juan Carlos Flores Trejo³

Introducción

La sustentabilidad y la competitividad son aspectos que adquieren cada vez mayor relevancia en el ámbito empresarial, derivada de las nuevas exigencias de los contextos económicos contemporáneos. Efectivamente, bajo es aspecto de la globalización, las empresas en México y en todo el mundo se han visto forzadas a cambiar sus percepciones de lo que es hacer negocios y trabajar en la comprensión de los factores que determinan la condición positiva de planeación, gestión, desempeño y vinculación empresarial con rentabilidad.

Los objetivos de la presente investigación son conocer y establecer aproximaciones de medición de las prácticas administrativas desarrolladas en los restaurantes de Tijuana, Baja California, de acuerdo con su propia visión empresarial. La importancia de la investigación radica en identificar las estrategias que

-
1. Universidad Autónoma de Baja California, México. Correo electrónico: lupitavr@yahoo.com.mx.
 2. Universidad Autónoma de Baja California, México. Correo electrónico: jorgevalderrama1@yahoo.com.mx.
 3. Universidad Autónoma de Baja California, México. Correo electrónico: jcft@yahoo.com.mx.

despliegan o ignoran los restaurantes, estimando indicadores y mediciones asociadas a la responsabilidad empresarial, entre las que destacan sus acciones para desarrollar funciones y procesos de trabajo así como el administrar sus recursos escasos y hasta evaluar el compromiso social con su entorno interno y externo.

La propuesta principal de esta investigación se centra en el conocimiento y registro directo de actividades administrativas que, transformadas en indicadores, puedan medir los rangos de responsabilidad empresarial ejercida por los restauranteros tijuanaenses, agentes económicos de significativa importancia dentro de la actividad turística de la frontera norte de México. El aporte de la presente, atiende los aspectos metodológicos que pueden representar avances en la concientización, efectividad y responsabilidad de los empresarios a favor de sus decisiones, desempeños e impactos en materia de sustentabilidad y competitividad.

Competitividad y administración empresarial

Pese a existir una amplia gama de conceptos teóricos y metodológicos, es válido considerar una primera aproximación al concepto de competitividad “como el grado de penetración en los mercados, a través de producir bienes... y/o prestar servicios que cumplan los estándares de calidad mundial, de manera eficiente, manteniendo niveles de rentabilidad” (Aguilar, 2005: 45). Más aún, la competitividad puede ser considerada como el conjunto de estrategias administrativas llevadas a cabo por la empresa para poder competir en un mercado globalizado y aumentar su productividad.

El razonamiento base, parte de la consideración de que las empresas son el reflejo de sus altos mandos y el estilo gerencial, y las decisiones de dichos agentes son la causa directa de los resultados y el posicionamiento de las organizaciones. Por tal motivo se concibe que los propietarios y gerentes son quienes toman las decisiones que otros no han contemplado o simplemente no han querido asumir, valorar o implementar.

Es importante señalar que la competitividad empresarial presenta un sinnúmero de definiciones manejadas en amplios espacios de tiempo, ópticas y precisiones, por lo que, pese a la complejidad conceptual del término, se ha impedido llegar a una definición consensuada, requiriéndose no solo el identificar los componentes que la conforman sino además, el cómo debe medirse.

La determinación de los factores que inciden en la competitividad de una empresa, son un aspecto fundamental para su posterior proceso de medición. Pero de igual manera, como ocurre con el concepto, existen diferentes aprecia-

ciones sobre cuáles son los factores determinantes de la competitividad empresarial.

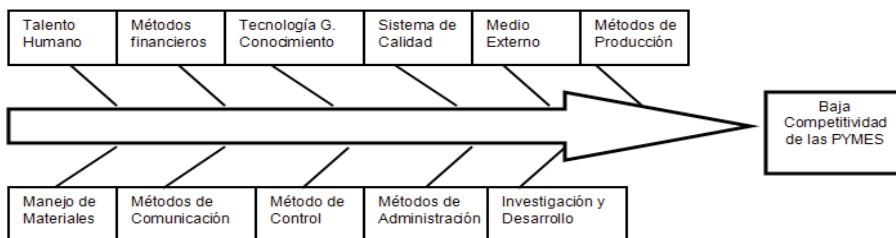
Bajo esta realidad, tanto el concepto de competitividad empresarial como los factores que se definen como determinantes de la misma, condicionan la forma de su medición. Dado que existen diferentes conceptos y factores determinantes, se han generado diversas metodologías que se adoptan para su estudio y validación en varias naciones, sectores y regiones.

“Los abordajes metodológicos que se han desarrollado son muy pocos y algunas de las herramientas utilizadas...no han sido concebidas para tal fin. Es decir,...que se adolece de un modelo de competitividad empresarial unificado que permita medir la competitividad de diferentes empresas y hacer comparativos, bajo los mismos factores de medición” (López y Guerrero, 2008: 9).

De ahí que las experiencias metodológicas que se han planteado para medir competitividad son inicialmente valiosas, toda vez que se han enmarcado en función de proponer modelos relacionados con una serie de factores distintos que se consideran determinantes de la competitividad empresarial. Estos factores generan parámetros de medición diferentes, conformando estructuras no necesariamente compatibles y utilizables para establecer comparaciones.

El primer modelo a considerar en el presente trabajo propuesto por Diego Quiroga en 2003, define factores y variables evaluadas como las de mayor incidencia en los niveles de productividad y competitividad, integrando factores y variables tecnológicas, administrativas, productivas, humanas y del entorno empresarial. Basados en el Diagrama de Ishikawa, (Figura 1.) se determinaron los 11 factores y 86 variables relevantes para medir el nivel de productividad y competitividad (Cuadro 1). Con esta metodología se escogieron 31 variables de las 86 iniciales, denominadas variables críticas.

Figura 1
Diagrama de Ishikawa



Fuente: Quiroga (2003).

Los factores y variables críticos de competitividad definidos en el modelo, se encuentran asociados a métodos administrativos entre los que destacan: planeación estratégica, benchmarking, administración de recursos humanos, apoyo en la gestión de mercadeo, cultura organizacional aseguramiento de la calidad, métodos de comunicación, métodos de control, métodos financieros, métodos de producción, investigación y desarrollo, avance tecnológico y medio externo (Cuadro 1).

Cuadro 1
Factores y variables críticas de la competitividad

FACTORES/VARIABLES	FACTORES/VARIABLES
MÉTODOS ADMINISTRATIVOS	MÉTODOS FINANCIEROS
Variables de planeación estratégica	Tipos de sistemas de costo
Conocimiento de Benchmarking	Tipos de análisis financieros
Conocimiento de ingeniería robusta	
	MÉTODO DE PRODUCCIÓN
Factores considerados en la selección de personal	Tipos de proceso productivo (manual, sistematizado, automatizado)
Modelos administrativos usados	Método de control del sistema productivo
Factores positivos y negativos del personal para el éxito	Nivel de productividad
Apoyo a la gestión del mercadeo	
	INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO
	Enfoque y existencia de investigación y desarrollo
TALENTO HUMANO	
Participación de los trabajadores en la toma de decisiones	MÉTODOS DE CALIDAD
Cultura organizacional frente a la calidad y productividad	Sistema de calidad
Nivel de escolaridad de los empleados	
	TECNOLOGÍA
Conocimiento de los directivos del aseguramiento de la calidad	Conocimiento tecnológico a nivel internacional
	Porcentaje de materiales que corresponde al costo total
MATERIALES	Automatización y sistematización de maquinaria y equipos internacionales
Porcentaje de materia prima que corresponde al costo total	Tecnologías de conocimiento
Tipo de proveedores (regionales, nacionales, internacionales)	
Sistema logístico en manejo de materiales	MEDIO EXTERNO
	Factores que influyen en el desarrollo de la empresa (político, económico)
MÉTODOS DE COMUNICACIÓN	Nivel competitivo internacional de la empresa
Manejo de control de procesos	Variables claves de competitividad
MÉTODO DE CONTROL	
Método de control de los procesos productivos	
Tipo de indicadores utilizados	

Fuente: Quiroga (2003).

La competitividad es una condición trascendental hoy en día, tanto en el ámbito empresarial como en el social. Su involucramiento resulta fundamental por lo que es necesario desarrollar permanentemente “la capacidad de las

empresas para tomar decisiones adecuadas a la obtención del estado futuro deseado..., se trata de un conjunto de valores compartidos por la alta dirección y comprendidas por los responsables de la operación táctica que forman parte de la cultura empresarial y tienen una vinculación profunda con la organización” (Duran, 2010: 5).

Sustentabilidad y responsabilidad empresarial

“La responsabilidad empresarial constituye una aportación positiva manifiesta en la ejecución y control de una práctica cotidiana en favor de sí mismas y de la sociedad, considera entre otros aspectos,...la minimización de los impactos desfavorables relacionados con la utilización de los recursos...así como la capacitación, orientación y promoción de técnicas y procedimientos de reuso, reciclaje y manejo responsable tanto de manera interna como extendida, incluyendo las personas involucradas y el entorno social-natural inmediato y extendido” (Valderrama, Velázquez., Flores y Sánchez, 2007: 133).

En un mundo que se globaliza de manera cada vez más rápida y bajo complejidades crecientes, existe una presión constante para que las empresas desarrollen un planteamiento de responsabilidad ampliada que tenga elementos universales y al mismo tiempo que se puedan aplicar a las muy diferentes localizaciones. Las empresas en el mundo actual para mantenerse, crecer y desarrollarse deben atender de forma responsable a todos los grupos sociales involucrados, a sus propios colectivos y a los del entorno ampliado.

Entendida como una postura ética empresarial, la responsabilidad social se ocupa, según advierten Johnson, Scholes y Whittington (2006), de la forma en que una organización supera sus obligaciones con sus partes interesadas, especificadas en la normativa y en el gobierno corporativo. Esto incluye las consideraciones sobre cómo se deben conciliar las demandas en conflicto de las distintas partes involucradas, entre las que se encuentran: los clientes, proveedores, empleados, colaboradores así como las comunidades locales, entre otros grupos.

Como se muestra en la Figura 2. La actuación responsable de la empresa se relaciona con los agentes sociales que en ella intervienen y con los que colabora, participa o atiende, incluyendo por ende a los accionistas, directivos, empresarios, clientes, proveedores, trabajadores y a las comunidades, es decir con los stakeholders (con todas las partes interesadas).

Actualmente tener un comportamiento socialmente responsable puede y representa para la empresa en el corto y largo plazo, una oportunidad de integrarse en la sociedad siendo respetuoso de los derechos de los diferentes colec-

Figura 2
Concepto de empresa responsable



Fuente: Giner y Gil (2006: 38).

tivos humanos que trabajan en y para la empresa, siendo amigable con el medio ambiente y desarrollando una actitud justa y comprometida con el bienestar propio y compartido.

Es por ello que “la responsabilidad social corporativa puede ser definida como la asunción de derechos y obligaciones fruto de la actividad económica, política, social y medioambiental para las organizaciones. En otras palabras, crear y desarrollar valores tales como protecciones, sostenibilidad, compromiso, actuar responsable y económicamente respecto al medio ambiente, las personas y la sociedad, tanto en el corto como en el largo plazo, tanto en la proximidad como en la lejanía” (Giner y Gil, 2006: 39).

La segunda propuesta de un sistema de medición de la responsabilidad social parte de la definición de parámetros críticos, el Cuadro 2 registra en la primera columna todas las personas ante las que la empresa debería ser socialmente responsable, como agente que puede ejercer una influencia y determinar las condiciones de su desarrollo y evolución. La segunda columna presenta lo que se denomina parámetro crítico de responsabilidad.

Los parámetros críticos de responsabilidad social identificados en esta propuesta establecen una fuerte relación de involucramiento ya que contiene la definición de acciones, cumplimientos, valores y conductas de todos los agentes participantes, identificando responsabilidades de accionistas, clientes, colaboradores y proveedores en cobertura de influencia económica, financiera, comercial, medioambiental, jurídica y eminentemente social.

Considerando que un proceso de administración eficiente reclama una participación colectiva que soporte una estrategia apropiada y conveniente de empresa, tendiente a satisfacer necesidades internas y ampliadas, se estimula

Cuadro 2
Parámetros críticos de responsabilidad social

Responsabilidad ante:	Parámetros Críticos de Responsabilidad Social
Accionistas	Retribución transparente
Administración pública	Cumplir legislación
Clientes	Transparencia
Colaboradores	Honestidad
Competidores	Respetar reglas de la competencia
Medio ambiente	Sostenibilidad
Personal de la empresa	Respeto a la dignidad humana
Proveedores	No presionarlos en exceso

Fuente: Giner y Gil (2006: 44).

y propone una administración estratégica. Según, Martínez y Ruiz (2008) esta administración implica avanzar en la conciencia del cambio que se presenta cotidianamente en el entorno, precisando no solo mostrar intenciones, sino plantear objetivos medibles y alcanzables, proponiendo acciones específicas y estar conscientes de las necesidades de recursos para llevar a cabo dichas acciones, reclamando que toda la organización se mueva en busca de los mismos objetivos, aplicando un conjunto de estrategias comunes.

En cuanto a la identificación de variables que son objetos de medición, desde un primer momento se consideran los ámbitos ampliados y relacionados como el de atención al medio ambiente así como los que se relacionan con las empresas proveedoras e incluso competidoras con quienes se tiene responsabilidad, derechos y obligaciones. En un segundo momento queda definido el criterio principal por cada uno de los agentes. Por último, en la tercera columna se describe el criterio principal en variables de comportamiento, las cuales son el objeto central de la medición. El Cuadro 3 presenta el parámetro central rector ante cada agente y las variables a medir.

A través del planteamiento del tercer modelo, las diferentes aproximaciones proporcionan indicaciones de cómo dirigir la empresa hacia una mayor responsabilidad social. En definitiva, se promueve la colaboración inteligente entre todos los agentes implicados en el proceso de gestión de las empresas y con su entorno.

La Figura 4 identifica una serie de variables vinculadas entre competitividad y sustentabilidad empresarial presentando al centro los niveles de productividad que se aproximan, en relación directa y provocada, a tasas elevadas de crecimiento. Así mismo reflejan la capacidad de uso eficiente de recursos, cambios

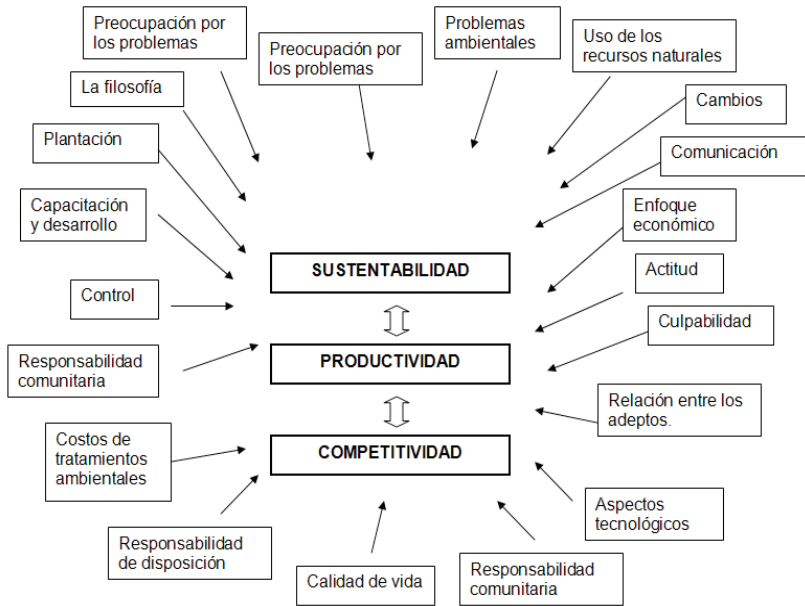
Cuadro 3
Composición de las variables objeto de medida
para la responsabilidad social corporativa

Responsabilidad ante	Parámetro Crítico de Responsabilidad	Variables que forman el compromiso. Necesidades de medida.
<i>Accionistas</i>	<i>Retribución transparente</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión transparente y veraz. • Preservar el capital y hacerlo crecer.
<i>Administración Pública</i>	<i>Cumplir legislación</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con el ordenamiento legal y fiscal. • Colaborar positivamente con el gobierno.
<i>Cientes</i>	<i>Sincidad transparente</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Veracidad en la información y publicidad. • Atender las reclamaciones y sugerencias.
<i>Colaboradores</i>	<i>Honestidad</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con lo pactado. • Trato respetuoso y no vejatorio.
<i>Competidores</i>	<i>Respetar reglas de la competencia</i>	<ul style="list-style-type: none"> • No crear y difundir noticias falsas.
<i>Empleados</i>	<i>Respeto a la dignidad humana</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Honestidad y veracidad. • Respeto al mérito. • No discriminación. • Salarios adecuados. • Integración y crecimiento profesional. • Mantener condiciones salubres y apropiadas.
<i>Medio Ambiente</i>	<i>Sostenibilidad</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a las acciones de prevención. • Uso de energías limpias. • Reducción contaminación atmosférica.
<i>Proveedores</i>	<i>No extorsión</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Informar correctamente los planes y acciones no establecer condiciones injustas y desgastantes. • Atender las reclamaciones y sugerencias.

Fuente: Giner y Gil (2006: 46).

administrativos, de estrategia comercial, comunicación e inversión que se asocian al uso de tecnologías, manejo sustentable, sistemas de control de calidad entre otros criterios.

Figura 4
Criterios de responsabilidad empresarial



Fuente: elaboración propia, 2010.

Los aumentos de la productividad empresarial reflejan la capacidad de aplicar estrategias administrativas modernas, absorber procesos y tecnologías innovadoras ajustando y eficientando continuamente los padrones de una organización, en donde los niveles de responsabilidad ambiental, social y económica están siendo considerados y presentan avances significativos de acción y desarrollo.

Propuesta de medición de la responsabilidad social empresarial

Ante el planteamiento y la creciente valoración de estructuras globalizadas, las consideraciones económicas se asocian cada vez con mayor certidumbre y vinculación a las relaciones sociales y ecológicas, demandando razonamientos no solo macroeconómicos, sino además microeconómicos que se conectan con objetivos

personales, sociales y medioambientales que marchan paralelas a la productividad, competitividad y sustentabilidad, en un orden no formal de importancia pero sí, de mutua coordinación y dependencia.

Lo anterior es producto del entendimiento de que “hoy más que nunca existe la urgente necesidad de operar empresas sustentables y eficientes, la responsabilidad de ahorrar recursos y de utilizarlos racionalmente está vinculada a la producción y oferta de bienes y servicios sanos y efectivos, acordes a las expectativas de los complejos mercados y de una sociedad cada vez más racional, demandante de calidad en sentido amplio” (Valderrama, Velázquez, Flores y Sánchez, 2007: 126).

Con la necesidad progresiva de que las empresas se transformen de manera efectiva en organizaciones competitivas, productivas y necesariamente sustentables, socialmente se exige mayor eficiencia de todos los recursos inherentes, y relacionados no solo en sus escenarios directos sino en los ampliados y compartidos, toda vez que los impactos son directos e indirectos. Una convicción crecientemente es el saber que las empresas no trabajan de manera aislada ya que forman parte activa y decisiva de la comunidad que las contiene, de ahí que su responsabilidad aumente y se amplíe.

Esta situación ha provocado la necesidad de cambiar el paradigma tradicional de decisiones por uno de enfoque ‘multicriterio’ que supere intereses exclusivos, de visión limitada dando paso a la transformación de organizaciones cada vez más flexibles, reconociendo que el cambio es continuo y que la innovación es necesaria, tanto en sus estructuras internas como de frente a su permanencia y proyección. Estas empresas se encuentran fuertemente vinculadas a los entornos internos y externos y son sensibles a la cooperación y a la operación efectiva.

Ampliando las características de estas organizaciones, se dice que promueven estructuras internas que tienden a la simplificación y participación consensuada. Se perfila que su visión es a largo plazo apoyando un futuro en armonía comprometido con los problemas ecológicos y humanos; con participación en lugar de dominación como clave para alcanzar objetivos y metas, enfatizando la capacitación del ser humano y responsabilizando a la administración para lograr un desempeño más amplio y equitativo.

“Para alcanzar los parámetros que permitan mayor claridad en este tipo de mediciones es necesario definir como primer paso, las características del estilo administrativo de las empresas en general dentro de un esquema de desarrollo sustentable, este estilo administrativo ha derivado de un enfoque tradicional autocrático a otro humano y participativo, lo cual se interpreta de forma positiva para la sustentabilidad futura” (Velázquez, Valderrama y Trejo, 2007: 63).

Aspectos metodológicos

Es así como la tercera opción de medición que considera la presente investigación, propuesta por la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California, parte de la apreciación de que los empresarios son responsables de su actuación en el puesto que desempeñan y en el cómo administran sus recursos, ya que la responsabilidad social es, fundamentalmente, una decisión administrativa que evalúa el compromiso que se tiene estructuralmente relacionado con las estrategias, los programas y los procedimientos aplicados al interior de sus procesos.

Lo anterior hace posible conocer la seriedad de la intención empresarial, gracias al acercamiento vinculatorio entre la Universidad y el sector productivo, propiciado por el dialogo directo, siendo mucho más significativo que los discursos y las declaraciones de los gerentes y propietarios en contextos distintos, que no son necesariamente tan auténticos y responsables como el que se establece en el transcurso del trabajo investigativo universitario.

El entrevistar a empresarios se hace no con fines de revisión, constatación o prueba estandarizada. La aplicación del instrumento y su posterior análisis considera aspectos de medición que se obtienen de manera libre voluntaria y acordada, dividida en dos grandes apartados o niveles: nivel empresarial, con 19 categorías (Cuadro 4) y nivel global con 11 categorías (Cuadro 5).

La aplicación de técnicas de recolección de información consideró específicamente a empresas restauranteras de Tijuana, toda vez que constituyen el eslabón más importante de la cadena turística al considerar sus niveles de consumo y la tradición de servicio, conformándola en una actividad significativa en la región fronteriza, integrando una oferta especializada para visitantes internacionales, regionales y locales que es fuente generadora de empleos y de un valioso derrame económico.

Pese al retraimiento de la actividad económica internacional en los últimos tiempos, el dinamismo local del gremio restaurantero se denota en la permanencia y crecimiento de establecimientos competitivamente relacionados con nuevas opciones empresariales. Dichas alternativas conforman mayores niveles de atención y preferencia, aún reconociendo que también han existido empresas que han dado por concluidas sus actividades comerciales. El mercado actualmente cuenta con estilos y conceptos diversos, por ello constituye un escenario propicio para identificar administraciones dinámicas en materia de requerimientos de recursos naturales, humanos y financieros.

La oferta de conceptos, marcas y especialidades permitió trabajar con una muestra intencionalmente seleccionada que incluye 36 establecimientos de cali-

Cuadro 4
Análisis de la responsabilidad social en restaurantes de Tijuana (nivel empresarial)

Concepto	Sustentable	No sustentable
Filosofía	Los aspectos económicos son esenciales pero no cambian la cultura gerencial.	La filosofía está basada exclusivamente en lo económico.
Planeación	La planeación es a mediano y largo plazo.	Es a corto plazo.
Problemas Ambientales	Se cumple con y aun más que lo establecido en los reglamentos. Existe una permanente atención a los mismos.	Se cumple con el mínimo de obligaciones manteniendo los gastos ambientales lo más bajo posible.
Usos De Recursos Naturales	La política se basa en la sustitución, la reducción y el reaprovechamiento. Existe una genuina responsabilidad de uso y conservación de los recursos para las futuras generaciones.	Se piensa que el pagar los gastos de uso les permite el despido, existe bajo nivel de conciencia del carácter limitado y escaso del recurso.
Cambios	Se tiene visión y objetivos claros de la necesidad de los cambios. Los planes son flexibles e innovadores.	Se elaboran planes bajo el enfoque tradicional para lograr nuevos objetivos y siguen los planes al pie de la letra para lograr el éxito.
Comunicación	Siempre hay una comunicación en dos o más sentidos.	Casi toda la comunicación es en un solo sentido.
Enfoque Económico	Hace a tener un enfoque ganancia/ganancia se entiende que la sustentabilidad constituye una política central del negocio.	Enfoque de pérdida/ganancia en las negociaciones. En el mundo competitivo "normal" resultan ganadores y perdedores.
Actitud	Actitud habitualmente positiva y optimista.	Actitud a menudo pesimista y negativa.
Culpabilidad	Responsabilizarse cuando las cosas no salen según el plan. Buscar soluciones en vez de culpar.	Culpar a los demás, o a una fuerza externa cuando las cosas no salen según el plan o presentan obstáculos.
Relación Entre Los Departamentos	Cada gerente, además de conocer y ser responsable de su área, también sabe que si éxito depende de la estrecha cooperación y relación laboral con los demás departamentos.	Cada gerente tiene que ser responsable de su propia área y no interferir con las demás, se anula al concepto de cooperación, integración y colaboración responsable.
Aspectos Tecnológicos	La gente es la parte más importante de la empresa. Solo con personal excelente se puede planear con eficacia los aspectos económicos y tecnológicos.	Los aspectos tecnológicos y económicos son las prioridades en cualquier empresa, la gente al igual que máquinas son herramientas, reemplazables y sustituibles.
Control	Las empresas creen en la descentralización del control, transfiriendo el control a los diferentes niveles de la organización. La eficiencia se logra con la cooperación y la participación conjunta.	Las empresas tienen que controlarse rigidamente desde arriba para asegurar la eficacia y la consistencia en los métodos de trabajo.
Calidad De Vida	La responsabilidad de la empresa es pagar un salario justo además de satisfacer necesidades del empleado para que se realice el trabajo, además de tratarlo con dignidad y respeto.	La responsabilidad de la empresa es pagar salarios según los reglamentos oficiales. Se exige que el empleado se desempeñe eficazmente durante las horas de trabajo.
Responsabilidad De Disposición	La empresa se encarga del producto desde su elaboración hasta la disposición final de los desechos. Responsabilidad circular.	Responsabilidad de disposición al comprar un producto, el cliente (o la sociedad) es responsable de los desechos. Responsabilidad lineal.
Costos De Tratamientos Ambientales	Las empresas deben encontrar la forma de absorber los costos.	Las empresas deben pasar estos costos adicionales a los clientes, en forma de precios más altos.
Responsabilidad	Las empresas tienen responsabilidad ante una amplia gama de personas que de alguna manera se ven afectadas por las decisiones de la empresa.	La empresa reduce sus niveles de responsabilidad al interior y exterior, basado en una perspectiva de solo producir para ganar, protegido por las externalidades, (efectos no deseados de responsables limitada).
Responsabilidad Comunitaria	Se atiende en la misma proporción que los intereses que aquellos que directamente hacen crecer el negocio.	Se valora de manera distinta y desigual a los intereses inherentes al negocio.
Capacitación Y Desarrollo	La capacitación del personal está relacionada con la implementación de cursos y programas continuos y permanentes.	No se consideran directamente relacionados con la productividad de la empresa están considerados como gastos y no como inversiones.
Preocupación Por Los Problemas Ecológicos	La empresa desarrolla un programa que atiende, orienta y estimula a los empleados, proveedores y clientes sobre la normativa y práctica ecológica.	Existe un gran vacío administrativo en la atención, divulgación de las medidas de protección y conservación del medio ambiente.

Fuente: Kras (1994: 95).

Cuadro 5

Análisis de la responsabilidad social en restaurantes de Tijuana (nivel global)

Concepto	Sustentable	No sustentable
Cultura	Los valores culturales de cada país forman la base para todo desarrollo sustentador sano y eficaz.	Un monocultura empresarial en común basada en lo económico, favorece la integración estandarizada de su personal.
Desarrollo	El desarrollo puede ser sustentable solo si se controla dentro de los límites de la capacidad ecológica de la Tierra.	El desarrollo deja de ser sustentable cuando el crecimiento económico no solo no paga el costo de los daños ecológicos, sino que además reduce el bienestar social presente y futuro.
Problemas Ecológicos	Los problemas ecológicos se deben a una sociedad moderna e industrial, basada en el consumidor, que produce pobreza. Cuando peor sea la pobreza, tanto más aumentará la tendencia hacia familias numerosas.	Los problemas ecológicos se deben en su mayoría a la sobrepoblación y al incumplimiento con los reglamentos ambientales.
Tecnología	Debido a la creatividad ilimitada de la tecnología, realmente no debe hacer límites reales al crecimiento. Tecnología para solucionar los problemas.	Existen serias limitaciones a ciertos enfoques de crecimiento económico. Hasta la tecnología moderna no puede entender o controlar los ecosistemas de la Tierra.
Planeación	Planeación a largo plazo. Las empresas tienen que basarse en cimientos sólidos, que aporten beneficios graduales pero a largo plazo.	Planeación a corto plazo. Es la alternativa más apta. Los cambios ocurren tan rápido que tenemos que aprovechar cada oportunidad que se presenta para obtener utilidades.
Sistemas Naturales	Todos los sistemas naturales de la Tierra están interconectados. Todo lo que hagamos tendrá repercusiones en algún otro lado, y la tecnología no puede controlar esto.	Los sistemas naturales de la Tierra se pueden tratar por separado. La tecnología encontrará la manera de controlarlos sin mucho daño ecológico.
Crecimiento Económico O Aspecto Humano	El aspecto humano en el desarrollo tiene prioridad. El desarrollo económico debe condicionarse a la calidad de la vida humana.	El crecimiento económico es nuestra prioridad. El elemento humano tiene que adaptarse a las necesidades del crecimiento económico.
Control	El control descentralizado (nivel global) es esencial para un sano desarrollo sustentable. Se puede asegurar una calidad y éxito solo cuando la autoridad y la participación se mueven a un nivel local comunitario.	El control mundial o nacional de los principales proyectos de desarrollo económico es el más efectivo, para lograr un enfoque consistente y controlado para el éxito.
Nivel de vida	Para lograr la sustentabilidad, los ricos tendrán que reducir sus demandas para ayudar a los pobres a satisfacer sus necesidades. Ecológicamente, la tierra no puede soportar a ambos.	Para lograr la sustentabilidad, los ricos crean el mejoramiento económico del nivel de vida. Sin embargo, no se deben afectar los altos niveles de vida a los que los ricos tienen derecho. Se pueden hacer ambas cosas.
Confrontación Cooperación	La cooperación es el enfoque empresarial más exitoso para lograr relaciones exitosas, saludables y a largo plazo.	La confrontación es normal en el ambiente empresarial global y competitivo.
Enfoque Empresarial	El enfoque empresarial más eficaz está adaptado a la cultura de cada país.	El enfoque empresarial monocultural e internacional es el más eficaz. Las empresas tienen que adaptarse a este enfoque para obtener éxito.

Fuente: Kras (1994: 96).

dad turística, validados en cuanto a infraestructura, capacidad de servicio, personal ocupado, reconocimiento de marca y pertenencia a la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados de Tijuana. Respecto a la localización se realizó bajo técnica de mapeo la identificación de áreas urbanas con movimiento comercial, zona turística y hotelera, cercanía a zona industrial, financiera y de servicios, incluyendo las dos líneas de cruce fronterizo y el aeropuerto internacional de la ciudad.

La obtención de información permite la medición partiendo de una selección de criterios anteriormente definidos y presentados. Estos criterios se contrastan con la estructura central que desarrolla una administración, considerando especialmente la atención de intereses personales y colectivos de los directivos y/o gerentes con relación a sus empleados, proveedores, clientes y de la sociedad en general, perfilando una empresa que toma decisiones y actúa a favor de lo SUSTENTABLE teniendo como referente contrario lo NO SUSTENTABLE. Además, la empresa identifica la toma de decisiones asociada a una administración que bajo intereses exclusivamente ponderados por la ganancia y el enriquecimiento con orientación a la acumulación de capital, presenta un desinterés por el cuidado del medio ambiente y que trabaja con un mínimo cumplimiento de los reglamentos y disposiciones legales, estrangula inversiones innovadoras, incluyendo de lo ético, lo humano y lo preponderantemente social.

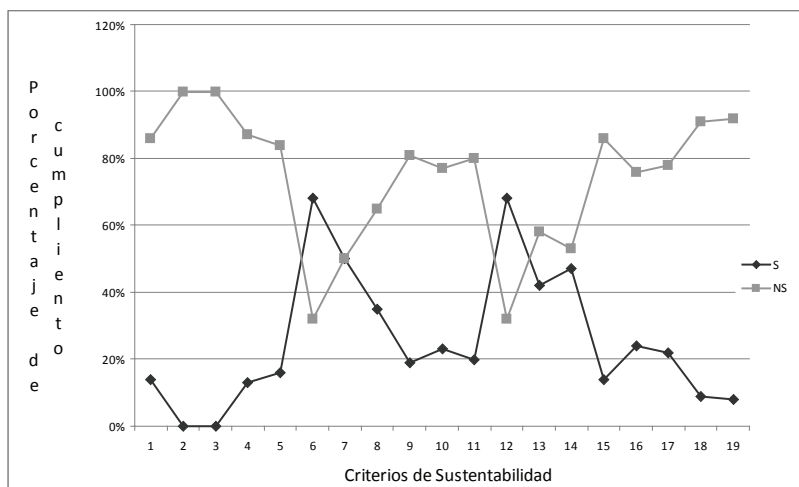
Resultados de la medición de la responsabilidad empresarial

La perspectiva general de la Figura 5 hace evidente que bajo los criterios de responsabilidad social definidos en la investigación, la actuación empresarial de los restauranteros de Tijuana seleccionados, es mayoritariamente no sustentable, al mostrar los más altos registros representados en tres valles en la gráfica. Aspectos importantes como el no contar con una filosofía y la indefinición de un proceso de planeación que dirija y regule la actividad, son indicadores de una ausente administración estratégica. Otros factores de identificación, son el tratamiento de los problemas ambientales que son desatendidos, respecto al uso de los recursos naturales y la preocupación por los problemas ecológicos, ya que son tópicos de muy baja valoración. Su disminuida responsabilidad por el costo de los tratamientos ambientales y la poca atención a la capacitación del personal y el estímulo al desarrollo del mismo, se suman a esta serie de aspectos desfavorables. Se piensa que el gobierno a través de la Secretaría de Turismo del Estado debe ofrecer esta posibilidad la cual debe ser reforzada por los cursos que pro-

mueve la representación local de CANIRAC (Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados).

En cuanto a los criterios en donde se registran los resultados positivos que contrastan con los identificados como no sustentables, destacan en la gráfica los aspectos de control, comunicación y colaboración por el tipo de servicio y dinámica cotidiana, seguida de su visión de enfoque económico (manejo del dinero, auditorías en el sistema contable, proveedores, eventos especiales, etc.). La empresa es responsable de la obtención de la materia prima, la elaboración de alimentos, la atención y la parte final de los desechos (con apoyo de terceros). La administración, pese a ser centralizada en los propietarios, es delegada en parte en los gerentes y responsables de las distintas áreas. La visión de la calidad de vida de los trabajadores es valorada por los propietarios debido a que existen condiciones de horario, responsabilidad y trato cordial con todo el personal. Los empleados gustan de su trabajo y su ingreso es proporcional a la afluencia de los consumidores. Más que el sueldo, se estimula el bienestar por las propinas y comisiones que se otorgan al personal directo, el cual es compartido en parte con el resto del personal que participa en otras tareas internas.

Figura 5
Criterios de responsabilidad social en restaurantes de Tijuana (nivel empresarial)



Fuente: información obtenida en campo, 2010.

En busca de profundización, el Cuadro 6 registra cada una de las 19 categorías/conceptos que a nivel empresarial definen la responsabilidad social. Para el caso específico de las empresas restauranteras de Tijuana, se identifican a nivel porcentual los resultados obtenidos, distinguiéndose entre ellos registros de cien por ciento en aspectos de planeación. Representativamente relacionados con porcentajes similares, se destaca la ausencia de visión y perspectiva, la alta resistencia a los cambios, la poca importancia a la capacitación y desarrollo del personal seguida de una casi inexistente atención a los problema ambientales, relacionada a su negación de ser empresas que realizan altos consumos de recursos naturales como el agua y la energía eléctrica, así como el manejo inadecuado de los desechos que en forma de basura común son tratados practicando la no valoración de su compromiso extendido a la comunidad de la que son parte activa de los problemas/soluciones.

Cuadro 6

Resultados porcentuales de los criterios de responsabilidad social de los restaurantes de Tijuana (nivel empresarial)

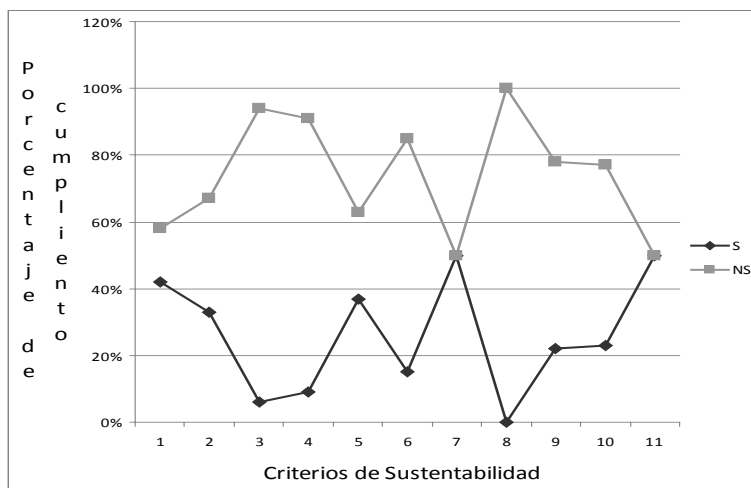
No.	ASPECTO	S	NS	TOTAL
1	Filosofía.	14%	86%	100%
2	Planeación.	0%	100%	100%
3	Problemas ambientales.	0%	100%	100%
4	Uso de los recursos naturales.	13%	87%	100%
5	Cambios	16%	84%	100%
6	Comunicación.	68%	32%	100%
7	Enfoque económico.	50%	50%	100%
8	Actitud.	35%	65%	100%
9	Culpabilidad.	19%	81%	100%
10	Relación entre los DEPTOS.	23%	77%	100%
11	Aspectos tecnológicos.	20%	80%	100%
12	Control.	68%	32%	100%
13	Calidad de vida.	42%	58%	100%
14	Responsabilidad de disposición.	47%	53%	100%
15	Costos de tratamientos ambientales.	14%	86%	100%
16	Responsabilidad de disposición.	24%	76%	100%
17	Responsabilidad comunitaria.	22%	78%	100%
18	Capacitación y desarrollo.	9%	91%	100%
19	Preocupación por los problemas ecológicos.	8%	92%	100%

Fuente: información obtenida en campo, 2010.

El mismo concentrado refiere situaciones porcentualmente inferiores en rubros de administración directa, valorando situaciones de comunicación, control, enfoque económico y actitud positiva exigida por el trato al público y su condición de servicio. Persiste una fuerte relación de disposición de trabajo dependiente y colaborativo, mas como una exigencia por tradición que como resultado de una estrategia planeada y sustentada en razonamientos empresariales. Los directivos y propietarios declararon que pese a la condición de actividades crecientes y sueldos estables, el personal valora su pertenencia al gremio restaurantero, manteniendo condiciones de vida comparativamente mejores que empleados de maquiladoras o de otras áreas comerciales.

Figura 6

Criterios de responsabilidad social en restaurantes de Tijuana (nivel global)



Fuente: información obtenida en campo, 2010.

En lo relacionado a los resultados del nivel global, la Figura 6 nuevamente presenta y confirma registros más altos para los 11 criterios/conceptos que conforman la propuesta de medición. Lo no sustentable que arroja esta medición porcentual, identifica los problemas ecológicos que afectan a la comunidad con los cuales los restauranteros no asumen ninguna responsabilidad, no sienten que su trabajo aporte elementos de daño al área cercana, no aceptando la afectación directa que su dinámica provoca en los sistemas naturales por el mal uso que

hacen. Pese a la experiencia de muchos de ellos, los empresarios quedan cortos de información en lo relacionado a elementos de trabajo y conocimientos administrativos y mercadológicos. Además, están lejos de implementar actividades relacionadas con el desarrollo en comunidad y de participar en la planeación en grupo, gremio y sector en favor de la resolución de problemas, crecimiento económico y aspectos humanos. En cuanto a lo sustentable la tendencia continúa siendo proporcionalmente inferior en todos los rubros considerados a nivel global.

Cuadro 7
Resultados porcentuales de los criterios de responsabilidad social de los restaurantes de Tijuana (nivel global)

No.	ASPECTO	S	NS	TOTAL
1	Cultura.	42%	58%	100%
2	Desarrollo.	33%	67%	100%
3	Problemas ecológicos.	6%	94%	100%
4	Tecnología.	9%	91%	100%
5	Planeación.	37%	63%	100%
6	Sistemas naturales.	15%	85%	100%
7	Crecimiento económico, aspectos humanos.	50%	50%	100%
8	Control.	0%	100%	100%
9	Nivel de vida.	22%	78%	100%
10	Confrontación o cooperación.	23%	77%	100%
11	Enfoque empresarial.	50%	50%	100%

Fuente: información obtenida en campo, 2010.

El Cuadro 7 presenta los resultados porcentuales de la medición de los criterios/conceptos definidos a nivel global. La perspectiva nos hace evidente el registro de valores más altos y significativos para lo no sustentable, de hecho ningún porcentaje es mayor, si acaso igual en la valoración del aspecto humano y el crecimiento económico de la empresa. Esto es que se relacione el mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores con el crecimiento comercial del restaurante. Otro aspecto considera un enfoque empresarial adaptable a la condición fronteriza, lo que significa que la posibilidad de atención y servicio restaurantero puede ser valorado por los visitantes internacionales, regionales y locales. Esta característica es parte de la cultura fronteriza en donde se conoce el perfil de los clientes externos lo mismo que lo nacional y lógicamente lo local.

Los cuadros 8 y 9 refieren una escala cualitativa, que el modelo propuesto construye, para significar los resultados. En el primero de ellos, las valoraciones a nivel empresarial, destaca que el resultado sustentable solo fue alcanzado por 34 por ciento de las empresas participantes, presentando resultados positivos relacionados con lo sustentable, mientras que el 66 por ciento resultaron ser bajas en sustentabilidad y no aceptables representando lo no sustentable.

Cuadro 8
Resultados de administración responsable en restaurantes de Tijuana (nivel empresarial)

ESCALA	% DE EMPRESAS	RESULTADO
I	18%	Aceptable en sustentabilidad
II	16%	Aceptable con apoyo
III	32%	Bajo en sustentabilidad
IV	34%	No aceptable
TOTAL	100%	

Fuente: información obtenida en campo, 2010.

La escala del I al IV ubica a las empresas en su nivel de administración responsable, solo 18 por ciento de los restaurantes participantes resultaron con la escala más alta, seguidos por 16 que alcanzaron un resultado de significación aceptable con apoyo. Por lo que se refiere a los niveles III y IV, 32 por ciento de las empresas se ubicaron en el nivel de baja sustentabilidad y el 34 por ciento no alcanza el nivel aceptable. La ponderación anterior permite ubicar el grado de responsabilidad empresarial que tienen los restaurantes de Tijuana, dada la conformación de los criterios/conceptos que sirvieron de referencia a la propuesta de medición de la sustentabilidad y competitividad. Conformada por 19 aspectos de consideración netamente empresarial, se advierte una amplia y especializada necesidad de apoyo administrativo, logístico, estratégico y sustentable a favor de las empresas sujetas a estudio.

Por lo que se refiere al Cuadro 9, que analiza a nivel global la administración responsable de los restauranteros tijuaneños, se advierte que solo 15 por ciento de las empresas alcanza el nivel I que se asocia al resultado aceptable, 14 por ciento se ubicó en la escala II y significó un nivel aceptable con apoyo, y estas dos clasificaciones suman 29 por ciento de las empresas participantes. En secuencia a la descripción de los resultados de administración responsable, se pondera que 32 por ciento tuvo un resultado negativo, es decir, de nivel bajo, seguido de 39 por ciento que registró la ponderación inferior de no aceptable.

Cuadro 9
Resultados de administración responsable en restaurantes
de Tijuana (nivel global)

ESCALA	% DE EMPRESAS	RESULTADO
I	15%	Aceptable en sustentabilidad
II	14%	Aceptable con apoyo
III	32%	Bajo en sustentabilidad
IV	39%	No aceptable
TOTAL	100%	

Fuente: información obtenida en campo, 2010.

Como se observa a grandes rasgos, los resultados cualitativos muestran congruencia en sus niveles empresarial y global, dejando en una perspectiva particular un referente abrumador de 71 por ciento de no sustentabilidad en las empresas analizadas.

Conclusiones

Al término del ejercicio de medición de la responsabilidad social empresarial de los restaurantes de Tijuana, se encontró que el nivel empresarial es mayoritariamente no sustentable en aspectos como el no contar con una visión emprendedora, la indefinición de un proceso de planeación que dirija y regule la actividad, la alta resistencia a los cambios, la poca importancia a la capacitación y desarrollo del personal seguida de una casi inexistente atención a los problemas ambientales. Todos ellos, son indicadores de una ausente administración estratégica. Pese a ello, existen oportunidades, algunas de ellas rescatables, de su estilo empresarial muy particular, toda vez que se preocupan por la problemática que se presenta en sus restaurantes. Sin embargo, no están haciendo mucho para resolverla, por lo que se debe iniciar de inmediato un trabajo de intervención en las áreas de administración, mercadotecnia, logística y sustentabilidad empresarial para vincular la experiencia de los restauranteros con un profesional apoyo externo que coincida con la disposición inteligente de aceptar colaboración para nuevos aprendizajes de trabajo que los lleven a lograr mayor sustentabilidad y competitividad a mediano y largo plazo, así como decisiones y acciones de las que se puede partir para una intervención organizada y conjunta.

La medición de la responsabilidad empresarial a nivel global, indica la necesidad de trabajar al interior de las empresas restauranteras con las personas

encargadas de tomar las decisiones e incluyendo a la estructura operativa de la misma. Las iniciativas deben alcanzar a los proveedores, colaboradores, gobierno y organizaciones diversas para trabajar, proponer e impulsar programas de apoyo, involucramiento e impacto positivo en la comunidad, bajo una estrategia administrativa y mercadológica que impacte en una mayor identificación-valoración-diferenciación a favor de los clientes y todo el contexto involucrado, que represente un proceso de concientización y trabajo responsable, actualmente no presente en la mayoría de las empresas restauranteras de Tijuana.

Referencias

- Aguilar, M. (2005) *La competitividad de la industria textil en México en un contexto de globalización, 1985-2003*, tesis de licenciatura, Facultad de Economía de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México.
- Durán, O. (2010) “Competitividad sustentable” <<http://www.hcdsc.gov.ar/biblioteca/ISES/ECONOMIAYADMINISTRACION/marketing/competitividadsustentable.pdf>>.
- Giner, F. y M. Gil (2006) “Un Modelo para medir la responsabilidad social corporativa en las empresas” <http://www.usc.es/cpca/WebReacciona/ficheros/rsc/Quees/Documentos/rsc_docu8.pdf>.
- Johnson, G., K. Scholes y R. Whittington (2006) *Dirección estratégica*, Séptima Edición, Pearson Educación, Madrid.
- Kras, E. (1994) *El desarrollo sustentable y las empresas*, Grupo Editorial Iberoamérica, México.
- López, P. y G. Guerrero (2008) “*La competitividad empresarial, una revisión desde la perspectiva conceptual y metodológica*” <<http://www.ulibertadores.edu.co:8089/index.php?idcategoria=2349&download=Y>>.
- Martínez, O. y J. Ruiz (2008) “Aproximación a la situación estratégica del sector restaurantera en la ciudad de Tijuana, Baja California, México”, *Experiencias universitarias de acercamiento e involucramiento con las organizaciones*, Universidad Autónoma de Baja California, Facultad de Turismo y Mercadotecnia, Tijuana, México, pp. 97-119.
- Quiroga, D. (2003) “Modelo matemático para determinar la competitividad de las pymes”. *Cuadernos de investigación y divulgación*, Corporación Universitaria Autónoma de Occidente, Cali, Colombia <www.ulibertadores.edu.co/index.php?idcategoria=2349...>.

- Valderrama, J., M. Velázquez, J. Flores y O. Sánchez (2007) “Reflexiones en torno a la responsabilidad social empresarial”, *Teoría y praxis*, núm. 3, Universidad de Quintana Roo, Cozumel, México, pp. 125-134.
- Velázquez, M., J. Valderrama y J. Flores (2007) “Medición de la responsabilidad social empresarial (Propuesta de aplicación, operativización y seguimiento)”, *Foro multidisciplinario Universidad Intercontinental*, núm.6, México, pp. 61-68.

TERCERA PARTE
Naturaleza, turismo comunitario
y turismo rural

XIII

Políticas públicas para el desarrollo integral. El caso del turismo alternativo en los Pueblos Mancomunados de Oaxaca

*Gustavo López Pardo*¹
*Bertha Palomino Villavicencio*²

Introducción

Este trabajo es resultado de una investigación descriptiva, analítica y explicativa acerca de las experiencias en actividades de turismo alternativo de los Pueblos Mancomunados de Oaxaca, cuyo objetivo fue identificar los impactos económicos, sociales, culturales y ecológicos de este tipo de proyectos en las comunidades indígenas. La investigación inició con la revisión de las políticas de desarrollo que desde los años cuarenta del siglo pasado han incidido directamente en la población indígena. Se puso énfasis en aquellas que, desde el ámbito ambiental, social y económico, promueven el turismo alternativo como estrategia de desarrollo (programas y acciones del gobierno federal y de organizaciones civiles que promueven el turismo alternativo en regiones indígenas del país), estableciendo las similitudes y diferencias de orientación, tipos y montos de apoyo. El trabajo de campo en las comunidades que conforman el mancomún consistió en la observación directa, el levantamiento de cédulas de los proyectos

-
1. Universidad Nacional Autónoma de México, México. Correo electrónico: lpardo@servidor.unam.mx.
 2. Instituto Politécnico Nacional, México. Correo electrónico: berthapal13@yahoo.com.mx.

ecoturísticos y entrevistas semiestructuradas a los responsables comunitarios del proyecto ecoturístico. De esta manera se recabó información sobre las implicaciones socioeconómicas, culturales y naturales de una experiencia productiva que tiene como paradigma la sustentabilidad desde una perspectiva integral de desarrollo comunitario indígena (*cf.* Palomino y López, 2009).

Antecedentes y justificación

Los pueblos y comunidades indígenas de nuestro país han estado sujetos a políticas denominadas genéricamente “indigenismo”³, que en sus diferentes versiones han estado casi siempre orientadas a incorporarlos al mundo occidental moderno, conduciéndolos paternalista y corporativamente hacia su inserción al mercado en condiciones frecuentemente desventajosas (Sámamo, 2004; Arce, 1990; Warman, 1978). No obstante, desde la última década del siglo pasado, estos actores sociales han pasado a ser considerados interlocutores y sujetos de su propio desarrollo. Esto ha sido posible gracias a los movimientos y luchas que han librado por reivindicar su identidad, cultura, territorio y patrimonio, y también por la mayor preocupación ambiental que ahora existe y el reconocimiento

-
3. De manera general, es posible establecer períodos a partir de los cuales el gobierno ha tratado la cuestión indígena. El primer período corre del triunfo de la Revolución Mexicana y la estabilización del régimen político a mediados de los años treinta del siglo pasado, época en la que se empieza a diseñar el proyecto de nación, en el cual los pueblos indígenas son entendidos como un agregado cultural que, desde la marginación, poco podrían aportar a la creación de la nueva nación. Un segundo período se establecería desde finales de los años treinta hasta los ochenta, época en la que el Estado se apropia de un modelo benefactor y paternalista, para el cual los indígenas son comunidades que deben ser integradas y subsumidas a la cultura occidental. En este período se busca integrarlos en un fuerte proceso de mestizaje, con el propósito de que abandonen sus ideas, creencias y culturas, agrupándose en torno a los procesos ascendentes de urbanización e industrialización. Un tercer período comprende de los años ochenta al año dos mil, época en la que el propio Estado abandona su papel de benefactor social y se instala en una dinámica de apertura de mercado e inserción en la globalización económica. La cuarta y última etapa va del año dos mil a la actualidad y corresponde a la ampliación y extensión del modelo neoliberal, con un mayor adelgazamiento del Estado-gobierno, la desarticulación de estructuras de promoción de desarrollo urbano y rural y de la seguridad y bienestar social. Pero también es tiempo marcado por el reconocimiento —obligado por la política interna y por la tendencia internacional— a la pluralidad y el desarrollo de múltiples acciones que desde la sociedad civil tienen lugar, aceptando las diferencias en el marco de una globalización incesante y una emergente preocupación por el cuidado del medio ambiente (Sámamo, 2004; Carrasco, 2002; Arce, 1990; Warman, 1978).

del papel estratégico de estos pueblos en el cuidado del ambiente y la conservación del capital natural del planeta.

En esta revaloración de los indígenas contribuyeron también las nuevas tendencias del turismo internacional que, a finales del siglo pasado, modificaron las prácticas turísticas a escala mundial. La búsqueda de destinos turísticos naturales conservados y con la presencia de culturas vivas hizo que el turismo alternativo⁴ —y, particularmente, el ecoturismo— vivieran un gran momento de interés y expansión, poniendo en valor muchos de los territorios en posesión de los pueblos y comunidades indígenas.⁵

Aunque en México la política turística siempre había tenido como eje de acción el impulso privado y gubernamental del modelo convencional de “sol y playa” —a través de los llamados Centros Integralmente Planeados y, en menor medida, de los centros tradicionales— a finales de la década de los ochenta se empezó a estimular la conformación de productos del llamado Turismo Alternativo. Curiosamente, el desarrollo de esta actividad no fue resultado de la acción del sector turismo, sino de la ejecución de otras políticas desde el sector ambiental, económico y social.

Por ejemplo, a partir del año 2004, en el ámbito del sector ambiental, bajo el principio de que la conservación de la biodiversidad no es viable sino se enfrentan simultáneamente los problemas de la pobreza, se promovió la utilización productiva de áreas naturales como instrumento para la erradicación de la pobreza, mediante el aprovechamiento sustentable de sus recursos y el reforzamiento de

4. Desde finales de la década de los setenta se vivió una expansión del llamado “turismo alternativo”, que se planteó como un turismo no masivo de baja intensidad, realizado preferentemente en la naturaleza y que permitía un mayor gozo del entorno natural y social del área visitada. En esta modalidad turística se incluían las actividades recreativas dirigidas a desafiar retos impuestos por la naturaleza (turismo de aventura), como la caminata, el rappel, el ciclismo de montaña, el montañismo, el paracaidismo, el kayakismo y, también, las actividades turísticas que permitían interactuar y convivir con las comunidades rurales anfitrionas en su cotidianidad sociocultural y productiva (turismo rural) y las actividades dirigidas a disfrutar, conocer y valorar la naturaleza a través del contacto con ella (ecoturismo), como la observación o el rescate de ecosistemas, de flora y fauna, el senderismo interpretativo y los safaris fotográficos (López y Palomino, 2001: 290).

5. En México, la población indígena se encuentra en todas las entidades federativas, pero se calcula que el 90 por ciento de ella vive en las regiones biogeográficas más ricas del país, como el trópico húmedo, el trópico seco y las zonas templadas. De acuerdo con los datos del inventario forestal, se calcula que en el territorio nacional existe una extensión arbolada de 109.1 millones de hectáreas, de las cuales 60 por ciento se encuentra en municipios indígenas, y casi la tercera parte de la población que habita en las zonas forestales del país es indígena (Comisión Nacional Forestal, 2004).

la identidad cultural de los pueblos y comunidades que las ocupaban (Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, 2007). También en esos años, el gobierno federal impulsó en las regiones pobres, campesinas e indígenas, en las que coincidían las grandes riquezas biológicas y ecológicas, diversos programas sociales condicionados a la preservación, conservación o aprovechamiento del entorno natural. Entre estos destacan el Programa para el Desarrollo Sustentable de Regiones Marginadas e Indígenas (Proders) y el Programa de Empleo Temporal (PET), en los que una de las acciones y actividades contempladas, era precisamente la creación de proyectos ecoturísticos en comunidades indígenas y campesinas⁶ (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2004)

Por su parte, otros organismos del sector social encargados del combate a la pobreza visualizaron que la nueva demanda de destinos turísticos podría ser aprovechada para generar alternativas económicas para las poblaciones rurales. Así, con el fin de promover el desarrollo productivo, generar empleo y mejorar el bienestar social en las zonas de marginación, el Fondo Nacional de Empresas de Solidaridad (Fonaes), la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol) y el entonces Instituto Nacional Indigenista (INI), canalizaron recursos a grupos campesinos e indígenas en las zonas rurales con relevancia ambiental y atractivos naturales o socioculturales con potencial para convertirse en destinos turísticos.

El reconocimiento de la existencia de una generación de turistas cada vez más ‘verdes’ y más conscientes, que buscan destinos más auténticos, y el incremento en la demanda de operadores y mayoristas de destinos turísticos alternativos, llevó a los gobiernos nacionales del siglo XXI a incorporar en la política turística los criterios de sustentabilidad y revaloración de los recursos ecológicos y culturales. En los dos últimos planes nacionales de desarrollo, el turismo es considerado como actividad prioritaria por su capacidad de contribuir a la generación de una economía competitiva y generadora de empleo con posibilidades de mejorar las condiciones de vida de las poblaciones locales involucradas.

6. Mediante los Programas de Desarrollo Rural Sustentable (Proders) se aportaron recursos económicos para el desarrollo comunitario y microrregional, con la intención de desarrollar proyectos sustentables comunitarios dedicados a la conservación y restauración de los ecosistemas, el aprovechamiento sustentable de la flora y la fauna silvestre y la promoción de una cultura ambiental. Estos proyectos se desarrollaron en las áreas naturales protegidas (ANP) y en las zonas aledañas, o bien, en áreas consideradas como de alta marginación. En apoyo a esta iniciativa se creó también el Programa de Empleo Temporal con el objetivo principal de generar oportunidades de ingreso en el medio rural, en zonas de alta y muy alta marginación, con acciones dirigidas al desarrollo del capital natural, así como el desarrollo de la infraestructura social y productiva. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. Cuarto Informe de Labores de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. 2004, México, pp. 183).

La selección para este trabajo de los Pueblos Mancomunados como caso ilustrativo del impacto de las políticas públicas y los programas de fomento al turismo alternativo en comunidades indígenas se debió a que, desde hace casi una década, son destinatarios y beneficiarios de esos programas, tienen una fuerte tradición organizativa y sus exitosos proyectos de ecoturismo gozan de reconocimiento en el país y en el extranjero.

Turismo alternativo en comunidades y pueblos indígenas

En México, las actividades turísticas (particularmente las “alternativas”, como el ecoturismo, el turismo rural y el de aventura) adquirieron pasaporte de llegada entre los pueblos y comunidades indígenas por dos frentes: las instituciones gubernamentales las consideraron una nueva manera de incorporar a estos pueblos al mercado nacional mediante el aprovechamiento de las ventajas comparativas que representan sus riquezas naturales y culturales y, por otra parte, las iniciativas comunitarias autodirigidas vieron en esas actividades no solo una opción económica, sino un mecanismo para reapropiarse de los recursos naturales básicos —de los que fueron privados al decretarse muchos de sus territorios áreas naturales protegidas (ANP)—,⁷ así como la oportunidad de mejorar su calidad de vida, fortalecer su organización social y valorar sus patrimonios identitarios.

En la última década, desde los tres órdenes de gobierno se instrumentó una serie de acciones para impulsar la creación de empresas ecoturísticas con recursos orientados a la dotación de infraestructura y equipamiento para la operación de establecimientos de hospedaje (principalmente del tipo cabañas). Tales acciones tuvieron como resultado la creación de 917 empresas sociales o comunitarias⁸ que ofrecen sus servicios en el mercado nacional e internacional y que se concentran en entidades federativas reconocidas por su riqueza natural, cultural y con importantes comunidades indígenas (Secretaría de Turismo, 2006).

-
7. En el año 2002 se calculó una población de casi 1'500,000 personas al interior de los polígonos de las 160 ANP, de las cuales 200,000 eran indígenas (13.3 por ciento) (Serrano, E. A. Embriz y P. Fernández, coords. (2002). Paradójicamente, la gran riqueza biológica de las ANP de México contrastan con el elevado grado de marginación de sus habitantes: aproximadamente 84 por ciento de sus localidades se encuentra en los grados de marginación muy alto o alto (el promedio nacional para estas dos categorías es de 79 por ciento) (*ibíd.*).
 8. De las 1,239 empresas que identificó el inventario de la Secretaría de Turismo, 74 por ciento eran de tipo comunitario o social, integradas principalmente por grupos rurales o indígenas.

En esta actuación gubernamental, los organismos encargados de la conservación de los recursos naturales han sido los más activos, ya que muchos de los espacios conservados y de importancia ecológica en el país —incluidas las ANP— se encuentran en los territorios propiedad de las comunidades indígenas y éstas los utilizan como insumos fundamentales para su existencia. Para estas instancias, y para las organizaciones conservacionistas nacionales e internacionales, el llamado “turismo alternativo” —y particularmente el ecoturismo— era una de las mejores opciones para la utilización “sustentable” de los recursos naturales que se querían conservar. En el fomento de esta actividad también confluyeron los organismos encargados del combate a la pobreza, para los cuales representaba una opción de generación de empleos e ingresos para paliar la contracción que vivía y vive el campo mexicano.

Aunque el impulso al hoy llamado “turismo de naturaleza” ha supuesto la concurrencia de distintos sectores gubernamentales, sociales y privados, todavía no se cuenta con una política clara y definida que haga avanzar esta actividad. No obstante, en el ámbito de la política pública para el desarrollo de los pueblos y comunidades indígenas, los últimos tres años han sido intensos, pues se han generado por lo menos 31 programas del ámbito federal, estatal y de las organizaciones civiles que centran su objetivo específico en el fomento del turismo alternativo en comunidades y pueblos indígenas. En estos años, nuevas dependencias y organizaciones hacen su aparición, destacando las que provienen de perspectivas relacionadas con el cuidado del patrimonio cultural, la generación de conocimiento científico y tecnológico para la creación de bienes públicos, y la equidad de género. Cabe mencionar que, además de haberse multiplicado las instituciones gubernamentales y civiles interesados en el fomento del turismo alternativo indígena, también se han diversificado los tipos y aumentado sus montos en forma notoria. Sin embargo, como los programas siguen siendo operados desde visiones sectoriales, más orientadas por sus objetivos específicos que por un enfoque de desarrollo de territorios que considere las necesidades de las comunidades que los habitan, se atomizan los recursos y minimizan los posibles resultados.

El estudio de caso

En el Plan Estatal de Desarrollo Sustentable 2004-2010 del estado de Oaxaca, el turismo es considerado una alternativa a corto y mediano plazo para generar empleos, elevar los niveles de ingreso e impulsar el crecimiento económico. Además de los centros de playa se está impulsando el turismo rural y el eco-

turismo. Al igual que en el resto del país, el turismo naturaleza es concebido como un instrumento para la protección del patrimonio natural y cultural, y distintas dependencias públicas, federales y estatales, así como organismos de la sociedad civil —e incluso organismos internacionales— canalizaron recursos para fomentar esta actividad entre comunidades campesinas e indígenas en diferentes regiones del estado.

En un contexto marcado por la pérdida del valor de los productos forestales y agrícolas, y el incremento de la migración por la falta de opciones laborales, y ante la creciente preocupación de las instancias gubernamentales federales por la conservación de los bosques y el boom mundial de nuevos destinos turísticos naturales, en 1998 los Pueblos Mancomunados⁹ iniciaron su incursión en actividades turísticas en la comunidad de Benito Juárez ofreciendo hospedaje y alimentación en cabañas y comedores comunitarios, actividades de observación de flora y fauna, recorridos por senderos para caminantes y bicicletas de montaña en cerca de 29 mil hectáreas de bosque nuboso de pino y encino.¹⁰

Echando mano de su gran experiencia en gestión de recursos, las autoridades formales y de los bienes comunales de Pueblos Mancomunados solicitaron financiamiento para los nuevos proyectos de ecoturismo de Benito Juárez y otras comunidades. De distinta magnitud, según su origen y destino, los recursos provinieron de las siguientes entidades en los tres niveles de gobierno: el anterior Instituto Nacional Indigenista (INI), la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), la Secretaría de Turismo (Sectur), la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp), la Comisión Nacional Forestal (Conafor), la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa) y la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol). A nivel internacional destacan los considerables apoyos y donativos otorgados

-
9. Los Pueblos Mancomunados son una comunidad de ocho pueblos de origen zapoteca con una historia común de más de 400 años, se ubican en la Sierra Norte, cerca de la ciudad de Oaxaca de Juárez, entre 2000 y 3000 metros de altitud en un territorio de 29,430.86 hectáreas, bajo el régimen de bienes comunales. Pueblos Mancomunados está formado por el municipio de Santa Catarina Lachatao y sus agencias (Latuvi, Benito Juárez y la Nevería), el municipio de San Miguel Amatlán y sus agencias (San Antonio Cuajimoloyas y Llano Grande) y el municipio de Santa María Yavesía. Según el II Censo de Población y Vivienda de 2005, la población de Pueblos Mancomunados era de 2,228 personas, 50.86 por ciento mujeres y 49.13 por ciento hombres.
 10. Sus rutas para caminata y ciclismo de montaña integran una red de más de 100 kilómetros de senderos señalizados para diversas habilidades. En los bosques de la Sierra Norte de Oaxaca, uno de los más atractivos del mundo, en 60 minutos se pasa de un clima seco y caliente a las montañas frías y húmedas en las que ocasionalmente cae nieve, y se puede observar una gran cantidad de plantas endémicas, aves, reptiles y mamíferos (*Expediciones Sierra Norte*, 2008).

por el Fondo Canadá y de la Comisión de Cooperación Ambiental, a través del Fondo de América del Norte para la Cooperación Ambiental (FANCA). Cabe mencionar que no menos importantes son también las asesorías y acompañamientos técnicos y científicos de instituciones de educación locales, estatales y nacionales. Con todo lo anterior se inició la integración de la red de senderos rurales señalizados y se construyeron cabañas en la mayoría de las localidades de los Pueblos Mancomunados.

A partir de estos resultados se fortaleció en la región la percepción del turismo como un nuevo nicho de oportunidad productiva, económica y de desarrollo para el mancomún, y otras comunidades hermanas iniciaron actividades similares. En algunos momentos tanto los miembros del Mancomún como los agentes externos llegaron a considerar al turismo alternativo como la actividad que resolvería todos los problemas del lugar, por lo que habría que fomentarla en otras partes de la región.

En el mismo año de 1998 fue creada la empresa Expediciones Sierra Norte, administrada y operada por los Pueblos Mancomunados para comercializar en forma directa los servicios y actividades ecoturísticas que empezaban a ofrecer. Actualmente se impulsan siete proyectos ecoturísticos que operan bajo la figura de Sociedad de Solidaridad Social, ofreciendo los servicios de hospedaje (en cabañas, casas particulares o área para acampar), alimentación (en comedores comunitarios o particulares) y guías turísticos y renta de equipo para las caminatas por los senderos señalizados.

Si bien en un principio hubo una tendencia a la repetición en la construcción de infraestructura de hospedaje y en la promoción de actividades similares (caminatas, paseos en bicicleta o caballo), en la actualidad los proyectos más jóvenes han entendido la importancia de la diferenciación y se abocan a explorar aspectos relacionados con la cultura (Lachatao y Amatlán) o con la interacción de las comunidades rurales (La Nevería), y se orientan cada vez más a productos turísticos que combinen ecoturismo con turismo cultural y turismo rural.

Al igual que la mayoría de las comunidades de la Sierra Norte, Pueblos Mancomunados tiene reglas explícitas que regulan la forma de organización política de la comunidad, el papel de las empresas y las formas de acceso a los recursos comunitarios y a los derechos, así como las obligaciones y sanciones a las que pueden estar sujetos sus miembros. Las reglas descansan en las siguientes premisas: el territorio comunal es la base principal sobre la cual se desarrolla toda la cultura comunitaria; la tierra y los recursos naturales son propiedad comunal y todos tienen derecho a aprovecharlos, pero también la obligación

de protegerlos para conservarlos en forma común¹¹; a través de los sistemas de cargos, todos los miembros de la comunidad tienen derecho y obligación de participar en la organización política y social, decidir y contribuir en el destino de la misma¹²; la Asamblea de ciudadanos es la organización civil de primera importancia en el pueblo, a la que pertenecen los hombres de los 16 a los 60 años de edad (en algunas comunidades, las mujeres también forman parte de esta organización),¹³ y el *tequio* es el trabajo comunal obligatorio y gratuito en obras de beneficio comunitario.¹⁴ Estas reglas se expresan en los estatutos comunales y en los acuerdos que dan forma y rigen la institución comunitaria, y se reflejan en la organización y operación de sus empresas comunitarias.

-
11. En este espacio físico se ubica la comunidad y sus habitantes, los suelos para cultivo, bosques y agua y, en general, los recursos naturales (Expediciones Sierra Norte, 2008).
 12. Este poder se desarrolla en las instancias de deliberación, decisión y ejecución comunitarias, teniendo a la Asamblea General como su máxima autoridad. Le siguen los consejos de ancianos, caracterizados como espacios de consulta y de opinión. Cada año la Asamblea elige a un grupo de ciudadanos que servirán como autoridades municipales o miembros de los múltiples comités civiles durante el próximo año (comité de agua potable, escuelas, de la carretera, de la fiesta patronal, etcétera). En el Ayuntamiento las autoridades municipales o cabildo incluyen un presidente y su secretario, un síndico y su secretario, un tesorero, de dos a cuatro regidores y varios policías o *topiles*. Estas autoridades están a cargo del funcionamiento y la administración del pueblo. Todo ciudadano desempeñará una serie de cargos a lo largo de su vida. Tradicionalmente los cargos se han cumplido sin ningún apoyo económico, y por consecuencia representan un sacrificio grave para la economía familiar, pero conllevan un estatus de prestigio que aumenta en la medida en que el ciudadano asciende en la jerarquía, adquiriendo puestos de mayor importancia. Una de las características notables del poder comunal es procurar la toma de decisiones de forma colectiva; de esta manera la asamblea determina las decisiones y de su ejecución se encarga una serie de órganos preestablecidos (Expediciones Sierra Norte, 2008).
 13. La Asamblea puede ser de ciudadanos o comuneros, según el caso. Si es un asunto que tiene relación con el territorio será asamblea de comuneros, si es un asunto de carácter civil, será la de ciudadanos. Los adultos de más de 60 años pueden pasar, de acuerdo a su trayectoria y compromiso en la comunidad, a una instancia de consulta de los “mayores”, pero ya no participan directamente en la toma de decisiones. Esto permite recuperar y considerar sus experiencias de vida y saberes. Aunque cada vez más se abren espacios de participación femenina, no cabe la menor duda de la preeminencia masculina en la dirección de la vida comunitaria en Pueblos Mancomunados.
 14. Es una de las formas importantes en que se expresa la interdependencia que deben guardar los habitantes de un pueblo para satisfacer ciertas necesidades colectivas, como la construcción y mantenimiento de los edificios públicos, el mantenimiento y la limpieza de calles, caminos, puentes y el panteón, y el cuidado de los ríos, los manantiales y los bosques. El síndico es la autoridad a cargo de la dirección de los *tequios*. Todos tienen la obligación de trabajar, como también tienen el derecho a disfrutar de sus resultados y decidir los trabajos que han de hacerse (Expediciones Sierra Norte, 2008).

En las empresas ecoturísticas de los Pueblos Mancomunados participan en forma permanente 59 ciudadanos que han sido designados por sus Asambleas Comunitarias según los usos y costumbres, otorgándoles el cargo en el proyecto (algunos como responsables, guías o camaristas) por un año; la mayoría sin percibir un salario. Y aunque todos los participantes de los proyectos han tenido otras responsabilidades o cargos comunitarios, la rotación de individuos en los puestos directivos u operativos es uno de los factores que menos contribuye al desarrollo de las empresas.

Si bien la participación económica del ecoturismo es aun poco importante en comparación con la de otras actividades productivas comunitarias, su importancia radica en su capacidad de vincularse y potenciar otras actividades. Agricultura de traspatio, criadero de truchas, rescate de la medicina tradicional, elaboración de artesanías, floricultura, horticultura y nuevos productos del bosque, son actividades que se realizan y se articulan con la actividad turística en proyectos que abren nuevos mercados para los productos tradicionales del campo. Así, en Pueblos Mancomunados, después de un primer momento de auge del turismo, la experiencia ha sido la de conservar las actividades económicas tradicionales e incorporar las turísticas como expresión del proceso de diversificación y articulación productiva de la región.

No obstante, como la generación de empleos directos es limitada (asciende a solo 20) y la de empleos indirectos es temporal (entre 15 y 60), las implicaciones más claras del turismo para los Pueblos Mancomunados se encuentran en el ámbito social. En principio, el que parte de las ganancias de los proyectos se invierta en obras de beneficio comunitario (infraestructura en general, escuelas, comunicaciones) y de carácter popular (fiestas religiosas) mejora las condiciones de existencia de estas comunidades.

También el tipo de trabajos que genera en el turismo favorece la incorporación de las mujeres a actividades remuneradas, principalmente cuando el sistema de *tequio* obliga a los ciudadanos activos al desempeño de labores voluntarias sin sueldo. Si esto coincide con momentos de afluencia turística, las mujeres son las que desempeñan todos los roles y, aunque esto reproduce la división convencional del trabajo entre hombres y mujeres, tener acceso a actividades remuneradas representa un cambio de consideración.

En este contexto, es muy importante lo que los proyectos han representado para los participantes directos, pues no únicamente han aumentado su capacidad de gestión con las instancias gubernamentales y sociales, sino también han incrementado su autoestima al proporcionarles nuevos conocimientos y habilidades y al revalorar su lengua, su cultura y sus costumbres. En Pueblos Mancomunados la presencia de turistas que demandan la convivencia con los indígenas

y que valoran sus costumbres, lenguaje, gastronomía y cosmogonía, ha llevado a que algunas comunidades se decidan a rescatar su lengua, fomentando la participación de los ancianos en talleres para enseñar a los más jóvenes. Paradójicamente, la valoración que hace el mercado turístico de la cultura indígena es lo que está fomentando su rescate y preservación y, con ello, se evita la pérdida de su patrimonio cultural.

La apertura de las comunidades rurales e indígenas a la actividad turística puede implicar diversos riesgos para sus patrimonios tangibles e intangibles, debido entre otras razones al fomento de una actitud de servidumbre entre los prestadores de servicio turístico o la comunidad misma, y a la presencia en sus espacios cotidianos de personas de otras idiosincrasias y costumbres. No obstante, los impactos dependerán del modelo específico de turismo que se esté desarrollando y de la fortaleza de la organización social que los regule. En este caso, como en otras experiencias, lo que prevalece y se impulsa es un modelo de turismo que tiene como premisa que lo importante es lo que las comunidades receptoras quieren del turismo y no lo que los turistas quieren de las comunidades. Un turismo que pone en el centro de la actividad los intereses y necesidades de la población receptora, que comparte con los visitantes sus recursos naturales y su cultura, pero en el que los turistas respetan las reglas definidas por los anfitriones. Un modelo en el que el turista es importante, pero no necesariamente siempre tiene la razón a cualquier costo.

La idea de que el turismo implica un riesgo de aculturación de las comunidades indígenas por tener contacto con personas de idiosincrasias y culturas distintas, o de que su cultura se trivialice al comercializarla para el visitante, puede no ser más que un gran mito. En el caso de los Pueblos Mancomunados, los agentes más poderosos lo constituyen los medios de comunicación masiva que reproducen esquemas propios de la sociedad urbana industrial, consumista y cosificada, y los movimientos migratorios a los que están permanentemente sujetos.

Después de más de diez años de iniciada la experiencia, los resultados son diversos. Si bien el proyecto turístico de Pueblos Mancomunados se ha constituido en una experiencia exitosa de utilización turística de sus recursos naturales —reconocida a escala nacional e internacional—, las comunidades que conforman el mancomún siguen teniendo altos niveles de marginalidad y continúan

sufriendo intensos procesos de migración que las amenazan con un rápido envejecimiento y despoblamiento.¹⁵

La incorporación en estos años de Pueblos Mancomunados a los circuitos de turismo de naturaleza ha significado oportunidades para su desarrollo —en tanto se han generado empleos y una fuente complementaria de ingresos—, pero también ha representado la conformación de un nuevo elemento de disputa por la apropiación de los beneficios, tanto en su relación con los agentes turísticos externos, como al interior de las propias comunidades. Con el proyecto de turismo su organización social se ha puesto a prueba. El uso colectivo de los recursos comunales, el trabajo no remunerado, la reciprocidad y las decisiones colectivas mediante las asambleas, han estado presionados por los lineamientos que el turismo, como actividad económica, impone. La racionalidad del mercado, la eficiencia y la maximización de la ganancia como lógicas de la organización empresarial turística han querido imponerse por distintos medios sobre los usos y costumbres comunitarios: la intervención de las dependencias gubernamentales, federales y estatales, el quehacer de algunos organismos de la sociedad civil, y la asimilación de estos principios por parte de algunos de los miembros de las propias comunidades.

La visión de los actores externos de que el éxito atraviesa por el establecimiento de una concepción empresarial, por el fortalecimiento del capital humano, la profesionalización y permanencia de los funcionarios comunitarios en las empresas, ha implicado el constante cuestionamiento a los usos y costumbres comunitarios, que a fin de cuentas determinan la estructura organizacional del proyecto, la cual se rige por el sistema de cargos y el *tequio*.

La respuesta de las comunidades del mancomún a estas exigencias del mercado no ha sido homogénea. Algunas (Benito Juárez, Llano grande y Cuajimoloyas) introdujeron cambios en sus usos y costumbres al consentir que los ciudadanos que participaban en el Comité de Ecoturismo —sobre todo al nivel de dirección— tuvieran una permanencia mayor a un año en sus puestos y recibieran remuneración por su trabajo, a fin de garantizar la continuidad en los proyectos que “el mercado exigía”. La experiencia demostró que si bien eso

15. Como otras zonas de Oaxaca, la región sufre una gran migración de jóvenes de ambos sexo particularmente hacia los Estados Unidos, teniendo tasas de crecimiento medio anual negativo. La tendencia en las pequeñas localidades rurales de Latuvi, Benito Juárez y La Nevería es particularmente crítica, ya que la migración esta presentándose una vez que se concluyen los estudios de secundaria en los jóvenes de ambos sexos. No obstante, la riqueza natural de la zona, la mayoría de las comunidades de Pueblos Mancomunados tienen niveles de marginalidad alta y media (Palomino y López, 2009).

podía ser lo que el mercado demandaba de las empresas comunitarias para hacerlas “exitosas”, no necesariamente era la mejor manera de garantizar la gestión colectiva de los recursos comunitarios, su transparencia y, sobre todo, la distribución equitativa de los beneficios generados.

En la actualidad, algunas comunidades de Pueblos Mancomunados mantienen el sistema de rotación de cargos y del trabajo voluntario —designando a los integrantes de los comités de ecoturismo mediante asamblea comunitaria— y otras privilegian también la experiencia y capacidades específicas de los miembros y asignan una remuneración económica que compense las exigencias de esta actividad de servicio. Pero todas han fortalecido los mecanismos de rendición de cuentas y de retribución a la comunidad mediante especie o recursos para obras comunitarias.

Conclusiones

A partir de las reflexiones generales acerca de las formas en que se traducen las políticas públicas en el turismo alternativo de comunidades indígenas en el país, y de la experiencia concreta de esta actividad en Pueblos Mancomunados, se puede concluir que:

Aunque el impulso de las actividades turísticas entre las comunidades indígenas ha estado marcado en general por tres perspectivas (conservación, combate a la pobreza y aumento de la competitividad del sector), la premisa es conformar productos competitivos en el mercado nacional e internacional, de acuerdo con los lineamientos marcados por el propio mercado.

El turismo no es una actividad inocua, pues siempre y en todas partes genera cambios en las sociedades en las que se implanta. El turismo es una actividad ambivalente que supone ventajas y perjuicios —algunos de ellos irreversibles—, en particular cuando interviene en ecosistemas frágiles y en sociedades vulnerables.

En las implicaciones que puede tener la actividad turística para las comunidades indígenas es determinante el modelo de turismo que se impulse. Un turismo convencional que obedece exclusivamente a la racionalidad económica del mercado y que privilegia la satisfacción de los turistas por encima de la comunidad anfitriona puede tener muchas implicaciones negativas para estas comunidades. Con el discurso de que lo importante es atraer turistas y que queden satisfechos para que dejen los “dineros turísticos”, se pueden mercantilizar la comunidad, sus recursos naturales y su patrimonio cultural, su religión y sus expresiones artísticas; se pueden romper su organización social y su estructura familiar. Si bien el turismo puede ser una oportunidad para su desarrollo eco-

nómico y social, también puede representar una amenaza que puede acelerar su transformación o asimilación a la racionalidad del mercado.

En más de una década de política gubernamental de fomento al turismo alternativo indígena, las diversas instancias participantes siguen interviniendo a partir de visiones y ejercicios sectoriales casi exclusivamente de la propia institución acerca de la realidad deseable, y no con enfoques integrales de desarrollo territorial. La predominancia de tal orientación —a pesar de los discursos que permean la gestión pública actual de transversalidad y concurrencia y de la necesidad de la participación de los actores sociales involucrados en los procesos— impide dirigir los esfuerzos y recursos en forma conjunta y comprometida con la construcción social de imágenes y objetivos comunes y consensados que mejoren la calidad de vida de los participantes en estas experiencias.

En principio, el turismo alternativo en comunidades indígenas puede ser una alternativa económica, ya que genera empleos e ingresos mediante un proceso de reconversión productiva que requiere la adaptación de nuevas actitudes y aptitudes que no siempre están de acuerdo con la cultura, tradiciones y costumbres locales.

Aunque todas las instituciones coinciden en la importancia de la organización social al interior de las comunidades y en la necesidad de ejecutar acciones que contribuyan a la conservación de su patrimonio natural y cultural, en la práctica fomentan una concepción empresarial para el manejo de los recursos comunitarios, privilegiando el fortalecimiento del capital humano, la profesionalización y permanencia de los funcionarios comunitarios; aspectos todos ellos que cuestionan las reglas básicas de la organización social indígena.

En algunas experiencias el turismo alternativo ha representado un elemento de fractura en la cohesión comunitaria, al convertirse en un factor de disputa entre los miembros de la comunidad por el acceso a esos recursos económicos en un ambiente de precariedad (alta marginación); sobre todo cuando no hay una organización social fuerte que regule el acceso y disfrute de los recursos colectivos o que establezca procedimientos de distribución de los recursos generados por la nueva actividad. En ocasiones, la actividad turística que empieza a generar ingresos y mejores condiciones materiales de vida en las comunidades también ha generado o reactivado conflictos por la tenencia de la tierra y el acceso a servicios públicos con poblaciones vecinas indígenas y no indígenas, poniendo en riesgo no solo la viabilidad del proyecto turístico, sino la paz social.

El auge del turismo incrementa los riesgos porque la racionalidad del mercado turístico presiona la estructura social comunitaria. El uso colectivo de los recursos comunales, el trabajo no remunerado, la reciprocidad y las decisiones colectivas mediante las asambleas son presionados por los lineamientos que el

turismo como actividad económica impone. La racionalidad del mercado, la eficiencia y la maximización de la ganancia como lógicas de la organización empresarial turística han querido imponerse por distintos medios: la intervención de las dependencias gubernamentales, federales y estatales y el quehacer de algunos organismos de la sociedad civil, pero también por la asimilación de estos principios por parte de algunos de los miembros de las propias comunidades.

La falta de reglamentos claros para la distribución de los recursos turísticos propicia la apropiación familiar o individual de los beneficios, sobre todo cuando son grupos o familias las que se encuentran al frente de los comités o de las empresas. Primero beneficia a los directivos de los comités o empresas, después a los empleados directos y luego a otros miembros de la comunidad que cuentan con algún recurso que puedan articular a la actividad turística.

Una distribución desigual del ingreso puede crear una atmósfera de competencia entre los participantes del proyecto y entre los miembros de una comunidad rural. Aun en comunidades donde la organización es muy fuerte —como en el caso de Pueblos Mancomunados— se presentan fenómenos de apropiación privada de los recursos comunitarios generados por el relajamiento de los usos y costumbres, o de las reglas de acceso y disfrute de los bienes colectivos. Pero también es la flexibilidad de la propia organización social la que permite corregir las desviaciones, por su capacidad de remover a los administradores esgrimiendo la costumbre de seleccionar a los encargados de los diferentes comités o puestos de responsabilidad para el funcionamiento comunitario mediante la elección en asamblea y mediante el cumplimiento de los cargos.

En este tipo de proyectos comunitarios la organización social es la piedra de toque que asegura o impide su desarrollo. Esta estructura comunitaria tiene el poder de aprovechar al turismo en beneficio de sus habitantes en términos de conservación de recursos, desarrollo social y crecimiento económico. En un contexto de comunidades con fortaleza organizativa, el turismo se levanta como la mejor opción para el mejoramiento de sus condiciones de vida, no solo por su capacidad de crear empleos y generar ingresos, sino por su capacidad de generar nuevas actividades económicas y permitir la articulación de las existentes, sobre todo en comunidades campesinas de pequeña escala.

Pero las implicaciones mencionadas hasta aquí pueden ser otras si se impulsa un modelo turístico distinto, sustentado en una racionalidad alternativa que anteponga, en el centro de la actividad, el mejoramiento de la calidad de vida —del turista, pero también de la comunidad receptora— a la preocupación por la conservación de los recursos, al desarrollo de las potencialidades comunitarias, a la comprensión entre los humanos de distintas nacionalidades, religiones y

culturas, al fomento a la tolerancia y aceptación de los otros, y al fortalecimiento de los patrimonios cultural y natural.

En fin, “un turismo que pueda contribuir a mejorar las condiciones de vida de las comunidades indígenas, siempre que se convierta en una actividad socialmente solidaria, ambientalmente responsable, culturalmente enriquecedora y económicamente viable” (Redturs, 2003). Solo con una visión así es posible una justa distribución de los beneficios entre todos los actores que participan en el desarrollo del turismo.

Referencias

- Arce, O. (1990) “Del indigenismo a la indianidad: cincuenta años de indigenismo continental”, en: Franch. A. (comp.) *Indianismo e indigenismo en América*, Alianza Editorial, Madrid, pp. 18-33.
- Carrasco, T. (2002) *Realidad y retos del desarrollo de los pueblos indígenas del Sur Sureste en un México pluricultural*, Banco Mundial, México.
- Ceballos, D. (2005) “Productos forestales no maderables, una oportunidad de desarrollo para las comunidades forestales rurales. El caso de Pueblos Mancomunados de Oaxaca”, *México Forestal*, núm. 21, 13-26 de septiembre de 2005 < <http://www.mexicoforestal.gob.mx/hemeroteca/etapa-2/numero-21#publicaciones> >.
- Comisión Nacional Forestal (2004) *Inventario forestal*, Conafor, México.
- Comisión Nacional de Áreas Nacionales Protegidas (2007) *Programa 2001-2006*, Conanp <<http://www.conanp.gob.mx/programa>>.
- Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (2003) *Programas y proyectos del Instituto Nacional Indigenista*, CNDPI, Dirección de Operación y Desarrollo, México.
- Expediciones Sierra Norte (2008) <<http://www.sierranorte.org.mx/home/index.php>>, consultado el 20 de octubre de 2008.
- Gasca, J. y M. Matus M. (2007) “Empresas comunitarias y desarrollo regional sustentable en la Sierra Norte de Oaxaca. Estudio de caso de Santa Catarina Ixtepeji, Pueblos Mancomunados e Ixtlán de Juárez”, ponencia, Coloquio “Regiones: construyendo sociedad en el siglo XXI”, 26 y 27 de abril de 2007, Coordinación de Humanidades, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Gobierno del Estado de Oaxaca (2009) *Estrategia estatal de desarrollo, turismo alternativo Experiencia Oaxaca*, disco compacto, Gobierno del Estado

- de Oaxaca, Secretaría de Desarrollo Turístico, Dirección de Desarrollo, Oaxaca, México.
- López, G. y B. Palomino (2001) “El turismo sustentable como estrategia de desarrollo”, en: Delgadillo, J. (coord.) *Los terrenos de la política ambiental en México*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, pp. 263-297.
- Palomino, B. y G. López (2009) *Políticas públicas para el desarrollo integral, el caso del turismo alternativo en regiones indígenas*, Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, México.
- Palomino, B. y G. López (2007) *Evaluación 2006 del Programa de Ecoturismo en Zonas Indígenas*, Instituto de Investigaciones Económicas/Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas <http://www.cdi.gob.mx/programas/evaluacion_ecoturismo_2006.pdf>.
- Palomino, B. y G. López (2005) *Evaluación de resultados 2001-2004 del Proyecto de Ecoturismo. Informe Final*, México, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM/Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas <http://www.cdi.gob.mx/programas/evaluacion_ecoturismo_2006.pdf>.
- Redturs (2003) “Declaración de San José sobre Turismo Rural Comunitario”, San José de Costa Rica, 28 de octubre de 2000 <<http://www.redturs.org/inicio/docu/DeclaracionSan-Jose-Espa.pdf>>.
- Sámano, M. (2004) “El indigenismo institucionalizado en México (1936-2000): un análisis”, en: Ordóñez, J. (coord.) *La construcción del Estado nacional: democracia, justicia, paz y Estado de Derecho*, XII Jornadas Lascasianas, Serie Doctrina Jurídica, núm. 179, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, México, pp. 141-158.
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (2004) *Cuarto Informe de Labores de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales*, Semarnat, México.
- Secretaría de Turismo (2001) *Programa Nacional de turismo 2001-2006. El turismo: la fuerza que nos une*, Sectur, México.
- Secretaría de Turismo (2006) *Primer Inventario de empresas y proyectos de turismo naturaleza*, Sectur, México.
- Serrano, E., A. Embriz y P. Fernández (coords.) (2002) *Indicadores socioeconómicos de los pueblos indígenas de México*, Instituto Nacional Indigenista/Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo/Consejo Nacional de Población, México.
- Warman, A. (1978) “Indios y naciones del indigenismo”, *Nexos*, núm. 2, febrero de 1978, México.

XIV

La necesidad de acompañamiento técnico en los proyectos de ecoturismo comunitario

Alma Rafaela Bojórquez Vargas¹
Silvia del Carmen Barbosa Polanco²
Gisela Beatriz Hernández González³

Introducción

Para una buena parte de los visitantes extranjeros, México es un destino turístico provisto de paradisíacas playas (Acapulco, Cancún, Mazatlán, entre otras) con infraestructura y servicios aptos para recibir a miles de turistas a la vez. Sin embargo, México es también un destino atractivo para otra clase de turistas interesados en el importante patrimonio natural y cultural del país. En los últimos años, el turismo de naturaleza y el turismo rural han ido cobrando mayor auge a nivel mundial y cada vez hay más personas interesadas en visitar comunidades rurales y conocer las prácticas campesinas, las costumbres y las tradiciones de diversas etnias. Hay también más ‘ecoturistas’ ávidos de internarse en otros ecosistemas, observar especies de flora y fauna y practicar actividades de aventura, como el descenso de ríos, el montañismo y el ‘espeleísmo’.

-
1. Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México. Correo electrónico: alma.bojorquez@uaslp.mx.
 2. Universidad Intercultural Maya de Quintana Roo, México. Correo electrónico: silvia.barbosa.uimqroo@gmail.com.
 3. Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México. Correo electrónico: gisela.hernandez@uaslp.mx.

A lo largo del territorio nacional se extiende un asombroso mosaico de variados ecosistemas que, por su belleza y su riqueza biológica, sitúan al país entre los más destacados destinos de turismo de naturaleza. Gran parte de estos ecosistemas se localiza en territorios poblados por grupos étnicos que durante siglos han resistido todo tipo de adversidades y hoy conservan muchas de las expresiones ancestrales de su cultura. Según Toledo, Cortés, Moguel y Ordóñez (1994), la mayoría de la población indígena pertenece a 23 etnias distintas, localizadas principalmente en la zona tropical húmeda del centro y sur del país.⁴ Cabe mencionar que alrededor de 70 por ciento del territorio nacional es formalmente propiedad colectiva, es decir, ejidos y comunidades rurales (Merino, 2004) que desde tiempo inmemorial han abarcado las áreas de mayor diversidad biológica y de mayor atractivo ecoturístico.

En los últimos 15 años se han destinado muchos fondos públicos a proyectos de ecoturismo en el país, y es común ver en áreas naturales alguna cabaña o indicios de infraestructura para impulsar a las comunidades hacia esta alternativa de desarrollo. En este documento se presentan los avances del estudio de dos casos comparativos que, aunque muy distantes entre sí, presentan problemas muy similares que se repiten a lo largo y ancho del territorio nacional: el otorgamiento desarticulado de fondos públicos para el ecoturismo y la falta de acompañamiento o seguimiento técnico del proyecto. El primer caso es el ejido Los Sabinos de la Huasteca potosina, cuyo atractivo focal es una gruta, y el segundo caso es la comunidad maya de Xmaben, en Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo, cuyo atractivo focal es una hermosa laguna.

En estas dos poblaciones rurales, ambas con raíces indígenas y con áreas naturales muy atractivas, se han destinado fondos públicos para proyectos de ecoturismo con la intención de crear una fuente de ingresos adicional para sus habitantes. No obstante, en ambos casos se identifica la falta de planeación participativa, asesoría calificada y acompañamiento técnico, todos ellos considerados factores clave para la consolidación de un proyecto ecoturístico.

4. Los estados de Campeche, Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco y en la pequeña área de las Huastecas de Hidalgo, San Luis Potosí y Puebla. Distribuida en 324 municipios, esta población de 1.5 millones de personas representa 18.5 por ciento del total nacional. Los grupos con más amplia distribución son nahuas (36.9 por ciento), totonacos (12 por ciento), mayas (7.9 por ciento), choles (6.7 por ciento), tzeltales (6.1 por ciento), chinantecos (5.2 por ciento) y mazatecos (4.6 por ciento). El restante 21.6 por ciento lo integran grupos con poblaciones muy pequeñas (Toledo, Cortés, Moguel y Ordóñez, 1994).

Metodología

El estudio de ambos casos fue posible gracias a la colaboración académica entre profesoras de las licenciaturas de turismo sustentable y turismo alternativo de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Campus Huasteca, y la Universidad Intercultural Maya de Quintana Roo. En ambas comunidades se aplicó el método de la observación participante. A partir de tres incursiones iniciales como visitantes, se buscó la interacción con los guías y los residentes locales poniendo de manifiesto el interés de nuestro equipo por hacer un estudio. Una vez que las autoridades ejidales otorgaron el permiso al equipo de investigación, se realizaron diversas visitas a la Asamblea General, que ordinariamente se celebra cada mes. En el ejido Los Sabinos fueron diez reuniones con los representantes del comité de turismo ejidal, y en Xmaben se ha estado trabajando desde el 2005, primero con el grupo de ecoturismo Xyaat —del cual se tratará más adelante— y a partir del 2008 con el comité ejidal de ecoturismo.

En ambos casos se aplicaron entrevistas a profundidad a informantes clave (el presidente del comisariado, el secretario del comité de turismo) para conocer los detalles de la gestión y operación del proyecto turístico. Así mismo, se entrevistó a los ejidatarios de mayor edad para abordar los antecedentes del ejido desde su fundación.

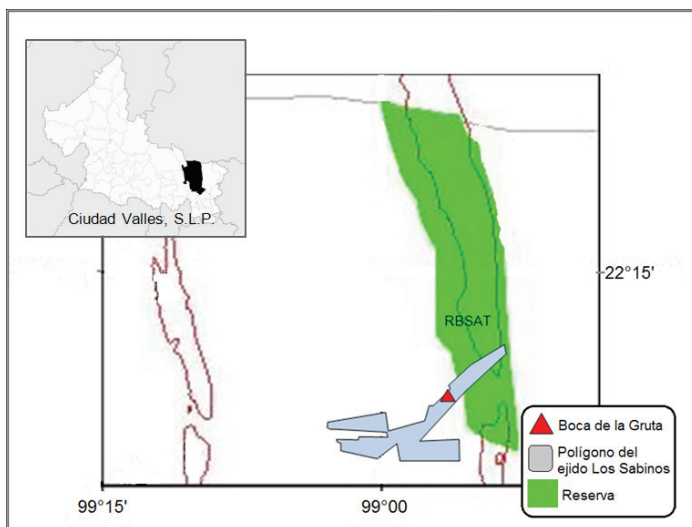
Para obtener información de las instituciones gubernamentales, se aplicaron entrevistas semiestructuradas a aquellos funcionarios del sector turístico y ambiental —en los niveles de gobierno municipal, estatal y federal— que tuvieron que ver con el apoyo y financiamiento de los proyectos. Se exploraron aspectos como el tipo de apoyo, su cantidad, calidad y duración, y particularmente interesaba saber si se había realizado un estudio, si se había echado mano de la planeación participativa y si había habido acompañamiento técnico, asesoría continua y evaluación de logros.

Resultados

Ejido Los Sabinos

En el estado de San Luis Potosí, muy cerca de Ciudad Valles y rumbo a Ciudad Mante, se ubica la gruta Los Sabinos, que pertenece al ejido Los Sabinos Número Dos (en adelante Los Sabinos). La gruta se localiza a tres kilómetros al noreste

Figura 1
Ubicación del la gruta en el ejido Los Sabinos



Fuente: adaptado de Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Diversidad (2000).

del poblado en dirección hacia la Reserva de la Biosfera Sierra del Abra Tanchipa⁵ (RBSAT) (Figura 1).

El interior de la gruta se divide principalmente en tres galerías subterráneas, atractivas por la presencia de ‘espeleotemas’ (estalactitas y estalagmitas) y formaciones secundarias que datan de decenas de millones de años.

El ejido de Los Sabinos se fundó en 1979, con la dotación de tierras a 107 campesinos nahuas y *teenek* (o huasteco) y sus familias, provenientes de la par-

5. El 6 de junio de 1994 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el decreto mediante el cual se declara a la región de la Sierra de El Abra Tanchipa como área natural protegida, con el carácter de reserva de la biosfera. El área protegida tiene una superficie total de 21,464 hectáreas, incluyendo en su seno una zona núcleo de 16,758 hectáreas que abarca porciones importantes de los municipios potosinos de Ciudad Valles y Tamuín. El área protegida se ubica entre los 22o 24' 14" y los 22o 05' 05" de latitud norte y los 99o 03' 00" y 98o 54' 42" de longitud oeste, y su zona de influencia se ubica entre los 22° 02' 56" y 22° 24' 52" de latitud norte, y 98° 47' 00" y 99° 00' 30" de longitud oeste.

te sur de la huasteca potosina y del estado de Hidalgo. Según cifras del censo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el poblado del ejido cuenta con 607 habitantes, distribuidos en 132 viviendas. Hoy en día, cerca de 13 por ciento de los habitantes aún habla su lengua indígena —además del castellano— y en su mayoría son personas de la tercera edad (INEGI, 2005).

La mayoría de la población se dedica a actividades del sector primario, entre las que destacan la agricultura (caña de azúcar) y la ganadería extensiva de bovinos. Además de las prácticas campesinas, como la milpa (maíz, frijol, calabaza), se cuenta con policultivos y sistemas agroforestales a menor escala, y la producción tradicional de especies menores de traspatio, como borregos, cerdos, gallinas y guajolotes. También se practica la extracción de piedra de corte que comercializan como material de construcción. Además, para algunos grupos domésticos las remesas recibidas por los familiares que emigraron a Estados Unidos representan una fuente importante en sus alternativas de ingresos (Consejo Nacional Forestal, 2007). Aún así, los habitantes de este ejido sufren un alto grado de marginación económica (Consejo Nacional de Población, 2005).

Debido a su cercanía con Ciudad Valles, una parte de la población se desempeña en el sector terciario (comercio, transporte público, empleos en tiendas de autoservicio). El ingreso por la actividad aún incipiente del turismo no es significativo para el sostenimiento económico de las familias del ejido, y es más bien una alternativa temporal de empleo (Consejo Nacional Forestal, 2007)

Apoyos recibidos para el desarrollo de ecoturismo

Los ejidatarios de Los Sabinos se han beneficiado de varios programas y proyectos emanados de dependencias públicas en los diferentes niveles de gobierno. El beneficio se ha visto reflejado en obras de infraestructura, equipamiento y generación de empleos que han contribuido a mejorar la calidad de vida de los habitantes. Sin embargo, los resultados no siempre son los esperados. En algunos casos no ha habido beneficio alguno, sino estancamiento, falta de continuidad en proyectos y falta de visión a largo plazo por parte de las dependencias que inciden en otorgar el recurso económico. Esto ha propiciado actitudes de apatía en la comunidad, falta de apropiación del proyecto, de compromiso y de credibilidad hacia los representantes de gobierno cada trienio o sexenio. La percepción de la comunidad es que las instituciones necesitan realizar obras y destinar apoyos financieros.

Dado que 637 hectáreas del ejido se encuentran dentro de la RBSAT, la Comisión Nacional Forestal (Conafor) le paga una cuota anual por servicios ambientales y la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp) le

otorgó en el 2009 material y mano de obra para fabricar 15 estufas ecológicas. El ejido también recibe aportaciones de la iniciativa privada; tal es el caso de una empresa cervecera que en el año 2009 aportó cerca de 30 mil pesos a cambio de la exclusividad de su marca, recurso que puede destinarse a cualquier cosa. Ese año el presidente del comisariado ejidal propuso destinarlo al mantenimiento de arroyos y corrientes de agua que alteran las avenidas principales del poblado, y la comunidad lo aceptó, aunque algunos ejidatarios desviaron la maquinaria excavadora y el material para arreglar las entradas de sus viviendas. La gente de la comunidad dice que es frecuente que esto suceda, por lo que el líder debe hacer un gran esfuerzo por evitar que los proyectos se desvirtúen.

La Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat), a través de su programa de empleo temporal en la vertiente de vida silvestre, otorgó más de cien mil pesos para el primer proyecto turístico en la localidad de Los Sabinos, que fueron empleados en la construcción de una cabaña y dos sanitarios ecológicos. De igual manera, el ayuntamiento de Ciudad Valles contribuyó en el periodo 2004-2006 con un recurso tripartito⁶ de 84 mil pesos para el desarrollo del mismo proyecto, empleados en la instalación de un sistema de iluminación en el interior de la gruta. Además, se orientó a un grupo de jóvenes del lugar para ejercer como guías de visita y se entregó material como guantes, cascos, lámparas y bicicletas de montaña. Desafortunadamente, la construcción de la cabaña y los baños quedó inconclusa; la instalación eléctrica para la iluminación de la gruta no funcionó, y el equipo para guías quedó sin usarse.

En el periodo 2007-2009 el ayuntamiento de Ciudad Valles retomó el proyecto ecoturístico y destinó un recurso de 350 mil pesos a la habilitación de la práctica de 'espeleoturismo'. Como la gruta se encuentra en los márgenes de la RBSAT, hay interés por conservarla y promoverla como atractivo turístico de la región. Fue de gran importancia para este proyecto contar con la evaluación y análisis de expertos en espeleología, quienes documentaron el estado de la gruta, catalogaron sus formaciones, trazaron las rutas sugeridas para el tránsito de visitantes e identificaron las especies de fauna y flora existentes en el interior de la gruta y en sus alrededores. Para beneficio de los visitantes, con este apoyo se terminaron los baños ecológicos y la cabaña que se había comenzado a construir a un costado de la entrada de la gruta con apoyos previos y se instaló un módulo de recepción de visitantes equipado con cascos, lámparas frontales, botiquines de primeros auxilios y un baño ecológico más. Asimismo se diseñaron la imagen

6. Con fondos tanto del gobierno municipal como del federal y una aportación del ejido a través del programa "Alianza Contigo", en el marco del Consejo de Desarrollo Rural Sustentable.

y la publicidad del atractivo y se impartieron cuatro cursos de capacitación a guías locales. Por su parte, la Secretaría de Turismo estatal, a través del Programa de Desarrollo Turístico Comunitario, apoyó al ejido con 175 mil pesos para la instalación de señalamientos de ubicación y descriptiva para orientar al turismo. En ello se trabajó de manera conjunta con la dirección de turismo municipal (2007-2009) y el comité de turismo ejidal.

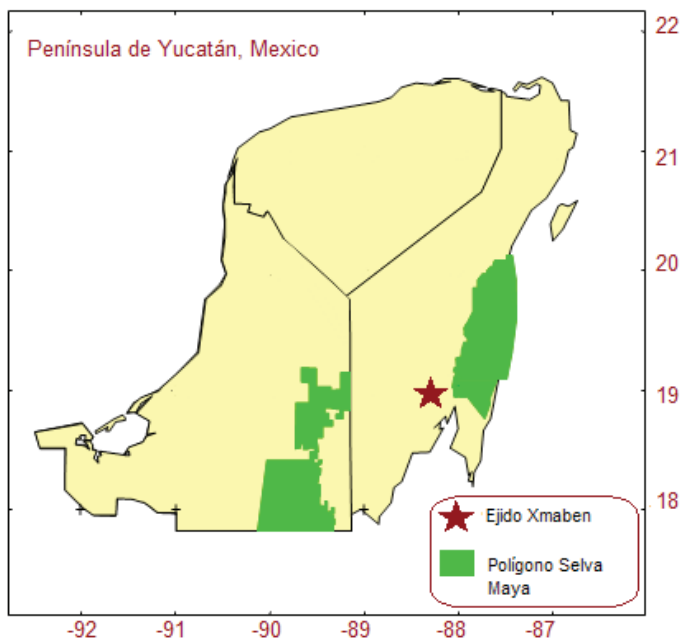
En el año 2009, de este esfuerzo de coordinación provinieron un reglamento para el visitante, un curso de primeros auxilios y calidad en el servicio al turista, y la determinación de las políticas de cobro y aseguramiento del ingreso. No obstante, una vez más la respuesta de la comunidad no fue la esperada, pues al no ver resultados económicos en el corto plazo, disminuyeron la participación y el compromiso comunitario y surgieron conflictos de intereses entre el comisariado y algunos ejidatarios. Aunado a lo anterior, ese mismo año terminaba el periodo de gobiernos municipal y estatal, con lo que nuevamente el proyecto quedó a la deriva. Como nunca funcionó la iluminación al interior de la gruta, los cableados y bulbos fueron desapareciendo poco a poco, hasta que la instalación quedó desmantelada en su totalidad. No se cuenta con mecanismos de supervisión de la gruta, de las áreas de selva, ni de la laguna, que sirve a veces de basurero.

Ante todos estos problemas, el ejido y sus vecindados actúan pasivamente. No manifiestan reacción alguna, ni se busca sancionar a quienes incurren en estas faltas ni se exige que se cumpla lo acordado. Aunque ha habido, como hemos dicho, fondos y apoyos financieros en especie y en capacitación, la gran mayoría de estos apoyos se otorga sin base en estudios de consecuencias ambientales y sin un programa de seguimiento y asesoría a largo plazo. En el ejido se preguntan qué apoyos les otorgarán las siguientes administraciones municipales.

El ejido Xmaben

El ejido Xmaben pertenece al Municipio de Felipe Carrillo Puerto, en el Estado de Quintana Roo (Figura 2), y se encuentra en el área denominada “Selva Maya” (Nations, Primack y Bray, 1999). La conservación de esta selva tropical de 500 mil kilómetros cuadrados, extendida por los estados de Tabasco, Chiapas, Yucatán, Campeche, el Petén (en Guatemala) y Belice, es primordial, ya que representa el segundo gran conjunto de reservas de la biosfera en el hemisferio occidental y contiene una gran riqueza cultural y arqueológica. No obstante, el crecimiento demográfico y las formas de desarrollo no sostenibles ejercen una gran presión sobre los recursos naturales.

Figura 2
Ubicación del Ejido Xmaben



Fuente: elaboración propia.

Este ejido cuenta con siete localidades. La principal de ellas tiene el mismo nombre oficial, pero se la conoce mejor como “Señor”⁷. Funge como delegación municipal y fue fundada en 1855 (Secretaría de Educación Pública, 1985) y en 1938 se instituyó como ejido. Su población es de origen *macehual*, es decir, de aquellos mayas que pelearon en la guerra de castas de 1847 a 1901 y eran tenidos como una sociedad hermética con una organización social religiosa y militar (Sullivan, 1991). Xmaben cuenta con 3,153 habitantes, 1,545 mujeres y 1,608 hombres (Varela, 2008). El grado de marginación es alto (Consejo Nacional de Población, 2005) y el nivel de escolaridad es de 4.2 años. La extensión del ejido

7. En tiempos coloniales, los evangelizadores llegaban y saludaban “buenos días, señor”, o “buenas tardes, señor”, así que “señor” fue interpretado por esta comunidad maya como la forma que los evangelizadores se referían a ellos colectivamente.

es de 73,400 hectáreas y en el padrón figuran 544 ejidatarios, aunque los activos son 480. La población económicamente activa es de 606 personas, y de ellas, 82 por ciento se dedica al sector primario (INEGI, 2000).

Sus habitantes desempeñan distintas actividades, tales como la agricultura, la explotación forestal, la apicultura, la horticultura, la extracción de chicle, la carpintería y la albañilería. Las mujeres se dedican principalmente a las labores del hogar y también a la venta de comida y lavado de ropa ajena. Más de 20 por ciento de la población emigra a trabajar a la Riviera Maya (Varela, 2010), algunos se quedan a vivir ahí y viajan cada semana o 15 días, y a otros los van a recoger camiones de los centros turísticos u hoteles y los regresan a la comunidad diariamente.

Apoyos recibidos para el desarrollo de ecoturismo

El ejido Xmaben cuenta con atractivos naturales para el desarrollo del ecoturismo; su flora y fauna silvestre se encuentran en buen estado de conservación y posee tres lagunas y cuatro cenotes. El atractivo focal por el cual recibe a cientos de visitantes cada año es la “Laguna Azul”, un espejo de agua transparente de más de 2 kilómetros cuadrados en donde se puede apreciar diversos peces, aves acuáticas, tortugas y cocodrilos, entre otros animales. La laguna ha sido visitada principalmente por el turismo doméstico, cuyo manejo de residuos sólidos ha sido muy deficiente.

De acuerdo con Barbosa (2006), el ecoturismo en este ejido se originó en el 2000, cuando el INI (actualmente Comisión Nacional para los Pueblos Indígenas, CDI), escogió a la comunidad de Xmaben para financiar el desarrollo ecoturístico. La finalidad de esta institución era trabajar con el ejido como proyecto piloto en aspectos como la capacitación local y la operación por parte de grupos comunitarios como referencia para futuros apoyos en otras comunidades de la región. El INI aportó 20 mil pesos para iniciar el proyecto y solicitó a Econciencia A. C., una organización no gubernamental de la región, realizar un diagnóstico para conocer el potencial de la laguna, asignarle atractivos complementarios e identificar qué servicios ecoturísticos podrían ofrecerse para generar mayores ingresos a los habitantes que los operaran.

Una vez determinado el potencial, se presentó el proyecto ante la asamblea ejidal y se invitó a los ejidatarios a participar. Al ver que no se les iba a pagar los ocho meses que duró la capacitación, solo uno de ellos participó en el proyecto, con seis jóvenes de la comunidad. Para el desarrollo del proyecto el ejido destinó 50 hectáreas como reserva en el área de la laguna, en las cuales ya no se iba a practicar actividades agropecuarias. Econciencia se encargó de capaci-

tar al único ejidatario interesado y los seis jóvenes como guías comunitarios de ecoturismo, los cuales participaron en el diseño y construcción de un sendero interpretativo en la laguna. Posterior a las capacitaciones, el grupo trabajó administrando la laguna y ofreciendo recorridos por el sendero y la renta de kayaks.

En el año 2003, este grupo se constituyó como Sociedad cooperativa (Xyaat) con la finalidad de conseguir recursos económicos involucrando a más jóvenes (hombres y mujeres) de la localidad. El programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) les otorgó 300 mil pesos que utilizaron para la construcción de su oficina y compra de equipo. El PNUD asesoró al grupo para elaborar el proyecto y monitoreó su desarrollo para hacer cumplir los objetivos. Una de las estrategias de PNUD es darle seguimiento a los proyectos financiados a través de reuniones con grupos por áreas de trabajo, y Xyaat participaba en esas reuniones.

En el 2004 se presentaron problemas entre el ejido y el grupo Xyaat, cuyas consecuencias dificultaron el manejo de la laguna. Los señores ejidatarios comenzaron a inconformarse al ver que los integrantes del grupo Xyaat recibían visitantes, contaban con equipo y comenzaban a recibir ganancias económicas. Al parecer, el desagrado de los ejidatarios se basaba en que no se estaban rindiendo cuentas claras a toda la asamblea ejidal y que no se tenía una distribución equitativa de los beneficios económicos del turismo en la laguna. El motivo exacto de este conflicto no se tiene muy claro, pero a partir de ello, los ejidatarios decidieron conformar un comité de ecoturismo siguiendo la estructura ejidal (presidente, tesorero, secretario y vocales) y prepararse para ofrecer ellos mismos el servicio a los visitantes.

El grupo Xyaat inauguró sus oficinas en el 2005 y comenzó a ofrecer sus servicios ecoturísticos. No obstante, ese mismo año los ejidatarios les quitaron el material y el equipo adquirido con fondos del CDI (kayaks, remos y chalecos principalmente) y les obligaron a pagar una cuota de entrada al parque para ofrecer los servicios de guía y a encargarse de la limpieza de la laguna antes de recibir a los visitantes.

Así pues, los ejidatarios, a través de su comité de ecoturismo, pasaron a hacerse cargo del proyecto en la laguna sin capacitación alguna para su operación. La laguna fue convertida en un balneario popular, con consecuencias desastrosas y una imagen muy alejada a la de atractivo ecoturístico: sin manejo y control de la basura, con instalaciones sanitarias inconclusas y deterioradas, sin control en el uso de kayaks. Los senderos interpretativos quedaron sin mantenimiento, y tanto plantas como letreros fueron deteriorándose y algunos fueron saqueados. Es decir, en vez de provisión y cuidado, solo hubo explotación del equipo, instalaciones y el mismo ecosistema. Otro aspecto olvidado fue la promoción del

servicio que ofrecían, pues ni los ejidatarios ni el grupo de jóvenes Xyaat recibieron capacitación para la mercadotecnia de la actividad ecoturística del lugar.

Desde entonces, el ejido ha rotado a los integrantes del comité de turismo por malos manejos administrativos. El comité actual ha presentado una mejor rendición de cuentas, aunque la laguna sigue en las mismas condiciones de deterioro. Cabe señalar que los ejidatarios han ido perdiendo interés en el proyecto, pues las ganancias no les parecen constantes ni meritorias de esfuerzo. Pocos ejidatarios lograron apropiarse del proyecto de la laguna, pues a las reuniones a las que se les convoca para tratar asuntos de su rescate llegan solo una o dos personas, además del representante del comité de turismo. Debido a los conflictos internos no previstos todos los apoyos fueron muy poco aprovechados, los jóvenes tienen desconfianza y la laguna sufrió cierto grado de deterioro. Cabe preguntarse hasta qué punto el proyecto ha servido de referencia para la CDI.

Discusión

Como hemos visto, en ambos casos los lugareños iniciaron con buenos resultados y parecían creer en el éxito del proyecto. Se les aseguró que sería una fuente de ingresos extra que vendría a mejorar su situación económica. Tarde o temprano, algo ocurre en la comunidad, desde problemas internos, deficiente rendición de cuentas, desorientación del proyecto o desinterés porque, al no tratarse de un ingreso constante, sino dependiente de temporadas turísticas, se descuidan las responsabilidades de mantenimiento y de servicio de guías, así como la rotación del personal asignado.

Problemas locales, reflejos globales. Por supuesto que existen proyectos exitosos de ecoturismo comunitario, aunque sean una pequeña minoría. Muchos investigadores ven más viable estudiar los casos exitosos, pero es pertinente analizar lo que ocurre con la mayoría de los casos en los que se destinaron cientos de miles de pesos y no lograron convertirse en fuente de mejoras económicas para las familias a nivel local.

La responsabilidad del desarrollo turístico en México debe recaer tanto en los tres niveles de gobierno como en el sector privado y social. Además de los empresarios y las comunidades, el turista debe ser copartícipe de la responsabilidad de cuidar el medio ambiente que disfruta, así como de respetar y valorar las culturas y tradiciones de las comunidades anfitrionas (Secretaría de Turismo, 2004).

Los casos aquí presentados reflejan la falta de planeación participativa a escalas mayores. Los apoyos gubernamentales más frecuentes son la construcción de cabañas, sin estudios previos de impacto ambiental o de pertinencia de

operación para la mejor atención de los visitantes. Como al gobierno en turno le conviene que los apoyos otorgados “se noten”, a lo largo y ancho del territorio nacional han proliferado las cabañas, pero muy pocas de ellas funcionan o son utilizadas para los fines para los que fueron construidas.

Las dependencias gubernamentales del sector turístico requieren ejercer su presupuesto. Los plazos y los compromisos políticos son parte de la presión de las administraciones. Cada trienio del gobierno municipal o cada sexenio de los niveles de gobierno estatal y federal, se destinan fondos al desarrollo turístico a sectores de la población rural en cuyo territorio existen áreas y actividades atractivas para ecoturismo. En los casos aquí analizados, los funcionarios se acercan con frecuencia a las comunidades para ofrecerles apoyo económico para la construcción y equipamiento de la infraestructura turística, pero rara vez para apoyar la capacitación y el acompañamiento técnico. Los grupos ejidales y comunales se han acostumbrado a contar con esos apoyos y saben que en cada período gubernamental surgirán más. Esta dinámica no permite que los campesinos se apropien de los proyectos y gestionen exitosamente las empresas comunitarias. Si aceptan los apoyos es porque, en su mayoría, se otorgan a fondo perdido.

López y Palomino (2008) analizan los crecientes fondos públicos del INI (luego CDI) destinados al fomento del ecoturismo en las comunidades indígenas y en áreas naturales protegidas. Los autores sustentan que a lo largo de 15 años de apoyos gubernamentales para impulsar a las comunidades indígenas hacia el ecoturismo como alternativa de desarrollo local, los resultados han sido desiguales. Si bien algunos proyectos fueron exitosos, la gran mayoría están lejos de constituirse en una opción real para el desarrollo y el mejoramiento de las condiciones de vida local. Los autores exponen que los fondos otorgados por la CDI “han carecido de un programa integral de desarrollo a partir del ecoturismo” (López y Palomino, 2008: 45).

En efecto, a pesar de que en el discurso existía una convicción institucional de que el ecoturismo representaba para algunas comunidades la mejor y, en ocasiones, la única opción para el desarrollo, en la práctica, tanto en el INI como en la CDI, no formaba parte de los programas sustantivos, no tenía el presupuesto necesario y no era comprendido en su complejidad como una actividad económica de servicios ligada al cuidado del medio ambiente (López y Palomino, 2008: 45).

Del Amo, Yllescas y Medellín (2001), por su parte, señalan que aunque existe una minoría de proyectos exitosos, las acciones del gobierno en el medio rural se han caracterizado por ser típicos esquemas de paternalismo autoritario e impositivo, sin que se establezca un diálogo continuo con las comunidades. Es este diálogo continuo que, de llevarse a cabo a través de una planeación más

participativa y un sistemático acompañamiento técnico, enfocado a la creación de competencias reales en los ejidos y comunidades, permitirá el desempeño eficiente y sustentable de los proyectos, en vez de dejarlos a la deriva con soluciones emergentes. Soluciones que en vez de aliviar la pobreza solo actúan como paliativos o, peor aún, *mal acostumbran* a los campesinos a las acciones populistas aisladas de los gobernantes en turno.

Conclusiones

Llámesese asesoría técnica, asistencia coordinada, gestión integrada, monitoreo, sistematización, evaluación o control, este acompañamiento, según nuestro análisis, es un importante factor que no ha sido considerado en la asignación de apoyos gubernamentales. Esta problemática también debe cobrar mayor importancia en el quehacer académico en los rubros del desarrollo sustentable, pues el descontrolado flujo de apoyos gubernamentales no puede continuar siendo objeto de legitimidad política.

A partir de todo lo anterior se propone que las instituciones gubernamentales y fundaciones no gubernamentales, lejos de dar financiamiento a apoyos aislados o de obras de infraestructura, ofrezcan la orientación de un proyecto integral de desarrollo rural que incremente las competencias locales y la autogestión de las comunidades para su particular desarrollo a partir de la actividad ecoturística.

Que las acciones desde arriba no se estandaricen al aplicarlas a nivel local, sino que se promueva una apropiación genuina de los grupos rurales a partir de las propias dinámicas locales. Si bien a nivel global pueden encontrarse similitudes, hay procesos muy particulares que es necesario entender y atender a nivel local, aunque para ello haya que ampliar los plazos. Como señalan del Amo, Yllescas y Medellín: “junto con ellas [las comunidades] [hay que] descubrir estas formas de organización y tipificarlas para reconocer los elementos comunes y las discrepancias, producto de la heterogeneidad de la amplia zona tropical húmeda de México, y alentar y apoyar aquellos aspectos que las comunidades nos demandan” (del Amo, Yllescas y Medellín, 2001: 94).

Agradecimientos

Agradecemos la colaboración de los estudiantes de licenciatura de Turismo Sustentable de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Campus Huasteca, y

de los estudiantes de la licenciatura en Turismo Alternativo de la Universidad Intercultural Maya de Quintana Roo.

Referencias

- Barbosa, S. (2006) *Organización y ecoturismo en ejidos del sureste mexicano*, tesis de maestría, El Colegio de la Frontera Sur, ECOSUR, Campeche, México.
- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Diversidad (2000) *Sierra del Abra-Tanchipa. Clave de la AICA C-54* <<http://conabiweb.conabio.gob.mx/aicas/doctos/C-54.html>>.
- Consejo Nacional Forestal (2007) *Ejido Los Sabinos Número Dos*. Informe técnico, Documento interno, San Luis Potosí, México.
- Consejo Nacional de Población (2005) *Índices de marginación 2005*, Secretaría de Gobernación, Conapo, México <<http://www.conapo.gob.mx/publicaciones/margina2005/IM2005principal.pdf>>.
- Del Amo, S., P. Yllescas y S. Medellín (2001) “Programa de acompañamiento social. Rejuvenecimiento de las capacidades locales con base en el uso permanente de los recursos naturales”, en: Del Amo, S. (coord.) *Las lecciones aprendidas del Programa de Acción Forestal Tropical Proaft*, Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (Semarnap)/Plaza y Valdés Editores, México, pp. 93-134.
- INEGI (2005) *XII Censo General de Población y Vivienda 2005*, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, México.
- López, G. y Palomino, B. (2008) “Políticas públicas y ecoturismo en comunidades indígenas de México” *Teoría y praxis*, núm. 5 pp. 33-50.
- Merino, L. (2004) *Conservación o deterioro. El impacto de las políticas públicas en las instituciones comunitarias y en los usos de los bosques en México*, Instituto Nacional de Ecología, México.
- Nations, J., R. Primack y D. Bray (1999) “Introducción: ‘La selva maya’”, en: Primack, R., D. Bray, H. Galletti e I. Ponciano (eds.) *La selva maya. Conservación y desarrollo*, Siglo XXI Editores, México, pp. 13-20.
- Secretaría de Turismo (2004) *Turismo alternativo. Una nueva forma de hacer turismo*, Fascículo 1, segunda edición, Sectur, México.
- Secretaría de Educación Pública (1985) *Monografía de la comunidad de Señor*, SEP, Dirección General de Culturas Populares, Unidad Regional Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo, México.
- Sullivan, P. (1991) *Conversaciones Inconclusas. Mayas y extranjeros entre dos guerras*, Gedisa, México.

- Toledo, M., M. Cortés, P. Moguel y M. de J. Ordoñez (1994) *Los grupos étnicos de las zonas tropicales de México*, Estudio de diagnóstico elaborado para el Programa de Acción Forestal Tropical, Instituto de Ecología, UNAM/Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, México.
- Varela, G. (2010) “Diagnóstico de la comunidad de Señor, Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo”, Presentación formal a los representantes del Comisariado y al Comité de Turismo del Ejido X’maben, 30 de junio de 2010, José María Morelos, Quintana Roo, México.

XV

El papel de la universidad como promotora del desarrollo del turismo de naturaleza. Impulso de empresas comunitarias en Cabo Corriente y Tomatlán a partir del modelo de la Triple Hélice

Juanita Martha Elena Correa Reyes¹
Yolanda Franco Gómez²
Rafael Villanueva Sánchez³

Introducción

El presente trabajo da cuenta de los avances de un diagnóstico realizado en los municipios de Cabo Corrientes y Tomatlán, en la costa norte de Jalisco, que forma parte de un proyecto de investigación más amplio intitulado: “Impacto del Turismo de Naturaleza en la Costa de Jalisco” que se desarrolla en la Universidad de Guadalajara. Los resultados nos permiten acercarnos a los problemas de este territorio y a la perspectiva de sus diversos actores respecto de la presencia o ausencia de un marco legal, los programas y apoyos financieros y

-
1. Universidad de Guadalajara, México. Correo electrónico: juanitacorre@hotmail.com.
 2. Universidad de Guadalajara, México. Correo electrónico: yolfrago@gmail.com.
 3. Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas, México. Correo electrónico: rafavillanueva2005@hotmail.com.

de vinculación, el estado de la comercialización de los productos del turismo de naturaleza y el *statu quo* de sus recursos humanos.

Con base en lo anterior, se reflexiona acerca del papel de la actividad turística en la globalización y se cuestionan sus beneficios para las comunidades en cuestión, toda vez que las enfrenta al reto de la competitividad con transnacionales que cuentan con alta tecnología e intereses mercadológicos que acaban por transformar en extraña a la población en su propio entorno. Se revisan, además, los conceptos de turismo de enclave y alternativo y se plantea al turismo de naturaleza (TN)⁴ y las actividades ecológicas, de aventura y rurales que de éste se derivan como estrategias para el aprovechamiento y conservación del patrimonio natural y cultural. Finalmente, se realiza una propuesta basada en el Modelo de la Triple Hélice, el cual afirma que las universidades deben tener un mayor protagonismo en la innovación de las economías regionales y asumir el papel de interlocutoras entre gobierno, comunidades y empresas en lo concerniente a la actividad turística, de tal manera que las instituciones de educación superior (IES) pasen a ser vistas como agentes de crecimiento económico en sus áreas de influencia, responsables de formar pobladores de las comunidades con espíritu emprendedor y profesionales capacitados en el manejo de sus propias empresas.

El marco conceptual: de la aldea turística global a la aldea turística local

González (1998) define el desarrollo como el proceso sostenido de expansión de un sistema económico que involucra instituciones, patrones y modelos de producción, distribución, consumo, sociedad y cultura. Sin embargo, en esa época el paradigma daba por sentado que los recursos de la tierra en las localidades eran inagotables, por lo que su explotación no recurría a mayores previsiones y los procesos contaminantes repercutían en otros contextos geográficos. El crecimiento industrial y demográfico, las políticas inadecuadas y la no discriminación entre recursos renovables y no renovables, así como el incorrecto tratamiento de desperdicios —algunos de ellos tan riesgosos como los materiales radioactivos— se tornaron en un lado oscuro que nos ha traído consecuencias.

4. Según Rosales, R. (2007) el tema del Desarrollo local se difundió en la mayoría de los países en transición y vías de desarrollo, donde surgieron varias iniciativas documentales, gracias a la acción de los gobiernos y de algunas organizaciones internacionales, como el Banco Mundial (BM), El Fondo Monetario Internacional (FMI), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI).

En este contexto se originó el turismo, la llamada industria limpia, que ofrece primordialmente servicios, acceso a la playa, al calor del sol, así como a la historia, cultura y leyendas, entre otros atractivos. Ha llegado a ser uno de los modelos de desarrollo más influyentes a nivel mundial y aparece como una forma rápida y de moderada inversión que en sus inicios les permitió a las localidades obtener fuentes de trabajo remunerado, con mano de obra no especializada y capaz de mantener el engranaje económico en los países. “En el marco del discurso desarrollista, el turismo se ha presentado como la oportunidad para resolver los problemas de atraso económico y pobreza” (Gilabert, 2008: 71).

El turismo se ha convertido actualmente en la principal fuente generadora de ingresos a nivel mundial, desplazando a la industria automotriz. Cada diez segundos se crea un empleo y uno de cada 15 trabajadores se desempeña en el turismo. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) hay en el mundo 130 millones de personas en este sector, y se estima que para el año 2005 la cifra ascendió a 340 millones de personas (OMT, 2001).

Sin embargo, en nuestro análisis de los impactos del turismo en el desarrollo local, encontramos que, no obstante la aceptación mundial del turismo como nuevo paradigma de avance social y económico, en muchos casos sus bondades y beneficios financieros son cuestionables, dado que se centran en un modelo mercadológico en el que los grandes operadores internacionales son atraídos a las regiones por los gobiernos que les proporcionan facilidades: tratamientos especiales de orden fiscal, mano de obra barata, formas de apropiación legal del uso de la tierra. El resultado es el manejo del negocio turístico a dimensiones de gran escala a lo largo y ancho de los territorios a donde introducen visitantes de forma masiva en sus líneas aéreas, los alojan en sus propias cadenas hoteleras, hacen uso extensivo de los recursos naturales y culturales de las comunidades y finalmente envían al extranjero la mayor parte de las utilidades que generan en las localidades.

Existen en las aldeas locales más argumentos en contra de este voraz modelo del turismo inserto en el capitalismo global y su jinete apocalíptico llamado sistema neoliberal, que no solo genera pobreza y miseria, sino que convierte en prescindibles —que es peor que marginados— a millones de seres humanos. Esta globalización, según explica Borja (1997), paradójicamente ha producido la fragmentación interna de los países y regiones por la vía de la profundización de sus diferencias sociales. Sin afán de satanizar a la aldea turística global, y rescatando algunas de sus bondades, presentamos la siguiente reflexión: “Si entendemos la verdadera naturaleza de este fenómeno —la globalización— como complejo, multidimensional e intangible, se pueden generar procesos que intervengan con éxito en los territorios” (Boisier, 2006: 26).

Un modelo de desarrollo regional que no promueva y fortalezca la confianza, reconocimiento e involucramiento colectivo de las personas locales, se quedará a corto plazo sin una sociedad que lo sustente y valore; por lo que la viabilidad y éxito de un programa de desarrollo dependerá del nivel de sentido de pertenencia a un proyecto como escenario del cual los habitantes sean actores básicos y corresponsables para lograr equilibrio y equidad en sus localidades.

El desarrollo local como búsqueda de la equidad, aprovechamiento y preservación del patrimonio natural y cultural

El desarrollo local es el paradigma mundial más aceptado para iniciar procesos de avance social y económico en pueblos y áreas deprimidas. Sin embargo, presenta diferentes facetas, según los objetivos que se le exijan —combatir el desempleo, conseguir la subsistencia— y el lugar en que se le observe (Márquez, 1998). No obstante, la filosofía que nutre los renovados discursos sobre el desarrollo local debe ser analizada cautelosamente, tal como lo hace Dalla (1996: 32) al afirmar que “desarrollo local y desarrollo de la persona aparecen aquí íntimamente ligados, en donde esa connotación humanista la acompaña siempre una cierta sospecha de utopía”. Ante tal afirmación, y para fines de nuestra propuesta, es necesario identificar el modelo turístico ideal para las comunidades de la costa de Jalisco, cuyo capital básico es su patrimonio natural y cultural, por lo que a continuación se analizan las diferentes formas en que el turismo tiene lugar en los territorios.

El turismo de masas o convencional es el más común, y consiste en la venta de paquetes baratos que incluyen transporte, alimentación y hospedaje y proveen entretenimiento y diversión en las playas. Aparentemente, para la elección del destino, el consumidor considera que lo más importante es el precio. Es el llamado “posturismo”, que manejan los grandes operadores internacionales de viajes todo incluido (Bringas y Ojeda, 2000).

El turismo de enclave da lugar, por ejemplo, a centros integralmente planeados (CIP) en los cuales el gobierno de México, a través del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur), desarrolla megaproyectos que suelen no involucrar a la población local “dejando de lado los aspectos sociales y culturales, perdiéndose gradualmente la identidad colectiva, las relaciones sociales, los valores y las creencias, modificándose la estructura económica en donde generalmente se manifiesta la exclusión” (Castro, 2007, citado por Dieckow, 2007: 124).

Este tipo de turismo funciona con el modelo tradicional de sol, arena y mar; lo encontramos dentro de la región costa norte de Jalisco, ampliamente identificado con Puerto Vallarta, segundo destino turístico de playa del país, considera-

do como el mayor *clúster* turístico de las costas de Jalisco. Los impactos de todo orden saltan a la vista aquí: entrada de divisas que a su vez salen vía las empresas transnacionales que trabajan en el territorio, generación de empleos que en la mayoría de los casos son puestos operativos y del llamado ‘batallón’ —con bajos salarios—; mejoramiento de la infraestructura, aunque canalizada básicamente a las zonas turísticas hoteleras, con el consecuente descuido de la periferia. Si bien existen además estímulos a la actividad empresarial en este sector, éstos se canalizan a las grandes empresas, que son las que tienen mayores conocimientos para gestionar el dinero que obtienen —a bajas tasas de interés— y que invierten en desarrollos inmobiliarios con alta especulación de tierras, cambio de usos de suelo e insuficiente vivienda para la población, entre otros problemas.

Frente a estos modelos, la Secretaría de Turismo (Sectur) define como opción, y en contraste con los anteriores, un paradigma emergente:

El Turismo Alternativo es un concepto que agrupa un conjunto de actividades turístico-recreativas que las personas realizan durante sus viajes y estancias, los cuales son de diversa temática, pero que convergen en que el atractivo focal gira alrededor de la naturaleza (Sectur, 2007: 14).

De acuerdo con Fullana y Ayuso (2002), en el turismo de naturaleza (TN) la principal motivación del viaje es disfrutar, comprender, experimentar la naturaleza en su más auténtico y puro estado y a las culturas tradicionales que se encuentran en las poblaciones donde se desarrolla. Las opciones para desarrollar el TN han dado lugar a la aparición de empresas comunitarias y privadas dedicadas a la operación de servicios de turismo de aventura, ecoturismo y turismo rural.

De acuerdo a la OMT, la principal motivación del turismo de aventura es la práctica de actividades deportivas en entornos naturales y con una dosis considerable de emoción y adrenalina, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.

En cuanto al ecoturismo, la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) lo define como:

aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza (así como cualquier manifestación cultural del presente y del pasado), que promueve la conservación, tiene bajo impacto de visitación y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales (UICN, 1991: 135).

Por su parte, el turismo rural considera a la cultura como un componente clave del producto ofrecido. El rasgo distintivo de los productos de este tipo de

turismo es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, que brinda la oportunidad de disfrutar el entorno físico y humano de estas zonas y, en la medida de lo posible, hacerles partícipes de las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local.

El turismo de naturaleza (TN) es una actividad responsable y sostenible que no puede ser empaquetada para grandes grupos, demanda una atención segmentada y especializada que toma en consideración la gran multiplicidad de intereses, demografía, niveles económicos y estilos de vida, y sus beneficios generan un desarrollo sostenible. Mediante los ingresos directos e indirectos en las comunidades locales, el TN promueve el uso sostenible de los recursos naturales y reduce la amenaza a la biodiversidad. Además, constituye una opción de financiamiento para la conservación de los recursos. Dadas las características de la región de estudio en la costa de Jalisco, el TN se considera el modelo apropiado.

Antecedentes y abordaje metodológico

El proyecto en el que se inserta esta investigación es promovido por el cuerpo académico consolidado “Análisis Regional y Turismo (ART)” del Centro Universitario de la Costa.⁵ Por tal motivo, a partir de los primeros resultados documentales y de campo en los municipios antes mencionados, se origina la propuesta de un modelo de desarrollo regional de vinculación y gestión con la participación de la Universidad, el gobierno, el sector empresarial y las poblaciones involucradas.

El objeto de estudio son los cinco municipios de la Costa de Jalisco (Puerto Vallarta, Cabo Corrientes, Tomatlán, La Huerta y Cihuatlán). Este trabajo se enfoca en los resultados correspondientes a Cabo Corrientes y Tomatlán. Nuestro equipo de investigación se encargó de analizar una serie de variables e indicadores (contexto socioeconómico, actores del desarrollo regional, marco regulatorio, programas de gestión de recursos y sus instancias de financiamiento, mecanismos de vinculación, comercialización del producto turístico y capital humano) que se diseñaron, en primera instancia, para establecer un diagnóstico situacional que nos permitiera identificar los factores internos y externos de inci-

5. El ART está integrado por el Dr. Edmundo Andrade Romo, la Dra. Rosa María Chávez Dagostino y el Dr. Rodrigo Espinoza Sánchez, adscritos al Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara, Campus Puerto Vallarta.

dencia en los procesos del desarrollo local. Los resultados que aquí se presentan corresponden al periodo de febrero a julio de 2010.

La investigación se realizó en dos etapas mediante un enfoque cualitativo y cuantitativo que contempló el uso de técnicas e instrumentos para recaudar información, tales como revisión documental, grupos de enfoque, inventarios y entrevistas a profundidad a representantes de las comunidades y ejidos, a funcionarios de gobierno estatal y municipal, a inversionistas, operadores turísticos, autoridades universitarias, y a egresados y estudiantes de la región. La primera etapa consistió en el diseño de una guía documental para la búsqueda de información y la elaboración de una base de datos. En la segunda etapa se realizó un acercamiento al campo de estudio, mediante la aplicación de una técnica cualitativa denominada grupo de enfoque. Para la obtención de información se construyó un instrumento a partir de las variables e indicadores seleccionados que se aplicó mediante un diálogo estructurado con los participantes, a fin de explorar de primera mano el punto de vista de los funcionarios locales. Para ello se invitó a los Presidentes Municipales de la costa de Jalisco y a los directores y regidores de las áreas de Planeación y Desarrollo, Turismo, Obras Públicas y Ecología.

Principales resultados. Diagnóstico de Cabo Corrientes y Tomatlán

Un primer acercamiento a la situación imperante en estos municipios reveló una inadecuada infraestructura urbana, evidenciada en la carencia de redes de drenaje, agua potable y energía eléctrica en muchas de sus poblaciones —principalmente en las comunidades indígenas— y un incorrecto manejo de residuos sólidos y desechos. Adicionalmente, las localidades enfrentan una amenaza latente por la contaminación de mantos acuíferos, ríos y playas. La carencia de energía eléctrica obstaculiza las iniciativas de proyectos de inversión y negocios privados, comunitarios y ejidales. Ante la incapacidad del gobierno local para garantizar transacciones comerciales de rentabilidad sana, se requiere la planeación e inversión del gobierno estatal.

Aunados a la ausencia de visión empresarial, diversos factores impiden el éxito de las iniciativas empresariales. Por una parte, está la incertidumbre derivada del sistema de tenencia de la tierra en comunidades indígenas. Por otra parte, como en los casos de Tomatlán y Cabo Corrientes, ha sido el factor cultural el causante del fracaso de proyectos emprendedores con grandes expectativas y éxito inicial: la falta de pericia y el carácter conflictivo de las comunidades ha resultado en la incapacidad de sus integrantes para sostener las empresas a

flote y los ha conducido a esperar que al final siga siendo el gobierno quien les aporte recursos económicos.

Las actuales estructuras de gobierno están a cargo de funcionarios que no comprenden o no están capacitados en labores de gestión y planeación regional. Además, al final de los sexenios y trienios generalmente se presentan cambios en el poder político, que impiden la continuidad en proyectos de éxito. Las políticas públicas que facilitan la actividad turística, su conocimiento y aplicación son frecuentemente desconocidas o ignoradas por los responsables de su ejercicio y hay casos, como en los municipios en estudio, en los que brillan por su ausencia.

Finalmente, los dos municipios enfrentan el fenómeno social de la emigración. En ausencia de ofertas de trabajo bien remuneradas, los habitantes nativos (en especial los jóvenes varones) no tienen otra salida que buscar oportunidades de trabajo en Puerto Vallarta o en el país vecino del norte, y en los poblados van quedando solo los adultos mayores, las mujeres y los niños.

Por desolador que pueda parecer este panorama de amenazas y debilidades, hay grandes posibilidades de impulsar la región. La población económicamente activa por ramas económicas se basa en el sector primario en primer lugar, y el sector terciario en segundo. Según datos del censo general de población y vivienda (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 2000), la especialización económica de estos municipios tiene como actividades predominantes, además de agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza, servicios de hoteles y restaurantes y servicios de esparcimiento y culturales. Este último dato muestra que, aunque de manera incipiente, la población se interesa en la prestación de servicios turísticos y permite suponer que, gracias a su cercanía con Puerto Vallarta, la afluencia de visitantes a estos municipios irá en aumento.

Sin duda alguna, el patrimonio turístico natural y cultural de estos municipios, documentado e inventariado ampliamente en diversas investigaciones, es parte de la gran riqueza de esta región. Autores como Chávez (2005) y Andrade (2006 y 2007) han realizado diagnósticos de los recursos y atractivos de ambos municipios y de toda la costa de Jalisco, y han elaborado propuestas de actividades y productos turísticos que posibilitarían la generación de empresas comunitarias. Estos estudios pueden servir de antecedente para el establecimiento de grandes desarrollos de turismo de naturaleza con inversiones importantes, a fin de ofrecer un complemento al vecino destino de playa que es Puerto Vallarta.

En materia de vinculación y formación de recursos humanos, los municipios reconocieron como actores fundamentales para su desarrollo a las asociaciones de profesionistas y a las universidades. Claramente, otro recurso relevante es la presencia de importantes instituciones de educación superior (IES) públicas

y privadas, distribuidas a lo largo de la costa de Jalisco. En Cabo Corrientes, por ejemplo, hay interés por establecer convenios de colaboración de todo tipo, especialmente en lo relativo a desarrollo de proyectos de TN en la conformación de empresas, talleres de organización interna de ejidos y comunidades y gestión de apoyos para capacitación y organización de proyectos ecuestres. En Tomatlán, los convenios comprenderían investigación, capacitación, realización de proyectos turísticos y gestión de recursos.

Un primer balance de este diagnóstico muestra que, a pesar de las múltiples debilidades de las comunidades de estudio y las amenazas a que están expuestas, existe un enorme potencial para el desarrollo turístico de toda la región ya que, además de contar con un verdadero tesoro traducido en su patrimonio natural y cultural, insumo básico del TN, están pasando por un momento de transición desde la agricultura hasta los grandes proyectos turísticos que ya se vislumbran para sus territorios. Gobierno, sector privado, universidades y comunidad habrán de trabajar en armonía y coordinar esfuerzos para lograrlo.

La Universidad en la era del conocimiento y su papel en el desarrollo local

Tünnermann (2000) destaca que la globalización y la “sociedad del conocimiento” o “de la información” no solamente impactan el ámbito económico, sino también el social y el político al impulsar y fortalecer nuevas relaciones sociales y nuevas estructuras de poder que se sustentan en la producción, distribución y uso del conocimiento. De esta manera, el contexto actual se define como el proceso de transición hacia la sociedad del conocimiento, donde la ciencia y la tecnología, así como la generación, distribución, apropiación y uso del conocimiento, juegan un papel estratégico para el futuro desarrollo del individuo y de la sociedad contemporánea.

La educación superior es un actor clave en el proceso de desarrollo local en las sociedades del conocimiento. Como se señaló en la Segunda Conferencia Regional sobre Políticas y Estrategias para la Transformación de la Educación superior en América Latina celebrada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés) en Cartagena de Indias, Colombia:

La educación general, y la superior en particular, deben ser instrumentos esenciales, de valor estratégico, para enfrentar exitosamente los desafíos del mundo moderno y para formar ciudadanos capaces de construir una sociedad más justa y abierta,

basada en la solidaridad, el respeto de los derechos humanos, el uso compartido del conocimiento y la información (UNESCO, 2008: 14).

La transformación de las universidades plantea grandes desafíos para responder a las necesidades del mercado, el empleo y la sociedad, entrando en juego conceptos como la formación de los sujetos, la evaluación de las instituciones, los procesos de enseñanza-aprendizaje, la reforma curricular en cada disciplina y la relación de los egresados con el empleo (Tamayo, 2009).

La propuesta

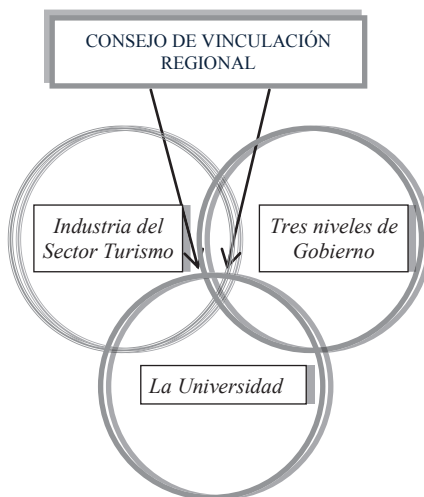
Nuestro fundamento es la ‘Triple Hélice’, un modelo espiral de interrelaciones en el que tres agentes distintos (la universidad, el gobierno y las empresas) unen esfuerzos para apoyar a las comunidades y asegurar el éxito de cualquier iniciativa de desarrollo regional. La estrategia de vinculación de las comunidades es vista en un esquema de tres planos en el que confluyen las redes trilaterales con cada una de estas organizaciones, las cuales interactúan complementándose y buscando acuerdos para llevar a buen fin sus planes y proyectos comunes a favor del desarrollo local de las comunidades en estudio.

En el centro de las interacciones del modelo, en donde se traslapan los tres agentes de vinculación señalados, se encuentra un espacio en el que se asientan las redes trilaterales y de organización híbrida (Figura 1). Según Etzkowitz, H y Leydesdorff, L (2000: 11) una organización híbrida es aquella que en su diseño, instrumentación y operación cuenta con la participación de los tres agentes referidos. Esta zona representa el ideal de convergencia en materia de vinculación. Es justo en el espacio de una organización híbrida donde proponemos la creación del Consejo de Vinculación para el Desarrollo Regional del TN de las comunidades de la costa de Jalisco, que sería creado a partir de la acción de las principales universidades localizadas en este territorio.

El papel de los agentes en el Consejo de Vinculación para el Desarrollo Regional del TN

A continuación representamos en una gráfica (Figura 2) la propuesta y delimitamos de manera sintética las funciones de quienes formarían parte de este consejo.

Figura 1
Modelo de la Triple Hélice



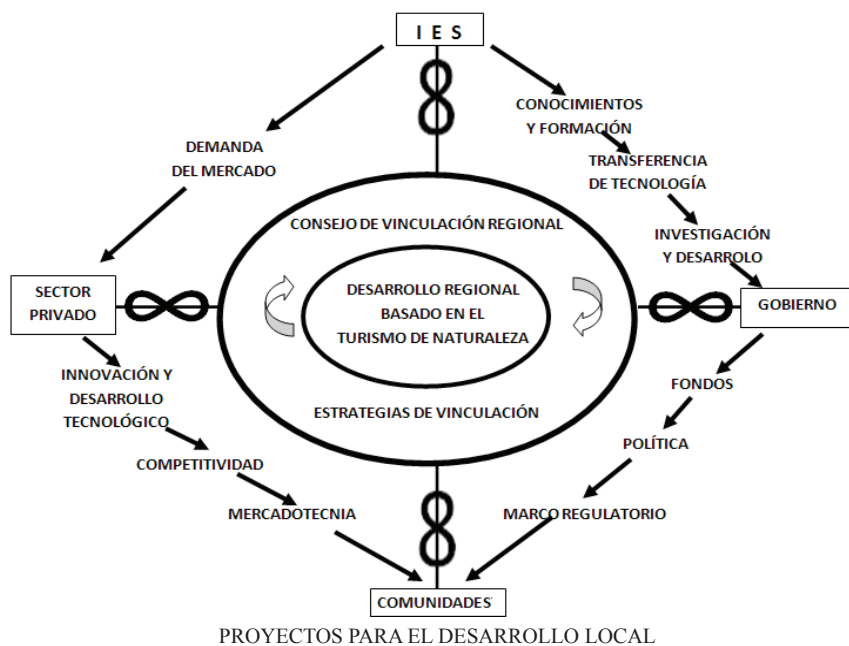
Fuente: elaboración propia, con base en Etzkowit y Campodall (1997).

La primera hélice: las instituciones de educación superior

En el desarrollo local, la universidad debe cumplir en el Consejo de Vinculación un importante papel como propulsor del modelo; debe fungir en un inicio como gestor, asesor, consultor, formador, y capacitador de las comunidades al ofrecerles investigación, desarrollo y transferencia tecnológica, además de acompañarlas en su camino hasta que puedan recorrerlo solas y se transformen en protagonistas de su propio desarrollo. Las IES, por su parte, deben también avocarse a la formación y cualificación del capital humano, con especial énfasis en las nuevas generaciones que llegan de las regiones, respetando y reafirmando en los jóvenes sus rasgos culturales, sociales e intelectuales, ya que ellos serán quienes tomen las decisiones del mañana y garanticen el avance de las sociedades locales. Es necesario fomentar en ellos el sentido de pertenencia a sus comunidades, para que regresen convertidos en emprendedores, comprometidos, responsables y ‘autogestivos’: “Uno de los parámetros fundamentales cuando se quiere valorar la vitalidad de una colectividad es en primer plano considerando el nivel de la escolarización de su comunidad” (Vachon, 1993: 255).

Figura 2

Modelo de vinculación para el desarrollo regional de las comunidades de los municipios de Cabo Corrientes y Tomatlán, basado en el TN



Fuente: elaboración propia, con base en el modelo de la Triple Hélice de Leydesdorff y Meyer (2003).

Las IES deberán generar compromisos y estrategias de vinculación —en primera instancia con los municipios objeto de estudio y con los demás actores de la triple Hélice— al proponer innovaciones en sus esquemas locales de producción de servicios terciarios con la finalidad de que alcancen un desarrollo turístico equitativo, sustentable y endógeno y logren autosuficiencia y competitividad.

La segunda hélice: el gobierno

El papel del gobierno —en particular en esta organización híbrida— es ser responsable del marco regulatorio y político, así como de la gestión y facilitación de recursos para proyectos productivos. Sus tres niveles deben asumir el papel fundamental que les corresponde en el proceso del desarrollo local, turístico y de planeación estratégica, y deben participar en la búsqueda del consenso social en torno a la estrategia de desarrollo ante la globalización. Deben apostarle a la eficacia de la administración pública como factor de competitividad, a la coordinación de comunidades indígenas, ejidos y microrregiones municipales, a la puesta en valor social y económico de los recursos endógenos del territorio, a la reformulación de políticas encaminadas a la inversión en formación de capital humano y al impulso de nuevos instrumentos de financiamiento, innovación tecnológica y colaboración empresarial. Deberán establecer un contexto favorable mediante la creación de políticas públicas que faciliten las iniciativas de desarrollo y generación de riqueza de los territorios aquí planteados.

La tercera hélice: el sector privado

Los inversionistas y empresas turísticas, cuyo papel es estratégico en este Consejo de Vinculación, generan sus utilidades a partir de los recursos naturales, culturales y humanos de estos municipios, por lo que sus iniciativas deberán estar encaminadas a promover aquellos proyectos que complementen sus negocios, pero favoreciendo la participación de empresas comunitarias mediante el apoyo y promoción de emprendimientos en sectores sociales que carecen de competencias empresariales (desempleados, mujeres, jóvenes sin oportunidades de empleo o inmigrantes) y que representan parte de la problemática observada en la zona en estudio. Al respecto, Albuquerque (1999) alude a que las iniciativas de desarrollo empresarial suponen un reconocimiento del papel social de la pequeña empresa para crear empleo y cohesión territorial.

La cuarta hélice: la comunidad

La presencia de la comunidad en el Consejo de Vinculación (como receptora y motivadora de su dinámica) es de tal importancia que la añadimos al modelo de la Triple Hélice como una cuarta. Es fundamental que se convierta en autogestora para obtener los beneficios de su desarrollo regional mediante las estrategias de vinculación en este sistema holístico en el que cada hélice tiene sus

propias funciones, pero todas deben interactuar de manera equilibrada y conjunta para ser competitivas.

Lo anterior es de suma importancia porque prepara a la comunidad para responder a los retos actuales y futuros a los que tendrá que enfrentarse. Gestionar la inclusión y participación de la comunidad desde la perspectiva de la triple hélice garantizará la equidad que, Según Márquez (1998), supone que el desarrollo beneficie a la población en su conjunto, ya que la generación de riqueza no debe ser de carácter especulativo, sino dinamizador del tejido productivo y social.

Conclusiones

Ante los pobres resultados que la actividad globalizadora del turismo aporta a las comunidades, el desarrollo local representa una alternativa viable al incorporar estructuras económicas eficientes que permitan replantear la equidad social. La implementación de estrategias que contrarresten la desigualdad en los medios urbano y rural garantizará la instauración de mecanismos que dinamicen el desarrollo humano, eleven el nivel formativo y educativo de la población y salvaguarden con sustentabilidad su territorio para las generaciones futuras.

Los municipios costeros objeto de estudio guardan una ubicación estratégica en el litoral de Jalisco por contar con riqueza natural, cultural y biodiversidad, elementos que representan un producto turístico diferenciado al típico de sol y playa como una ventaja competitiva. En ese sentido, encontramos una mayor aptitud para que definan su rumbo hacia el TN. La mayor fortaleza de estos municipios consiste en la incipiente actividad turística, por lo que sus gobiernos y comunidades tienen el reto de liderar un modelo para el desarrollo local estableciendo vínculos cooperativos con los sectores público, privado y social, asesorados por las IES regionales de modo que se conviertan en responsables y principales beneficiados de la riqueza que poseen en sus territorios.

La propuesta para la aplicación del modelo de la Triple Hélice consiste en la creación de un Consejo de Vinculación para el desarrollo de los municipios de Cabo Corrientes y Tomatlán (extensivo a los demás municipios de la costa de Jalisco). En la primera etapa de la investigación se identificó el papel de los actores involucrados en esta dinámica y sus interacciones a través de mecanismos de vinculación entre las tres hélices (universidad, gobierno, empresas), incorporando una cuarta: la comunidad.

En este contexto, las IES pueden apoyar con sus estructuras los estudios de investigación necesarios, el diseño y la aplicación de modelos productivos, la ca-

pacitación a los diferentes actores locales durante los procesos de inicio, acompañamiento y la permanente asesoría a las comunidades locales. De esta forma, el conocimiento adquiere otro significado, ya que las instituciones de educación superior pueden contribuir a solucionar problemas económicos, sociales y culturales con la finalidad de elevar la calidad de vida y el bienestar social. Las comunidades las necesitan como interlocutores, gestores y propulsores para que las ayuden a iniciar el camino de su propio desarrollo.

En este trabajo se procedió a definir las funciones y responsabilidades de los agentes. Para la segunda etapa de investigación se sugiere la intervención directa de las IES en la articulación del Plan Maestro operativo del Consejo de Vinculación Regional. Teniendo en cuenta las problemáticas territoriales detectadas, es menester que los involucrados se sienten a la mesa de concertación social para elaborar agendas, acuerdos y estrategias de colaboración y vinculación y los plasmen en un plan rector de desarrollo regional que contenga una cartera de proyectos prioritarios que logren revalorizar la cultura, el espacio rural, la gastronomía y los espacios naturales con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes de estos municipios costeros.

Referencias

- Alburquerque, L.I. (1999) *Desarrollo económico local en Europa y América Latina*, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid.
- Andrade, E. y R. Chávez (2006) “Turismo, patrimonio y sustentabilidad, implicaciones en la región de la costa de Jalisco”, en: Guevara, R. (ed.) *Estudios multidisciplinarios en turismo*, Secretaría de Turismo, Centro de Estudios Superiores en Turismo (Cestur)/Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo (RICIT) México, pp. 265-293.
- Andrade, E., R. Chávez, R. Espinoza y R. Villanueva (2007) *Tomatlán. Patrimonio natural y cultural*, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, Puerto Vallarta, México.
- Boisier, S. (2006) *Desarrollo local: ¿de qué estamos hablando?* Cámara de Comercio de Manizales, Manizales, Colombia.
- Borja, R. (1997) “Globalización”, *Enciclopedia de la política*, Tomo II, Fondo de Cultura Económica, México, pp. 455-457.
- Bringas, N. y L. Ojeda (2000) “El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas?”, *Economía, sociedad y desarrollo*, vol. II, núm. 7, Toluca, México, pp. 373-403.

- Campodall'Orto, S. (ed.) (1997) *Mananging Technological Knowledge Transfer*, Actas del Grupo de Trabajo COST A3, Milán, 1-2 febrero de 2006, Comunidad Europea, Bruselas, Bélgica.
- Chávez, R., Andrade, E., Espinoza, R. y González, L. (2005) *Cabo Corrientes. Patrimonio Natural y Cultural*, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, Puerto Vallarta, México.
- Dalla, G. (1996) *Desarrollo local*, Universidad de Oviedo, Oviedo, España.
- Dieckow, L. (2007) "Los enclaves turísticos", *Turismo. Un abordaje micro y macroeconómico*, Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales, pp. 122-124 <[http://www.eumed.net/libros/2010b/678/Los enclaves turisticos.htm](http://www.eumed.net/libros/2010b/678/Los_enclaves_turisticos.htm)>.
- Elías, L. (2009) *Otras formas de turismo*, Trillas, México.
- Etzkowitz, H. y L. Leydesdorff (2000) "The dynamics of innovation: From National Systems and 'Mode 2' to a Triple Helix of university-industry-government relations", *Research Policy*, núm. 29, pp. 109-123, <http://cmappublic3.ihmc.us/rid=1223538615937_1419971854_1861/etzkowitz-innovation-triple-helix.pdf>.
- Fullana, P. y S. Ayuso (2002) *Turismo sostenible*, Rubes, Madrid.
- Gilabert, C. (2008) "La gestión del turismo local y regional en la globalización", en: Orozco, J. (ed.) *Desarrollo turístico y sustentabilidad social*, Universidad de Guadalajara/Miguel Ángel Porrúa, México.
- González, A. (1998) "Desarrollo y medio ambiente: ¿hacia el desarrollo sustentable?", *Revista mexicana de política exterior*, vol. 1, núm. 53, pp. 159-164.
- H. Ayuntamiento Constitucional de Tomatlán (2001) *Plan Municipal de Desarrollo 2001-2020*, portal de Tomatlán <<http://www.tomatlanjal.gob.mx/>>.
- Ianni, O. (1996) *Teorías de la globalización*, Siglo XXI Editores/CIICH-UNAM, Ciudad de México, México.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2000) "Censo General de Población y Vivienda, 2000", Portal del INEGI <<http://www.inegi.org.mx/sistemas/olap/proyectos/bd/consulta.asp?p=14048&c=10252&s=est>>.
- Leydesdorff, L. y M. Meyer (2003) *The Triple Helix: Academy-Industry-Government Relations*, Goveit Editorial, Budapest, Hungría.
- Márquez, J. (1998) *La Apuesta por el desarrollo local*, Caja Rural de Huelva y Federación Onubense de Empresarios, Huelva, España.
- OMT (2001) *Tendencias de los mercados turísticos: panorama mundial y temas de actualidad*, Organización Mundial del Turismo, Madrid.
- Rosales, R. (2007) *Desarrollo local: teoría y prácticas socioterritoriales*, Universidad Autónoma Metropolitana, México.

- Rossi, R. (2005) *Informe Mundial: hacia las sociedades del conocimiento*, Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, París, Francia.
- Sectur (2007) “Elementos para evaluar el impacto económico social y ambiental del turismo de naturaleza en México”, portal de la Secretaría de Turismo <http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_Elementos_para_Evaluar_el_Impacto_Economico_S>, p.14.
- Tamayo, A (2009) “El discurso de la transformación de la universidad entre la universalidad y la particularidad”, *El periplo sustentable*, núm. 17, Editorial Semestral/Universidad Autónoma del Estado de México, p.85.
- Tünnermann, C. (2000) “La educación para el siglo XXI”, en: López, F. y D. Filmus (eds.), *América Latina 2020: escenarios, alternativas y estrategias*, Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe, UNESCO, Caracas, Venezuela, pp. 41-48.
- UICN (1991) *Caring for the Earth: A strategy for sustainable living*, Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza/Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente/World Wildlife Fund, Gland, Suiza.
- UNESCO (2008) “Conferencia Regional de Educación Superior 2008”, Portal de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, <<http://www.unesco.org/es/the-2009-world-conference-on-higher-education/regional-conferences/>>, p.14.
- Vachon, B. (1993) *El desarrollo local, teoría y práctica. Reintroducir lo humano en la lógica del desarrollo*, Ediciones Trea, Gijón, España.

XVI

El turismo en áreas naturales protegidas como herramienta de desarrollo local en la costa de Jalisco

Rosa María Chávez Dagostino¹
Oscar Alberto Maldonado Ibarra²
Rodrigo Espinoza Sánchez³

Introducción

El aumento e intercambio de las diversas actividades económicas en las zonas urbanas ha sido un factor que desde hace varios años ha modificado (no siempre favorablemente) tanto el modo de vida de las zonas rurales como sus condiciones sociales. Deficientemente diseñados por actores externos, los planes de desarrollo rara vez toman en cuenta el entramado social y natural de las comunidades locales, lo cual va en detrimento de sus actividades económicas. Es necesario establecer una verdadera relación de equipo que permita dirigir los esfuerzos de todas las partes involucradas (representantes del gobierno federal, las comunidades locales, los poderes estatales y municipales) a objetivos definidos por consenso.

-
1. Universidad de Guadalajara, México. Correo electrónico: rchavezdagostino@yahoo.com.mx.
 2. Universidad de Guadalajara, México. Correo electrónico: oscarmetal_01@hotmail.com.
 3. Universidad de Guadalajara, México. Correo electrónico: rodrigoe@pv.udg.mx.

Creadas por los esfuerzos de la sociedad en su conjunto, las áreas naturales protegidas (ANP) son superficies acuáticas o terrestres dedicadas a la protección y mantenimiento de la diversidad biológica. Hasta el año 2010, el estado de Jalisco contaba con 17 de ellas (siete ubicadas en la costa, sobre 87.9 kilómetros de litoral) con diferentes categorías de protección, como santuario, zona de conservación ecológica y reserva de la biosfera. A pesar de su valor turístico y ecológico, muchas de estas áreas han sido poco valoradas y presentan poca integración social, marginación y un avanzado deterioro, lo que dificulta su protección y conservación. Como afirma Chang-Cob (2005), el progreso socioeconómico y la conservación son dos facetas complementarias de un mismo proceso de desarrollo.

Durante las últimas décadas, la costa de Jalisco ha sufrido cambios acelerados en los ecosistemas costeros debido a la sobreexplotación de sus recursos, el cambio de uso del suelo o propiedad de la tierra y una serie de problemas legales, administrativos y sociales. Esto ha impedido alcanzar los objetivos para los que fueron decretadas las ANP (Murillo y Orozco, 2006), por lo que es necesario diseñar estrategias de protección y nuevos proyectos para el beneficio social y resguardo del patrimonio natural. La falta de un modelo de desarrollo local que integre a las ANP ha disminuido el progreso de las comunidades cercanas, cuya participación en dichas estrategias contribuiría a generar ingresos económicos, fortalecer el tejido social y reducir los enormes costos ambientales y sociales (Murillo y Orozco, 2006).

La explotación de los recursos turísticos de las comunidades costeras de Jalisco ha conducido a un aumento de población regional y ha disminuido las oportunidades de empleo de sus habitantes. En estas comunidades, de corte eminentemente rural (Martínez, 2000), el turismo rural se ha convertido en una opción importante para inducir el desarrollo regional y frenar el deterioro del medio ambiente, y las ANP pueden quedar incluidas en proyectos de esta índole. El objetivo de este trabajo es analizar el impacto de la actividad turística en las áreas naturales protegidas de la costa de Jalisco, tomando en cuenta la percepción de los actores clave.

Desarrollo de la investigación

El trabajo inició con una revisión bibliográfica del tema y continuó con investigación de campo en el que se utilizaron dos instrumentos: una entrevista dirigida a informantes clave (directores, administradores o encargados de las ANP, a fin de conocer qué tan relacionados se encuentran con las comunidades), y una

encuesta en las comunidades de influencia cercanas a las ANP acerca de la percepción que se tiene de éstas y de la actividad turística. Se eligieron siete áreas naturales protegidas ubicadas en la costa de Jalisco, en tres municipios: Puerto Vallarta, Tomatlán y La Huerta (Cuadro 1), que incluyen siete sitios Ramsar y nueve localidades.

Cuadro 1
Áreas naturales protegidas en la costa de Jalisco por municipio

<i>ANP</i>	<i>Municipio</i>	<i>Categoría</i>
Estero el Salado	Puerto Vallarta	Zona de conservación ecológica
Playón de Mismaloya	Tomatlán	Santuario
Chamela-Cuixmala	La Huerta	Reserva de la biosfera
Playa Cuitzmala	La Huerta	Santuario
Playa Teopa	La Huerta	Santuario
Playa el Tecuán	La Huerta	Santuario
Islas de Bahía de Chamela	La Huerta	Santuario

Fuente: Secretaría de Medio Ambiente para el Desarrollo Sustentable (2009).

A continuación se describen los resultados en cada uno de estos municipios.

Puerto Vallarta

Puerto Vallarta es el municipio más desarrollado de la costa de Jalisco. Dentro de la zona urbana, entre las colonias Educación, Villa las Flores, Guadalupe Victoria, Rincón del Puerto y Agua Zarca, se encuentra el ANP Estero El Salado. Equipada tan solo con una torre de avistamiento de aves y dos senderos parcialmente elevados de madera (que incluyen una parte acuática) esta ANP no cuenta con infraestructura suficiente para actividades turísticas. Los visitantes son principalmente estudiantes locales en actividades de investigación, ecoturísticas o de educación ambiental bajo el enfoque de protección y conservación de la flora y fauna del área. Los directores y administradores entrevistados confirmaron que el turismo no es una actividad importante para el Estero El Salado, ya que los recorridos y visitas son servicios gratuitos y solo es necesario hacer una solicitud por escrito.

El plan de manejo (Fideicomiso para la Protección del Estero El Salado y Áreas Colindantes, 2007) permite el desarrollo de estas actividades, que son poco frecuentes. Sin embargo, se tiene trazado un plan de trabajo a futuro en

el que se determinaron cinco zonas de uso público en las que se pretende dar cursos de educación ambiental e interpretación de la naturaleza:

Área 1. Actividades de educación e interpretación de la naturaleza.

Área 2. De uso público de tipo intensivo.

Área 3. Actividades de tipo intensivo por parte de visitantes y público en general.

Área 4. De contemplación, con gran valor escénico.

Área 5. De conservación.

Como no se perciben ingresos, la actividad turística en el ANP no ha beneficiado a las colonias aledañas en lo económico, aunque sí ha contribuido a que sus habitantes comprendan la importancia de proteger los recursos naturales. La organización social establece mecanismos de relación entre esta ANP y las colonias colindantes, a través de juntas en las que se explica el valor que tiene el estero y los beneficios que se derivan de su protección. En las encuestas realizadas en las colonias aledañas, 75 por ciento de las personas entrevistadas sabe que dentro de su comunidad existe un ANP. Todos los entrevistados opinaron que sí es importante que se protejan los recursos naturales, y la respuesta más popular fue que los cocodrilos son el principal objeto de protección, seguidos del mangle y todos los animales en general. Treinta por ciento de las personas consideró que el ANP es importante por el cuidado del medio ambiente y 20 por ciento que es importante que no se extinga la fauna.

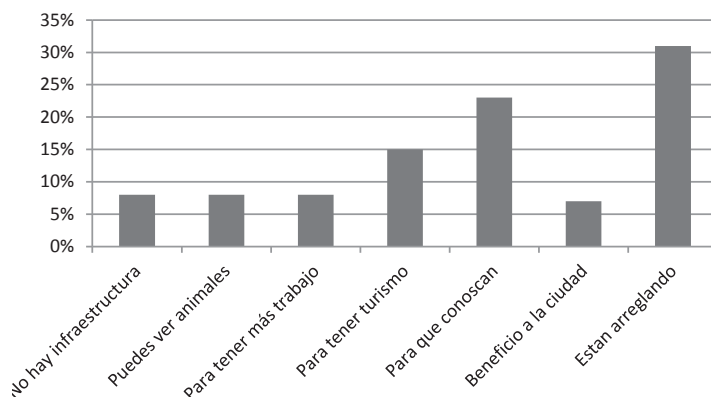
El estero tiene una baja frecuencia de visitas, y los locales no saben que existen actividades en las que pueden participar (solamente ocho por ciento de ellos sabe que el ANP se puede visitar). La población que sí ha visitado el estero (68 por ciento, en su mayoría personas de 20 a 45 años) lo ha hecho por razones que poco tienen que ver con los objetivos actuales del ANP, en una época en que existía dentro una colonia que después fue desplazada y en que las medidas de seguridad y protección de la zona eran menos estrictas. La mayor parte de estas personas entraba a jugar o a conocer, y también a pescar en el estero. La mayoría de las personas opinó que dentro del ANP no existe actividad turística; 92 por ciento consideró positivo que existiera algún servicio para turistas, y ocho por ciento que no, lo cual puede interpretarse como un gran interés por parte de estas comunidades de estar integradas a esta zona protegida.

Tomatlán

El santuario de tortuga marina Playón de Mismaloya está ubicado en la costa de Tomatlán, municipio que cuenta con cinco sitios Ramsar de protección de humedales. Con 69 kilómetros de longitud y cinco campamentos encargados de

Figura 1

Motivos por los que se debe o no ofrecer servicios a los visitantes en las ANP



Fuente: información obtenida en campo.

la protección y conservación de cuatro especies de tortuga marina y varias especies de aves y cocodrilos, el playón es la playa protegida más grande de México.

Cuadro 2

Campamentos localizados en el Área Natural Protegida Playón de Mismaloya

<i>Campamento</i>	<i>Comunidad</i>	<i>Longitud de protección</i>	<i>Responsable</i>
Mismaloya	Cruz de Loreto	25 kilómetros	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales-PLAMIA A. C., con apoyo de Teaching and Proyects Abroad y Hotelito Desconocido
Hotelito Desconocido	Cruz de Loreto	Adyacente al campamento Mismaloya	Hotelito Desconocido
La Gloria Majahuas	La Gloria	ocho kilómetros nueve kilómetros	Centro Universitario de la Costa Sur Sociedad Cooperativa Productiva Pesquera “Roca Negra”
Chalacatepec	José María Morelos	20 kilómetros	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales-PLAMIA A. C.

Fuente: información obtenida en campo (2010).

Los cinco campamentos comparten los mismos objetivos de conservación y protección; sin embargo, en algunos se localizan otros recursos naturales que también tienen otros decretos de protección —como es el caso de los cinco sitios Ramsar— y otras especies protegidas de flora y fauna. Sus principales actividades son de protección de cuatro especies de tortuga marina. Cada campamento tiene su director y sus trabajadores. Los visitantes son en su mayoría estudiantes de universidades del país o escuelas locales que van con fines de investigación o a conocer y apoyar en las actividades que ahí se realizan. Todos los campamentos comparten las mismas necesidades y la misma escasez de instrumentos de trabajo en sus instalaciones.

Los directores entrevistados opinan que actualmente la actividad turística no es importante para el mantenimiento y conservación del ANP y de los campamentos, puesto que no se cobra, y los únicos beneficios económicos —fuera del presupuesto proveniente de las otras entidades gubernamentales— son las donaciones voluntarias. Por esta razón, la actividad turística realizada en el ANP no ha impactado económicamente a las comunidades cercanas, pero sí ha tenido los efectos positivos arriba mencionados. Se realizan talleres de educación ambiental para todo el público, las comunidades participan en las labores de protección y existen proyectos de gobierno en los que los habitantes locales reciben apoyo para trabajar dentro del campamento.

Las comunidades investigadas en el municipio de Tomatlán fueron aquellas ubicadas cerca del Área Natural Protegida: Cruz de Loreto, La Gloria y José María Morelos. Las encuestas realizadas revelaron que, a pesar de vivir cerca del ANP, muchas personas no están enteradas de su existencia.

Cuadro 3

Conocimiento de las comunidades de influencia del santuario Playón de Mismaloya acerca de las áreas naturales protegidas (porcentajes)

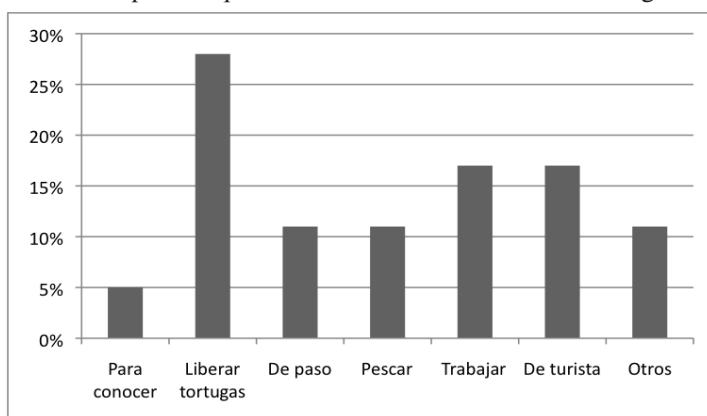
<i>Comunidad</i>	<i>¿Conoce un ANP en su comunidad?</i>		<i>¿Sabe si se puede visitar?</i>			<i>¿La ha visitado?</i>	
	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>No sabe</i>	<i>Sí</i>	<i>No</i>
Cruz de Loreto	67	33	100	0	0	94	6
La gloria	82	18	89	0	11	100	0
José María Morelos	70	30	100	0	0	79	21

Fuente: información obtenida en campo, 2010.

Caso Cruz de Loreto

Las encuestas de percepción social en la comunidad Cruz de Loreto revelaron que la mayoría de las personas reconoce al santuario Playón de Mismaloya como área natural protegida, mientras que otro gran número opinó que los sitios Ramsar son los recursos naturales que se protegen en su comunidad. Otras respuestas se refirieron a la protección de la flora y fauna en general. Todas las personas entrevistadas en la comunidad la gloria han visitado el ANP, por diferentes circunstancias.

Figura 2
Motivos por los que ha visitado el Área Natural Protegida



Fuente: información obtenida en campo, 2010.

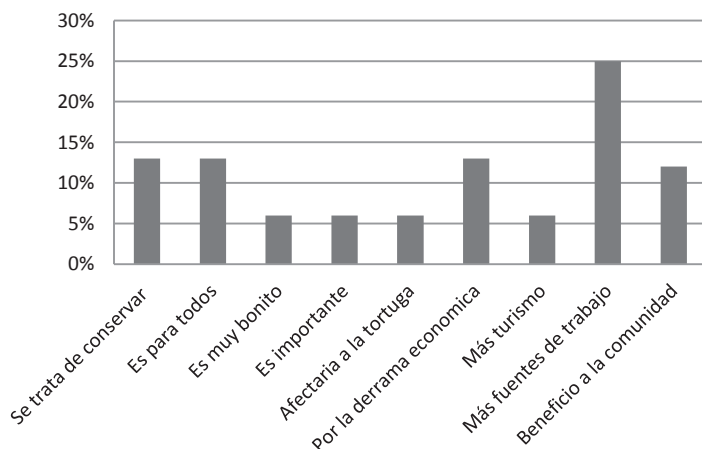
La mayoría de las personas sabe que dentro del ANP se realizan actividades turísticas, y por esta razón se mostraron de acuerdo con la idea de que se ofrecieran servicios para los visitantes. El desconocimiento del sector turístico entre las comunidades es en parte responsable de la escasez de servicios turísticos en las zonas rurales costeras del municipio de Tomatlán. Mientras 89 por ciento de las personas opinó que sería favorable ofrecer servicios, 11 por ciento opinó que no.

Caso La Gloria

A través de las encuestas de percepción social se obtuvo que todas las personas de la comunidad de La Gloria creen que es importante proteger los recursos naturales, ya que consideran que los animales están en peligro de extinción. En esta comunidad las personas ubicaron como área natural a los esteros Majahuas

Figura 3

Motivos por los que se debe o no, ofrecer servicios a los visitantes



Fuente: información obtenida en campo, 2010.

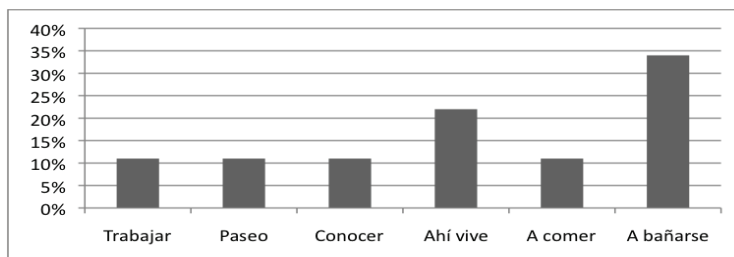
y El Chorro. El cocodrilo, el mangle y las tortugas aparecieron en la mayor parte de las respuestas a las preguntas acerca de la protección de recursos en el ANP. Todas las personas han visitado el ANP y se obtuvieron seis respuestas.

Todas las personas están de acuerdo en que se ofrezcan servicios a los visitantes y en los beneficios que esto traería, y también ven como algo favorable la integración entre el ANP y la comunidad.

Caso José María Morelos

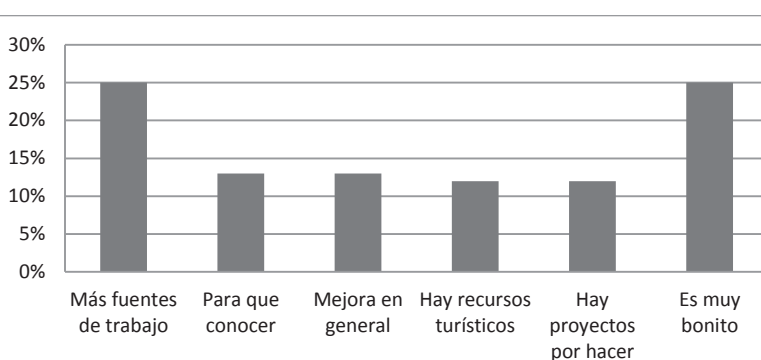
Las encuestas de percepción social en la comunidad de José María Morelos revelaron que la mayoría de las personas ubica el ANP en la playa de Chalacatepec —en la cual se encuentra el campamento del mismo nombre—, y que algunas lo hacen en lagunas y esteros del municipio e incluso en otras áreas del vecino municipio de La Huerta, como lo es la Reserva de Chamela. Lo que más saben que se protege son la tortuga marina y toda la flora y fauna. La necesidad de proteger responde a la importancia de cuidar la fuente de trabajo de muchos. Las personas han visitado con frecuencia esta zona por diferentes razones, que incluyen fines recreativos y trabajo.

Figura 4
Motivos de visita al área natural protegida



Fuente: información obtenida en campo, 2010.

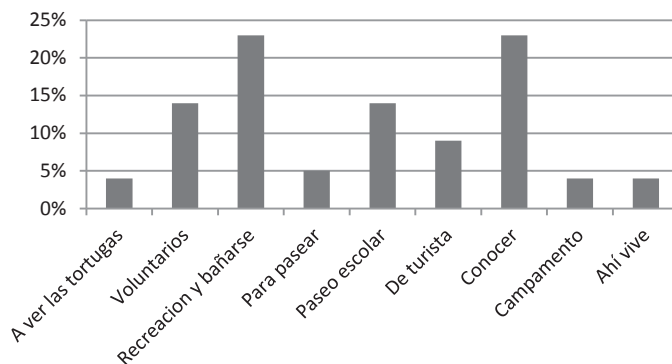
Figura 5
Motivos por los que se debe ofrecer servicios a los visitantes



Fuente: información obtenida en campo, 2010.

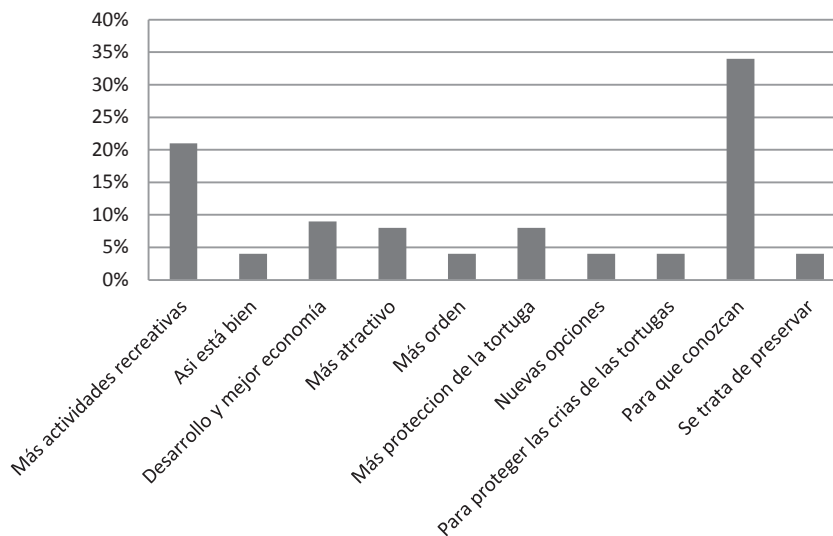
La mitad de la población sabe que en el ANP se realizan actividades turísticas, y la mayoría está de acuerdo en que se ofrezcan servicios a visitantes, por los grandes beneficios que ello traería a la comunidad. Aparte de estos beneficios económicos, los habitantes de la comunidad son conscientes de la riqueza natural que poseen y de la importancia de impulsar el conocimiento y la protección de los recursos naturales.

Figura 6
Motivos de visita al área natural protegida



Fuente: información obtenida en campo, 2010

Figura 7
Motivos por los que se debe o no ofrecer servicios a los visitantes



Fuente: información obtenida en campo, 2010

La Huerta

En el municipio de La Huerta se encuentran cinco áreas naturales protegidas; una es reserva de la biosfera y cuatro están en la categoría de santuario. En el santuario de Playa Teopa y la reserva de Chamela-Cuixmala, se llevan a cabo actividades recreativas (incluidas las turísticas) en las que se involucran las comunidades. A través de las encuestas realizadas a los directores, se obtuvo que son los estudiantes de universidades de todo el país y escuelas locales los que más visitan las ANP. Los estudiantes de educación superior realizan actividades de protección y conservación. Los habitantes que participan en actividades de protección y de conservación lo hacen de manera voluntaria, aunque en ocasiones reciben apoyos del gobierno. También se realizan actividades sociales que buscan involucrar a las comunidades.

Un caso de ANP en estado de abandono es el de la playa El Tecuán, donde solo ocasionalmente se realizan actividades comunitarias o turísticas. La playa Cuitzmala es un lugar privado y exclusivo al que se prohíbe el ingreso de los habitantes locales. Por su parte, las islas de la Bahía de Chamela carecen actualmente de director o administrador, y los habitantes de las regiones cercanas ofrecen servicios turísticos (como paseos en lancha, buceo y actividades de recreación) a locales y visitantes.

Las comunidades elegidas dentro de este municipio fueron cinco, cuatro de las cuales, por ser de poblaciones pequeñas, se tomaron en una misma suma. Estas comunidades no se encuentran tan ligadas a las actividades de conservación, por varias razones.

Caso Punta Pérula

De las personas encuestadas en Punta Pérula, 50 por ciento ubican a los esteros como área natural protegida, y el resto opinó que las islas de la Bahía de Chamela y la reserva de Chamela son recursos protegidos. Sobre qué se protege, respondieron que era toda la flora y fauna, lo cual quiere decir que reconocen la importancia de proteger el medio ambiente y los recursos en una zona que es refugio de animales. Las personas que han visitado estas zonas lo han hecho por varias razones.

Cuadro 4

Actividades de las áreas naturales protegidas del municipio de La Huerta

<i>ANP</i>	<i>Actividades de conservación</i>	<i>Actividades sociales</i>
Playa Teopa	Cuatro especies de tortuga marina	1. Participación de las comunidades en actividades voluntarias 2. Talleres de educación ambiental 3. Visitas de escuelas locales
Chamela-Cuixmala	Protección de flora y fauna	1. Visitas de las comunidades a la reserva 2. Talleres de educación ambiental 3. Recorridos por senderos para estudiantes y habitantes de las comunidades
Bahía de Chamela	Protección de flora y fauna, principalmente aves y nidos	1. Visitas de las personas a las islas 2. Servicios de visita a la islas ofrecidos por lancheros de las comunidades cercanas
Playa Cuitzmala	Protección de cuatro especies de tortuga marina	Integración solo mediante los trabajadores de las comunidades
Playa el Tecuán	Protección de cuatro especies de tortuga marina	El campamento se encuentra abandonado. Solo existe una relación cuando las personas visitan la playa con fines recreativos

Fuente: información obtenida en campo, 2010.

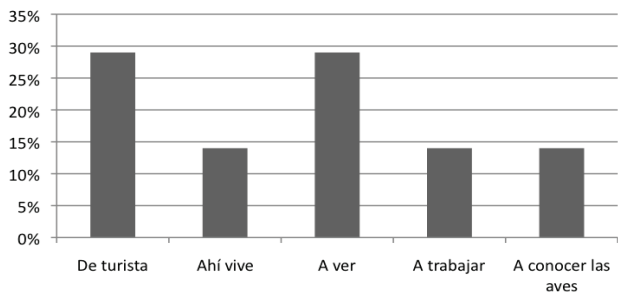
Cuadro 5

Conocimiento de las comunidades acerca de las ANP en la Huerta
(en porcentaje)

<i>Comunidad</i>	<i>¿Conoce un ANP en su comunidad?</i>		<i>¿Sabe si se puede visitar?</i>			<i>¿La ha visitado?</i>	
	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>No sabe</i>	<i>Sí</i>	<i>No</i>
Punta Pérula	82	18	100	0	0	78	22
Francisco Villa	92	8	18	9	73	36	64
Chamela, Cuitzmala y Careyes	100	0	67	16	17	78	22

Fuente: información obtenida en campo, 2010.

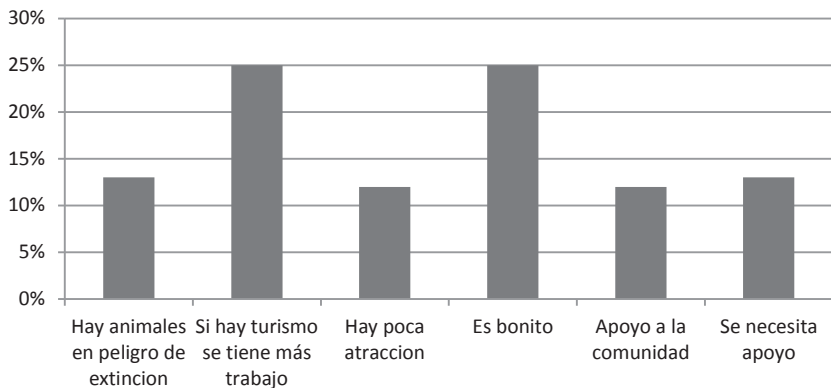
Figura 8
Para qué ha visitado el área natural protegida



Fuente: información obtenida en campo, 2010.

Las personas en su mayoría opinaron que se debería ofrecer servicios a los visitantes porque saben que de esta manera habría más beneficios. Sin embargo, un porcentaje de las personas cree que esto afectaría los recursos naturales.

Figura 9
Motivos por los que debe o no ofrecerse servicios a los visitantes



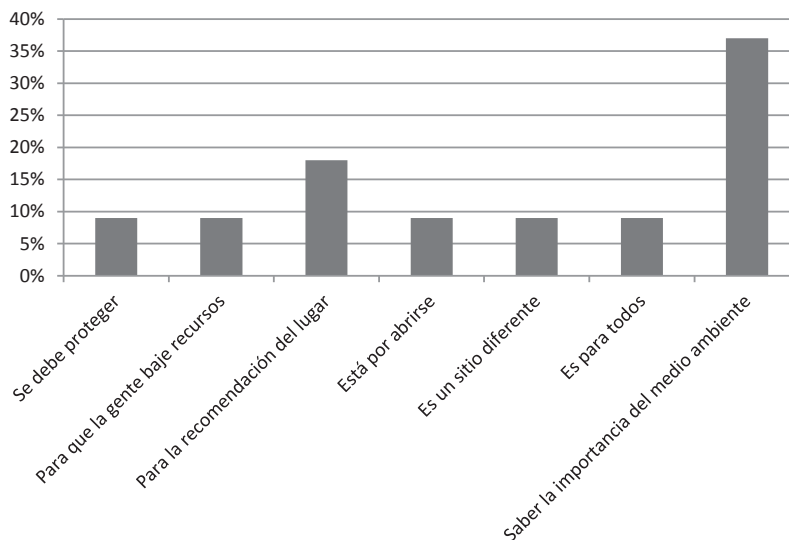
Fuente: información obtenida en campo, 2010.

Caso Francisco Villa

Los habitantes de la comunidad de Francisco Villa reconocen como Área Natural Protegida la reserva de la biosfera Chamela-Cuixmala, así como la Playa Cuitzmala. Opinaron que los principales recursos naturales que se protegen son los animales, mientras que otros opinaron que toda la flora y la fauna. Noventa y uno por ciento de las personas cree que es importante proteger los recursos naturales, puesto que es a favor del cuidado del medio ambiente y se pueden extinguir la flora y la fauna. Sin embargo, nueve por ciento opinó que para ellos no es importante, ya que no están integrados a ella y solo sería importante para los dueños. De las personas que han visitado el ANP 67 por ciento trabaja ahí o en alguna ocasión trabajó, mientras que el resto ha entrado a conocer. Noventa y uno por ciento cree que sería importante que se ofrecieran servicios a los visitantes mientras que nueve por ciento opina lo contrario. Las razones por las que creen que sería bueno que se ofrecieran servicios tienen que ver más con el motivo de tener más apoyos dentro de la comunidad y sentirse más integrados a este tipo de zonas.

Figura 10

Motivos por los que se debe o no ofrecer servicios a los visitantes



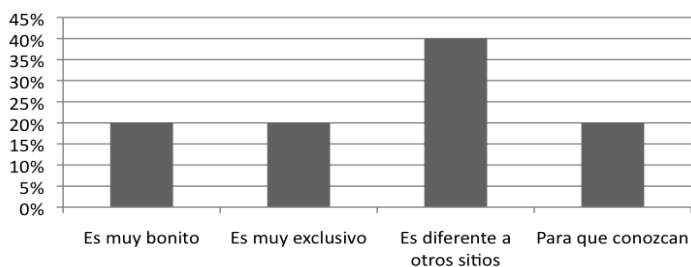
Fuente: información obtenida en campo, 2010.

Caso Chamela, Cuitzmala y Careyes

Las respuestas más frecuentes en las tres comunidades fueron la reserva de la Universidad Nacional Autónoma de México y la playa de Cuitzmala. Los recursos naturales que mencionan que se protege son los animales y toda la flora y fauna. La importancia que ellos le dan a la protección de los recursos naturales es porque los animales están en peligro de extinción y porque estas zonas son refugio de animales. Cincuenta por ciento de las personas ha visitado el área natural porque ahí trabaja y 50 por ciento lo ha hecho para conocer. Los habitantes creen que sería importante que en estos lugares se ofrecieran servicios para visitantes.

Figura 11

Motivos por los que se debe o no ofrecer servicios a los visitantes



Fuente: información obtenida en campo, 2010.

Conclusiones

Las áreas naturales protegidas de la costa de Jalisco no tienen infraestructura ni actividades para turistas. Los visitantes están en su mayoría un par de horas y en los campamentos tortugueros —en los que el alojamiento, comedor y sanitarios son improvisados— durante varios días. En general no existe interés por la oferta de actividades turísticas. Aunque existen áreas naturales protegidas con potencial turístico y con secciones destinadas a la recreación que podrían generar ingresos para sí mismas y para las comunidades locales, no se han elaborado productos turísticos. Los habitantes de la costa perciben a las áreas naturales protegidas como importantes, pero sin contribución al desarrollo local.

Hasta ahora, la única relación que existe entre una ANP y las comunidades se limita a actividades voluntarias que no traen beneficios económicos o desarrollo comunitario. Son muy pocas las personas de las localidades que tienen un empleo remunerado en el ANP. En el caso del Playón de Mismaloya sí existe una relación en las comunidades con los campamentos tortugueros, ya que un gran número de voluntarios participa en las actividades de conservación y protección. No obstante, siguen siendo solo voluntarios y no perciben beneficio económico alguno. En la reserva de la Biosfera Chamela-Cuiztama las actividades están centradas en la investigación y los residentes de comunidades aledañas reconocen la importancia de la conservación, pero no logran expresar beneficios locales. Por esta razón es necesario crear nuevas fuentes de empleo que incentiven el desarrollo de las comunidades utilizando racionalmente los recursos tanto naturales como culturales.

La actual demanda de nuevas fuentes de empleo hace necesaria la creación de estrategias de trabajo para lograr el desarrollo de la zona. Sin embargo, es importante que participen los actores de la zona y no que sea manejada por fuentes externas para beneficio propio. Los cambios sociales y económicos afectan o ayudan a una región; es por esto que las comunidades deben estar preparadas para sostener y promover el desarrollo que su municipio vaya adquiriendo. Las comunidades rurales tienen actividades que pueden ser integradas en el sector del turismo rural y ecoturismo y, por lo tanto, en las actividades de las ANP. De esta manera, la integración de la comunidad y el ANP puede ser una base clave para la diversidad de las actividades turísticas. Las ANP deberían a su vez reconocer su papel en la comunidad, no solamente como educadores, en los casos que así sucede.

Referencias

- Chan-Cob (2005) “Áreas naturales protegidas y conservación costera en el Caribe Mexicano”, en: Frausto, O. (2005) *Desarrollo sustentable: turismo, costa y educación*, Universidad de Quintana Roo, Cozumel, México, pp. 131-159.
- Fideicomiso para la Protección del Estero El Salado y Áreas Colindantes (2007) *Plan de manejo actualizado del ANP-Zona de Conservación Ecológica Estero el Salado*, Puerto Vallarta Jalisco <<http://www.esterodelsalado.org/normatividad/>>
- PLAN_DE_MANEJO_FIRMAS_AUTORIZACION.pdf > (revisado en agosto de 2011).

- Jiménez, F., J. Jiménez, F. Rosado, F. Saavedra, y G. Núñez (2005) “Importancia de la población en la sustentabilidad de las áreas naturales protegidas. Complejidad ambiental del Parque Nacional de Arrecifes de Cozumel”, en: Frausto, O. (2005) *Desarrollo Sustentable: turismo, costa y educación*, Universidad de Quintana Roo, Cozumel, México, pp. 213-242.
- Martínez, T. (2000) *Manual para la identificación, formulación y evaluación de empresas de turismo rural en México*, Centro de estudios Superiores en Turismo, Secretaría de Turismo, México.
- Murillo, F. y J. Orozco (2006) “El turismo alternativo en áreas naturales protegidas”, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, Puerto Vallarta, México, pp. 106-125.

XVII

Turismo indígena y etnoturismo en el neoliberalismo y la globalización. El caso mexicano

Magdalena Morales González¹

Introducción

El mercantilismo en el neoliberalismo permite fundamentalmente que las relaciones sociales se tejan como productos meramente negociables. El capitalismo, como modo de producción, es estructuralmente desigual e inequitativo y pauperiza progresivamente a las clases sociales empobrecidas a través de la acumulación del capital. En este trabajo se revisa al turismo como el negocio del ocio, surgido en el modo de producción capitalista y sus principales características políticas neoliberales, haciendo hincapié en los pueblos indígenas, en particular los de México.

Se desarrollan cuatro apartados que van de lo general a lo singular, iniciando con el análisis económico general para abordar el eje temático con el estudio antropológico del patrimonio cultural y del turismo indígena en el neoliberalismo. En el primer apartado se examina al turismo en la economía de mercado actual: neoliberalismo y globalización. En el segundo se abordan las características esenciales de esta etapa del capitalismo para comprender la relación entre turismo y los modelos económicos mundiales. En el siguiente punto se tocan los

1. Instituto Politécnico Nacional, México. Correo electrónico: magdamorgon@hotmail.com.

conceptos de “patrimonio cultural” que establece la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés) y su vinculación con el turismo. Por último, se identifica el lugar que ocupa el etnoturismo en las políticas hegemónicas de Occidente que ahorcan y comprimen a los pueblos indios, presentando al turismo indígena como la empresa social comunitaria con vínculos identitarios.

Y así, podemos estar de acuerdo con la filosofía del “vivir bien” de los pueblos originarios de Bolivia:

Es posible y esperanzador que dentro del sistema económico capitalista neoliberal y global, es viable encontrar propuestas reales que permitan el encuentro identitario que acceda el desarrollo del sujeto, de la familia, del pueblo, de la comunidad. Y como dicen los pueblos indígenas de Bolivia: el “Vivir bien” es una nueva forma de vivir para las comunidades y organizaciones ante las tendencias globales de crisis y probable colapso de los modelos de desarrollo occidentales [...] El “vivir bien” es un modelo que da sentido a caminar el proceso, hacia lo que se busca, a lo que permanece como sustancia en todas las luchas emancipatorias mestizas e indígenas. El vivir bien, es cualificado por lo cualitativo del vivir. Por eso el vivir bien no sólo es lo dulce sino lo bueno, la vida se mide de modo ético y también estético. Una buena vida se vive con plenitud moral y rebosante de belleza. Por eso atraviesa todo el conjunto de los hábitos y las costumbres. Se trata de una normatividad inherente al mismo hecho de vivir, como verdaderos seres humanos (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2009: 123).

Capitalismo, globalización y neoliberalismo

La globalización y el neoliberalismo van de la mano. La globalización es un modelo impulsado por los países centrales para superar la crisis de los años setenta del siglo pasado. Es otra fase del reacomodo y perfeccionamiento del capitalismo en la cual se legitiman las desigualdades bajo la hegemonía de los que manejan el capital financiero mundial. Y, como dijo Joseph Stiglitz (premio Nobel de Economía en 2001), la globalización hundió en la pobreza y en el caos a aquellos que eran los más pobres dentro de los pobres. Desde el caso etíope, pasando por el del este asiático y concluyendo con el ruso, se demuestra cómo las instituciones globales (Fondo Monetario Internacional y Banco Mundial, principalmente) recomendaron aplicar políticas y estándares que solo colaboraron a exacerbar las crisis y llevar al mundo al borde de un colapso económico global.

La globalización se caracteriza por el dominio tecnológico que acentúa y profundiza las desigualdades sociales y regionales ya existentes en el mundo.

En el caso de México, este dominio se observa claramente en la implementación de una economía mal regulada y con escasa participación social que solo beneficia a los grandes capitales y que produce, simultáneamente, fluidez en los movimientos migratorios, condiciones de vida pauperizada, fronteras sociales internas, discriminación y resurgimiento nacionalista (Pérez, 2000).

Como dice Joseph Stiglitz (2006), no es justo que más de 50 por ciento de la población mundial viva sumida en la pobreza, la exclusión, el analfabetismo, la enfermedad y la miseria. En el mundo actual, 1,200 millones de personas viven con menos de un dólar diario y 2,500 millones con menos de dos dólares diarios. El desarrollo social consiste en transformar las sociedades sin destruirlas, mejorar las condiciones de vida de los pobres, permitir que todos tengan la oportunidad y acceso al empleo digno y fijo, a la salud, a la educación, a la vivienda, a los deportes, al arte y al ocio. En la década de los ochenta surgió el neoliberalismo en los países ricos expulsando, por ineficientes, corruptos y corruptores, al Estado interventor y al Estado de bienestar. La nueva política económica obliga a reducir la presencia gubernamental en la economía para devolver al mercado su vitalidad, su capacidad de distribuir los recursos de acuerdo con la eficacia y la productividad de los diferentes actores económicos.

En México, durante el sexenio de Miguel de la Madrid (1985), un grupo de jóvenes economistas llamados tecnócratas (encabezados por Carlos Salinas de Gortari), partidarios de desplazar al Estado por el mercado, manejaron con habilidad y lograron quitar del poder a los políticos tradicionales. Ya en el poder, los llamados “tecnócratas-políticos” importaron de las grandes universidades estadounidenses políticas económicas que se habían practicado en Gran Bretaña con Margaret Thatcher y en Estados Unidos con Ronald Reagan, y que lograron derrotar económicamente a la desaparecida Unión Soviética.

La lógica del neoliberalismo es el mercado, y tanto el gobierno (considerado “obeso”) como los intereses corporativos, los sindicatos y las organizaciones ejidales son fuertemente criticados. Desde la perspectiva de estos economistas, la lógica de la oferta y la demanda global era la vía más eficiente en la asignación de los recursos escasos; era la única forma de vencer el subdesarrollo para llegar a ser país rico. Por ello, la finalidad del grupo salinista fue lograr la integración de México a la economía más fuerte del mundo mediante un tratado de libre comercio (TLC) con Estados Unidos y Canadá. Con el TLC se abren las fronteras económicas comerciales que permiten la introducción al país de capitales internacionales vinculados con grupos de poder para insertarse en el mercado mexicano y —gracias a las nuevas formas de acumulación de capital— enviar sus ganancias a los países de origen. Era de esperarse que este cambio afectara a todo el tejido social, especialmente a aquellos que tenían menos instrumentos

políticos para defender su posición y que no estaban en condiciones de resistir el embate directo de la competencia externa: los pobres, los indígenas, los campesinos, los micro, pequeños y medianos empresarios, los sindicatos y una clase media consumista y muy dependiente de las actividades burocráticas.

El nivel de vida del trabajador común está en función directa de su empleo y remuneración; su poder adquisitivo va cayendo progresivamente y el empleo mismo está en peligro. La distribución de la riqueza es paulatinamente más desigual (cada vez hay más pobres y más depauperados y cada vez menos ricos, pero cada vez más ricos) y las ganancias quedan en pocas familias beneficiadas por las privatizaciones y los monopolios. Se impusieron pactos entre capital y trabajo que decretaron toques salariales y liberaron precios. La modernización neoliberal lleva de manera inevitable a que la gran burguesía se convierta en la clase estratégica, aunque ya no sea una burguesía nacional, sino transnacional (Oliva, 2010).

El turismo, como actividad económica, queda inmerso en las mismas políticas económicas y sociales. La globalización permite la entrada de grandes inversiones extranjeras en cadenas hoteleras, sistemas de transporte (aéreo, terrestre, marítimo), franquicias en comida, recreación y turoperadoras, principalmente. Si bien la participación dentro del negocio está reservada a los inversionistas de mayores recursos, muchos quedaron al margen, excluidos, marginados por el nuevo orden económico.

Las condiciones laborales del sector turístico no es ajena al resto de los trabajadores: las condiciones de vida son cada vez más críticas, sin contar aquellos desocupados que ya no son parte ni siquiera del ejército de reserva porque no tienen posibilidades de incorporarse al mercado laboral, salvo como mano de obra barata: vendedores ambulantes, jardineros, recamareras, lavaplatos, etcétera. Entonces, la actividad del turismo en esta etapa global neoliberal es una nueva forma de acumulación de capital y, como política de Estado, es una forma de captar divisas.

En este contexto globalizador neoliberal, la cultura y el paisaje —constituidos en “patrimonio” por la UNESCO— se han convertido en mercancías y han pasado a formar parte de paquetes turísticos que incluyen viajes seguros, exotismo y excentricidades. Según Arizpe y Guiomar (2005), antropólogos mexicanos que han estudiado el desarrollo y la marginación —las dos caras de la misma moneda del fenómeno turístico—, las manifestaciones culturales se han convertido en mercancías ocultas de la globalización, porque ofrecen las imágenes y valores con los que la gente construye una nueva visión del mundo. Los rituales, los símbolos, las prácticas culturales cotidianas (como las canciones, los cuentos populares, las costumbres y la cocina) se transforman en recursos que las

industrias del turismo explotan para beneficio propio. La cultura es el recurso-mercancía que circula globalmente con creciente velocidad.

El turismo global

Por lo general —y es entendible— los organismos oficiales nacionales e internacionales (la Secretaría de Turismo, la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, la Secretaría de Desarrollo Social, la Organización Mundial del Trabajo y la ya mencionada UNESCO) realizan estudios del turismo de corte positivista (empíricos, descriptivos y estadísticos). Se ocupan principalmente de mostrar datos de carácter económico (divisas que ingresan, número de empleos, número de turistas nacionales e internacionales, número de cuartos ocupados), dejando de lado los impactos sociales (pérdida de la propiedad ejidal o cambio en el uso del suelo, desempleo, subempleo, exclusión, racismo, pérdidas identitarias, migraciones, cambio de actividad económica, bajos ingresos) y naturales (capacidad de persistencia, impactos ambientales, destrucción de ecosistemas por la construcción de complejos turísticos, autopistas y aeropuertos) de la actividad turística en sus distintas manifestaciones, y sin sustento teórico de la antropología, la sociología, la filosofía, la historia, las ciencias políticas, la economía política y los estudios de impacto ambiental. El enfoque positivista da una imagen parcial de la realidad, con imágenes idílicas de lo que se quiere vender: ciudades, áreas rurales, pueblos indígenas, paisajes naturales.

El turismo global forma parte de la economía del ocio (negocio del ocio), de la plusvalía, de la renta diferencial de la tierra, de la venta inconmensurable de productos, del consumo mediatizado, de una forma de conocer el mundo de manera cosificada —despersonalizada—, con paquetes que responden a ciertos perfiles de una demanda estandarizada, reproduciendo prácticas planeadas llenas de espectáculos artificiales. Los hoteles se organizan en redes internacionales, nacionales y locales (turoperadoras) relegando y excluyendo a la localidad y sus servicios de hospedaje alternativos (hostales, posadas, cuartos de casas familiares, cabañas), marcando los límites del espacio entre las localidades y las zonas turísticas (monopolio del territorio). Las cadenas hoteleras buscan lo masivo para incrementar su tasa de ganancias, mientras que las comunidades locales nunca podrán competir con los complejos turísticos.

Un ejemplo de lo anterior es el caso de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), organismo internacional que plantea que el turismo es un bien de comercialización altamente competitivo, con normas estandarizadas de servicios a nivel global, y que las microempresas privadas y so-

ciales, por sus condiciones de poco o nulo capital, no pueden brindar la misma infraestructura de servicios turísticos que las grandes cadenas nacionales y transnacionales. La globalización del turismo busca nuevos mercados, nuevos destinos para turistas que buscan diferentes experiencias (en la selva, en el bosque, en el desierto, en la tundra, en los océanos, en las profundidades y alturas de la naturaleza) y quieren conocer, por ejemplo, lo salvaje, lo exótico, lo indígena, la pobreza.

Como todas las formas de mercancía, el turismo global participa en los cambios de la vida social que se expanden por todos los continentes; forma parte de la economía de los espacios, de una fuerza laboral mal remunerada, y participa en la estratificación social. Es un proceso en el que los bienes con valor de uso pasan a convertirse en bienes con valor de cambio. Un ejemplo típico de cómo un ritual —parte de la tradición cultural comunitaria— deja de ser un acto solemne para pasar a ser un espectáculo mercantil para turistas, son los llamados “Voladores de Papantla”. Se producen sitios como mercancía para que el turista consuma espacios. La mercancía del espacio se sustrae a las realidades sociales como identidad; del sentido sagrado pasan a ser circuito de mercado.

La industria del turismo se apropia de la cultura local, de sus recursos estratégicos, de sus sistemas de propiedad, creando nuevos nichos de mercado e implementando nuevas necesidades subjetivas para los turistas. El turismo global se ha extendido por casi todo el mundo, mercantilizando la cultura y el paisaje. Por ejemplo, ahora se paga por contemplar la pobreza, el riesgo, la soledad, la aventura, en paquetes como los que se venden a Brasil, a Alaska, al África, a México. Los espacios culturales de consumo se convierten cada vez más en un espectáculo, en folclorización, en ciudades de fantasía y eventos espectaculares. Como plantean, desde su enfoque antropológico, Arizpe y Guiomar² (2005) en

-
2. Estos autores se ocupan de problemas relacionados con las políticas neoliberales y los papeles que juegan las llamadas industrias culturales en los imaginarios sociales y las dinámicas sociales contemporáneas de varios países: el desafío de las músicas “mulatas” a la modernidad eurocéntrica; los desafíos que, según los casos, han enfrentado o enfrentan el movimiento feminista y las reivindicaciones de género en contextos políticos particulares; la construcción social de imaginarios y sistemas de representaciones alternativos a los de los discursos sociales dominantes y su importancia política; la construcción de discursos sociales, políticas y prácticas racistas y las impugnaciones a las mismas por parte de diversos actores sociales; las relaciones interétnicas y su importancia en las dinámicas internas y en las políticas del Banco Mundial; las redefiniciones de “lo público” y “lo político” a través de los usos de Internet por ciudadanos y organizaciones sociales; las fronteras como escenarios de conflictos de intereses y disputas identitarias y la fertilidad de su estudio para diversos procesos socioculturales contemporáneos; las discusiones conceptuales en torno a la idea de políticas culturales en el marco de los

la globalización todo es consumo y, por lo tanto, todo es mercancía, homogeneización de servicios y productos, y no de identidades. A las identidades locales las venden como mercancía. Se venden escenografías con experiencias superficiales que la gente pide y asiste. Lo heterogéneo, la otredad, se convierten en un atractivo y, por lo tanto, contenidos como la artesanía, la comida tradicional, las fiestas religiosas, las tradiciones, los ritos locales y los conocimientos tradicionales, se comercializan.

El turismo global es planeado y seguro. La programación industrializada de los viajes resulta en paquetes estereotipados. El turista-consumidor busca el hedonismo, la seguridad, la comodidad, lo distante, el espectáculo, lo sensorial y las compras (que es una de las actividades importantes que realizan los turistas). El turista, por ser un viajero de paso, no establece relaciones estrechas o cercanas con los habitantes del lugar que visita; sólo conoce lo externo, lo fenoménico, lo sensorial y poco o nada de las relaciones sociales y culturales de la población. Un ejemplo lo tenemos en la comida tradicional local, que no es solo el platillo que se come y su sabor, sino las formas de sembrar, cosechar, almacenar, preparar, combinar, servir y entregar a los comensales el alimento. De igual manera, los productos artesanales no son solamente objetos que se ponen a la venta, sino son producto del conocimiento tradicional, la organización familiar de producción, las cosmovisiones ancestrales y presentes que encierran esos productos.

El turismo global se convierte en una escapada momentánea a un paraíso sin malestar, sin conflicto, sin pobreza; es un mundo ficticio. Se promueven mundos falsos, inscritos en la movilidad espacial y temporal. Se enseña a ver solo lo que se debe ver. El viaje es la causa de los cambios más importantes en la historia, por todas sus implicaciones económicas, tecnológicas, sociales, culturales y ambientales. El turismo global da récord, banalidad, jerarquía, estatus, simulación. El turismo global es un sistema de actores, lugares y prácticas recreativas a través del desplazamiento y el hábitat provisional en otros lugares. Vende burbujas de confort, fomenta el fetichismo de los objetos (monumentos, templos y edificios). El turista transita en los no lugares; es una población flotante, que va de paso. El turista quiere conocer lo distinto, pero con un clima gregario, cómodo y sin incidentes y sin riesgos. Se hace un viaje con una realidad, pero al mismo tiempo se está fuera de esa realidad. La libertad en el turismo global es

procesos de globalización contemporáneos y las relaciones entre actores sociales globales y locales en la producción de representaciones sociales políticamente significativas.

un mito, ya que solo se visitan los lugares en los que las transnacionales tienen sus negocios.

El patrimonio cultural como destino turístico en la globalización

En la década de los ochenta, la UNESCO empezó a utilizar a escala mundial el concepto de “patrimonio cultural” (material o tangible, inmaterial o intangible, nacional o de la humanidad) como denominador común para agrupar objetos de interés cultural turístico, ponerles un valor mercantil y hacer de ellos objetos de uso y conocimiento público global. La mercadotecnia turística global entra en ese juego de representaciones para que los turistas demanden esos patrimonios culturales mercantilizados.

En este sentido, afirman Arizpe y Guiomar (2005) que las industrias dedicadas a la comercialización de culturas, bienes y servicios culturales constituyen, en la economía neoliberal, un factor esencial de producción, transmisión y reproducción de valores acerca de lo bueno, lo bonito, lo mejor, lo bello; aunque solo sea a través del mundo de la apariencia, de lo fenoménico sensorial, por lo cual, la cultura como patrimonio es un competente mercado emergente para el consumo.

Como representante de la globalización del patrimonio cultural, La UNESCO determina el concepto, lo legitima a través de la declaración de monumentos, ciudades, pueblos y otros elementos de la cultura material e inmaterial como patrimonio cultural de la humanidad y el turismo los mercantiliza en cada nación. El patrimonio cultural pasa de ser expresión de formas organizativas y de vínculos identitarios de la cultura viva a convertirse en un producto intercambiable por dinero. En México, la instancia gubernamental se encarga de legitimar este proceso, dejando a las empresas privadas del turismo la comercialización de este producto —con atractivas ganancias— mientras que las comunidades locales —colonias, pueblos y comunidades^{3/4} siguen condenadas a la exclusión y la pobreza. En muchos casos, los pueblos indígenas dejan de hacer artesanías y pierden su creatividad para autoemplearse.

El sector gubernamental —la Secretaría de Turismo, la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, la Secretaría de Desarrollo Social, la Secretaría de Educación Pública, el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes^{3/4} organiza celebraciones (festivales, ferias, conciertos, cumbres) que son verdaderos escaparates para promover el turismo, considerado generador de derramas económicas. Tal es el caso de la Cumbre del Tajín, gran acontecimiento de una semana de dura-

ción (en fechas cercanas al equinoccio de primavera) en el que se instaura un tipo de mercado aparentemente cultural y se crean espectáculos no originarios ni auténticos para comercializar eventos que nada tienen que ver con la preservación de la tradición local, estatal o nacional.

Al ser convertido en destino turístico, el patrimonio cultural local se transforma en espectáculo, se convierte en simulación. Es decir, el patrimonio es una construcción social, es el turismo global —mercantil^{3/4} que contribuye al vandalismo, a la pobreza, a la contaminación, a la exclusión, a la comercialización de la cultura. Por ejemplo, las zonas arqueológicas como patrimonio cultural —como bienes patrimoniales y bienes culturales^{3/4} se publicitan como un circuito con fines de consumismo (promoción-fomento-mercantilización-ganancia) y dejan de tener contenido, sustancia e historia.

Un caso representativo de esto es el festival anual de la Guelaguetza en el estado de Oaxaca, organizado en la capital por el gobernador en turno. En este festival hay alejamiento de lo auténtico, se banalizan los símbolos culturales, los museos se convierten en exhibición de los bienes patrimoniales turísticos y se entra en una contradicción entre los bienes de consumo y los simbólicos. Ajena a la organización, la población se abstiene de participar como lo hace en otras regiones del estado. En la globalización, los bienes culturales son mercancía, se pierde la autenticidad, la comercialización debilita las culturas vivas. La tradición de Guelaguetza ha definido al pueblo oaxaqueño desde tiempos inmemoriales. La palabra misma significa “intercambio recíproco de regalos y servicios” y se refiere a las relaciones recíprocas que unen a la gente. Estas relaciones sirven para crear una red de cooperación entre familias individuales y hasta entre pueblos y municipios.

Otro ejemplo son los procesos de folclorización o espectacularización de rituales tradicionales como los de la Danza del Tajín o de los Voladores de Papantla, la Danza de los Quetzales y el temazcal. Ante la presencia de turistas y visitantes, muchas de las manifestaciones festivas de las comunidades se ‘destraditionalizan’ y reconceptualizan y las comunidades mismas permiten su mercantilización pidiendo tarifas fijas y otras veces donaciones voluntarias. La Primera Cumbre Tajín fue inaugurada en el año 2000 por el gobernador del estado de Veracruz, Miguel Alemán. Los indígenas totonacos y huastecos de diversos municipios del norte del estado amenazaron con requisar el festival. Los manifestantes se apostaron en los accesos al parque temático Takilhsukut, cercano a la zona arqueológica y advirtieron que las ganancias deben llegar al pueblo y no solamente a los ricos (López, 2002).

Por otro lado (y afortunadamente) tenemos el turismo cultural no mercantil (*vid.* Morales, 2009) también llamado turismo indígena³, que se caracteriza por el desarrollo social de las comunidades rurales, las cuales se reapropian de su cultura a través de sus fiestas religiosas, familiares y comunitarias, manifestando su identidad cultural con la participación activa del pueblo, respetando sus derechos en la toma de decisiones colectivas. Estas comunidades reconocen que el patrimonio cultural les pertenece y en él fincan su identidad. Este turismo cultural no mercantilista reconoce que los indígenas son los pueblos originarios con sistemas de cargos, memoria colectiva, gobierno indígena, barrios con sistemas de cargo (con estratificación social), con asambleas comunitarias y derecho comunitario, y que buscan ejercer la equidad, legitimidad, gestión, independencia, capacidad de defenderse, identidad, alternancia, policía comunitaria, autonomía, autogestión, pueblo, comunidad, familia, soberanía, compromiso, participación, preservación y fortalecimiento cultural, todas ellas prácticas ancestrales propias de las comunidades indígenas.

La industria cultural y el turismo oficial se han caracterizado por espectacularizar la naturaleza, el paisaje, la cultura, lo étnico y lo regional, sin contribuir a la conservación del medio ambiente y el respeto a las culturas locales, que solo se exhiben para su consumo. Con la visión comercial, el atractivo turístico en comunidades rurales e indígenas se ha limitado a demostraciones espectaculares, actuaciones y repeticiones mecánicas, organizadas exclusivamente para los turistas: ferias, festivales, concursos con montajes temporales o permanentes que pueden llegar a saturar la vida cotidiana de los pueblos indígenas.

Las contradicciones de intereses entre el turismo global y el turismo cultural no mercantil son los valores que se contraponen entre la cosmovisión indígena con la industrialización globalizada. Para las comunidades indígenas organizadas, su mayor riqueza es una naturaleza sana de donde se pueda aprender a vivir bien, por y para la vida. Es de la madre tierra donde la humanidad se nutre y se puede convivir en igualdad de condiciones, sin alteraciones climáticas que también propicien la práctica de valores, el vivir bien.

Otro caso es el proyecto de desarrollo turístico en el estado de Chiapas que impulsan los gobiernos federal y estatal para unir en un corredor a las ciudades de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Chiapa de Corzo y Comitán, y al que las comunidades indígenas han manifestando su rechazo. El

3. Concepto trabajado en distintas reuniones y asambleas de la RITA (Red Indígena de Turismo de México, A. C.). La minuta de los Acuerdos incluye las asambleas en Xochitlán, Puebla (2007a) y Edzná, Campeche (2007b).

conflicto en torno a las cascadas de Agua Azul ha despertado la resistencia de las comunidades zapatistas en los municipios autónomos. Sus motivos son la expropiación de sus tierras, compradas a muy bajos precios, la desaparición de sus comunidades y pueblos y la afectación de la naturaleza.

La inversión pública estatal y federal en los programas oficiales como Procede y Oportunidades han sido apoyados por el Banco Mundial. Otro problema que se suma a los programas urbanísticos es la militarización constante desde Palenque hasta Chilón. Mientras la resistencia es criminalizada, el gobierno anuncia la construcción del aeropuerto internacional de Palenque. La dirección de desarrollo turístico municipal de Tuxtla Gutiérrez anunció que la Organización Mundial del Turismo (OMT) concluyó el diagnóstico del proyecto Chiapas 2015, que define un plan estratégico para impulsar un corredor turístico internacional que atraviese cuatro municipios más hasta llegar a Palenque, en el que no son consideradas las comunidades indígenas. A los pueblos indígenas de Chiapas finalmente se les aplicará el proyecto y serán invadidos por el corredor en forma de autopista de cuota, centros ecoturísticos, estacionamientos, hoteles y demás. Los municipios tzotziles, tzeltales y choles de Huixtán, Oxchuc, Ocosingo, Chilón, Salto de Agua, Tumbalá, y el San Cristóbal rural, están descartados en la toma de decisiones (Bellinghausen, 2009).

Es en Montes Azules, Chiapas donde el gobierno estatal busca ‘convencer’ a los indígenas de que abandonen sus poblados. Desde el periodo foxista han desalojado numerosas localidades, algunas con violencia extrema desde 2006. Las autoridades ambientales y militares presionan para expulsar más poblados de la zona de los Montes Azules y de la Comunidad Lacandona, propietaria legal de más de 600 mil hectáreas. El gobierno apresuró el acuerdo de los pobladores de Flor de Cacao para que abandonaran 1,549 hectáreas (Bellinghausen, 2007).

Otra de las inconformidades ha sido en las zonas arqueológicas, por la comercialización del patrimonio cultural por parte del gobierno estatal y federal. El sindicato del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) denunció la ilegalidad que cometen los altos funcionarios al mercantilizar esos sitios. La primera inconformidad se presentó en el sexenio del presidente Fox, por el concierto de Elton John en el Castillo de Chapultepec. Chichén Itzá ha sido otro escenario para conciertos lucrativos con cantantes de fama mundial, pero a los indígenas mayas, dueños ancestrales de los monumentos arqueológicos, se les impidió comercializar sus artesanías el día del evento. La ilegalidad es lo dominante en este modelo neoliberal, ya que el Consejo de Arqueología negó el permiso para los conciertos por su ilegalidad, pero la gobernadora de Yucatán, Ivonne Ortega, pese al dictamen de los responsables del INAH ordenó su realización (Cruz y Boffil, 2008).

Durante los cuatro conciertos llevados a cabo en Chichén Itzá por parte de la gobernadora de Yucatán (Luciano Pavarotti, el 19 de abril de 2007; Plácido Domingo, el 4 de octubre de 2008; Sara Brightman, el 31 de octubre de 2009; Elton John, en abril de 2010), los artesanos, comerciantes y familias que viven en municipios y comisarías cercanas a la zona arqueológica suponían que la derrama económica también beneficiara a sus comunidades. Los 500 comerciantes y artesanos que venden sus productos dentro de la zona arqueológica pidieron trabajar fuera, pero tampoco se les autorizó —las entradas oscilaron entre los mil y los diez mil pesos^{3/4} (Boffil y Salinas, 2008). El Presidente del Consejo Supremo de sacerdotes mayas afirmó la urgencia de frenar estas actividades que solo benefician a los *dzules* (hombres blancos) de dinero, minimizan a la cultura indígena y prohíben entrar a descendientes de los mayas ancestrales.

Etnoturismo y turismo indígena en la globalización neoliberal

Además de la mercantilización de sitios, paisajes y cultura, el turismo global implica relaciones de dominación de distintos niveles entre los turistas con los empleados que los atienden, con la comunidad local y con otros turistas; exclusiones todas ellas clasistas, racistas, machistas, religiosas que provocan resentimientos, intolerancia y evidencian la desigualdad social. En el turismo global es frecuente la práctica de formas de exclusión de los pueblos indígenas, y el turismo como mercancía reproduce y agudiza las desigualdades económicas, sociales y culturales de los pueblos. El turismo global como práctica mercantil entra en contradicción con la cultural local, en una lucha de intereses por los recursos históricos, culturales vivos y naturales; símbolos de identidad para la comunidad y negocio para los empresarios y gobiernos del turismo global. Estos conflictos provocan en algunos casos la resistencia multiétnica y pluricultural que reclama participación y voz en la definición y uso de lo propio y se opone al monopolio del poder dominante.

El etnoturismo es la visión y fomento del turismo en pueblos indígenas desde las instituciones internacionales (como la Organización Mundial del Trabajo y la UNESCO) y gubernamentales (federales, estatales, y municipales, como la Secretaría de Turismo, la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, la Secretaría de Desarrollo Social y la Secretaría de Medio Ambiente y recursos Naturales), orientadas a organizar actividades para los turistas con el fin de aprender de su cultura. Estas actividades incluyen talleres gastronómicos, vivencias místicas, aprendizaje de dialectos, preparación y uso de la medicina tradicional y talleres artesanales. El etnoturismo está orientado a vender la cul-

tura indígena, ya que busca comercializar su cultura, sus conocimientos y hasta su pobreza.

El etnoturismo es un producto mercantil promovido y dirigido por las grandes y medianas empresas del turismo y por los diferentes niveles del gobierno. Con estas prácticas se fomenta que los pueblos indígenas no se apropien de su cultura y entren en pugna por la tenencia de la tierra, desplazando de sus territorios a las poblaciones originarias para construir infraestructura de servicios turísticos. La producción artesanal también es afectada con el fomento de ferias, cumbres, tianguis y concursos que se imponen desde fuera, ya que muchas veces la valoración, la innovación, la creación y las potencialidades familiares se limitan por la repetición homogénea para el mercado o, peor aún, compran al mayoreo en las grandes ciudades (como Tepito, en el Distrito Federal) para vender en los eventos oficiales, y así obtener ingresos por la venta de sus supuestas artesanías. Sus ritos, fiestas religiosas, danzas y música también quedan disminuidos por presentarlas solo como espectáculo o eventos culturales para los turistas.

El Día de Muertos en Janitzio y Tzin Tzun Tzan, Michoacán, es para los indígenas “la ofrenda para las ánimas”. En el caso de los concursos de artesanías, el turismo provoca procesos de transformación en la valoración y en la creación de potencialidades familiares. En el caso de sus danzas y música, éstas dejan de tener el misticismo de origen para convertirse en espectáculo de competencia o de comercialización. Por tanto, el etnoturismo busca vender lo exótico, lo espectacular, la folclorización y, desde luego, en distintos niveles y significados, ellos también participan en este proceso de comercialización de su cultura.

Por otro lado, el turismo indígena pretende vincularse con lo propio, lo suyo, lo que les pertenece que son su familia, su comunidad, su pueblo; buscan independizarse de los programas oficiales, con la finalidad de crear sus propias microempresas de servicios turísticos como actividad paralela a la agricultura, o como actividad económica familiar, en los servicios de comida tradicional, hospedaje en cabañas, casas familiares, hamacas, pequeños hoteles, balnearios ejidales, atención de guías locales en áreas naturales protegidas, venta de artesanías y productos de la región naturales y elaborados por ellos mismos.

El turismo indígena surge como respuesta a las políticas neoliberales que han venido empobreciendo a los pueblos indígenas de manera acelerada a partir de la década de los ochenta del siglo pasado, al negarles apoyos oficiales para la producción y comercialización de sus productos agrícolas, ganaderos, forestales y pesqueros, principalmente. El turismo indígena busca vender servicios en espacios sociales identitarios, en lugares (selvas, bosques, playas, desiertos, montañas), y promover el intercambio de saberes y vínculos culturales. El turismo indígena se asume como indio o indígena, perteneciente a su pueblo, a su comu-

nidad, a su familia. Su cosmovisión permea a su religiosidad, delinea su trabajo, su quehacer individual, familiar y comunitario en relación con la naturaleza.

El turismo indígena permite el fomento a los encuentros identitarios, a los lugares como espacios sociales de encuentros y de intercambio personal, familiar, social y comunitario. El turismo indígena implica la generación de empresas sociales familiares y comunitarias para ofrecer servicios turísticos acordes a los usos y costumbres de la localidad. Es el intercambio intercultural que permite el enriquecimiento de saberes entre el turista y la comunidad.

El turismo cultural no mercantilizado evita la masificación, ofrece contenidos que puedan comprender los visitantes, incluye la educación no formal en la visita, da significados, respeta los derechos de la localidad anfitriona para que la comunidad no pierda su respeto y dignidad; es decir, fomenta los encuentros identitarios. Es así que, a través de la reivindicación de la praxis comunitaria como del espacio en donde confluyen diversos saberes y haceres, el turismo cultural no mercantilizado permite que las distintas formas de conocimiento se manifiesten para afrontar colectivamente los diversos problemas. Los destinos turísticos serán en sitios sociales y en los lugares, aquellos espacios donde se comparten experiencias con los otros, donde se respetan y se dignifican.

Referencias

- Arizpe, L. y A. Guiomar (2005) "Cultura, comercio y globalización", en: Mato, D. (coord.) *Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*, núm. 2, UNESCO/CLACSO, Caracas y Buenos Aires.
- Bellinghausen, H. (2007) "Abierta represión en Montes Azules; planean saqueo de la riqueza biótica" *La Jornada*, 31 de agosto de 2007 <<http://www.jornada.unam.mx/2007/08/31/>>.
- Bellinghausen, H. (2009) "Comunidades chiapanecas inconformes con proyecto oficial de desarrollo turístico", *La Jornada*, viernes 3 de julio de 2009, p. 14.
- Boffil, L. A. y Salinas, J. (2008), "Trabajadores del INAH permanecen en plantón afuera de Chichén Itzá", *La Jornada*, 18 de junio de 2008 <<http://www.jornada.unam.mx/2008/06/18/>>.
- Cañada, E. (2010) *Turismo en Centroamérica. Nuevo escenario de conflictividad*, Enlace, Managua, Nicaragua.
- Castellanos, A. y A. Machuca (comps.) (2008) *Turismo, identidades y exclusión*, Universidad Autónoma Metropolitana/Editorial Juan Pablos, México.

- Cruz, A. y Boffil, L. (2008) “Descendientes de los mayas permanecen ajenos al oropel de Chichén Itzá”, *La Jornada*, 4 de octubre de 2008 <<http://www.jornada.unam.mx/2008/10/04/>>.
- Díaz, B. y J. Hernández (coords.) (2008) *Patrimonio cultural, turismo y religión*, Escuela Nacional de Antropología e Historia/Instituto Nacional de Antropología e Historia/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- García Canclini, N. (1999) *La globalización imaginada*, Paidós, Barcelona.
- Lagunas, D. (2007) *Antropología y turismo. Claves culturales y disciplinares*, Plaza y Valdés Editores, México.
- López, G. (2002) “Anuncian marchas de protesta contra La Cumbre Tájín 2002”, *La Jornada*, 14 de marzo de 2002, <<http://www.jornada.unam.mx/2002/03/14/>>.
- Ministerio de Relaciones Exteriores (2009), “El vivir bien como respuesta a la crisis global”, Estado Plurinacional de Bolivia <<http://planetaconciencia.blogspot.com/2009/10/el-vivir-bien-como-respuesta-la-crisis.html>>.
- Morales, M. (2008) “¿Etnoturismo o turismo indígena?” *Teoría y praxis*, núm. 5, Universidad de Quintana Roo, Cozumel, México, pp. 123-136.
- Morales, M. (2011) “Un nuevo turismo: crítico, conciente, responsable y solidario”, en: Serrano, M. y M. Espinosa (coords.) *Las vías del desarrollo sustentable en el medio rural. Naturaleza, sociedad rural y turismo en América Latina*, Instituto Politécnico Nacional, México, pp. 143-171.
- Oliva, C. (2010) “Occidente, modernidad y capitalismo”, *La Jornada*, Suplemento Dominical, 8 de agosto de 2010 <<http://www.jornada.unam.mx/2010/08/08/sem-carlos.html>>.
- Pérez, M. (2000) “Movimientos sociales y lucha por la democracia”, *Estado del desarrollo económico y social de los pueblos indígenas de México*, Instituto Nacional Indigenista/Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, México, pp. 355-418.
- Red Indígena de Turismo de México, A. C. (2007) *Acuerdos del Taller de Identidad, Certificación, Turismo y Pueblos Indios*, Xochitlán, Puebla, 16-18 de agosto de 2007, Red Indígena de Turismo de México, A. C., Xochimilco, México.
- Red Indígena de Turismo de México, A. C. (2007a) *Acuerdos del Taller de Identidad, Certificación, Turismo y Pueblos Indios*, Edná, Campeche, 10-13 de octubre de 2007, Red Indígena de Turismo de México, A. C., Xochimilco, México.
- Soros, G. (1998) *La crisis del capitalismo global*, Plaza & Janés, Barcelona.
- Stiglitz, J. (2002) *El malestar en la globalización*, Taurus, México.

XVIII

Sustentabilidad, multifuncionalidad y turismo rural en la Costa Sur de Jalisco

Marisa Gutiérrez Estrada¹
Peter R. W. Gerritsen²

Introducción

Lograr la sustentabilidad de las zonas rurales sigue siendo hoy un reto, dado que persisten la pobreza y la falta de oportunidades productivas locales, sobre todo en los territorios indígenas (Morales, 2004). En los debates políticos y académicos, la búsqueda de modelos alternativos de desarrollo no solo está vigente, sino ocupa un lugar central. Mucho se ha escrito sobre el diseño e implementación de alternativas de desarrollo sustentable y sobre la posible participación de las comunidades campesinas e indígenas para contrarrestar la actual crisis en el campo mexicano.

Uno de los temas de mayor actualidad en el análisis de la problemática rural es la revalorización, recuperación y consolidación de las propiedades endógenas de las zonas rurales y de las actividades agropecuarias (Gerritsen, 2002; Ploeg, 1994). El reto es encontrar la manera de fortalecer la multifuncionalidad del campo mexicano mediante la incorporación de nuevas acciones y actividades, sin detrimento de la identidad socioeconómica rural.

-
1. Universidad de Guadalajara, México. Correo electrónico: marisa.gutierrez@cucsur.udg.mx.
 2. Universidad de Guadalajara, México. Correo electrónico: petergerritsen@cucsur.udg.mx.

En este contexto, la nueva ruralidad plantea la necesidad de reconocer la multifuncionalidad de las zonas rurales y sus oportunidades para el desarrollo desde las diferentes dimensiones que se interrelacionan de forma transversal en el territorio: la ambiental, la económica, la cultural, la política, la institucional y la social, entre otras.

En la actualidad se ha llamado la atención sobre la necesidad de aprovechar y reconocer el amplio espectro de actividades socioeconómicas, funciones y servicios, entre ellos los ambientales, que el ámbito rural y sus pobladores brindan a la sociedad y que están en capacidad de ampliar y mejorar para elevar así su calidad de vida, diversificar y/o especializar su producción de bienes y servicios y dinamizar procesos de desarrollo territorial a escalas local, regional y nacional (Blanco, 2008: 7).

En términos generales, Dachary y Arnaiz hablan de la multifuncionalidad de la siguiente manera:

El espacio rural multifuncional es aquel que genera renta y empleo, que protege el medio ambiente, la naturaleza y el paisaje, que favorece la gestión equilibrada del territorio, que garantiza la supervivencia de las comunidades rurales y que contribuye a mantener una cultura y una forma de vida que son propios (Dachary y Arnaiz, 2006: 42).

En este capítulo hemos considerado al turismo como una alternativa que se asienta en el debate de la multifuncionalidad, capaz de generar desarrollo sustentable a través del aprovechamiento de las propiedades endógenas locales, atendiendo a las necesidades de recreación de los turistas y las nuevas formas de hacer turismo.

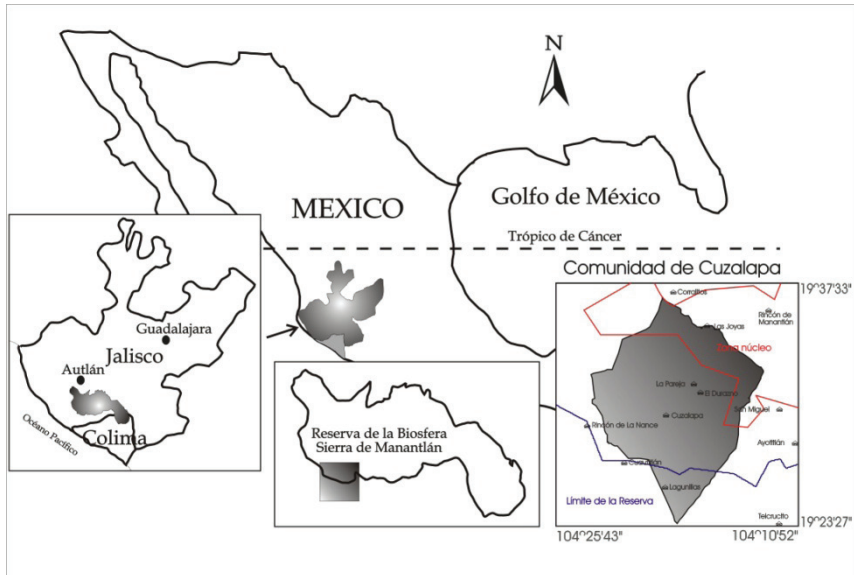
Desarrollo de la investigación

En la sección anterior hablamos sobre la sustentabilidad y su importancia en el campo mexicano, asimismo mencionamos a la multifuncionalidad como estrategia de desarrollo sustentable. En esta sección describimos y analizamos una propuesta concreta de turismo rural que se basa en un grupo de mujeres campesinas, localizado en la comunidad indígena de Cuzalapa, municipio de Cuautitlán, en la Costa Sur de Jalisco (Figura 1).

Desde 1995, el grupo Color de la Tierra se dedica de manera organizada a la colecta, procesamiento y comercialización de diversos productos agrícolas lo-

Figura 1

Localización del área de estudio del turismo rural sustentable en Cuzalapa



Fuente: Instituto Manantlán de Ecología y Conservación de la Biodiversidad (2000).

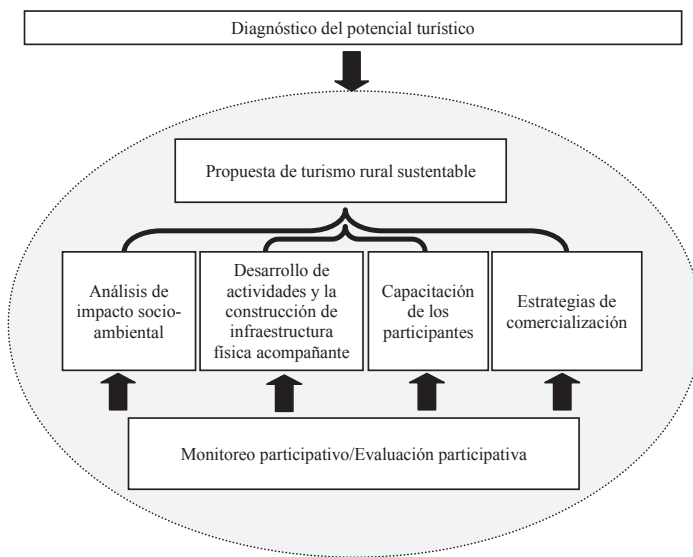
cales, siendo el de mayor trascendencia el café orgánico (Gutiérrez y Gerritsen, 2011). A continuación describimos el planteamiento metodológico, y posteriormente presentamos los resultados de la investigación.

Planteamiento metodológico

El desarrollo del proyecto de turismo rural sustentable Cuzalapa se fundamenta en un conjunto de elementos que se proyectan de forma lógica con el objetivo de crear alternativas sustentables de recreación y desarrollo local a mediano y largo plazo, desde la perspectiva de la sustentabilidad y de los actores locales; es decir, se trabaja con la planeación participativa (Geilfus, 2002), en estrecha relación con la población local. La Figura 2 resume nuestra propuesta metodológica de turismo rural sustentable y de los diferentes elementos que lo componen.

Como puede apreciarse, el diseño e implementación de nuestro proyecto de turismo rural sustentable se basa en el diagnóstico del potencial turístico. La

Figura 2
Diseño de la propuesta de turismo rural sustentable



Fuente: Gutiérrez y Gerritsen (2011).

propuesta de turismo rural sustentable incluye un análisis del posible impacto socioambiental y se traduce en actividades turísticas y en la construcción de una infraestructura física acompañante, la capacitación de los productores participantes y estrategias de comercialización. Asimismo, va acompañado de un sistema participativo de monitoreo y evaluación continuos.

Resultados de la investigación

El turismo rural sustentable en Cuzalapa integra atractivos naturales y culturales, así como actividades locales de recreación. Los turistas pueden disfrutar de la tranquilidad de una comunidad rural mientras la población local aprovecha sus recursos en beneficio de su desarrollo comunitario a través del grupo de mujeres Color de la Tierra. El turismo rural sustentable ofrece además la experiencia del senderismo interpretativo y el agroturismo. A continuación presentamos el diseño e implementación de estas actividades.

Análisis del impacto socioambiental

El diseño de la propuesta de turismo rural sustentable para Cuzalapa se hizo considerando diversos factores, como el conocimiento del entorno, su estado de conservación y la vigilancia de la zona. Con el objeto de preservar y mejorar la calidad de los recursos naturales de la localidad se tomaron decisiones sobre el aprovechamiento responsable de los recursos, de acuerdo con las características particulares de cada indicador. A continuación presentamos las características generales de este diagnóstico.

- Temperatura promedio: 24°C
- Cuenca drenada por cuatro arroyos
- Comunidad con mayor potencial para uso agrícola dentro de la reserva
- Existen 12 especies endémicas (mamíferos)
- Diversidad de aves silvestres
- Problemas de tratamiento de residuos sólidos y aguas residuales.
- Caracterización socioeconómica

La localidad de Cuzalapa está ubicada en una zona rural afectada por la marginación y la falta de empleos. Basada en la agricultura y la ganadería, la economía familiar se complementa con el trabajo asalariado, la cacería, la pesca y la recolección de productos forestales no maderables. Los sistemas de cultivo varían en función del tipo de tierras. La presencia de ganado bovino en la comunidad tiene historia, y la ganadería en la cuenca de Cuzalapa comienza a cobrar importancia a partir de los años setenta del siglo pasado. Sin embargo, la distribución del ganado varía enormemente entre los diferentes productores, en un rango que va de una a dos reses hasta más de 500 cabezas (Gerritsen, 2002).

Para conocer a fondo la situación socioeconómica de la población de Cuzalapa, en el año 2006 se hizo un estudio de opinión centrado en los beneficios económicos y el impacto social que la actividad del turismo rural sustentable podría generar en la comunidad, así como en la búsqueda de alternativas sustentables para contrarrestar la pobreza. En el Cuadro 1 puede apreciarse el conocimiento de la población acerca de la presencia de turistas en su localidad y de la frecuencia con la que la visitan.

Cuadro 1
Visita de turistas en Cuzalapa (N=67)

<i>Preguntas</i>	<i>Opciones</i>	<i>Resultados</i>
Presencia de turistas	Sí	50
	No	17
Frecuencia (quienes contestaron “sí” en la anterior)	Una vez por mes	19
	Fines de semana	10
	Casi nunca	21

Fuente: Gutiérrez (2006: 89).

Como puede apreciarse, la mayoría de los habitantes encuestados tiene conocimiento de la visita de turistas, aunque considera que su asistencia no es frecuente. Ante estos resultados, es interesante ver que antes de que existiera la planificación de las actividades de turismo rural, esta actividad no era trascendente para la comunidad y solo lo era en menor escala para los turistas.

Cuadro 2
Percepciones de la localidad respecto al turismo rural sustentable (N=67)

<i>Preguntas</i>	<i>Opciones</i>	<i>Resultados</i>
¿Si hubiera proyecto de turismo participaría/ le gustaría participar?	Sí	58
	No	9
¿Como participaría? (quienes contestaron “sí” en la anterior)	Guía	26
	Alimentos y bebidas	16
	Hospedaje	5
	Planificador	11
Beneficios del turismo	Ingresos económicos	44
	Difusión cultural	15
	Ninguno	8
Efectos negativos del turismo	Contaminación	20
	Pérdida de privacidad	7
	Ninguno	39
	Otros	1

Fuente: Gutiérrez (2006: 95).

Como se observa en el Cuadro 2, la aceptación de la implementación del turismo rural sustentable es buena, y la comunidad manifiesta tener interés por participar de manera directa en el proyecto, pues ven en él la posibilidad de generar ingresos económicos extra y consideran que estas actividades recreativas pueden apoyar en la difusión de su cultura principalmente. De acuerdo con estos resultados, determinamos que existe aceptación ante la implementación del turismo rural sustentable en Cuzalapa y que la población está dispuesta a tener una participación interactiva. En este sentido, el turismo rural sustentable en Cuzalapa busca el fortalecimiento de las actividades cotidianas como la agricultura y ganadería —principales actividades económicas de la localidad— a través de alternativas que apoyen a revalorizar sus recursos naturales y culturales.

Caracterización turística

Como ya mencionamos, Cuzalapa tiene buenas oportunidades de desarrollo local a través del turismo rural sustentable. Los atractivos existentes en la localidad son motivo del planteamiento del turismo rural sustentable, debido a que son sitios y actividades con características especiales para el desarrollo de actividades recreativas, centradas en la historia, tradición y cotidianidad de la comunidad local.

La infraestructura existente consta de un local propio, donde desarrollan diversas funciones, como el procesamiento, empaquetado y venta de sus productos agrícolas. Este local está equipado con las maquinarias de apoyo suficientes para llevar a cabo dichas actividades. En este mismo sitio se ubica el centro de visitantes, con capacidad de recepción para 30 personas. El mobiliario consta de mesas y sillas de madera, estufas, refrigerador y cristalería. El servicio de hospedaje disponible hasta ahora es para ocho personas, sin embargo existen espacios para acampada y se encuentra en fase de diseño el servicio de hospedaje familiar, es decir, la construcción de habitaciones de traspatio en casas de familia de la localidad, con servicios independientes a los utilizados por las familias. En cuanto al material de apoyo para el senderismo interpretativo, el grupo cuenta con tres pares de binoculares y cinco guías de aves para la observación de aves silvestres, así como folletos ilustrativos y educativos.

Los turistas que frecuentan Cuzalapa para hacer los recorridos por el sendero interpretativo toman desayuno y comida en el centro de visitantes, administrado por el grupo Color de la Tierra. El servicio de alimentación contribuye a preservar la gastronomía tradicional, ya que las señoras preparan diversos platillos con recetas propias de la localidad y con plantas silvestres. Entre los platillos que más gustan a los visitantes se encuentran el pipián con pollo y nopales, el

ceviche con mojote (*Brosimum Alicastrum*), pan de nopal, plátano, chaya, capulín, tortillas de nopal, tortas de papa con picadillo del monte (planta silvestre), aguas frescas de jamaica con arrayán, tejuino de mojote y licuados de frutas de temporada. Estos servicios se incrementan de acuerdo a las necesidades de los turistas y la planeación del proyecto.

Caracterización institucional

El turismo rural sustentable tiene factibilidad socioeconómica, sin embargo, hasta ahora las instituciones gubernamentales relacionadas con el turismo y el desarrollo rural no han jugado un papel importante (Gerritsen y Morales, 2007). Existe un número importante de programas y apoyos que, o no llegan, o solo benefician a un pequeño grupo de productores que desarrollan proyectos más convencionales. Un aspecto generalizado es la ausencia de mecanismos eficientes de información y comunicación. En los casos donde sí existen —como en algunas instituciones académicas o no gubernamentales— los apoyos generalmente llegan a beneficiar solo a un pequeño número de productores, debido a la cantidad limitada de los recursos financieros (*ibíd.*).

A lo largo del proceso de planificación e implementación del proyecto, el apoyo de las autoridades locales y comisariales de la localidad se ha limitado al establecimiento de compromisos sociales y a la expedición de permisos para operar las actividades recreativas. Más aún, en algunos aspectos las autoridades municipales han intervenido de manera negativa con las actividades, al modificar algunos sitios incluidos en nuestros recorridos (arroyos principalmente) y causar la pérdida de un sendero interpretativo. Hemos contado con apoyo de instituciones gubernamentales como el Instituto Mexicano de la Juventud, a través del cual se obtuvieron fondos para financiar las labores de planeación e implementación.

El proyecto de turismo rural sustentable se enmarca en un contexto institucional especial, debido a que se localiza en un área natural protegida: la Reserva de la Biosfera Sierra de Manantlán (RBSM), decretada en 1987. A causa de ello, existe un número de reglas y restricciones sobre el uso y manejo de los recursos naturales por los actores sociales (Instituto Nacional de Ecología, 2000). En el caso específico de Cuzalapa, parte de la comunidad se convirtió en zona núcleo, dentro de la cual se prohíbe cualquier actividad agropecuaria, mientras casi la totalidad de los demás terrenos ahora se ubican en zona de amortiguamiento, sujeto a un gran número de reglas y restricciones sobre el uso de la tierra. Como parte de las reglas de manejo de la RBSM, se ha determinado:

Aprovechar los valores naturales y culturales de la reserva para proveer condiciones para el turismo y la recreación al aire libre a los pobladores y visitantes, y generar ingresos para la población local a través de la oferta de servicios turísticos de manera compatible con la conservación ecológica y el respeto a las comunidades (Instituto Nacional de Ecología, 2000: 153).

Si bien esto representa una oportunidad institucional para el grupo Color de la Tierra, la implementación del proyecto de turismo rural sustentable también conlleva un número importante de permisos y avisos, cuya gestión ante las autoridades de la RBSM no ha sido fácil, sobre todo en lo que respecta al reglamento para la instalación y señalización de senderos interpretativos.

Desarrollo de actividades y la construcción de la infraestructura física

El turismo rural sustentable en Cuzalapa tiene una orientación tradicional indígena. El centro de visitantes ofrece al turista varias opciones de recreación para aquellas personas que no pueden o no desean desarrollar actividades al aire libre, como son los talleres gastronómicos, en los que se enseña a elaborar alimentos tradicionales con plantas silvestres.

Sendero interpretativo

El principal atractivo del sendero son las plantaciones de café, ya que, además de la posibilidad de degustar y comprar el producto, es posible avistar ciertas especies de aves.

En Cuzalapa se cultiva una variedad de café que crece bajo la sombra de las copas de diversos árboles, con los cuales integra un ecosistema autosuficiente sin mucha necesidad de mantenimiento o de riego. La constante caída de las hojas provee el necesario fertilizante para la rehabilitación del sistema, evitando así la necesidad de fertilizantes químicos. La plantación, con toda su diversidad, tiende a controlar sus propios problemas de plagas, este es el resultado de un equilibrio natural (Collins, 2005: 5-7).

En el Cuadro 3 mostramos los atractivos que integran el sendero de acuerdo con sus estaciones para la interpretación ambiental.

Cuadro 3
Atractivos turísticos en el sendero Cafecacáhuatl Iuhcayo

<i>Estaciones</i>	<i>Atractivos</i>
Bienvenida al sendero	Observación de herbolaria medicinal y cambios de uso de suelo en la comunidad
Diversidad de plantas y animales	Diferentes tipos de vegetación, cultivos tradicionales de maíz, arroyo San Antonio
Conservación de suelo y hábitat de aves	Huerta de los Reyes (frutos silvestres), cafetal más productivo y antiguo de la comunidad, observación de aves como <i>Campephilus guatemalensis</i> , <i>Turdus rufupaliatus</i> , <i>Trogon elegans</i> y <i>Momotus mexicanus</i> (Contreras y Rodríguez, 2008).
Cuzalapa, historia, cultura y tradición	Capilla antigua, campana de 1875, sitio histórico por celebración de festividades religiosas milenarias

Fuente: información obtenida en campo, 2009.

Capacitación

La capacitación en el desarrollo de actividades turísticas involucra a la organización administradora con las actividades de turismo rural sustentable y apoya en la seguridad que ofrece a los turistas. La capacitación en turismo rural sustentable incluye cursos y talleres participativos, con prácticas distintas dependiendo del área de capacitación. Estos talleres se organizan de manera continua, para evaluar los avances y mejorar las actividades y la atención a los visitantes.

Estrategias de comercialización del turismo rural sustentable en Cuzalapa

El turismo rural sustentable en Cuzalapa está dirigido a personas de todos los rangos de edad, y el centro de visitantes ofrece diversas actividades bajo un mismo techo. El sendero interpretativo está dirigido principalmente a grupos de niños, jóvenes y adultos jóvenes, ya que el recorrido dura aproximadamente una hora y media y existen cruces difíciles para adultos mayores. La diversidad de actividades recreativas, educativas y de fomento a la cultura popular indígena se adapta a las necesidades de diferentes tipos de turistas rurales.

Si bien las actividades turísticas en Cuzalapa están disponibles durante todo el año, el sendero interpretativo tiene su máximo atractivo durante los meses de noviembre a abril aproximadamente, cuando tiene lugar la cosecha del café orgánico y el caudal del arroyo y el verdor de sus paisajes están en su punto

máximo. En el resto del año la afluencia de turistas es menor. Como ya se ha mencionado, la ruta de agroturismo está planeada para ser visitada durante todo el año, debido a que existen diversas actividades agropecuarias que pueden ser aprovechadas como alternativa de recreación.

Publicidad y difusión

Para difundir el turismo rural sustentable en Cuzalapa se diseñaron diversos materiales de apoyo, iniciando con un logotipo representativo que contribuye a posicionar en la región las actividades que aquí se realizan. Se elaboraron cuatro folletos informativos e ilustrativos del sendero interpretativo; uno muestra los atractivos y el otro es una pequeña guía de aves localizadas dentro del sendero, donde de manera ilustrativa e informativa se dan a conocer las especies más representativas de la localidad. En la página de Internet <<http://www.cafecuzalapa.com>> se presenta el trabajo que desempeña la organización Color de la Tierra. Se elaboró además un cartel que apoya el comercio justo en Cuzalapa y muestra la variedad de productos para la comercialización. Cabe mencionar que la difusión del proyecto en esta etapa de implementación ha abarcado el ámbito regional, teniendo como principal objetivo la Costa Sur de Jalisco.

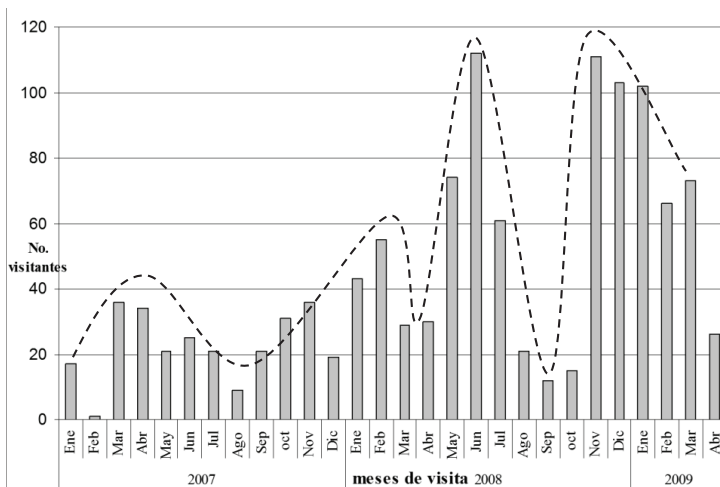
Monitoreo y evaluación del turismo rural sustentable en Cuzalapa (2007 - 2009)

Como método de monitoreo y con la finalidad de conocer los avances del turismo rural sustentable en Cuzalapa e identificar las mejoras que deben hacerse constantemente tanto en la organización como en las actividades turísticas, se han planificado reuniones y talleres de seguimiento mes con mes, con asesores externos. En esta sección hacemos una evaluación del desempeño del turismo rural sustentable a través del libro de registro, donde evaluamos el número de visitantes, su lugar de origen y sus comentarios y recomendaciones. A continuación presentamos los resultados de la evaluación a partir de 2007 y hasta los primeros cuatro meses del año 2009. Esta información es de gran utilidad para conocer los resultados del proyecto en términos de la evolución de la demanda turística a partir de la implementación del proyecto. En la Figura 3 se muestra la tendencia en la visita pública.

Como puede apreciarse en la Figura 3, el número de visitantes comenzó a incrementarse en 2008 y continuó siendo alta durante los primeros meses de 2009, temporada de la cosecha del café.

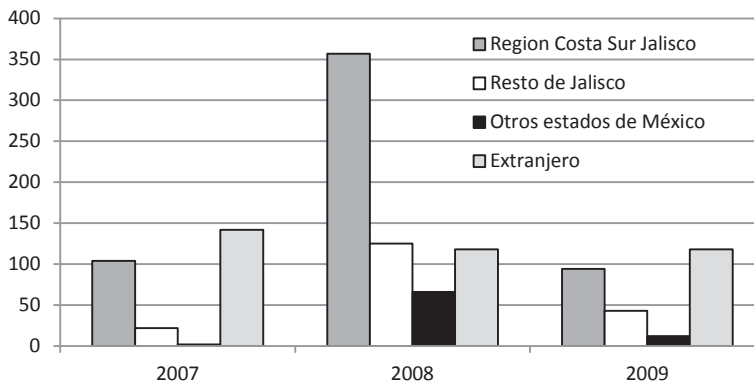
En la Figura 4 se indica el lugar de origen de las personas que han visitado Cuzalapa en los años 2007, 2008 y principios de 2009.

Figura 3
Afluencia de turistas a Cuzalapa para las actividades de turismo rural (2007-2009)



Fuente: información obtenida en campo, 2009.

Figura 4
Origen de los visitantes



Fuente: información obtenida en campo, 2007-2009.

Como se observa en la Figura 4, la mayoría de los visitantes provienen de la región Costa Sur de Jalisco, principalmente de comunidades cercanas a Cuzalapa. Asimismo, observamos la presencia de turistas de otros municipios del mismo estado, entre ellos Autlán de Navarro, la zona metropolitana de Guadalajara y El Grullo, entre los más importantes. En cuanto a los turistas provenientes de otros estados de México, los de mayor afluencia son Veracruz, Colima y Estado de México. La presencia de turistas de origen extranjero es notable, principalmente de Canadá y Estados Unidos.

El avance del turismo rural sustentable ha sido significativo, ya que la visita de turistas se incrementó en el año 2008, principalmente de los turistas del estado de Jalisco y otros estados de México. Aunque el turismo extranjero tuvo una disminución en 2008, en los primeros meses de 2009 comenzó a repuntar.

La visita a Cuzalapa de turistas interesados en actividades de recreación y aprendizaje es cada vez mayor, lo cual indica que está siendo reconocido no solo a nivel regional, sino también a niveles nacional e internacional. En el Cuadro 4 presentamos algunos comentarios y recomendaciones de los turistas que visitan Cuzalapa.

Cuadro 4
Percepciones de los turistas con respecto al turismo rural sustentable en Cuzalapa

<i>Aspectos</i>	<i>Comentarios</i>	<i>Recomendaciones</i>
Sendero interpretativo	Es interesante el recorrido Los sitios son bonitos y divertida la interpretación ambiental Los guías tienen información suficiente	Sin comentarios
Actividades en el centro de visitantes y servicios	Buena atención y servicio Buena organización Ejemplo de desarrollo comunitario y conservación	Faltan dinámicas grupales adicionales Utilizar bolsas de papel y no de plástico
Alimentación y productos	Buen café Buenos productos orgánicos Muy bueno el menú Buen pan de mojote Ejemplo de recuperación de gastronomía tradicional	Sin comentarios

Fuente: información obtenida en campo, 2007-2009.

De acuerdo con los resultados obtenidos de esta evaluación, se ha determinado que el turismo rural sustentable en Cuzalapa tiene buenas oportunidades de continuar con su desarrollo. Es importante considerar las recomendaciones de los turistas para mejorar los servicios y tener un avance significativo superior año con año.

Conclusiones

El turismo rural sustentable en Cuzalapa ha mostrado ser una alternativa de desarrollo que permite revalorizar las propiedades endógenas de la región. Sin embargo, existen varios desafíos que requieren de una constante retroalimentación y seguimiento para el desarrollo de las actividades recreativas y administrativas. Aquí mencionamos las diferentes perspectivas y desafíos que identificamos.

Para empezar, es muy importante señalar que la organización Color de la Tierra ha logrado consolidar sus actividades productivas y turísticas. Las iniciativas del grupo y a la calidad de los productos agrícolas que comercializan han sido fundamentales. A partir de la planificación del turismo rural sustentable se han fortalecido las actividades del grupo a través de diversos talleres de capacitación, y se ha proyectado una nueva imagen hacia los visitantes y una oferta turística con diversos atractivos turísticos a través del senderismo interpretativo. Estos cambios en la organización han logrado la aceptación del proyecto y muestran a los turistas un destino innovador de turismo rural sustentable en la costa sur de Jalisco. Sin embargo, algunos aspectos organizativos son aún débiles, ya que en primera instancia no existe una estructura estratégica para las actividades de turismo y esto genera que las actividades de producción y comercialización de productos orgánicos desplacen en ocasiones las funciones de organización y logística del turismo rural, motivo por el cual no se han cumplido los objetivos de la planeación inicial. En cuanto a la administración financiera, no existen fondos suficientes para continuar con la construcción de la infraestructura básica para las actividades recreativas, motivo por el cual se han retrasado también estas tareas.

En cuanto a los factores externos que influyen en el turismo rural sustentable en Cuzalapa, existen oportunidades que han facilitado la planificación y desarrollo de las actividades. Como se mencionó en secciones anteriores, el turismo rural sustentable en Cuzalapa es líder en la región Costa Sur de Jalisco, debido a que es el primer proyecto con una propuesta concreta. En el ámbito económico, el grupo Color de la Tierra tiene la oportunidad de introducir nuevos productos y servicios en el mercado regional y generar el desarrollo comunitario. Si bien los ingresos son principalmente para el grupo, la comunidad se

beneficia de forma indirecta con la venta de sus cosechas agrícolas; sin embargo, se espera que a través de la planificación a futuro el beneficio comunitario sea sustancial.

El turismo rural sustentable en Cuzalapa tiene grandes oportunidades a futuro, sin embargo existen algunas amenazas ante factores externos, como la competencia que tiene este proyecto con el turismo tradicional de sol y playa en la Costa Alegre de Jalisco. Asimismo, existen algunos factores de riesgo para la organización, como la escasa producción de café bajo sombra que se da en algunas temporadas, debido a que las plantaciones de café son atractivos focales y el café es uno de los productos de mayor aceptación en el mercado.

Referencias

- Blanco, M. (2008) “Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio”, manuscrito no publicado, producido en el marco del convenio de colaboración entre IICA Costa Rica y el Programa de Desarrollo Agroindustrial Rural (Prodar), San José, Costa Rica.
- Collins, D. (2005-2006) “Café Orgánico de Cuzalapa”, *Mexican Pacific*, vol. 3, núm. 4, pp. 5-7.
- Contreras, S. y L. Rodríguez (2008) *Listado preliminar de aves en Cuzalapa*, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa Sur, Autlán de La Grana, Jalisco, México.
- Dachary, A. y S. Arnaiz (2006) *Territorio y turismo, nuevas dimensiones y acciones*, Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, México.
- Geilfus, Frans (2002) *80 herramientas para el desarrollo participativo*, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura/SAGARPA, México.
- Gerritsen, P. (2002) *Diversity at stake. A farmer's perspective on biodiversity and conservation in Western México*, Wageningen Studies on Heterogeneity and Relocalization 4, Wageningen, Holanda.
- Gerritsen, P. y Morales, J. (eds.) (2007) *Respuestas locales frente a la globalización económica. Productos regionales de la Costa Sur de Jalisco, México*, Universidad de Guadalajara/ITESO/RASA, Guadalajara, México.
- Gutiérrez, M. (2006) *Diagnóstico del potencial turístico en la comunidad indígena de Cuzalapa, municipio de Cuautitlán, Jalisco*, tesis de licenciatura, Departamento de Estudios Turísticos, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa Sur, Autlán de la Grana, Jalisco, México.

- Gutiérrez, Marisa y P. Gerritsen (2011) *Turismo rural sustentable. Estudio de caso de la Costa Sur de Jalisco*, Universidad de Guadalajara/Ediciones Plaza y Valdés, México.
- Instituto Manantlán de Ecología y Conservación de la Biodiversidad (2000) *Localización de la comunidad indígena de Cuzalapa en México y en la Reserva de la Biosfera Sierra de Manantlán*, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa Sur, Autlán, Jalisco, México.
- Instituto Nacional de Ecología (2000) *Programa de manejo de la Reserva de la Biosfera Sierra de Manantlán, México*, INE/Secretaría de Medio Ambiente Recursos Naturales y Pesca, México.
- Morales, J. (2004) *Sociedades rurales y naturaleza. En busca de alternativas hacia la sustentabilidad*, ITESO/Universidad Iberoamericana, Guadalajara, México.
- Van der Ploeg, J. (1994) “Styles of farming: An introductory note on concepts and methodology”, en: Long, A. y J. van der Ploeg (eds.) *Born from within. Practice and perspective of endogenous rural development*, Van Gorcum, Assen, Holanda, pp. 7-30.

XIX

Oferta turística y propuesta de circuitos en el espacio turístico del Borde Costero de La Araucanía, Chile. Bases para el desarrollo local en territorios rurales

Miguel Antonio Escalona-Ulloa¹
Fernando Andrés Peña-Cortés²

Introducción

El turismo y su importancia como actividad económica a nivel mundial y país

Según la Organización Mundial del Turismo (2009), las llegadas de turistas internacionales para el año 2008 alcanzaron 924.2 millones, lo que representa un crecimiento de solo 1.8 por ciento en comparación a 2007 (6.9 por ciento), esto debido principalmente a la situación de la economía mundial, producto de la crisis, el aumento de los precios de las materias primas y del petróleo y las fluctuaciones del tipo de cambio.

En Chile el aporte del turismo al Producto Interno Bruto (PIB) es de 3.11 por ciento. Sólo durante 2008, el turismo generó un total de 2,030.5 millones de dólares estadounidenses, y el total de turistas extranjeros fue de 2 millones 698

-
1. Universidad Católica de Temuco, Chile. Correo electrónico: mescalon@uct.cl.
 2. Universidad Católica de Temuco, Chile. Correo electrónico: fpena@uct.cl.

mil 659, cifra superior en 7.7 por ciento a la contabilizada el año anterior. La zona Sur, que para efectos de entrada de turistas desde el extranjero abarca las regiones del Bío-bío, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos, registra 9.1 por ciento de las llegadas (246 mil 505 turistas) (Instituto Nacional de Estadísticas, 2008).

Al respecto, el Boston Consulting Group (2007) planteó que Chile puede ser un país receptivo de turismo vecino o de larga distancia, cuya principal oportunidad está en capturar mayor valor por turista, seguido por el aumento en el número de arribos. En este sentido, las proyecciones del Servicio Nacional de Turismo de Chile (Sernatur) para el año 2010 plantean que los destinos turísticos del país recibirán un total aproximado de 11 millones de visitantes, de los cuales 2.7 millones serán turistas extranjeros que permanecerán varios días (al menos diez), un millón de ellos vendrán por el día y aproximadamente 7.5 millones de chilenos saldrán a distintos lugares del país (Sernatur, 2006).

Turismo y territorio, bases para el desarrollo local en territorios rurales y costeros

A diferencia de otras actividades productivas que permiten realizar en diferentes espacios sus fases de producción y consumo, el turismo se realiza en el mismo sitio y al mismo tiempo. Por lo tanto, el análisis del sistema turístico tiene ciertas implicancias específicas que derivan del particular aspecto que presentan las experiencias turísticas a nivel local y del desarrollo local que promueven con ello (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 1999, 2003). Conceptualmente, el desarrollo local es un proceso endógeno registrado en pequeñas unidades territoriales y asentamientos humanos capaz de promover el dinamismo económico y la mejora en la calidad de vida de la población (Boissier 2003, 2006). En cuanto a la construcción de capacidades de desarrollo local, es necesario contar con una competitividad fundada en la generación de conocimientos intangibles que agregue valor a la actividad turística, y un aprovechamiento de los recursos endógenos territorialmente emplazados a partir de la sinergia conjunta de actores públicos y privados (Fernández y Vigil, 2007). Esta referencia que se hace al territorio no es 'genérica' y no se refiere al ámbito de distribución espacial de las actividades productivas —incluido el turismo—, sino a los correspondientes entornos de la vida cotidiana en los distintos territorios, en los cuales los elementos socioculturales y de identidad se entrelazan con las actividades económicas locales en una influencia recíproca (Sforzi, 2006).

La visión de las dinámicas territoriales actuales debe abarcar los territorios rurales y costeros, cuyo patrimonio natural y cultural ofrece un gran conjunto de recursos para el turismo y por ende posibilidades de diversificar la base económico-productiva (Schejtmann y Berdegue, 2004; Delgado, Gil, Hortelano

y Plaza, 2003). El desarrollo actual del turismo se fundamenta en las ventajas competitivas que se crean en aquellos territorios que se apoyan en la capacidad de innovar, para lo cual se requiere ser capaz de reconvertirse para atraer y satisfacer los estándares del turismo emergente (Lillo, Bañuls, Rodríguez y Sevilla, 2007; Torres 2003; Inman y Segura 1998). Por este motivo, la planificación del turismo implica un elevado control social de las actividades, y su objetivo debe orientarse a que la mayor parte de los beneficios económicos se trasladen al conjunto de la comunidad en sus diversas formas (Pardillas & Padín 2004).

El borde costero de La Araucanía. Un territorio con potencial turístico

El territorio del borde costero abarca las comunas de Carahue, Saavedra, Teodoro Schmidt y Toltén. En el sector costero los rangos de pobreza y de ruralidad alcanzan los máximos niveles de la región de La Araucanía y del país. Sin embargo, este territorio presenta una alta singularidad tanto por sus recursos naturales como por el valor cultural que tiene este espacio para las comunidades mapuche que ahí habitan.

Desarrollo de la investigación

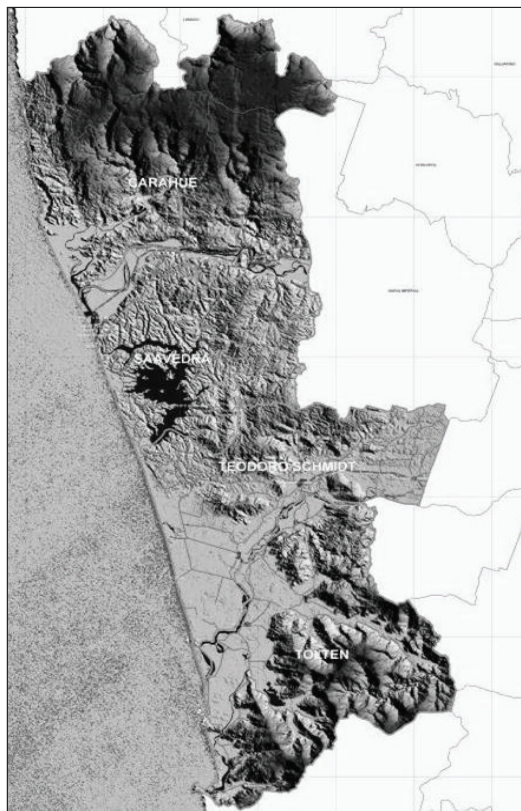
El territorio del Borde Costero de La Araucanía comprende las comunas de Saavedra, Carahue, Teodoro Schmidt y Toltén (Figura 1).

El trabajo de investigación consideró el análisis del sistema turístico a partir del levantamiento en terreno de información vinculada a las distintas áreas turísticas comunales, en las cuales se procedió al registro de los atractivos turísticos, considerando su localización, clasificación y distribución, para luego establecer rutas y circuitos (Organización de Estados Americanos, 1979; Organización Mundial del Turismo, 1994) a través de la digitalización de los elementos espaciales, usando para ello el programa ARC/INFO TM 3.5.1. Por su parte, el manejo de base de datos se efectuó con el programa Arc View TM 3.2., mientras que la edición de las cartas se realizó en el programa Arc Gis TM 8.2.

En 30 días de trabajo en terreno se georreferenciaron 510 puntos de atractivos, equipamiento (alojamiento, alimentación y *camping*) y servicios y se elaboraron circuitos en los que se incorporaron los principales atractivos de cada comuna. En cuanto a la generación y estructuración de la información, se siguieron los siguientes pasos:

1. Elaboración de fichas técnicas. La ficha técnica de trabajo se diseñó para ser empleada en la captura, procesamiento y empleo en un sistema de infor-

Figura 1
Área de estudio. Borde Costero Región de La Araucanía



Fuente: Mapoteca digital del Laboratorio de Planificación Territorial, Universidad Católica de Temuco.

mación geográfico, mediante una estructuración de una base de datos. Esta ficha está referida a las unidades de atractivos turísticos, equipamiento y servicios turísticos complementarios y de infraestructura. La estructuración de las fichas técnicas corresponde al trabajo efectuado por el Laboratorio de Planificación Territorial de la Universidad Católica de Temuco.

2. Captura de puntos. Es la etapa en que la persona llegó a la unidad turística e ingresó y capturó el nombre y la coordenada geográfica mediante el Sistema de Posicionamiento Global (GPS).

3. Ingreso de puntos. Se diseñó un sistema de macros de Visual Basic que permitió ingresar los instrumentos de captura de punto (fichas de terreno). El sistema automatiza gran parte de los parámetros ingresados con el fin de disminuir los errores de digitación, luego se estableció un formato de salida compatible con ArcView.
4. Georreferenciación. Es la etapa en la cual la ficha de trabajo adquirió las coordenadas y datos cartográficos definidos para el proyecto.
5. Depuración. La metodología para la depuración de la base de datos se realizó según las siguientes etapas:
 - a) impresión. La salida gráfica se efectúa a nivel comunal en la totalidad de la información procesada en la base de datos, lo cual permitió al equipo en terreno hacer una revisión a detalle y facilitó la corrección de errores de digitación
 - b) correcciones. Luego de una detallada revisión, corrección y complementación de las bases de datos se encontraron errores u omisiones debido a fallas en la digitación de la información, entre las cuales se pueden mencionar faltas ortográficas y campos sin información
 - c) filtrado y exportación. Una vez corregida, revisada y homogenizada la totalidad de la información, se procedió a filtrar la base de datos según la información a utilizar.
6. Sistematización. Es la etapa en la cual los puntos se estructuraron en forma lógica en la base de datos, teniendo en cuenta que las unidades, categorías, tipos y subtipos fueron trabajados a nivel urbano y comunal.
7. Base fotográfica. Fue elaborada en base a registros de terreno.
8. Base de datos. La elaboración, complementación y edición de la base de datos se llevó a cabo siguiendo las siguientes etapas en forma cronológica:
 - a) revisión bibliográfica en bibliotecas y en Internet
 - b) elaboración de instrumentos de captura de puntos (fichas técnicas)
 - c) validación de aplicabilidad de los campos en terreno
 - d) georreferenciación en terreno
 - e) sistematización de puntos
 - f) depuración de bases de datos.

Caracterización de la oferta turística del Borde Costero de La Región de La Araucanía

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (1994) el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines de ocio, por negocios y

otros motivos. El gasto turístico depende de la relación con el desplazamiento (viaje) y la duración de la permanencia en el lugar visitado. Por su parte, la oferta turística está integrada por tres componentes básicos: los atractivos y actividades turísticas, la planta turística y la infraestructura turística (Leiva y Rivas, 1997). Todos estos elementos se interrelacionan, y la carencia de uno de ellos dificulta o imposibilita el desarrollo de la experiencia turística como tal, pero el elemento que activa todo el proceso lo constituyen los *atractivos* (Leiper, 1990).

Desde el punto de vista del levantamiento de información, se georreferenciaron 510 puntos correspondientes a la oferta turística del territorio, cuya distribución se aprecia en el Cuadro 1.

Cuadro 1

Distribución de la oferta turística en el Borde Costero de La Araucanía³

<i>Unidad</i>	<i>Carahue</i>	<i>Teodoro Schmidt</i>	<i>Saavedra</i>	<i>Tolten</i>
Atractivos turísticos	49	12	48	31
Equipamiento alimentación	20	10	25	19
Equipamiento alojamiento	9	19	20	10
Servicios	86	51	52	49
Total	164	92	145	109

Fuente: información obtenida en campo, 2010.

La oferta actual que fue posible identificar en este territorio plantea la necesidad de incrementar el conocimiento y evaluación de los recursos turísticos como elementos clave para un desarrollo turístico sostenible. En este sentido, el Borde Costero de La Araucanía costera tiene una vocación turística que requiere fomento y preservación, tanto del patrimonio natural como del patrimonio cultural, como formas eficientes para lograr la valoración y conservación de los recursos culturales, históricos, artesanales, naturales y antropológicos de un territorio con particularidades e identidad que configuran un destino de privilegio en el ámbito de la Región de la Araucanía.

Otro aspecto importante de destacar en relación a la oferta, es la desigual distribución, variedad y concentración de la oferta turística de la costa. Al res-

3. Información generada por el proyecto Competitividad Turística en el Borde Costero de la Araucanía. Bases para el desarrollo local en territorios rurales, financiado por la Dirección General de Investigación y Postgrado. DGIPUCT 2009-3-7.

pecto, es notorio el hecho de que Saavedra y Carahue concentren la mayor cantidad de atractivos representativos de la zona en tanto que otros atractivos de real interés, como las aves migratorias y otros aspectos culturales que van más allá de la oferta de artesanías, permanecen aún fuera de la oferta (como las otras prácticas ancestrales, pero aún vigentes en el Lafken Mapu, de recolección de alimentos marinos, especialmente aquellos lugares de recolección situados en la costa de la comuna de Carahue).

Por su parte, la oferta de servicios turísticos y complementarios también muestra una concentración importante en áreas de las comunas de Saavedra y Carahue, por cuanto no es posible apreciar un mismo nivel de experticia y de calidad en el servicio en todas las comunas costeras, observándose, por razones obvias, un mayor desarrollo relativo en las comunas antes citadas.

Un aspecto igualmente importante lo constituye la infraestructura asociada a las experiencias turísticas. La señalización turística requiere un mejor desempeño, especialmente si se trata de consolidar rutas turísticas, para las cuales resulta de vital importancia la información relativa a caminos, distancias, servicios y localizaciones. Esta información permite un desplazamiento hasta los atractivos y los respectivos núcleos de servicios, ya sea para facilitar la permanencia en el destino, o bien, para realizar actividades vinculadas a los atractivos o a los servicios de apoyo.

En lo referente a atractivos naturales, se destaca la presencia de recursos tales como el litoral del Océano Pacífico, el lago Budi, los ríos Imperial, Moncul, Toltén, Boldo y Queule, los cuerpos de agua subutilizados que aún mantienen una cuota importante de potencialidad en cuanto al aprovechamiento turístico como tal, debido a que su uso como recurso se limita a actividades de ribera o de playa, principalmente, sin tener aún la posibilidad de una oferta turística concreta en base a estos importantes recursos naturales.

Desde la perspectiva cultural, las comunas costeras presentan una diversidad de atractivos y distintos niveles de perfilamiento. En efecto, los rasgos culturales lafkenches se presentan con una mayor identidad en las comunas de Saavedra y Carahue, seguidas de Teodoro Schmidt y Toltén. Lo anterior se manifiesta en la importante cantidad de emprendimientos turísticos de intereses especiales (etnoturismo) localizados en la comuna de Saavedra, más los sitios aledaños de la comuna de T. Schmidt, situación que no se aprecia en los mismos niveles en las demás comunas objeto de este estudio.

El patrimonio cultural es el principal componente de la oferta turística de la Araucanía Costera, seguido de cerca por los atractivos naturales. Especial mención merecen los numerosos sitios de avistamiento de aves que es posible reconocer en los diversos humedales de la costa de la Araucanía. La vida y cos-

tumbres de los hombres de mar, de los pescadores artesanales, es un recurso que puede ser convertido en un interesante atractivo turístico, como está siendo logrado hasta hoy en la caleta de Nehuentúe por medio de la integración entre pescadores y emprendimientos de gastronomía típica a cargo de mujeres y esposas de los pescadores.

Diseño de circuitos turísticos en el Borde Costero de La Araucanía

La planificación de rutas y circuitos es considerada como una programación receptiva, porque se organiza la oferta desde el punto de vista del destino. Lo anterior implica que la confección de una ruta o circuito (según su alcance) se hace tomando cada elemento involucrado en forma independiente (es decir, se parte desde prestaciones aisladas), o bien, incluyendo excursiones locales, más restringidas o específicas. En términos generales, un programa receptivo puede abarcar una localidad, una ciudad, una zona o un territorio específico de una región determinada.

Para el caso de las comunas costeras de La Araucanía, la dotación de recursos y atractivos turísticos presenta una distribución desigual, debido fundamentalmente a la variedad, densidad, accesibilidad, aptitud y jerarquía de los atractivos presentes en su territorio, lo cual impide generar una ruta o circuito con un nivel más o menos homogéneo, tanto en atractivos y actividades como en prestaciones de servicios. Asimismo, es importante destacar que se constata un desigual desarrollo de la oferta turística actual en el territorio considerado como un conjunto.

Por este motivo, se deben orientar los esfuerzos en posicionar el borde costero de la Araucanía como un destino turístico, utilizando como instrumento promocional rutas turísticas que fomenten y faciliten la orientación del pasajero al destino, donde el consumo es implícito e indirecto y el servicio está dado por el grado de información obtenida por el usuario. El objetivo final es incentivar un mayor flujo de turistas a la zona y fomentar la creación de nuevos productos turísticos.

A continuación se presenta uno de los circuitos realizados, eje temático que ha permitido unir, en un trazado lineal, las cuatro comunas involucradas en el estudio.

Circuito turístico Caletas Pesqueras Artesanales de la Araucanía

La temática o eje temático de este circuito es la vida, costumbres y gastronomía de los pescadores artesanales de la Araucanía. La pesca artesanal es un mundo

muy rico en anécdotas, conocimientos y sabidurías populares. Las actividades de la pesca artesanal son labores cotidianas fuertemente influenciadas por las características naturales del entorno (mar, lago o río), por las características sociales y culturales de la gente de caleta y por las condiciones técnicas en que se desarrolla la principal actividad de subsistencia: la pesca. Las creencias, la religiosidad, las condiciones de la mar, del tiempo, del viento, de la luna, de los aperos, son conocimientos claves para poder ejercer esta actividad con relativo éxito y sin mayores riesgos para el grupo familiar. Las embarcaciones, sus características, sus capacidades, sus usos y funciones son aspectos que los pescadores artesanales atesoran por generaciones y que, en la medida de lo posible, traspasan a sus descendientes. Este mundo de hombres puede ser integrado en un circuito turístico que permita conocer los distintos ambientes naturales de la Araucanía Costera y las particulares características humanas de quienes desarrollan esta actividad. Del mismo modo, los pescadores artesanales y sus esposas son expertos gastrónomos, pues saben con exactitud las preparaciones y sabores más apropiados para cada especie que capturan, conservando con ello un valioso capital cultural del cual hacen gala a través de su gastronomía típica. Las principales caletas de la Araucanía son: Nehuentúe en Carahue, la del Cerro Huilque en Puerto Saavedra, La Barra, Los Pinos y Queule en Toltén; esta última la más importante por la cantidad y variedad de especies y por las características de la caleta que permiten un acceso al mar de modo directo (Figuras 2 y 3).

Figura 2

Caleta pesquera del Borde Costero de La Araucanía



Fotografía: Óscar Torres.

Figura 3
Caleta pesquera del Borde Costero de La Araucanía



Fotografía: Óscar Torres.

El objetivo es conocer los modos de vida, costumbres y creencias de los pescadores artesanales de la Araucanía. La delimitación geográfica del circuito, con las zonas que es necesario incorporar, se muestran en el Cuadro 2. En los Cuadros 3 al 10 se presentan: los atractivos principales por comuna, los centros o núcleos de servicios involucrados, las actividades a desarrollar, las características formales, los componentes del circuito planificado, las utilidades del producto (circuito planificado), los requerimientos materiales y administrativos y la planilla de confección del itinerario. En la Figura 4 se presenta la cartografía vinculada al circuito.

Cuadro 2
Delimitación geográfica del circuito

<i>Sitio de interés</i>	<i>Aspecto paisajístico requerido</i>
Caleta de Nehuentúe	No obstante estar localizada en la ribera norte del río Imperial, aquí se presenta el paisaje típico de caleta, las embarcaciones, los aperos o equipos, las redes, la dársena de abrigo, las anclas, las herramientas, etcétera
Caleta de Puerto Saavedra (Cerro Huilque)	Esta caleta está situada en la laguna del río Imperial, junto al cerro Huilque y en el sector sur del área urbana de Puerto Saavedra. Ubicada al abrigo de la laguna del río, los pescadores artesanales desarrollan su actividad no solo en el río, sino en la barra y, además, proyectan realizar incursiones de pesca dentro de las cinco millas de pesca exclusiva que les reserva la ley respectiva
Caleta La Barra	Caleta situada en la desembocadura del río Toltén. Presenta un paisaje típico de aldea de pescadores artesanales, en donde se juntan las embarcaciones con sus equipos y aperos de faena, tanto en la desembocadura como en las orillas del mar
Caleta Los Pinos	Caleta interior situada en el río Boldo
Caleta Queule	La caleta de Queule, en la comuna de Toltén, es la más importante de la Región de la Araucanía, tanto por su variedad y volumen de pesca, como por su particular característica de ser la única (hasta el momento) que puede realizar faenas de pesca en la mar. Cuenta con infraestructura de trabajo para embarcaciones pequeñas y medianas y sus capturas son destinadas tanto mercados regionales como nacionales

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 3
Atractivos principales por comuna

<i>Comuna</i>	<i>Atractivos centrales del circuito</i>
Carahue	Caleta de Nehuentúe
Saavedra	Caleta de Puerto Saavedra (Cerro Huilque)
Toltén	Caleta la Barra (Río Toltén), Caleta Los Pinos y caleta de Queule

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 4
Centros o núcleos de servicios involucrados

<i>Centro o núcleo</i>	<i>Servicios requeridos</i>
Nehuentúe	Alimentación, información y transporte fluvial
Saavedra	Alimentación, alojamiento, información y transporte fluvial
Nueva Toltén	Alimentación, alojamiento, información
Queule	Alimentación, alojamiento, transporte fluvial y marítimo

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 5
Actividades a desarrollar

<i>Atractivo o sitio de interés</i>	<i>Actividad</i>	<i>Distancia (kilómetros)</i>			
		<i>Nehuentúe</i>	<i>Saavedra</i>	<i>Toltén</i>	<i>Queule</i>
Caleta de Nehuentúe	Fotografía, gastronomía, navegación fluvial, interacción cultural, compras de <i>souvenirs</i> , pesca deportiva	0	19	92	122
Caleta de Puerto Saavedra	Fotografía, gastronomía, navegación fluvial, interacción cultural, compras de <i>souvenirs</i> , pesca deportiva	19	0	93	123
Caleta La Barra	Fotografía, gastronomía, navegación fluvial, interacción cultural, compras de <i>souvenirs</i> , pesca deportiva	110	111	18	48
Caleta Los Pinos	Fotografía, gastronomía, navegación fluvial, interacción cultural, pesca deportiva	124	125	32	2
Caleta Queule	Fotografía, gastronomía, navegación fluvial, interacción cultural, pesca deportiva	122	123	30	0

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 6
Características formales

<i>Duración estimada</i>	<i>Un día</i>
Transporte	Vehículo propio, transporte turístico, embarcación
Régimen de pensión	Completa o media pensión
Grupo base	Mínimo seis, máximo diez personas
Zona a recorrer	Caletas de la Araucanía, desembocaduras y lagunas de los ríos Imperial, Toltén y Queule

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 7
Componentes del circuito planificado

Núcleo	La prestación de un servicio en el que se potencie el desarrollo de actividades en contacto directo con los pescadores artesanales de las principales caletas pesqueras del litoral de la Araucanía y en el contexto cultural lafkenche manifestado a través del contacto directo entre los turistas y los residentes locales (guías y anfitriones)
Producto tangible	Medio de Transporte: movilidad en vehículo Tipo de Alojamiento: no incluye (opcional) Actividades: observación del paisaje, interacción cultural, degustación de productos típicos, fotografía, navegación por río, lago o mar
Valor agregado	El principal atributo diferenciador de esta excursión está dado por la posibilidad que tiene el visitante de realizar una visita guiada a las principales caletas de pescadores artesanales del litoral de la Araucanía, junto a habitantes mapuche-lafkenche del sector (guías turísticos), con el objetivo de conocer las actividades de la pesca artesanal en la costa de la Araucanía, vivenciar la vida, y las tradiciones de los hombres que se dedican a extraer productos marinos

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 8
Utilidades del producto (circuitos planificados)

Funcionales	<p>De alimentación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desayunos y raciones de marcha • Almuerzos en base a gastronomía típica • Once (degustación de productos típicos) <p>De transporte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Externo: desplazamientos en vehículo por el borde costero entre las distintas caletas de pescadores artesanales consideradas en el circuito. 2. Interno: movilidad (caminatas) <p>De alojamiento: opcionales.</p>
Simbólicas o vivenciales	El valor psicológico está dado por la posibilidad que tendrá el turista de recorrer, navegar y observar el ambiente natural y cultural propio de las caletas de pescadores artesanales de la costa de la Araucanía

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 9
Requerimientos materiales y administrativos

Requerimientos materiales	<p>Señalización que indique el trazado del circuito y las excursiones en las rutas de la costa</p> <p>Señalización interna en los atractivos y equipamientos vinculados a las actividades turísticas y de servicios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordenamiento y limpieza exterior de lugares y predios en que se realizarán actividades y se prestarán servicios • Habilitación de espacios para las visitas en el lugar de las animaciones culturales • Pequeño botiquín de primeros auxilios para el desarrollo de la excursión
Requerimientos humanos	<p>Uno o más guías para el circuito</p> <p>Personas encargadas de preparar la alimentación</p> <p>Grupo de animadores culturales</p> <p>Boteros para las actividades de navegación</p>
Requerimientos y aspectos logísticos y administrativos	<p>El período de oferta de la excursión será entre los meses de noviembre a abril</p> <p>Frecuencia: diaria</p> <p>El tamaño del grupo será aproximadamente de ocho visitantes en promedio, con dos guías como máximo</p>

Requerimientos y aspectos logísticos y administrativos	<p>Carta de responsabilidades de los participantes en el tour frente a posibles accidentes</p> <p>Cumplimiento de normativas legales vigentes.</p> <p>Conocimiento sobre primeros auxilios por parte de los guías turísticos.</p> <p>Conocimiento sobre técnicas de guiado turístico.</p> <p>Conocimiento sobre higiene y manipulación de alimentos por parte de las personas que los preparen</p> <p>Medio de comunicación entre el ente comercializador y las comunidades que presten servicios</p>
--	---

Fuente: elaboración propia.

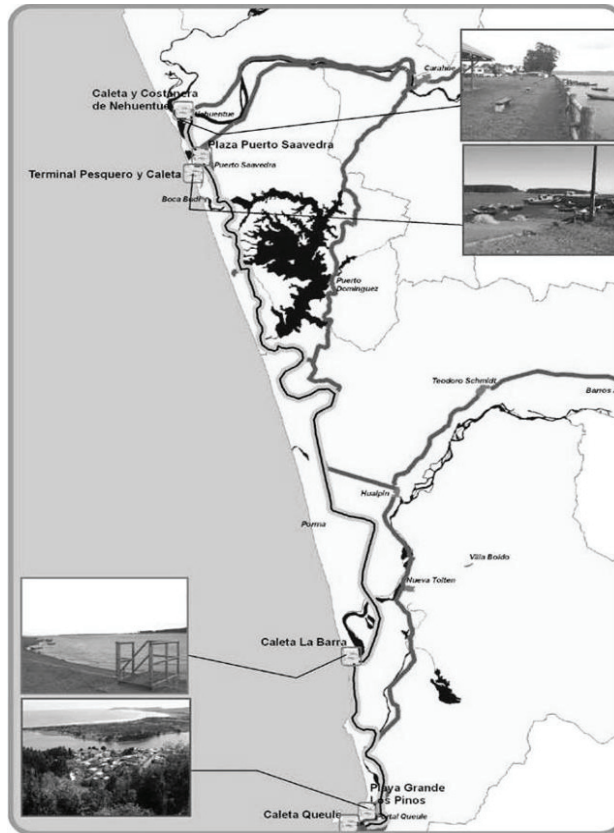
Cuadro 10
Planilla de confección del itinerario

<i>Atractivo o sitio de interés</i>	<i>Actividad</i>	<i>Inicio</i>	<i>Término</i>	<i>Duración estimada</i>
Caleta de Nehuentúe	Fotografía, gastronomía, navegación fluvial, interacción cultural, compras de <i>souvenirs</i> , pesca deportiva	00:00	01:30	1 hora con 30 minutos.
Caleta de Puerto Saavedra	Fotografía, gastronomía, navegación fluvial, interacción cultural, compras de <i>souvenirs</i> , pesca deportiva	01:45	03:15	1 hora con 30 minutos
Caleta La Barra	Fotografía, gastronomía, navegación fluvial, interacción cultural, compras de <i>souvenirs</i> , pesca deportiva	04:15	05:15	1 hora
Caleta Los Pinos	Fotografía, gastronomía, navegación fluvial, interacción cultural, pesca deportiva	05:45	06:30	45 minutos
Caleta Queule	Fotografía, gastronomía, navegación fluvial, interacción cultural, pesca deportiva	07:00	08:15	1 hora 15 minutos
Total	Tiempo total estimado: ocho horas 15 minutos, aproximadamente			
Distancia total del circuito	107 kilómetros, aproximadamente			
Varios	Se recomienda ropa apropiada según condiciones climáticas; protector solar e implementos de seguridad en embarcaciones de caletas, además de cumplimiento de normas de navegación por parte de los tripulantes.			

Fuente: elaboración propia.

Figura 4

Circuito Caletas Pesqueras Artesanales. Borde costero de La Araucanía



Fuente: mapoteca digital del Laboratorio de Planificación Territorial, Universidad Católica de Temuco.

Conclusiones

La necesidad de incrementar el conocimiento y evaluación de los recursos turísticos de un territorio son elementos clave para un desarrollo turístico sostenible. En este sentido, el territorio de la Araucanía costera tiene una vocación turística

que requiere fomento y preservación, tanto del patrimonio natural como del patrimonio cultural, como formas eficientes para lograr la valoración y conservación de los recursos culturales, históricos, artesanales, naturales y antropológicos de un territorio con particularidades e identidad que configuran un destino de privilegio en el ámbito de la Región de la Araucanía.

Actualmente, en el territorio de la Araucanía costera la oferta turística se distribuye de manera desigual. Es notorio el hecho de que Saavedra y Carahue concentran la mayor cantidad de atractivos representativos de la zona, en tanto que otros atractivos de real interés (como las aves migratorias y otros aspectos culturales que van más allá de la oferta de artesanías) permanecen aún fuera de la oferta. Lo mismo sucede con algunas prácticas ancestrales aún vigentes en el Lafken Mapu, como son las actividades de recolección de alimentos marinos, especialmente aquellos lugares de recolección situados en la costa de la comuna de Carahue.

En este mismo plano, la oferta turística de la Araucanía costera requiere de recursos humanos capacitados tanto en temas de naturaleza como en temas culturales, de guiado, de seguridad y de primeros auxilios. Lo anterior, debido a que son los recursos humanos entrenados los que pueden realizar una puesta en valor exitosa de los recursos naturales y culturales. Este es un aspecto que debe ser considerado en los futuros programas y proyectos de fortalecimiento de la oferta de este territorio.

La oferta de servicios turísticos y complementarios también muestra una concentración importante en áreas de las comunas de Saavedra y Carahue, con lo cual el diseño de circuitos asume cierta complejidad, por cuanto no es posible apreciar un mismo nivel de experticia y de calidad en el servicio en todas las comunas costeras, observándose, por razones obvias, un mayor desarrollo relativo en las comunas antes citadas.

Finalmente, la vida y costumbres de los hombres de mar, de los pescadores artesanales, es un recurso que puede ser convertido en un interesante atractivo turístico que permitiría mejorar la oferta turística del circuito, como está siendo logrado hasta hoy en la caleta de Nehuentúe por medio de la integración de emprendimientos de gastronomía típica a cargo de las mujeres y esposas de los pescadores.

Referencias

- Boisier, S. (2003) *El desarrollo en su lugar. El territorio en la sociedad del conocimiento*, Serie Geolibros, Santiago, Chile.

- Boisier, S. (2006) *Imágenes en el espejo: aportes a la discusión sobre crecimiento y desarrollo territorial*, Editorial Puerto de Palos, Chile.
- Boston Consulting Group (2007) *Estudio de competitividad en clústers de la economía chilena*, Consejo nacional de Innovación y Competitividad, Santiago, Chile.
- Delgado C., C. Gil, L. Hortelano y J. Plaza (2003) “Turismo y desarrollo local en algunas comarcas de la montaña cantábrica: recursos y planificación”, *Cuadernos de turismo*, núm. 12, Departamento de Geografía, Universidad de Murcia, España, pp. 7-34.
- Fernández, V. y J. Vigil (2007) “Clústers y desarrollo territorial: revisión teórica y desafíos metodológicos para América Latina”, *Economía, sociedad y territorio*, vol. 6, núm. 24, Universidad Autónoma de México, México, pp. 859-912.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (1999) *Competitividad de la agricultura: cadenas agroalimentarias y el impacto del factor localización espacial*, Cuaderno Técnico N° 18, IICA, San José, Costa Rica.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2003) *Territorios rurales, competitividad y desarrollo*, Cuaderno Técnico N° 23, IICA, San José, Costa Rica.
- Instituto Nacional de Estadísticas (2008) *Turismo, Informe anual 2008*, INE, Santiago, Chile.
- Inman, C. y G. Segura (1998) *Turismo en Centroamérica: el reto de la competitividad*. INCAE/Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible, Tegucigalpa, Honduras.
- Leiper, N. (1990) *Tourism Systems*, Occasional Paper 2, Department of Management Systems, Universidad Massey, Auckland, Nueva Zelanda.
- Leyva, L. y H. Rivas (1997) *Turismo y gestión municipal*, núm. 9 de la Serie de Manuales Didácticos, Asociación Chilena de Municipalidades, Santiago de Chile.
- Lillo A., A. Bañuls, R. Rodríguez y M. Sevilla (2007) “El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico”, *Cuadernos de turismo*, núm. 19, Departamento de Geografía, Universidad de Murcia, España, pp. 47-69.
- Organización de Estados Americanos (1979) *Sexto Curso Interamericano de Planificación del Desarrollo Turístico*, Centro Interamericano de Capacitación Turística (OEA-CICATUR), México.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (1994) *National and Regional Tourism Planning. Methodologies and Case Studies*, Routledge, Londres.

- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2009) “El deterioro de la economía mundial desafía al turismo internacional”, *Barómetro OMT del Turismo Mundial*, volumen 7, no.1 <<http://www.e-unwto.org/content/q34470730612n755/?p=9a74b008b8ec4c1dbfb0e6fd75005861&pi=0>>.
- Pardillas, X. y F. Padín (2004) *La formación de la imagen de un nuevo destino*, Departamento de Economía Aplicada, Universidad de Vigo, Vigo, España.
- Schetjmann, A. y J. Berdegue (2004) *Desarrollo territorial rural*, Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, Santiago de Chile.
- Servicio Nacional de Turismo de Chile (2006) *Informe de Gestión 2006*, Programa Nacional de Conciencia Turística, Sernatur, Santiago de Chile.
- Sforzi, F. (2006) “El distrito industrial y el ‘viraje territorial’ en el análisis del cambio económico”, *Economía industrial*, núm. 359, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid, pp. 37-42.
- Torres, E. (2003) “Una aproximación a la sostenibilidad económica en los procesos de desarrollo turístico”, en: I. Valdés y J. Pérez (dirs.) *Experiencias públicas y privadas en el desarrollo de un modelo de turismo sostenible*, Fundación Universidad de Oviedo, Oviedo, España.

XX

Capital social y turismo en el paisaje agavero

Lucía González Torrerros¹

Introducción

Los efectos del largo proceso de desarrollo son graduales, poco visibles y su manifestación generalmente se estaciona en los planos macroeconómico y global, lo que impide observar los efectos a escalas menores, como la regional o la local.

La concepción de desarrollo con enfoque local trata de aminorar la brecha entre la búsqueda de la mejoría del bienestar, el estímulo de la capacidad productiva y el desarrollo potencial de una economía. Los intercambios de ideas y las reflexiones sobre el tema han sacado a la luz tres denominadores comunes: 1) el papel de la sociedad civil local en la construcción del desarrollo (traducido en capital social, aprendizaje social, control social, descentralización e iniciativas locales), 2) su entendimiento como proceso de cambio social y 3) su carácter endógeno. Esta conceptualización supone el desarrollo de nuevas propuestas construidas sobre la base filosófica de la “acción práctica”, enfoque que considera al entorno local como un factor de desarrollo.

En el caso que aquí se aborda, las interrelaciones desencadenadas por la propuesta de ‘turistización’ en el paisaje agavero ofrece diversas expectativas para el desarrollo local. En el primer apartado se enfatizan los componentes

1. Universidad de Guadalajara, México. Correo electrónico: lucia_torreros@yahoo.es.

sociedad local y capital social en el tratamiento del desarrollo local; posteriormente se presenta a la actividad turística como un nuevo eslabón de la cadena productiva agave-tequila.

Desarrollo local: sociedad local y capital social²

Una postura recurrente es definir “lo local” como un recorte cualquiera, delimitado a partir de una característica electiva que define su identidad desde una visión subjetiva y de criterios de agregación. Esta postura es más frecuente en los procesos de planeación, particularmente los que se realizan en ámbitos turísticos. Sforzi, desde la perspectiva teórica que construye a partir del distrito industrial, considera a lo local como la unidad de análisis, lo asocia con la idea de “lugar de vida” y se refiere a él no solo como el ambiente productivo, sino como una “porción del territorio definida y circunscrita, donde vive un grupo humano, donde se encuentran las actividades económicas con las que los habitantes se ganan la vida y donde se establecen la mayoría de las relaciones cotidianas” (Sforzi, 2007: 35).

Existe, por lo tanto, la posibilidad de identificar lugares de vida —resultantes de la interacción organizada y coordinada históricamente— de familias, empresas e instituciones. Arocena (1995) y Sforzi (2007) coinciden en que, desprovisto del componente histórico, el análisis de lo local limita cualquier acción orientada a la búsqueda de la sustentabilidad. Esto sucede particularmente en los estudios turísticos que ignoran el componente simbólico de lo que ha acontecido a lo largo de un proceso histórico y, por lo tanto, adquieren un carácter ‘sectorializado’, atemporal y ‘desterritorializado’ que, en el mejor de los casos, adosan a la historia un carácter museístico y patrimonialista.

Es necesario insistir en que el contexto histórico y social posibilita la identificación de las capacidades y recursos —tanto públicos como privados— del ámbito local, así como el impulso de programas estratégicos orientados a construir un proyecto territorial. Sin embargo, la presencia de proyectos individuales

-
2. Sforzi (2007: 29) propone consolidar el cuerpo teórico del desarrollo local desde un enfoque interdisciplinar; sin embargo identifica una limitante —que califica como crítica—: la concepción del desarrollo local se ha convertido en una estrategia política incluso antes de su consolidación teórica. En el discurso teórico sobre el desarrollo local es recurrente el tema de la necesidad de un cambio institucional (proceso de cambio institucional, reingeniería institucional, afecciones y entramado institucional, desarrollo institucional e institucionalidad del poder político y capital institucional), aspecto que adquiere un rol protagónico en la construcción del capital social.

o empresariales, o su sumatoria, no son suficientes para generar ese proyecto de desarrollo del territorio, ya que la individualidad conlleva cuotas importantes de exclusión y competencia; la colectividad en cambio, supone cooperación, inclusión y reciprocidad, elementos que favorecen la construcción de capital social.

De acuerdo con la visión marshalliana, el sistema local deja de ser el escenario en el que se desarrolla la acción y pasa a ser sujeto de la acción; se establece principalmente como un sistema de relaciones que constituyen un patrimonio construido socialmente. Se fija la atención en la evolución de un lugar —que tiene su base en las fuerzas locales o externas— y de la participación de la política, en vez de la difusión del desarrollo de un sitio a otro, como la mancha de aceite propuesta por los enfoques tradicionales de desarrollo, emparentados principalmente con la idea de crecimiento económico e ignorantes de las relaciones empresa /actividad económica /sociedad local. Así pues, el sistema local es el lugar en el que se concretizan las relaciones y el conocimiento que retroalimentan el sistema productivo. Sforzi señala a este esbozo de sistema local como el punto medular que permite la corrección y replanteamiento del enfoque tradicional de desarrollo (Sforzi, 2007).

El sistema local es, entonces, una realidad social y económica que se interpreta mediante un referente territorial en el que interactúan las economías de la producción tanto internas como externas del plano empresarial. En esta dinámica se presentan como determinantes las connotaciones productivas de la empresa y las sociales de la población, influida por la cultura social y por las instituciones que prevalecen en el ámbito local. Sforzi resalta la importancia de que la empresa, cualquiera que sea el origen de su constitución —local o externo—, participe en el proceso de aprendizaje colectivo, estableciéndose en la localidad:

De hecho, para que una empresa forme parte del sistema local no es suficiente que esté allí localizada, sino que tiene que integrarse en la red de interdependencias no mercantiles que allí se llevan a cabo y que lo constituyen (Sforzi, 2001: 26).

Fundamentado en una actuación alineada a las reglas locales, este nuevo entendimiento permitió identificar que el impulso al desarrollo debe buscarse en el entorno local y no en el entorno sectorial de una empresa —como podría ser el de la empresa turística—, como durante décadas sugirió el enfoque tradicional. La lectura que realiza Arocena (1995) se fundamenta en el desarrollo de una lógica “territorial-horizontal” que impulse la concertación entre instituciones públicas y privadas, con cierta estabilidad temporal para construir una red global. Esta lógica o dimensión territorial se recompone a partir de la creación de lugares en los que un conjunto de actores locales se movilice —de manera horizontal— en

torno a un problema común. Sin embargo, se aclara que esta posición común para alcanzar un objetivo no siempre obedece a consensos unánimes, sino que, por el contrario, su fragilidad obliga a la construcción permanente de un proceso de negociación. El papel que desempeña el municipio es crucial para articular intereses y coordinar las esferas de la administración pública y de la negociación empresarial.³

Un territorio con determinados límites es entonces “sociedad local” cuando es portador de una identidad colectiva expresada en valores y normas interiorizados por sus miembros, y cuando conforma un sistema de relaciones de poder constituido en torno a procesos locales de generación de riqueza. Dicho de otra forma, una sociedad local es un sistema de acción sobre un territorio limitado, capaz de producir valores comunes y bienes gestionados localmente⁴ (Arocena, 1995).

Existe una polémica sobre el papel del capital social en el contexto del desarrollo. Una de las posturas se advierte ya en el planteamiento de Rist cuando habla de la tendencia creciente de incluir en el discurso del desarrollo la dimensión social. Este autor resalta la importancia del fortalecimiento de este tipo de capital para alcanzar el nivel de desarrollo ‘ideal’ con base en un imaginario interpuesto por los países occidentales, y apoyado en gran medida por instituciones como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Banco Mundial. Sin embargo, Rist deja entrever el carácter utilitario que se le ha dado a este componente, ya que los países que han alcanzado el desarrollo han visto cómo decrece y se debilita su capital social (Rist, 2000).

La mayoría de los trabajos sobre el capital social apuntan a James S. Coleman y Robert D. Putnam como referentes principales. Coleman (2000) se interesa por la importancia que adquieren las obligaciones mutuas, las normas sociales y las relaciones de confianza e insiste en que el capital social es definido por su función dentro de la estructura social, es productivo y, al igual que el ca-

-
3. A partir de este planteamiento, Arocena (1995) subraya que una sociedad local no necesariamente debe coincidir con una porción del territorio nacional específicamente delimitada, ya que su definición obedece en mayor medida a las condicionantes socioeconómicas y culturales. La primera de ellas es el sistema de relaciones de poder y riqueza generada localmente; la segunda, la existencia de identidad colectiva, que se manifiesta en la capacidad real de emprender un proyecto común alimentado de la capacidad de desarrollar iniciativas propias.
 4. Esta valoración resulta bastante útil si se sintoniza con el análisis de la sustentabilidad. La existencia de una sociedad local, en los términos que propone Arocena, constituye una condicionante para que el proceso de desarrollo emprenda el rumbo hacia la sustentabilidad, ya que ésta no puede darse en el plano económico y sociocultural si carece de una sociedad local identificada con un proyecto común.

pital humano, es menos tangible que los otros tipos de capital. Mientras que el humano toma cuerpo mediante el conjunto de habilidades y conocimientos que les permite a las personas afrontar el cambio y actuar de una forma diferente, el social lo hace a través de las relaciones entre las personas.

Adicionalmente, Coleman apunta que el capital social puede ser considerado un bien colectivo del que nadie puede apropiarse —como sí sucede con el capital económico— y, por el contrario, existe la posibilidad de un beneficio común que fortalece los lazos sociales que, a su vez, facilitan el crecimiento de los otros tipos de capital. Esto conduce a De Vylder a afirmar, sin duda alguna, que: “*It is a society’s accumulation of social capital that is typically the key to a more human and sustainable form of development*” (citado en Rist, 2000: 141, cursivas añadidas). La función del capital social indica, por lo tanto, una relación estrecha con otros referentes principales: confianza, reciprocidad, expectativa y obligación, como elementos de las relaciones que se dan al interior de las estructuras sociales.

De Vylder asegura —de la misma forma que Putnam lo hiciera con anterioridad— que, pese a que la competencia es positiva para la teoría económica, también es necesario subrayar las virtudes de la cooperación, que actúa como complemento de la primera, al mismo tiempo que facilita el desarrollo de la confianza y esta, a su vez, permite predecir conductas y comportamientos, adosa continuidad, disminuye costos de transacción y favorece el clima de inversión. El mismo De Vylder señala la importancia del respeto a las tradiciones, pues ellas dan cuerpo a la cohesión social:

Sustainable human development begins with people, and their culture and traditions. While existing norms and values may, or may not, be conducive to development—there is no need to romanticize everything that is old—they form the point of departure, and are regarded as assets rather than liabilities (citado en Rist, 2000: 142, cursivas añadidas).

A este respecto, Sforzi añade que a la eficiencia del sistema local hay que buscarla en las características del capital social —entendido éste como el “conjunto de instituciones (organizaciones) locales que favorecen y garantizan la cooperación” (Sforzi, 2001: 31)— y en las capacidades de estas instituciones para secundar el cambio.

Como resultado de su análisis de los estudios de Coleman, Putnam y otros, Rist (2000) estima conveniente precisar tres elementos clave en los estudios del capital social:

- a) Conviene distinguir entre capital formal e informal como niveles de análisis. El primero de ellos se refiere a las “instituciones sociales con cierto grado de

oficialidad en su estructura” (Putnam, citado en Pérez, 2005: 62), en tanto que el capital informal “es producto de la espontaneidad, la afectividad y la cordialidad” (Ídem). En palabras de Putnam, el primer tipo de capital surge de una organización comunal que da origen a relaciones sociales cuya estructura interna es definida por la comunidad, lo que le confiere un nivel mayor de aceptabilidad. El segundo es determinado por el valor que la población local otorga al territorio y condiciona su modo de vida —apego territorial e identidad— y sus relaciones sociales —espontáneas y de apego y familiaridad—.

- b) Las normas de reciprocidad y los valores cívicos del nivel macro que se agregan a la ‘asociatividad’ identificada en los niveles micro y medio. Es preciso establecer el universo, pues su indeterminación puede impedir el análisis empírico.
- c) Resalta la importancia de distinguir entre capital social positivo y capital social negativo, como el que se genera al interior de y entre las células del crimen organizado.

En todo esto destacan las relaciones formales de confianza y cooperación, la ‘asociatividad’ formal y el marco institucional, normativo y de valores. Adicionalmente, conviene aceptar que es posible la existencia de diferentes niveles de capital social.

Turismo: el nuevo eslabón en la cadena agave-tequila

La región tequilera. Una combinación de factores económicos y sociales

La relación de Tequila con su región y su dependencia de la ciudad de Guadalajara, así como su tradición económica en torno a la producción de la bebida, se constata en diversas fuentes históricas. Desde tiempos de la Colonia, las condiciones geográficas de la región propiciaban el cultivo del agave y la fabricación del vino mezcal.⁵ Los requerimientos climáticos de la planta favorecieron su cultivo; sin embargo, las mejores tierras correspondían en propiedad a los

5. Diversos documentos coinciden en que la primera fábrica fue instalada en 1600 por don Pedro Sánchez de Tagle, marqués de Altamira, quien introdujo el cultivo y destilación del mezcal para producir tequila. Tras varias décadas de producción clandestina, casi al finalizar el periodo colonial se le otorga a José María Guadalupe Cuervo la primera licencia concedida por Carlos IV para el establecimiento legal de una destilería de vino mezcal.

españoles y criollos, por lo que pronto tuvieron el monopolio de la fabricación y, ya a finales del siglo XVII, se producía más de lo que se consumía local y regionalmente.

La industria del tequila ha presentado desde entonces altibajos en su producción y comercialización, así como un tránsito intermitente entre la legalidad y la clandestinidad. En el libro *El Paisaje Agavero y las antiguas instalaciones industriales de Tequila* (Cámara Nacional de la Industria Tequilera, 2004-2005) se señala esta clandestinidad como una fuente de riqueza colonial: su producción era tan sustancial en términos económicos que fue determinante en el proceso de consolidación de la capital de la Nueva Galicia. Durante el siglo XVIII, el consumo de esta bebida se extiende hacia el centro del país —las ferias jugaron un papel importante en la difusión de su consumo— y al puerto de San Blas, a través del Camino Real, y desde ahí hacia el norte del país. Esta bebida fue el primer producto de exportación de la Nueva Galicia.

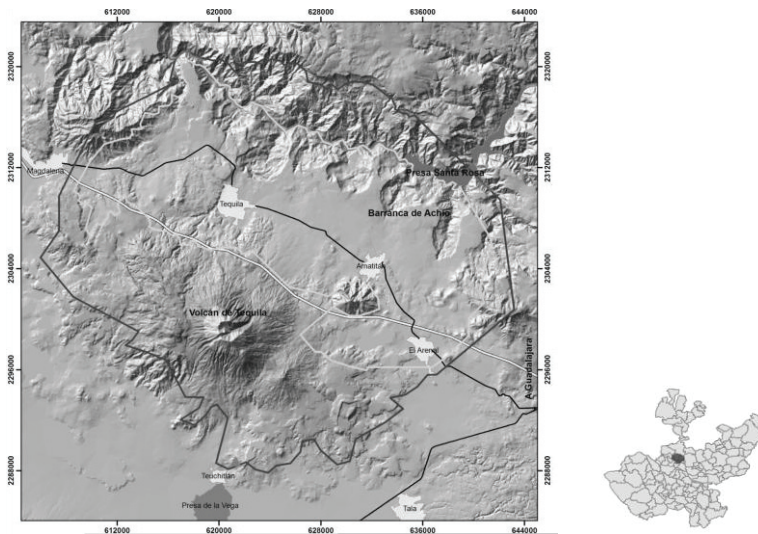
La región Valles es una de las 12 en que se divide el estado de Jalisco. Se localiza al occidente de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) y la componen 14 municipios, entre ellos los cinco considerados en la zona agavera.⁶ La parte norte del volcán, la que corresponde a la región del pasaje agavero, presenta características diferentes a las del resto de la región Valles.⁷ El *Plan de Manejo del Paisaje Agavero y Antiguas Instalaciones Industriales de Tequila* (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2005) ofrece una delimitación en la que no aparece explícitamente la definición de unidades de paisaje; no obstante, una lectura precisa permite establecer con claridad los accidentes geográficos más representativos, a partir de los cuales es posible identificar tres grandes unidades que Cabrales y González (2008: 385) denominan:

-
6. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2005), la población total de los municipios de la región del Paisaje Agavero es de alrededor de 93,700 habitantes —considerando la totalidad de localidades de los municipios—, de los cuales 47,272 residen en las localidades principales: Tequila, El Arenal y Amatitán. Tan sólo la población de la cabecera municipal de Tequila es de 26,809 habitantes. Un cálculo más preciso hace pensar que la población de la región del paisaje alcanza 55,000 residentes.
 7. Valenzuela señala que los terrenos agaveros se ubican entre los 800 y los 2000 metros sobre el nivel del mar y reciben en promedio de 600 a 800 mililitros de precipitación pluvial entre junio y octubre, y anualmente de 600 a 1200 mililitros. Una precipitación menor deriva en cosechas de baja calidad. Basado en la cuestión altitudinal, el autor llega a una zonificación natural del cultivo que bien podría ser considerada en el plan de manejo: La zona de la barranca (de 800 a mil metros sobre el nivel del mar), las partes bajas (de mil a 1300), las partes intermedias (de 1300 a 1700) y las mesetas altas (de 1700 a 2100) (Valenzuela, 2003: 66 y 73).

- a) El Complejo Volcánico de Tequila, entre las cotas 2,900 y 1500 metros, ámbito en que domina una formación vegetal de bosque templado.
- b) Las Mesas Agaveras, entre las cotas 1,500 y 1,100 metros, donde se configura el típico manto azul agavero que, en algunos sectores situados en el suroeste del perímetro, cohabita principalmente con plantaciones de caña (Núcleo Uno de la declaratoria de protección)
- c) Barranca del Río Santiago, entre las cotas 1,100 y 600 metros de altitud, territorio cubierto de bosque tropical caducifolio.

Figura 1

Ubicación de la zona del pasaje agavero. Perímetro de protección, zonas núcleo y área de amortiguamiento



Fuente: González (2010: 25).

Los mismos autores señalan que las características del paisaje exigen un tratamiento integral y sistémico, enmarcado por las condicionantes geográficas establecidas. Entre la cúspide del Volcán de Tequila (a 2,900 metros sobre el nivel del mar) y la cortina de la presa Santa Rosa en la barranca del río Santiago (a 640 metros sobre el nivel del mar) existe una diferencia de altitud de 2,260 metros en apenas 19.5 kilómetros de distancia en línea recta, lo que evidencia la amplitud de contrastes ambientales (seis ecosistemas) en una pequeña porción

territorial. El paisaje ofrece zonas de contacto entre plantíos de maíz y caña, los cuales parecen ceder paulatinamente el paso al agave, y los cambios de color y la textura visual del campo permiten apreciar con claridad la transición de cultivos.

Las actividades económicas tradicionales de la región se encuentran fuertemente vinculadas con la tierra: la agricultura (caña, maíz y agave principalmente) ha definido históricamente el paisaje actual. Sin embargo, poco a poco aparecen en la escena productiva nuevas actividades, como el turismo, originado en gran parte por el valor cultural y natural, pero también por la cercanía física de la región con la ZMG, lo que genera desplazamientos desde el centro de población con fines recreativos y recientemente residenciales (turismo de proximidad). La minería, sobre todo en el municipio de Magdalena, es otra actividad que ofrece nuevas oportunidades, asociada también, en buena medida, con la difusión del producto y el potencial turístico.

En la región del pasaje agavero, el producto turístico que ha recibido una mayor difusión y apoyo es la actividad tequilera. A continuación se presenta un bosquejo de lo que esta actividad significa económica y culturalmente para la región. La reflexión parte de la creciente demanda que ha tenido esta bebida en el ámbito nacional e internacional, situación que se refleja directamente en el proceso productivo del agave y en la tensión que existe entre los agaveros por la caída de los precios de la materia prima, elemento básico del este paisaje.

Figura 2

Cartel ubicado en el ingreso al poblado de El Arenal, Jalisco, por la carretera Libre



Fotografía de la autora, junio de 2007.

El valor singular de la región tequilera ha contribuido a forjar una asociación imaginaria e identitaria de lo mexicano. El cine mexicano asoció al tequila con la hombría y el nacionalismo, pero también con la pobreza y con el campesino. Cabrales y González manifiestan que:

La fórmula para revalorizar paisajes de naturaleza agraria es sencilla, pero no siempre se consigue: asociar el producto al territorio. En este caso la identificación internacional del tequila ha facilitado el proceso de reconocimiento de su paisaje, pero también ha demandado arduas gestiones y capacidades innovadoras. (2008: 375-376).

El tequila fue el primer producto mexicano en obtener una denominación de origen en 1974, a partir de lo cual se han generado diversas normas sancionadas nacional e internacionalmente, encaminadas a arbitrar su calidad. Tanto la gestión del decreto de protección a la Denominación de Origen del Tequila (DOT)⁸ como la creación del Consejo Regulador del Tequila, A.C. (CRT), fueron iniciativas promovidas en principio por la Cámara Regional de la Industria del Tequila (CRIT) y, posteriormente, por la Cámara Nacional de la Industria Tequilera (CNIT), que opera en Guadalajara desde el año 1959. Estos son ejemplos del capital social presente en la región.

Como señala Jorge A. Llamas (1999), la producción tequilera ha transitado entre épocas de bonanza y escasez, lo que ha creado repetidos escenarios de incertidumbre. La ley de la oferta y la demanda ha puesto a los agaveros en situaciones diametralmente opuestas: precios de entre 16 y 17 pesos el kilogramo en épocas de escasez (2000-2002) frente a precios de uno a dos pesos en periodos de abundancia (2006-2007).⁹

En la actualidad, el CRT reporta un inventario de millones de plantas de agave y más de 1,200 marcas de tequilas (en sus modalidades tequila y tequila cien por ciento; blanco, joven, añejo y reposado).

8. La definición de la comarca tequilera ha sido sumamente complicada. La totalidad del territorio de Jalisco es considerada en la DOT. A los 125 municipios se le suman 8 municipios de Nayarit, 30 de Michoacán, 7 de Guanajuato y, localizado fuera de la región tradicional de producción de agave, 11 municipios de Tamaulipas. Ello arroja un total de 181 municipios (Consejo Regulador del Tequila, 2009 y 2010).

9. En enero de 2008, el Consejo Regulador del Tequila tenía un inventario de 513 millones de agaves en toda la región de la DOT. De ellas, 85.3 por ciento se plantaron en el estado de Jalisco. Durante 2009 se produjeron 249 millones de litros de tequila y tequila cien por ciento, para lo cual se consumieron 924.8 millones de plantas de agave. Se exportaron 136.4 millones de litros de tequila (37.4 millones de litros de tequila cien por ciento y 99 millones de tequila) a diversos países del mundo (CRT, 2008-2010).

Figura 3
Protesta de agaveros en el poblado de Tequila, Jalisco (2009)



Fotografía de la autora, marzo de 2009.

Diversos investigadores coinciden en la necesidad de evitar el monocultivo de agave y privilegiar múltiples tipos de productos agrícolas. Esta idea parece contravenir el interés de mantener una mayor extensión con plantíos de agave para conservar el paisaje; sin embargo, los cultivos de maíz y caña son tan añejos como el mismo agave y constituyen elementos considerados en la argumentación para la declaratoria y, al mismo tiempo, permiten una mayor salud del suelo (y, por añadidura, de las plantas de agave).

El CRT señala que la falsificación y la “piratería” son algunos de los problemas más graves que afectan a la industria tequilera. Por ello, a través de sus oficinas en México y otras naciones (Estados Unidos, Bélgica, España y China), el organismo monitorea la producción, certifica los productos y verifica el cumplimiento de la norma. Incluso ha llegado a iniciar procesos legales en algunos países contra productos apócrifos resueltos favorablemente para México, lo que ha dado como resultado la firma de tratados, convenios o acuerdos. Esto es un ejemplo de lo que puede lograrse con un capital social consolidado cuando existen objetivos y esfuerzos claros y comunes.

Así pues, es indispensable una visión integral del paisaje que tome en cuenta las interacciones de los factores económicos y culturales. El surgimiento de estrategias de revalorización de los recursos regionales como potencial turístico responde a la inquietud por abrir nuevos espacios de oportunidad para incidir favorablemente en el desarrollo:

si es que se consigue perfilar y gestionar un modelo de desarrollo congruente con los intereses locales. En la coyuntura actual la economía agroindustrial debe tender un puente hacia la economía de la cultura y los servicios bajo un modelo que articule favorablemente las escalas local y global (Cabrales y González, 2008: 383).

Como se ha señalado, el énfasis en lo local —sociedad, cultura y capital social— induce procesos mejor conectados con la sustentabilidad. Por ello merece la pena continuar con la exploración y evaluación crítica del modelo de desarrollo turístico que se impulsa desde diversos organismos públicos y privados.

El proceso de ‘turistización’: conjunción de iniciativas

Como se señaló en el apartado anterior, las condiciones económicas y sociales de la industria del tequila ofrecen ya algunas expectativas para el fortalecimiento del capital social regional. La disposición hacia la asociación para resolver problemas y enfrentar retos es un aspecto presente en el territorio del tequila. Las siguientes iniciativas constituyen la espina dorsal de un proyecto de ‘turistización’ que recibe impulso simultáneo desde el aparato público y la iniciativa privada (González, 2010).

Guachimontones (zona núcleo 2 del pasaje agavero) (origen: público. Secretaría de Cultura, Instituto Nacional de Antropología e Historia, sede Jalisco, municipio de Teuchitlán).

A poco más de un kilómetro de la población de Teuchitlán, y a 45 kilómetros de la ZMG, *el sitio arqueológico Guachimontones* es una “nueva” zona arqueológica de 90 hectáreas. Constituye uno de los vestigios más importantes del occidente de México, pues ofrece nuevas lecturas de la historia prehispánica regional.

Desde 1970 se han descubierto más de 43 sitios distribuidos en toda la región Valles, elementos patrimoniales que pueden despertar el interés turístico. En 1999 comienzan las labores de rescate y preparación para la visita. El sitio convoca a un creciente número de visitantes (una afluencia estimada por gestores de la Ruta del Tequila de 300,000 visitantes durante 2008). Hoy en día cuenta con estacionamiento, alumbrado público y accesos en buenas condicio-

nes. En la Casa de la Cultura municipal puede visitarse un museo con vestigios encontrados en la región. El sitio cuenta con su propio plan estratégico y con recursos económicos adicionales a los otorgados al conjunto del pasaje agavero. Sin embargo, una gestión ineficiente ha provocado algunos problemas financieros y puesto en riesgo el avance en las investigaciones, el rescate del sitio y, por supuesto, el uso turístico de este elemento del patrimonio.

Las rutas turísticas

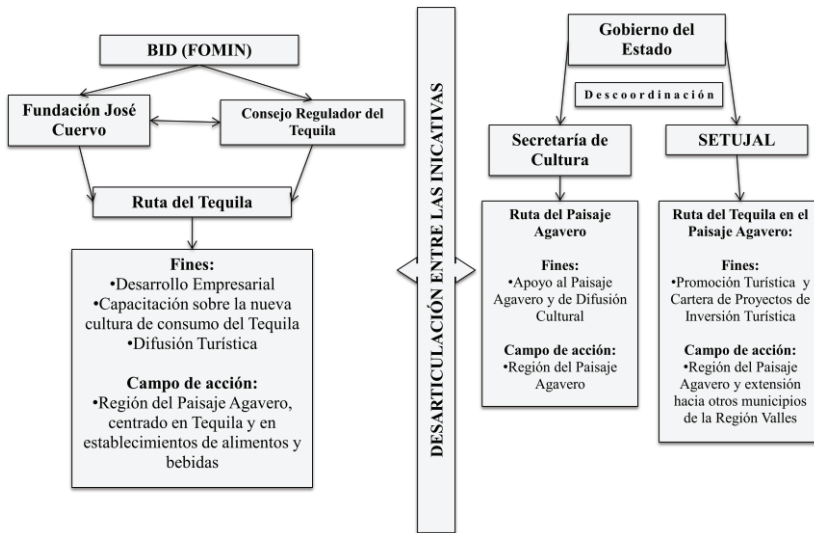
1. La Ruta Turística del Paisaje Agavero (origen: público. Secretaría de Cultura). Nace de la Secretaría de Cultura del estado de Jalisco con el objeto de difundir el patrimonio cultural de la región y constituye una síntesis del trabajo documental emprendido para la argumentación y evaluación del pasaje agavero. Forma parte de un proyecto editorial de rutas turístico culturales en el estado.
2. La Ruta Turística del Tequila (origen: privado. Consejo Regulador del Tequila). Se define como una ruta temática articulada por atributos culturales y naturales que ofrecen (actual y potencialmente) el desarrollo de servicios turísticos y que persigue los siguientes fines y objetivos:
 - a) Contribuir a aumentar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (turísticas y sectores relacionados) de la región de Tequila y la implementación del Plan Estratégico de Desarrollo de la Región Tequila.
 - b) Desarrollar, bajo el concepto de Ruta del Tequila, una red de al menos, 300 empresas para el impulso del turismo. Paralelo a esto la capacitación para la obtención del Distintivo TT (Turismo-Tequila).
 - c) Derivado de estos objetivos, el producto turístico estaría orientado a construir productos desde la identidad propia del destino, facilitar la comercialización conjunta de toda la zona y garantizar el nivel de satisfacción del visitante (calidad) para impulsar el desarrollo económico y social integral.

La formalización de la ruta quedó establecida con la firma del convenio con el Fondo Multilateral de Inversiones (Fomin) del Banco Interamericano de Desarrollo, que invirtió en el proyecto 1.5 millones de dólares estadounidenses, monto que facilitó la incorporación de la Fundación Cuervo con una cantidad similar. La responsabilidad de gestionar el proyecto recae en el Comité Directivo, integrado en principio por representantes del CRT y de la Fundación José Cuervo. Otro mecanismo para la formalización es la creación del Consejo Turístico para la Ruta del Tequila, constituido por los

principales actores de esta cadena productiva del agave-tequila —cuyo nuevo componente es, precisamente, el turismo— incluyendo representantes de instituciones públicas y privadas para asegurar el soporte financiero, técnico y político.

- 3) La Ruta Turística del Tequila en el Paisaje Agavero (origen: público. Secretaría de Turismo de Jalisco, Fondo Nacional de Fomento al Turismo, Fondo Jalisco de Fomento Empresarial). Planteado como una potencial cartera de inversión, este proyecto contempla recursos por 50 millones de pesos para el otorgamiento de microcréditos. Las autoridades han propuesto dos horizontes temporales para el logro de sus objetivos y alcances de sus metas: en el año 2015 se habrán creado 1,500 nuevos empleos y para 2030 se estiman 400 empleos más y una inversión ejercida (de origen público y privado) de 5 mil 600 millones de pesos.

Figura 4
Dinámica de las iniciativas “rutas del tequila”



Fuente: González (2010: 210).

El Tequila Express

(Origen: privado. Casa Herradura, Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Guadalajara y Ferrocarril Mexicano, S. A. de C. V.). Es un intento pionero de convertir la zona de Tequila en un destino turístico a través de una oferta cultural innovadora; un atractivo complementario para la ZMG para incrementar su competitividad.

En diez años (de 1997 a 2007) el Tequila Express ha movido un promedio anual de 25,000 personas y “está considerado entre los 5 mejores trenes turísticos del orbe”¹⁰. El fomento a la Ruta del Tequila (que incluye el poblado de Amatitán) se realiza considerando desplazamientos terrestres por carretera o algunas formas alternativas de transporte, como la bicicleta; aunque se corre el riesgo de quedar fuera de la ruta turística que tendrá como base del producto turístico los mismos elementos que promociona el Tequila Express. La estancia promedio es de algunas horas, ya que no fomenta el hospedaje en el destino; de hecho, el contacto con la población de Amatitán es prácticamente nulo. Los empleos generados en la comunidad son pocos y de poca remuneración. Pese a ello, es puesto como ejemplo de “club de producto” por la Secretaría de Turismo.

Mundo Cuervo (Origen: privado. Área de negocios de la empresa José Cuervo).

Nace formalmente en el año 2003. Sin embargo, desde 1997 fungió como sede del Tequila Express. El objetivo principal de esta área de la empresa José Cuervo es ofrecer visitas articuladas bajo modelos inspirados en el turismo enológico europeo y del Valle del Napa en California, para lo cual fueron invertidos durante los dos primeros años 20 millones de dólares.

La empresa tequilera ha tenido una participación determinante en el proceso de institucionalización del turismo en la región. Destaca su despeño en la incorporación de Tequila en el programa “Pueblos Mágicos” y en la creación de la “Ruta del Tequila”. De la misma manera ha contribuido en el proceso de documentación y evaluación del pasaje agavero. Los proyectos previstos a consolidar la función turística se presentan en tres líneas fundamentales: el regreso del Tequila Express con su propia estación en Guadalajara y en Tequila, la construcción de un hotel boutique y la creación del Museo de Arqueología del

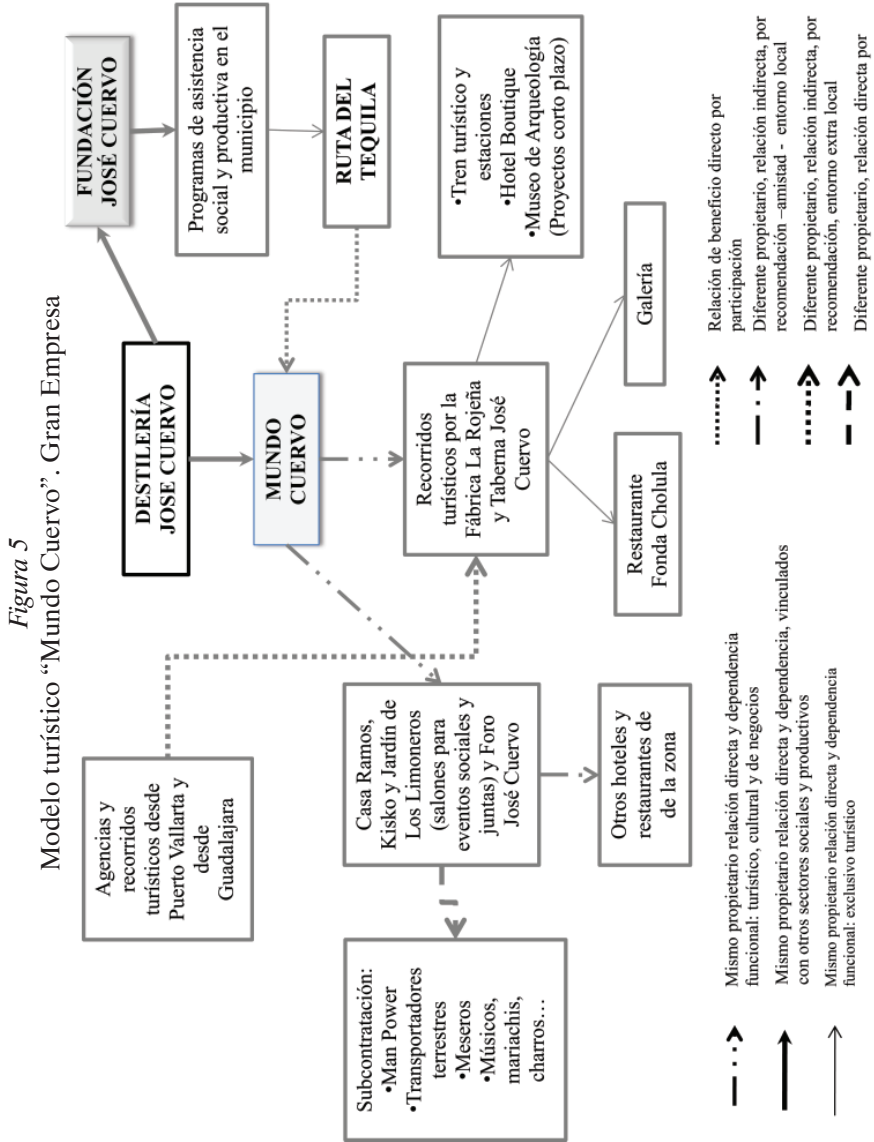
10. Entrevista realizada a Esta información fue recabada a través de la entrevista focalizada que nos concedió Francisco Zelaya, Presidente de Tequila Express el 03 de diciembre de 2007 en la sede operativa que forma parte de la CANACO.

Occidente. Su extensiva presencia física en el poblado ha provocado dos efectos: la mejoría de la imagen urbana por el valor y calidad de las construcciones de su propiedad y, por otro lado, el incremento de los precios de inmuebles en la zona aledaña. Es señalada como la empresa mejor ubicada en el *ranking* turístico regional.

La figura 5 ejemplifica el modelo empresarial predominante en la región, reproducido a escala distinta por la Casa Herradura en Amatitán y por La Cofradía en Tequila. Ante el poder oligopólico de las casas tequileras, su participación en el negocio turístico comienza a desarrollar las mismas patologías de ocupación de mercado. Sus necesidades, intereses y orientación les impiden generar relaciones de cooperación con entidades económicas de menor escala.

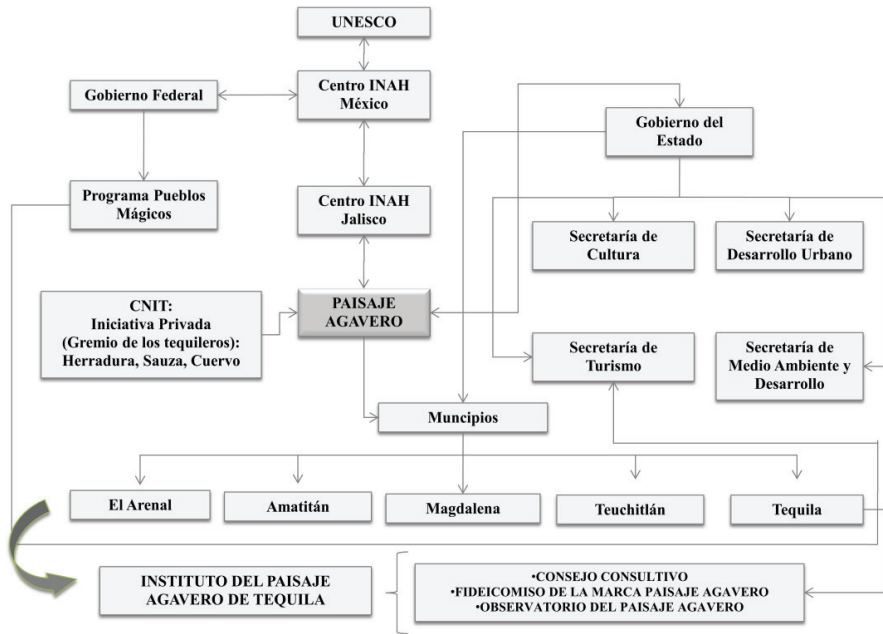
El paisaje agavero

(Origen: público-privado. Instituto Nacional de Antropología e Historia, Cámara Nacional de la Industria Tequilera, Gobierno del Estado de Jalisco). Declarado en 2006 Patrimonio de la Humanidad, en la categoría Paisaje Cultural por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés), el pasaje agavero (y las antiguas instalaciones industriales del tequila) representa el único ejemplo de esa distinción no solo en México, sino en todo el territorio continental de América. Cuenta con una extensión de más de 86,000 hectáreas contenidas en dos zonas núcleo (Mesas Agaveras y Guachimontones) y la zona de amortiguamiento, limitado por la barranca del río Santiago y por el volcán de Tequila. Durante el año 2009 recibió un apoyo presupuestal de 90 millones de pesos, que se han traducido principalmente en acciones de dotación de equipamientos (miradores y centros de interpretación) y señalética para la interpretación del paisaje y sus componentes. Si bien se ha posicionado como la propuesta estrella del producto turístico estatal y comenzado con un fuerte apoyo por parte de las entidades públicas y privadas involucradas, el proyecto se ha ido realizando de manera parcial, en distintos momentos y lugares y con distinta intensidad. Las labores de convencimiento y sensibilización y la ausencia de una perspectiva territorial que vaya más allá del discurso, han sido los principales impedimentos para su consolidación.



Fuente: González (2010: 277).

Figura 6
Interrelaciones del paisaje agavero



Fuente: González (2010: 201).

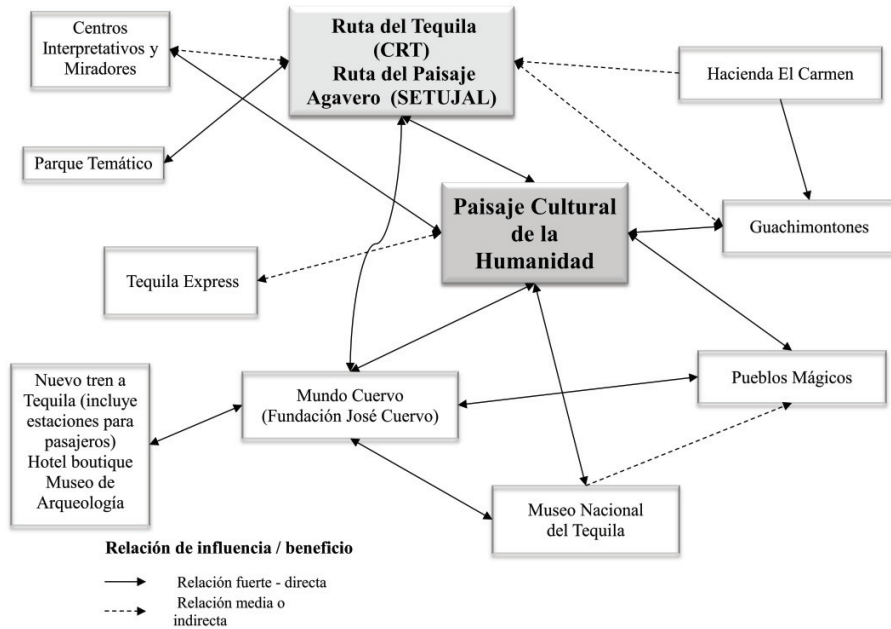
La figura anterior representa las principales interacciones del paisaje agavero con las entidades públicas y privadas. Como se puede apreciar, constituye un sistema regional que impulsa desde diferentes niveles e instancias la ‘turistización’ de la región, particularmente en las áreas de turismo rural, ecoturismo y turismo cultural. Sin embargo, su Plan de Manejo carece de una propuesta de articulación y tratamiento de unidades de paisaje específicas y la participación de la población es considerada solo tangencialmente (limitada a la dotación de mano de obra en calidad de guardiana del paisaje). No obstante, su planteamiento general en torno a la creación del Instituto del Paisaje representa una gran oportunidad de llegar a tener un proyecto territorial.

De esta manera, se han presentado las principales iniciativas que influyen de alguna manera en la consolidación de la propuesta turística en la región del

paisaje agavero. La Figura 6 a continuación contiene las principales interrelaciones entre ellas.

Figura 7

Modelo de turismo regional. Articulación entre iniciativas públicas y privadas



Fuente: elaboración propia, con base en trabajo de campo.

Conclusiones

Si bien es cierto que el turismo en la región ha recibido apoyo oficial desde hace ya varias décadas, el reciente posicionamiento de la comarca tequilera como espacio turístico es resultado de una serie de iniciativas públicas y privadas de diversa escala territorial que han provocado sinergias. Pese a la gran extensión que comprende la DOT, la zona de mayor reconocimiento se ubica en la comarca que ostenta el nombre de “Tequila”, donde adquiere estructura

de monocultivo y cuyo punto fuerte es la población del mismo nombre (además de El Arenal y Amatitán). En el proceso de ‘turistización’ convergen diversos agentes e iniciativas fortalecidos por el poder mediático, cuya presencia permitió poner en la escena pública el patrimonio regional que en 2006 fue declarado por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad, en la categoría Paisaje Cultural.

Los planteamientos presentados son medulares para la propuesta turística en la región. Sin embargo, pese a la presencia de acciones y actores que han impulsado su desarrollo y contribuido a la construcción de capital social, todavía no surgen redes de cooperación —tan importantes para el desarrollo, la competitividad y la sustentabilidad— como sucede en otros destinos con productos similares —como los vinculados con la cultura del vino o el turismo enológico.

Esta misma debilidad trasciende la esfera de lo social, ya que los esfuerzos y niveles de participación de la sociedad local en la revalorización del patrimonio regional y ejecución del proyecto de los distintos actores de las entidades municipales es heterogénea y, en algunos casos, desdibujada. La institución del turismo, en este sentido, se visualiza ineficiente, y sus costos de transacción pueden ser altos.

En la ejecución de los proyectos se intenta la desconcentración de acciones y recursos económicos en el municipio tequilense, aunque la inercia, impulsada desde Tequila por actores y proyectos independientes, lleve a lo contrario, debido al valor añadido que le concede ser el lugar que le da nombre a la bebida.

A nivel regional se observa que las grandes empresas ejercen un papel oligopólico al ser las que, gracias a su capacidad de inversión, son capaces de ofrecer productos y servicios turísticos novedosos y crear redes de cooperación comercializadas, dejando al tejido emprendedor de menor granulometría relegado en un segundo plano. Adicionalmente, el compromiso desigual de las entidades de la administración pública, y su limitada comunicación —horizontal y vertical— respecto a la dirección que toma la propuesta de turistización, impide su consolidación como proyecto territorial.

De esta manera, resalta la necesidad de un nuevo aprendizaje social vinculado con este eslabón emergente de la cadena productiva; uno que promueva el desarrollo de nuevas estructuras sociales, de modo que las asociaciones y sus acciones permitan afrontar escenarios de incertidumbre y competitividad. La eficacia de la cohesión social alrededor de un proyecto territorial condicionado por la articulación de intereses; la generación de oportunidades para los empresarios de escala local; la participación de la sociedad local y la perspectiva integral, prometen fortalecer el capital social.

Referencias

- Arocena, J. (1995) *El desarrollo local. Un desafío contemporáneo*, Centro Latinoamericano de Economía Humana, Universidad Católica de Uruguay/ Editorial Nueva Sociedad, Caracas, Venezuela.
- Cabrales, L. y L. González (2008) “Tequila: territorio y turismo”, en: Real Sociedad de Geografía (ed.) *Homenaje a Joaquín Bosque Maurel*, Madrid, pp. 375-402.
- Cámara Nacional de la Industria Tequilera (2004-2005) *El paisaje agavero y las antiguas instalaciones industriales de Tequila*, Cámara Nacional de la Industria Tequilera/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Gobierno del Estado de Jalisco/Instituto Nacional de Antropología e Historia, México.
- Coleman, J. (2000) “Social capital in the creation of human capital”, en: Lesser, Eric (comp.) *Knowledge and Social Capital Foundations and Applications, Resources for the Knowledge-Based Economy*, Butterworth-Heinemann Publications, Woburn, Massachusetts, pp. 17-41.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2005) *Plan de manejo del paisaje agavero y las antiguas instalaciones industriales de Tequila*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Instituto Nacional de Antropología e Historia/ Gobierno del Estado de Jalisco, México.
- Consejo Regulador del Tequila (2009 y 2010) “Economía, estadísticas” <<http://www.crt.org.mx/EstadisticasCRTweb>>, consultado en enero de 2009 y septiembre de 2010.
- González, L. (2010) *Modelo turístico sustentable para el municipio de Tequila, Jalisco, México: una perspectiva del desarrollo local*, tesis de doctorado, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2005) *Conteo de población y vivienda, 2005* <<http://www.inegi.gob.mx>>.
- Llamas, J. (1999) “La política del agave”, *Revista de Estudios Agrarios de la Procuraduría Agraria*, núm. 13, septiembre-diciembre de 1999 <http://www.pa.gob.mx/publica/rev_13/Jorge A.pdf>, consultado en septiembre de 2009.
- Luna, R. (1991) *La historia del tequila, de sus regiones y sus hombres*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2009) “Lista del Patrimonio Mundial, Categoría Paisajes Culturales”. <<http://www.unesco.org/en/cultural-landscapes>>, consultado el 7 de mayo de 2009.
- Pérez, C. (2005) “Capital social y turismo en la comunidad indígena de San Pedro Atlapulco. Bases para el desarrollo local”, *Páramo del campo y la ciu-*

- dad. Desarrollo social, estudios y propuestas*, año 3, núm. 8, pp. 56-66 <[http://www.edomex.gob.mx/marginacion/docs/paramo8desarrollosocialpdf#search="marquesa"](http://www.edomex.gob.mx/marginacion/docs/paramo8desarrollosocialpdf#search=)>, consultado el 10 de octubre de 2008.
- Rist, G. (2000) "La cultura y el capital social: ¿cómplices o víctimas del desarrollo?", en Klisberg, B. y L. Tomassini (coords.) *Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo*, Banco Interamericano de Desarrollo/Fundación Felipe Herrera/Universidad de Maryland/Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, pp. 129-150.
- Sforzi, F. (2001) "La teoría marshalliana para explicar el desarrollo local", en: Rodríguez, F. (ed.) *Manual del desarrollo local*, Ediciones TREA, Oviedo, España, pp. 13-32.
- Sforzi, F. (2007) "Del distrito industrial al desarrollo local", en: Rosales, R. (coord.) *Desarrollo local: teoría y prácticas socioterritoriales*, Miguel Ángel Porrúa/Universidad Autónoma Metropolitana, México, pp. 27-50.
- Valenzuela, A. (2003) *El agave tequilero. Cultivo e industria de México*, tercera edición, Editorial Mundi Prensa, México.

XXI

Cultura e identidad: dos productos turísticos rurales en el contexto de la *glocalidad* y la competitividad en Colima

*Irma Magaña Carrillo*¹
*Carmen Padín Fabeiro*²

Introducción

El presente trabajo es resultado de la investigación “Diseño de una metodología para desarrollar productos turísticos rurales competitivos y su aplicación en los municipios de Colima y Comala”. Desde la perspectiva de lo rural y endógeno, esta investigación hace resaltar que la identidad de la comunidad en la que se encuentra inmerso el producto turístico rural tiene un papel trascendente en el logro de la competitividad. Ello nos llevó a analizar e incluso cuestionar con respecto a otro factor primordial en el proyecto: la competitividad.

El potencial turístico de estas comunidades está en su carácter endógeno y su cultura. Sin embargo, la realidad ‘masificante’ y el mercado actual le imprimen a la competitividad un tono de globalidad que pone en riesgo los elementos de la identidad y ‘endogenidad’, indispensables en el desarrollo del producto turístico rural. Por ello, a partir del proceso de la investigación y algunos de sus

1. Universidad de Colima, México. Correo electrónico: irma@ucol.mx.
2. Universidad de Vigo, España. Correo electrónico: padin@uvigo.es.

resultados, nos parece pertinente hacer una reflexión que nos permita comprender la interacción entre lo global y lo local.

Señala García Canclini que “la globalización es un conjunto de procesos de homogeneización y fraccionamiento del mundo que reordena las diferencias y desigualdades sin suprimirlas” (1998: 12). En este sentido, se comparte con Canclini que las desigualdades no se suprimen; y es por eso que se puede dar paso a un concepto que intermedia entre lo global y lo local. Por ejemplo, en las comunidades estudiadas, integrando conceptos de identidad, ruralidad y ‘endogenidad’, cabría una discusión enorme si habláramos de globalización únicamente como un torbellino que arrasa con los rasgos culturales; en vez de ello, se concibe que es posible retomar aspectos de competitividad y utilizar la globalidad como un contexto que proyecta a una comunidad para mejorarla y no como un borrador de su cultura.

En la sección siguiente se presentan los apartados del planteamiento en el que se inscriben los objetivos iniciales de la investigación. Posteriormente, se ofrece una generalización de los conceptos y teorías que dan soporte al trabajo. En el apartado de metodología se presenta el diseño de la investigación en cuanto a su abordaje mixto, y en el apartado “Hallazgos” una breve descripción de las comunidades y los resultados de la aplicación de los instrumentos y su debida sistematización, insumos de lo que posteriormente se presenta como el modelo de producto turístico rural competitivo.

Desarrollo de la Investigación

Planteamiento

Esta investigación nace con la intención de dotar a las comunidades rurales de una perspectiva útil en el diseño de productos turísticos rurales, a fin de que se integren a la posibilidad de lograr la competitividad. La investigación planteó como objetivo diseñar una metodología para desarrollar productos turísticos rurales competitivos y realizar su aplicación en los municipios de Colima y Comala. Para ello, se seleccionó a dos comunidades que se han planteado ya un proyecto ecoturístico: Acatitán, Colima, con el proyecto “El Cahuite”, y Zacualpan, Comala, con el proyecto “Manantiales de Zacualpan.

Los objetivos particulares de la investigación fueron: diseñar un modelo teórico-metodológico que permitiera definir la competitividad de los productos turísticos rurales, identificar los elementos destacables en las comunidades se-

leccionadas y aplicar el modelo en dos comunidades de Colima que cuentan con proyectos sobre turismo rural: Acatitán y Zacualpan.

Marco teórico y conceptual

Turismo rural

Hablar de desarrollo turístico en un destino determinado es hablar del diseño de un conjunto de estrategias y líneas de acción sobre los recursos disponibles, sean de tipo natural, cultural, económico, patrimonial o intangible. La modalidad del turismo rural varía de país a país, pero en todos los espacios rurales es posible disfrutar de una serie de actividades al aire libre y vivir de cerca un nuevo viaje de recreación en convivencia y armonía con los pobladores de las comunidades autóctonas.

Solano (2008) señala que el turismo rural permite integrar las riquezas naturales, la vida cotidiana de la comunidad rural y la dinámica propia de las actividades agropecuarias en un producto atractivo para el mercado turístico nacional e internacional. Se orienta al turista interesado en conocer y disfrutar la vida del campo, considerando su participación en actividades como cabalgatas, caminatas, conocimiento de métodos alternativos de producción, pesca de agua dulce y fiestas patronales y turnos, sin descartar otras posibilidades accesibles en la zona, como el turismo de aventura, el disfrute de la naturaleza y la práctica de actividades deportivas.

No es objeto de este trabajo participar en la difícil tarea de conceptualizar el turismo rural, pero sí establecer un marco teórico que nos permita abordar diversas cuestiones en torno a este término. El turismo rural recibe este calificativo cuando se inscribe geográficamente en el denominado espacio rural, de ahí que el concepto presente dificultades, ya que existen multitud de definiciones y no existe un consenso a la hora de definir el ámbito rural. Normalmente, para delimitar el espacio rural se emplean contraposiciones con otro tipo de ámbitos, como el urbano (Padín, 2004 y Sparrer, 2007).

El contexto mundial del turismo es muy interesante. Aunque los comentaristas han señalado una tendencia en el turismo rural a adoptar una perspectiva de orientación hacia el interior o hacia un producto dirigido, la mayoría de los países del mundo con portafolios de turismo ha desarrollado una oferta de turismo rural y ha atraído turistas internacionales, creando así un concepto mundial de turismo rural (Hall, et. al., 2005: 89). En un principio, se consideraba turismo rural a todos los productos turísticos que no estaban ubicados en el litoral o en las ciudades, confundiéndolo con el turismo del interior, turismo verde o eco-

turismo. Villarino (2000) (2005) señala que en algunos países, como Portugal, se ha terminado por llamarlo “turismo en espacio rural”, para englobar en este concepto todas las modalidades existentes.

Según Esteve Secall, Torres Bernier, Fuentes García y Martín Rojo (2006) se debe entender que el turismo rural entra en un concepto de espacio, donde se produce el espacio rural. Esto quiere decir que es fundamentalmente un turismo genérico, de demanda orientada territorialmente, motivada por unos valores relacionados con la naturaleza y el paisaje, en general, y la tranquilidad, la tradición y las costumbres y modos de vida, en particular. Hay que aclarar que a partir de estas motivaciones no debe deducirse que este tipo de turista tiene conciencia y formación medioambiental o antropológica, sino únicamente que es sensible a los aspectos relacionados con la naturaleza y las tradiciones. De hecho, suele ser causante, normalmente involuntario, de muchos impactos negativos sobre el medio.

En general, y teniendo en cuenta las contribuciones de autores como Crosby y Moreda (1996), el turismo rural se puede definir como la actividad turística que se desarrolla en el medio rural y cuya motivación principal es la búsqueda de atractivos asociados al descanso, paisaje, cultura tradicional y huida de la masificación. Así mismo, según señala Vera (1997), el turismo rural debe de regirse por una serie de principios: usos sostenibles, revitalización de las economías locales, integración de la población local, calidad de diseño y gestión y un desarrollo planificado y controlado que permita la sostenibilidad. Para Martínez (2000), es importante destacar que los turistas se desplazan atraídos por los recursos naturales o culturales de una región que puede ofrecer una o varias posibilidades de esparcimiento, con bajo impacto ambiental en espacios no degradados, lejos de las multitudes, tierra adentro o en litorales no urbanos —con frecuencia cercanos a o en pequeños poblados— en edificaciones a pequeña escala; todo esto en armonía con el medio ambiente y en contacto directo con la población local.

Ahora bien, el turismo no es una actividad inocua para los espacios donde se desarrolla. Su crecimiento incontrolado y masivo ha tenido ya importantes repercusiones sobre el medio natural, contribuyendo a la degradación paisajística y medioambiental de espacios naturales protegidos. La responsabilidad que se tiene con la transmisión del legado patrimonial (natural y cultural) a las generaciones futuras obliga, en cierta manera, a mantener el desarrollo turístico dentro de los límites de la sostenibilidad. El turismo rural tiene la finalidad de involucrar la participación de los habitantes de las localidades y potenciar los recursos que se encuentran en el espacio rural de cada lugar. El turismo rural no es la varita mágica que agotará la marginación y los problemas en el campo agrícola de los pueblos rurales, sino una opción que puede ayudar a los habitan-

tes de una localidad rural a obtener un ingreso extra, siempre y cuando esa sea su voluntad. Se necesita tener esto en mente para lograr desarrollar un turismo rural de calidad.

Todos estos son factores básicos y fundamentales para un desarrollo armónico de las comunidades locales, que debieran ser las grandes beneficiarias del crecimiento del turismo rural, como forma de diversificar su base económica y sus fuentes de ingreso. En este sentido, el desarrollo local debe fundamentarse en la capacidad de optimizar los recursos locales, siendo prioritario el respeto a la población y su cultura. Es evidente que el turismo no debe ser una actividad aislada, sino que se debe configurar en un plan integral de la zona objeto de estudio para poder hablar de un turismo integrado y que persiga los objetivos de desarrollo (Padín, 2009; Antón y González, 1997). Además del alojamiento, de las actividades y servicios complementarios, debe existir una relación sostenible entre naturaleza, comunidad local y turistas, y el proyecto debe realizarse de manera gradual (García, 2006; Pardellas y Padín, 2004).

Turismo en espacio rural: aportaciones desde el desarrollo endógeno

De forma esquemática se puede decir que el desarrollo endógeno supone un proceso de crecimiento y cambio estructural en el que la organización del sistema productivo, la red de relaciones entre los actores y las actividades, las dinámicas de aprendizaje y el sistema sociocultural determinan los procesos de cambio. A esto se debe agregar la dimensión territorial, no solo por el efecto espacial de los procesos organizativos y tecnológicos, sino porque cada localidad o región es el resultado de una historia que fue configurando el entorno económico, social, cultural e institucional que se deberá tener en cuenta para su estudio. Cada espacio económico tiene una configuración propia, definida por el sistema productivo y por los cambios tecnológicos y organizativos de las empresas e instituciones. Con esta visión, el territorio puede entenderse como el entramado de intereses de una comunidad; como un agente más del desarrollo (Collins, 1997; Pardellas y Padín, 2004).

El desarrollo endógeno persigue satisfacer las necesidades y demandas de una población local por medio de la participación activa de la comunidad en los procesos de crecimiento económico, y lograr mejoras en los indicadores de bienestar económico, social y cultural. Esta nueva estrategia intenta por tanto desarrollar los aspectos productivos y potenciar además las dimensiones sociales y culturales que afectan al bienestar de la sociedad (Pardellas, 2006). El punto de partida del desarrollo de una comunidad es el conjunto de recursos (económicos, humanos, institucionales y culturales) que constituyen su potencial en-

dógeno, siendo las pequeñas y medianas empresas las que, con su flexibilidad y su capacidad emprendedora y organizativa están llamadas a tener un papel protagónico en los procesos de desarrollo endógeno.

El desarrollo endógeno constituye así un paradigma que combina proposiciones de la teoría territorial del desarrollo con tesis que derivan del análisis de los procesos de industrialización local, concretándose en un modelo alternativo al de concentración/difusión, urbano e industrial que fue el eje de las políticas y programas de desarrollo durante décadas. Con este nuevo paradigma podemos interpretar los procesos de crecimiento y cambio estructural de las economías de las ciudades y regiones y proponer estrategias de desarrollo basadas en el aprovechamiento de los recursos endógenos.

El modelo de desarrollo endógeno parte de que todas las comunidades territoriales tienen un conjunto de recursos que constituyen su potencial de desarrollo, lo que hace que en un determinado momento histórico esa colectividad territorial por iniciativa propia pueda encontrar nuevas ideas y proyectos que le permitan utilizar sus recursos. El turismo rural es visto como una opción para el desarrollo de las comunidades locales que cuentan con recursos naturales y culturales, el potencial más importante que hace posible el desarrollo de esta modalidad y la creación de nuevos centros turísticos, revalorando la cultura, las tradiciones, las fiestas patronales, las costumbres y los mitos, la gastronomía de la región y todos los demás elementos culturales y naturales que guardan un lugar y un pueblo.

Metodología

Para la realización esta investigación se contemplaron dos variables: turismo rural y competitividad. El turismo rural es manejado como variable independiente, mientras que la competitividad lo es como variable dependiente. Con esto debe entenderse que para que exista competitividad en algún lugar, primero debe de existir el objeto medible. Con el fin de medir las variables, se analizaron diversos indicadores. El concepto de indicador se refiere a aquellos aspectos medibles en una investigación que muestran cómo es el comportamiento de las variables. En el caso de las variables que representan procesos, no se deben definir indicadores que no sean sujetos de medición. Por consiguiente, se tienen los siguientes indicadores:

- Variable independiente: turismo rural
- Variable dependiente: competitividad
 - financiero

- atractivos turísticos
- marketing turístico
- tecnologías de información y comunicación (TTIC)
- operatividad
- servir con calidad total
- características culturales de la comunidad rural.

Para poder medir las variables hay que definir cada uno de los indicadores. La variable independiente de la investigación es el turismo rural, cuyo indicador es la sostenibilidad. El Cuadro 1 presenta el diseño metodológico general de la investigación.

Cuadro 1
Diseño metodológico de la investigación

<i>Técnica</i>	<i>Informantes</i>	<i>Objeto de Estudio</i>
Etnografía	Comunidad rural	Entorno externo de la comunidad/ tradiciones/ gastronomía/folklor
Entrevistas	Líderes de producto turístico/ residentes/especialistas en turismo rural	Financiero Sustentabilidad Marketing turístico Innovador TTIC Competitivo Servir con calidad total Operatividad turística
Encuesta	Visitantes Residentes	Marketing Turístico Financiero Comunidad social Percepción
Entrevistas colectivas	Visitantes/líderes de la comunidad/responsables del sector gobierno/investigadores	Percepción Operatividad turística Financiero

Fuente: elaboración propia.

Hallazgos

Las comunidades

Acatitán

Se localiza a ocho kilómetros al sur de la ciudad de Colima, por la carretera 110 Colima-Pihuamo y, sobre el kilómetro tres, por la carretera Colima-Las Guáicimas; ambas en buenas condiciones. La infraestructura del poblado es bastante singular. Sus principales actividades económicas son la ganadería y la agricultura. En lo que a educación concierne, la mayoría de la población está alfabetizada, los jóvenes tienen nivel escolar de secundaria, debido a los escasos recursos para trasladarse a otro lugar a estudiar preparatoria o universidad. En temporadas electorales se presentaban otras oportunidades de ingresos.

Este sitio turístico se caracteriza por la presencia de tres albercas conectadas —de diferentes profundidades— y un chapoteadero, alimentados a partir de un manantial natural que surge en la parte más alta del parque El Cahuite, bajo un árbol del mismo nombre. Alrededor de las albercas hay siete quioscos con techo de palma y gruesas columnas de volteado, con mesas y asadores. Los visitantes pueden disfrutar de la sombra de estos quioscos y la que ofrecen los frondosos árboles. En la parte posterior hay una granja piscícola que ofrece tilapias vivas de grandes tamaños. El cliente puede ir a escoger su pescado para que se lo preparen en el momento.

Zacualpan

Es la segunda comunidad rural de interés para este proyecto. Está ubicada en el municipio de Comala, en el estado de Colima. Su nombre significa “lugar donde nace el agua”. El lugar tiene 1910 habitantes en total. Se encuentra a una altitud de 650 metros sobre el nivel del mar y cuenta con una temperatura promedio anual de 26° centígrados durante todo el año. Las actividades económicas principales son la agricultura, la ganadería, la caza, la pesca y el comercio.

El proyecto ecoturístico “Manantiales de Zacualpan” se encuentra a cinco Km. de Zacualpan por un camino empedrado que avanza por el bordo del río armería, hasta llegar a los nacimientos de agua (Ojo de agua y El Cóbano). En este sitio hay casitas rústicas con mesas y bancas para que la gente pueda comer y disfrutar un rato de tranquilidad y diversión a la orilla de los manantiales. Cuenta con servicio de baños y regaderas, además de un restaurante en el que se ofrece carne asada, refrescos, cerveza, sopa de arroz, frijoles, chicharrones, carnitas, elotes cocidos, fruta, raspados, parotas cocidas, pescado fresco y frito —obtenido de los propios manantiales—, ensalada de nopales —de igual forma

cosechados en la localidad—, tortillas hechas a mano y salsas de molcajete; todo esto preparado por las encargadas del lugar, que forman parte del comité de la comunidad.

Resultados

A continuación se presentan los resultados a los que el trabajo de campo de esta investigación llegó. Cabe señalar que, si bien esta investigación realizó un trabajo de campo, esta labor fue experimental y descriptiva en el sentido de obtener una orientación a partir de dos casos específicos. El punto central de la investigación es contemplar la competitividad y sustentabilidad de la comunidad local a través de los productos turísticos rurales seleccionados; sin embargo, los resultados no reflejan totalmente las aportaciones y la discusión de la investigación en general, cuya principal contribución es el diseño de una metodología para desarrollar productos turísticos rurales competitivos. Es decir, metodológicamente, el trabajo de campo, a través de la encuesta, solo da resultado de una parte de todos los resultados de la investigación, por lo que el apartado de resultados cumple un mero apartado metodológico. Siendo así, la otra parte de los resultados son puestos a consideración en la discusión a través del modelo y la metodología propuesta. En las entrevistas se conjuntó a especialistas (profesores de la Facultad de Turismo y a la autoridad responsable de turismo rural de la Secretaría de Turismo), así como a líderes de los dos productos turísticos rurales.

He aquí algunas reflexiones que se retomaron de ambos sistemas de información, cualitativo y cuantitativo. El término ‘competitividad’ es muy utilizado en los medios empresariales, políticos y socioeconómicos en general, pero existe una enorme diferencia entre los componentes de una empresa competitiva a una empresa rural competitiva. Se comentó que la accesibilidad es, sin duda alguna, un punto importante para la competitividad del sitio. La infraestructura básica del lugar es destacable. Se debe de tener baños, mesas, sillas, etcétera. Ante estos puntos, se puede entender que la competitividad en el turismo rural no contiene elementos distintos a la competitividad en cualquier otro lugar turístico; la diferencia es lo que ofrece el lugar respecto a otros. Si se habla de competitividad turística rural, se debe de pensar en lo que ofrece el sitio turístico y que ningún otro lugar pueda ofrecer. Ahí se centraría en gran manera la competitividad del destino.

El poder desarrollar una conciencia turística de calidad es sin duda un aspecto interesante y relevante que se pudo obtener en el grupo de discusión. Tener en cuenta que para poder manejar un negocio turístico se necesitan ciertos

elementos. Competitividad no es solamente contar con infraestructura, servicios y atractivos, sino encontrar a personas dispuestas a desarrollar estos elementos, trabajar en grupo para subsistir y administrar adecuadamente el sitio. Esto, sin lugar a dudas, es un punto clave para la competitividad en un destino rural. Si no existe un buen equipo dentro del lugar no se va a poder realizar exitosamente un proyecto.

El trabajo conjunto entre el grupo de personas que administran y trabajan en el lugar y el medio en el que se desenvuelve es, sin duda, el punto de equilibrio necesario que se espera tenga un lugar turístico rural competitivo. En cuanto al papel que juega el cliente dentro del negocio turístico rural, se llegó a la conclusión de que el cliente es el complemento perfecto para que el círculo de la competitividad pueda cerrarse. El cliente representa la oferta-demanda del sitio turístico. Se necesita que éste llegue al lugar para poder seguir trabajando y que sea rentable. Lo más importante en un sitio turístico rural es involucrar al cliente. Si el cliente ve un lugar organizado, va a respetarlo y dejarlo como está; si lo ve sucio no lo va a respetar. Existirá gente que quiera tirar basura o quemar basura, así que se debe de educar al visitante para que respete el área. Esto incluye que los administradores del lugar enseñen a los visitantes a cuidar el lugar.

Asimismo, se necesita vender el lugar de la forma correcta: si en una página *web* promocionas el lugar limpio, debe de estar limpio cuando el turista llegue —ser sincero y objetivo cuando se da a conocer el lugar—. La idea del turismo rural es que el visitante experimente la vida en el campo. En ocasiones, la comunidad rural puede verse afectada por los turistas si no tiene definidas y enraizadas sus posturas rurales y su cultura. Si el cliente pide comer hamburguesas en una comunidad rural en lugar de la comida típica, y los prestadores de servicio comienzan a vender este tipo de alimentos que no son oriundos de la zona, se pierde toda la esencia del turismo rural. La comunidad rural no debe dejarse llevar por lo que el cliente desee. En el caso específico del turismo rural, el cliente sabe lo que se vende en dicho lugar, por lo tanto no puede esperar franquicias de comida, hoteles cinco estrellas o alguna otra cosa que en la ciudad se encuentre. El cliente debe entender que lo que venden es cultura, costumbres, historia, raíces, gastronomía, etc. Si se quiere alguna otra cosa, que se busque en otro lugar.

Otro punto importante a definir en cuanto a la postura de los prestadores de servicio frente a la exigencia de los clientes es la ganancia por el producto. Si no se consumen las cosas que la comunidad produce, no habrá beneficios. Si se compran cosas fuera de la comunidad (por ejemplo, camarón en Manzanillo o Colima), el beneficio se irá a otra parte. Así que todo lo que se produce en la comunidad es lo que se debe vender, para generar riqueza dentro de la misma comunidad.

Respecto a este punto anterior sobre los clientes, se pudo investigar que en la comunidad rural de Zacualpan se cuenta con un buen asentamiento en cuanto a costumbres y tradiciones. Se han presentado casos en los que los turistas piden comida que no es tradicional en el lugar, pero ellos no toman esas propuestas. En cambio, en Acatitán se ha corrompido esto a tal punto que hoy en día únicamente se ha pensado en ganar dinero con lo que el turista quiera, y no rescatar costumbres y tradiciones que atraigan a las personas.

Ante esta postura, el pueblo de Acatitán ha comenzado a perder la esencia del turismo rural. Ahora venden lo mismo que alguien puede encontrar en la ciudad. Así, han comenzado a fijarse en el turismo de masas, y no en el rural. Estos productos deben conservar características rurales específicas si desean ser un producto turístico rural. Ciertamente, Acatitán es un balneario en una zona rural, pero eso no lo hace un destino rural, pues se ha comenzado a ser un balneario popular de turismo masivo. El turismo de masas es aquel que engancha a un gran número de personas y deja una gran derrama económica, pero a largo plazo destruye el producto turístico y lo deja inservible. En cambio, el turista rural deja dinero y aparte cuida el lugar, ya que aprecia lo que se vende.

Deben respetarse las características locales. Si se va a dejar de hacer tortillas a mano por llevar unas de marca comercial, o si se deja de hacer una sopa por poner alguna de marca comercial, ahí se perderá la magia y, por lo tanto, el atractivo del lugar. Para que las dos comunidades puedan fortalecerse como destinos de turismo rural se necesita, en primer lugar, contar con la disposición de los trabajadores y, en segundo, darle más importancia al rescate de la identidad comunitaria indígena; esto es, la vestimenta tradicional, la gastronomía, el respeto y la forma en la que se vive y convive con la naturaleza.

La sustentabilidad del lugar es indispensable. Se debe pensar en cómo poder desarrollar el sitio sin afectar su entorno; ubicarse en un espacio cuyos recursos naturales puedan ser aprovechados y preservados para que se puedan regenerar. Se deben mejorar los procesos en varios asuntos, desde los alimentos y los insumos, hasta la administración. Así se podrá saber con seguridad cuáles son los costos de la empresa y poder minimizarlos. Es imprescindible dejar a un lado el viejo modelo empírico donde todo se hacía por instinto y comenzar a estudiar o prepararse, o incluso pedir ayuda a alguien que sepa de administración de negocios. Si un negocio, cualquiera que sea su giro, no es administrado con bases teóricas, tarde o temprano será un fracaso.

Cuando se hace un vínculo entre el producto turístico y la comunidad, se crea consciencia de la importancia de estos lugares. Es decir, cuando integrantes de la comunidad comienzan a pedir apoyos, a luchar por un proyecto, a limpiar el lugar con sus manos, a construir la infraestructura y a involucrarse en las

tareas del lugar, se comienza a ver la importancia de este y hasta un vínculo sentimental que hace que las personas trabajen por el lugar con gusto y lo quieran mantener.

En Zacualpan se da el caso de que los trabajadores del lugar han querido innovar para mejorar el producto. Ellos pidieron ayuda a expertos para realizar una página web del sitio turístico. Por estas acciones se entiende que los que manejan a la fecha el negocio piensan en mejorarlo de la forma correcta y continua. Pero existe un cuello de botella en este aspecto. Cada cierto tiempo de cambian los administradores del lugar, por lo que puede ser que los que sigan, no piensen igual.

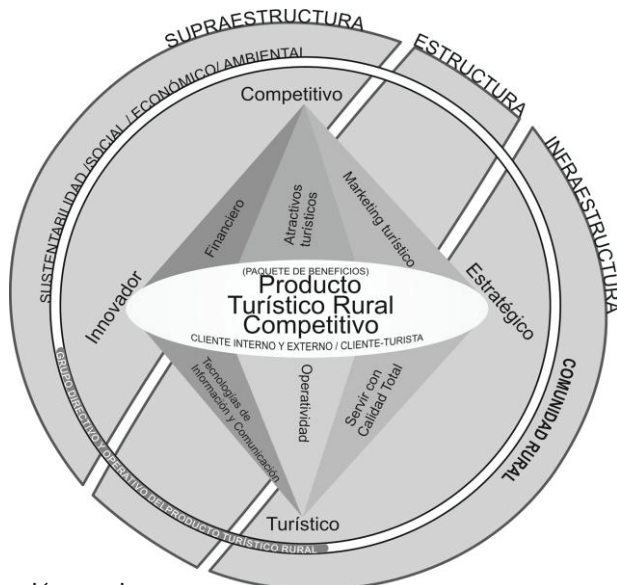
Se debe tener cuidado en el aspecto de los recursos humanos. Hacer un énfasis en la elección de ellos para las posiciones que necesiten tomar decisiones, es de vital importancia para el funcionamiento adecuado del sitio. Se necesita pensar en personas que realmente hayan interactuado con el centro

Discusión de los hallazgos

La información obtenida a través de las entrevistas, encuestas y entrevistas colectivas, y el análisis documental de la información de las comunidades y de sus propios proyectos originales, permite hacer inferencias acerca de la relación entre las variables y los factores involucrados en la competitividad de los productos turísticos. A grandes rasgos, la relación que existe entre la competitividad y el producto turístico rural es íntima, en el sentido de que la competitividad implica un sinnúmero de factores que entran en contacto con la operación de un producto turístico rural. Por tanto, para lograr un producto turístico rural competitivo se deben considerar diversos aspectos fundamentales que de alguna forma interactúan de manera intrínseca con la comunidad rural y con sus características culturales. Es éste el componente transversal que se debe señalar y rescatar, puesto que pone en movimiento el eje central de toda la actividad turística en la modalidad de turismo rural. A continuación se presenta un modelo específico de relaciones que permite desarrollar una metodología para productos turísticos rurales competitivos.

Este modelo es la conceptualización gráfica de la “Metodología para desarrollar productos turísticos rurales competitivos”. Al centro se encuentra, como tal, el producto turístico rural competitivo, aunado del cliente interno y externo, al igual que el cliente-turista. Se ve al producto turístico rural como un paquete de beneficios que se ofrece a los actores, en virtud de que al ser el centro, el modelo se diseñó hacia la satisfacción de los mismos. Son seis los factores relacionados que generan cuatro aristas que se unen. Los factores son los estudiados en

Figura 2
Modelo de producto turístico rural competitivo



Fuente: elaboración propia.

esta investigación: lo financiero, los atractivos turísticos, el *marketing* turístico, las tecnologías de información y comunicación (TTIC), la operatividad y la línea de “servir con calidad total”.

Las aristas que se conforman a partir de estos elementos son: lo innovador, lo competitivo, lo estratégico y lo turístico. Los elementos se encuentran enmarcados por la sustentabilidad (que implica los elementos social, económico y ambiental) y por la comunidad rural con su cultura y tradiciones (identidad y simbolismo, folclor, gastronomía, etcétera). La comunidad y el producto turístico rural competitivo se encuentran sobre la base de una estructura, superestructura e infraestructura que les da soporte.

Especialmente importante para los resultados de la investigación es el grupo directivo y operativo del producto turístico rural, conformado por las personas que, organizadas trazan el camino y operan el producto turístico. En pro de la ‘tangibilización’ de este modelo, se expone la metodología en un sentido de sistematización hacia las acciones concretas que se requieren para desarrollarse como un producto turístico rural competitivo. Los grupos directivos y operativos

en el ámbito rural en el plan de negocios, también requieren realizar una práctica administrativa que responda al mercado y garantice que el producto, es el que el cliente necesita, que se entrega de acuerdo a las expectativas que el cliente tiene con base a su experiencia, ya que es él quien determina la existencia del producto en el contexto del negocio mismo, justifica su existencia y da sentido a la competitividad.

Conclusiones

Para comprender el concepto de turismo rural se debe ir más allá de únicamente los recursos naturales como atractivos y la estructura desarrollada para atención del cliente-turista. Es necesario tener una conceptualización de turismo rural en toda la extensión del concepto. El producto turístico rural debe estar basado en el desarrollo autónomo de la comunidad local, es decir, utilizar los propios elementos de su comunidad para proyectarse como un producto con un concepto sustentable. La experiencia del desarrollo endógeno nos deja la posibilidad de generar una mejor calidad de vida para la población, anteponiendo la sustentabilidad no solo de los recursos naturales, sino de la identidad y las características de la población.

Para alinearse con el concepto de producto turístico rural es necesario diseñar del interior al exterior. La comunidad debe enriquecer la experiencia turística de una gama de elementos culturales identificables propios para que el cliente-turista los disfrute, los conozca y los experimente. Este es el verdadero concepto de turismo rural que esta investigación espera aportar para beneficio de los productos turísticos rurales en el estado de Colima y en Latinoamérica. El turismo rural no es rural por encontrarse territorialmente fuera de lo urbano, como reconoce la propia Sectur.

Si bien la noción de ecoturismo como una de las formas del turismo alternativo, es útil para comprender un producto turístico sustentable con características centradas en la naturaleza, sin la perspectiva de un producto turístico rural competitivo el modelo de producto ecoturístico se verá subestimado por tener una limitada capacidad de involucrar a la comunidad local. Los beneficios no llegarán a toda la comunidad y se estarán concentrando solo en algunos de sus miembros. Esta conceptualización se debe ver reflejada en el diseño del valor de cliente del concepto del producto turístico rural.

La globalización es un proceso que influye en muchos aspectos de la esfera mundial en todos los sentidos. Es responsabilidad de las comunidades y los gobiernos salvaguardar y procurar la permanencia de los elementos culturales

de los territorios para conservar la identidad que los caracteriza; no solamente los recursos naturales. De esta manera se puede llegar a un equilibrio entre lo global y lo local. La competitividad de los productos turísticos rurales no tiene por qué significar una pérdida de la identidad; por ello el concepto de desarrollo endógeno potencia las capacidades de todos los actores involucrados.

Referencias

- Aguiló, E., L. Pérez y A. Ruiz (1997) *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*, Universidad de Oviedo, Gijón, España.
- Andrés, J. (2000) “Aportaciones básicas del turismo al desarrollo rural”, *Cuadernos de turismo*, núm. 6, Murcia, España, pp. 45-59.
- Antón, S. (2005) *Planificación territorial del turismo*, Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona.
- Antón, C. y R. González (1997) “Opciones del turismo para el desarrollo sostenible de los espacios rurales”, en: Valenzuela, R. (coord.) *Los turismos de interior: el retorno a la tradición viajera*, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, pp. 61-69.
- Arbonies, A. (2007) *¿Innovación o evolución?: metáfora evolutiva de la empresa*, Díaz de Santos, Sevilla, España.
- Besterio, B. (2006) “El turismo rural en Galicia. Análisis de su evolución en la última década”, *Cuadernos de turismo*, núm. 17, Murcia, España, pp. 25-49.
- Bigné, J., X. Font y L. Andreu (2000) *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*, ESIC Business and Marketing School, Pozuelo de Alarcón (Madrid), España.
- Briceño, H. (2006) *Indicadores financieros*, Ediciones Umbral, México.
- Brohman, J. (1996) “New directions in tourism for Third World development”, *Annals of Tourism Research*, vol. I, núm. 23, San Francisco, California, pp. 48-70.
- Calderón, F. (2007) *Distrito turístico rural: un modelo teórico desde la perspectiva de la oferta especial referencia al caso andaluz*, tesis de Maestría, Universidad de Málaga, Málaga, España.
- Carlzon, J. (1991) *El momento de la verdad*, Díaz de Santos, Madrid.
- Cebrián, F. (coord.) (2008) *Turismo rural y desarrollo local*, Universidad de Sevilla/Universidad de Castilla-La Mancha, Sevilla, España.
- César, D. (2003) *Turismo rural y economía local*, Universidad de Guadalajara/ Universidad Nacional del Litoral, México.

- Collin, H. (1997) "Sustainable tourism as an adaptative paradigm", *Annals of Tourism Research*, vol. 24, núm 4, San Francisco, California, pp. 850-867.
- Crosby, A. y A. Moreda (1996) *Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales y naturales*, Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística (CEFAT), Madrid.
- Curiel, J. (2008) "*Turismo cultural y medio ambiente en destinos urbanos*", *Ciencias Jurídicas y Sociales*, vol. 91, Madrid.
- Fuentes, R. (1995) *El turismo rural en España. Especial referencia al análisis de la demanda*, Ministerio de Comercio y Turismo, Madrid.
- Fyall, A. y B. Garrod (2005) *Tourism marketing: A collaborative approach*, Channel View Publications, Londres.
- García, B. (2006) *Marketing del turismo rural*, Pirámide, Madrid.
- García, B. (2005) "Características diferenciales del producto turismo rural", *Cuadernos de Turismo*, núm. 15, Murcia, España, pp. 113-133.
- García Canclini, N. (1998) "La globalización en pedazos", *Diálogos*, núm. 51, Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Tabasco, Villahermosa, México, pp. 123-145.
- Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos (2007) *Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012*, Presidencia de la República, México.
- Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos (2007) *Primer informe de gobierno*, Presidencia de la República, México.
- Gobierno del Estado de Colima (2007) *Cuarto informe de gobierno*, Colima, México.
- Gobierno del Estado de Colima (2004) *Plan Estatal de Desarrollo 2004-2009*, Colima, México.
- H. Ayuntamiento de Colima (2007) *Plan Municipal de Desarrollo 2007-2009*, Colima, México.
- Hall, D., L. Roberts y M. Mitchell (2005) *New Directions in Rural Tourism*, Ashgate Publishing, Los Ángeles, Estados Unidos.
- Hall, D., I. Kirkpatrick y M. Mitchell (2005) *Rural Tourism and Sustainable Business*, Channel View Publications, Londres.
- Hall, C. y Page, S. (2006). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*, Channel View Publications, Londres.
- Hernández J. y A. González (2005) *El desarrollo del turismo en Lanzarote*, Idea, Madrid.
- Kotler, P. (2003) *Fundamentos de Marketing*, 6ª edición, Pearson Educación de México, México.
- Martínez, F. (2004) *Turismo rural en Galicia. Contribuciones al desarrollo sostenible*, Xunta de Galicia, Santiago de Compostela, España.

- Martínez, T. (2000) Manual para la identificación, formulación y evaluación de empresas turísticas en el medio rural, Centro de Estudios Superiores en Turismo, México.
- McKercher, B. y H. Du Cros (2002) *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*, Routledge, Nueva York.
- Melgosa, F. (2007) *Código turismo*, La Ley, Madrid.
- Millán, M., T. Guzmán y E. Agudo (2006) “El turismo rural como agente económico: desarrollo y distribución de la renta en la zona de Priego de Córdoba, *Revista de economía pública, social y cooperativa*, núm. 55, Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa, Valencia, España, pp. 167-192.
- Monge, G., C. Alfaro y J. Alfaro (2005) *TICs en las PYMES de Centroamérica: impacto de la adopción de las tecnologías de la información y la comunicación en el desempeño de las empresas*, Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo/Editorial Tecnológica de Costa Rica, Cartago, Costa Rica.
- Organización Mundial del Turismo (1993) *Desarrollo turístico sostenible. Guía para Planificadores Locales*, OMT, Madrid.
- Padín, C. (2004) *El desarrollo endógeno local. Estudio de la actividad turística como forma de aprovechamiento de los recursos: aplicación al caso del Baixo Miño*, Universidad de Vigo, Vigo, España.
- Page, S. y D. Getz (1997) *The Bussiness of Rural Tourism: International Perspectives*, Cengage Learning EMEA, Londres.
- Pardellas, X. (2006) *Economía básica*, XERAIS, Santiago de Compostela, España.
- Pardellas, X. y C. Padín (2004) La planificación turística sostenible: un análisis aplicado al municipio de Caldas de Reis, *Revista galega de economía*, vol. 13, núm. 1, Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, España.
- Penas, M. (1997) “El turismo rural en Galicia: una estrategia territorial para la revitalización económica” en: Valenzuela, M. (ed.) *Los turismos de interior: el retorno a la tradición viajera*, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid., pp. 123-165.
- Pérez, M. (2004) *Manual del turismo sostenible: cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*, Mundi-Prensa, Madrid.
- Serra, A. (2005) *Marketing turístico*, Pirámide, Sevilla, España.
- Sociedad Folklórica de Santa Fe (2005) *Compendio de folklore nuevo mejicano: conjunto de las tradiciones, creencias y costumbres populares*, Santa Fe, Nuevo México.

- Solano, L. (2008) “El turismo rural comunitario en Costa Rica: análisis de esfuerzos conjuntos e incidencia en política pública”. Extraído de la red mundial el día 19 de enero de 2011: <http://www.turismoruralbolivia.com/img/TRComunitarioCR.pdf>.
- Sparrer, M. (2007) *Turismo no espazo rural e desenvolvemento. Estudio comparativo da provincia da Coruña e o Landkreis Wittmund*, Xunta de Galicia, Vigo, España.
- Standeven, J. y P. De Knop (1999) *Sport Tourism*, Human Kinetics, Ontario, Canadá.
- Esteve, R., E. Torres, R. Fuentes y M. Martín (2006) *Estructura de mercados turísticos*, Universitat Oberta de Catalunya, Madrid.
- Toselli, C. (2006) “Algunas reflexiones sobre el turismo rural”, *Pasos revista de turismo y patrimonio cultural*, vol. 4, núm. 2, Universidad de la Laguna, Tenerife, España, pp. 175-182.
- Troitiño, M., J. García y M. García (eds.) (2008) *Destinos turísticos: viejos problemas ¿nuevas soluciones? Actas del X Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación de la Asociación de Geógrafos Españoles*, Universidad de Castilla-La Mancha, Cuenca, España.
- Vasconi, M. (2005) *Geografía del turismo y planificación espacial en Argentina*, Centro de Investigación y Capacitación del Turismo de Huatajata en el Lago Titikaka, Buenos Aires.
- Vera, F. (1997) *Análisis territorial del turismo*, Ariel, Barcelona.
- Villarino, M. (2000) Turismo rural: una opción de desarrollo endógeno, en: Hernández, J., J. Díaz y C. Patiño (coords.) *O turismo en Galicia: potencialidades endógenas de desenvolvemento urbano e económico*, Diputación Provincial de Pontevedra, Vigo, España.
- Yapu, F. (2004) *Turismo rural, economía y desarrollo local: estudio de caso del turismo de Huajata en el Lago Titikaka*, [s/ed.], La Paz, Bolivia.

CUARTA PARTE

Temas emergentes del turismo en su
relación con la cultura y la seguridad

XXII

Turismo cultural y microhistoria: multidisciplinariedad ausente

Rodrigo Tovar Cabañas¹

Introducción

La actividad turística en México tuvo un crecimiento económico muy significativo durante la última década, llegando a contribuir, en 2009, hasta con 8.5 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) Nacional y con alrededor de dos y medio millones de empleos directos². Este logro se debe en parte a la ampliación de la oferta turística que ha tenido dicho sector, la cual se movió del tradicional turismo recreativo o de playa a otros servicios turísticos muy especializados, tales como: el turismo cultural, el académico, el financiero o de negocios, el ecoturismo e incluso el turismo rural. Empero, en México existe una disfuncionalidad institucional entre los servicios que proporciona el sector turístico y las academias de historia, puesto que los mejores estudiosos del turismo por lo general han prescindido de los pocos colegios de historia que existen en nuestro país³, y a los historiadores de carrera, a su vez, no parece llamarles la atención el campo

-
1. Universidad Veracruzana, México. Correo electrónico: rod_geo77@yahoo.com.
 2. Cf. las palabras que pronunció al respecto Carlos Joaquín González, presidente de la Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados (*La Jornada*, 16 de octubre de 2009).
 3. Como ejemplo de este hecho, tenemos que de aproximadamente 350 escuelas de turismo que existen en México, ninguna tiene contemplada dentro de su plan de estudios la licenciatura en historia y turismo (Secretaría de Turismo, 2009).

de estudio del turismo⁴. En pocas palabras, en México prácticamente no existen relaciones entre las disciplinas de la ciencia histórica y el estudio del turismo. Las consecuencias de este hecho, por el lado práctico, se transforman en una limitante más para el fortalecimiento del desarrollo endógeno de las pequeñas localidades con potencialidad turística (dígase que las comunidades que están dispuestas a “pensar globalmente y actuar localmente” no cuentan con información suficiente para actuar *glocalmente*), mientras que, por otro lado, se cierra todo un campo laboral para licenciados tanto en historia como en turismo.

Por otra parte, vemos desde nuestra óptica que la economía de nuestro siglo presenta una nueva forma de generación de valor derivada de la aplicación casi inmediata de los nuevos conocimientos, que para el caso que nos ocupa tiene que ver con el incremento de las personas con estudios de licenciatura y sobre todo de posgrado, tanto a nivel mundial como nacional⁵, ya que este grupo social suele demandar servicios turísticos especializados. Así pues, la oferta turística derivada de los relatos de carácter histórico local o microhistoria (vista como un servicio turístico especializado) es más que necesaria para incrementar las rentas adicionales del sector. Hechas las salvedades, en lo que sigue se expondrá el estado del arte del turismo cultural, rural, y local con miras a documentar el lugar que puede ocupar la microhistoria dentro de este campo.

Turismo cultural. Estado del arte

A principios de la década de los noventa del siglo pasado, el sector agrícola tuvo una crisis de proporción global que afectó seriamente a miles de comunidades rurales en todo el mundo. Uno de los primeros organismos en intentar abatir dicha recesión fue la Comunidad Económica Europea (CEE) a través de la diversificación económica de las comunidades en cuestión, en la que el turismo rural en un principio destacó como complemento de la actividad agropecuaria tradicional. Empero, las dificultades suscitadas por la escasa capacidad técnica y financiera de los ayuntamientos y municipios limitaron el éxito de aquellas primeras tentativas de desarrollo local (Such, Paz, García, y Candela, 1995). Por

-
4. De manera similar, tenemos que en el Colegio de Historia de la Universidad Nacional Autónoma de México tan sólo existe una tesis de licenciatura que hace el intento por evidenciar las ventajas de desarrollar simultáneamente al turismo y la historia (Mateos, 2002).
 5. Para el año 2010 se estima que la matrícula nacional del posgrado rondará el cuarto de millón de personas, lo que equivale a todo un mercado de turismo especializado y doméstico por atender.

su parte, las nacientes empresas destinadas a este tipo de turismo no llevaban la rúbrica de la sustentabilidad, ya que en sus inicios el turismo campestre no fue más respetuoso con el medio ambiente que otras manifestaciones de ocio, e incluso llegó a ser una actividad mono-especializada (Obiol y Canós, 2001).

En efecto, a fines del siglo XX el turismo rural produjo problemas muy severos de polución, lo cual orilló a reflexionar más sobre el papel que le corresponde a dicha actividad para con el medio ambiente. Así, las acciones conservacionistas se convirtieron en el principio rector de los proyectos de desarrollo para el ámbito rural y con ello se dio paso al nacimiento del turismo ambiental o ecoturismo, con actividades como caminatas ecológicas, escalada en roca, rutas a caballo, piragüismo, paseos náuticos, etcétera (Ciruela, 2005). Sin embargo, con el paso del tiempo, la observación participante y los diagnósticos rurales participativos mostraron que el desarrollo del turismo ecológico tiene su base no solo en las actividades citadas y en los atractivos escénicos y medioambientales, sino también en los socioculturales y científicos que pueden ofertar determinadas localidades rurales (Tapia, 2008), y que la rehabilitación de la infraestructura y mobiliario rústico son esenciales para brindar un servicio de calidad al turista que gusta del medio rural. Así, estos hechos dieron pie a la constitución del turismo sustentable, ya que procurar la salvaguarda del medio ambiente es una tarea loable siempre y cuando también se logre la preservación de la unicidad de las localidades involucradas. En concreto: solo la cooperación genera turismo sustentable (Punzo, 2004).

Como vemos, nuestro siglo dio inicio con consignas como las de Lionello Punzo, quien promulgó un llamado a realizar turismo con equidad social, además de empezar a pensar en los usos alternativos del patrimonio local y demás inversiones históricamente realizadas en y por las pequeñas localidades (*ibíd.*), tales como las imágenes gastronómicas, las marcas locales (caso de los sitios Patrimonio de la Humanidad), los productos artesanales (caso de la platería de Taxco, entre otros), las industrias locales (caso de los productos con denominación de origen) etcétera. En otras palabras, se dio inicio a lo que hoy se conoce como turismo cultural.

Ahora bien, desde nuestra óptica no es fácil delimitar el concepto de turismo cultural⁶, dado que los recursos medioambientales y culturales, para que puedan

6. Aunque la European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS) define el turismo cultural como un movimiento de personas hacia manifestaciones culturales fuera de su área de residencia, con la finalidad de obtener nuevos datos y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales (citada en André, Cortés y López, 2003).

pasar a conformar parte de la oferta turística, deben pasar por un proceso de revalorización y estilización cultural, mismo que en muchas ocasiones suele ser de carácter subjetivo, o bien porque éste se encuentra fuertemente permeado por el concepto de turismo local. Para concretar la imagen gastronómica de un lugar dado hay que realizar una etnografía visual y una narrativa con imágenes autóctonas para la promoción turística y hay que entender los procesos sociales y trayectorias biográficas de los agentes involucrados (cocineras tradicionales, *chefs*, folkloristas, etcétera). Para ello es necesario aplicar algunos métodos cualitativos de investigación, además de elaborar un *marketing* cultural regional (Pereiro y Prado, 2005) que debe quedar enmarcado en un plan general de desarrollo integral del espacio rural, a fin de engarzarlo con otras potencialidades de turismo cultural que la nueva demanda turística está exigiendo. Es así como sucede en el caso europeo, donde los gobiernos autónomos intentan la transformación y puesta en valor de cultivos y productos artesanales con la finalidad de crear una imagen de destino turístico y así poner en el mercado un producto turístico de calidad, capaz de competir con destinos consolidados (Andrés, 2000).

Con ello se entiende que la producción de imagen es crucial para cualquier proyecto de desarrollo turístico local; de allí la importancia creciente que tuvieron las diferentes formas de patrimonialización (monumentos históricos y conocimientos prácticos) en la conformación de la identidad territorial de cientos de comunidades⁷, como la Provenza, la cual no se puede imaginar sin el cultivo de la flor de lavanda azul que da forma a sus piedemontes y colinas (Demanget, 2002).

Ahora bien, si este “patrimonio de la lavanda” o imagen de promoción turística para la región alpina de Francia se encuentra en forma latente o es aún muy difuso, existen otras patrimonializaciones inmateriales aún más raras e increíbles, pero que unidas a la actividad turística empiezan a rendir frutos, como es el caso de los cursos de idiomas de la Universidad de la Habana que han sido el detonante para dar a conocer los valores culturales del pueblo cubano. Según Dopico (1995), la *linguopaisología*, o conocimiento del país a través de la lengua que se estudia tiene como objeto complementario garantizar el intercambio turístico cultural. Lo medular aquí es interesar al turista en la cultura que se promueve o, mejor dicho, en el complejo cultural que se manifiesta, por ejemplo, en museos a cielo abierto, museos interactivos y ‘ecomuseos’, junto a expresiones tradicionales o populares exhibidas en galerías de arte (talaveras, alfareras, arte en cantera, papel amate, réplicas arqueológicas, etcétera) y a talleres de arte po-

7. En México, el último caso es el del pueblo de Papantla, Veracruz y sus voladores (*La Jornada*, 1 de octubre de 2009).

pular y doméstico (tortillerías de nixtamal para el caso mexicano), ya que, según la tendencia actual, es el turismo el que proporcionará empleo a más gente en el mundo que cualquier otra industria (Weil, 2001).

Cabe agregar que todo el impulso que se le ha concedido al turismo local y cultural ha sido gracias a una serie de acuerdos, cooperaciones y concertaciones, de los cuales y en primera instancia podemos destacar la cooperación multisectorial, que se caracteriza por hacer énfasis en la creación de sociedades de empresarios para la exhibición de las diversas tendencias del turismo cultural, así como por profesionalizar e involucrar a los empresarios locales con el desarrollo turístico local, o bien crear y dinamizar eslabonamientos productivos entre los proveedores y los consumidores de insumos indirectos de la industria turística (Andrés, óp. cit.).

En esa misma línea podemos incluir los diversos acuerdos que se han dado entre los macro y micro empresarios del sector terciario con relación al turismo; por ejemplo, entre restaurantes de comida típica o tradicional que han adoptado las técnicas modernas para preparar grandes cantidades de alimentos y los restaurantes de comida rápida e internacional que han adoptado la iconografía tradicional para definir su línea hacia un mercado exclusivo. Otro ejemplo semejante nos lo proporcionan las casas rurales y los ‘ecohoteles’, equipados con tecnología telecomunicativa de punta, y los consorcios hoteleros de fama mundial que adaptan su estilo a determinadas geografías rurales o locales (Pereiro y Prado, óp. cit.).

Al respecto, también la concertación intergeneracional ha rendido frutos en los proyectos ligados al turismo cultural, sobre todo el diálogo que se viene dando entre los jóvenes pequeños o medianos productores (cuyo denominador común es su disposición a canalizar los viejos recursos medioambientales, históricos, arquitectónicos y culturales hacia la serie de nuevos servicios del turismo cultural), y los viejos y grandes productores (cuyo denominador común es su disposición a sanear su cadena productiva con la intención de mejorar la calidad medioambiental, además de revalorizar la cultura autóctona) (Toselli, 2006).

Otra concertación que ha sido básica para el fortalecimiento del turismo cultural —sobre todo en las pequeñas localidades insertas en el interior de extensos territorios— tiene que ver con el equilibrio entre la tematización y la diversificación de la oferta cultural. El papel de fundaciones creadas *ipso facto* ha sido crucial para empalmar los intereses de una oferta cultural consolidada con otras manifestaciones artístico-culturales pertenecientes a la misma región económica; todo ello con la intención de evitar tematizaciones aberrantes, como por ejemplo la ‘disneylandización’ de cualquier parque de diversiones, la ‘copacabanización’ o ‘acapulcanización’ de cualquier litoral, o la ‘taxconización’ de

pueblos ancestrales, pues el baluarte del turismo cultural radica en la diversificación y no en la estandarización de las tradiciones (André, Cortés y López, 2003).

Complementa este bloque de *holding* de carácter económico-administrativo la cooperación financiera entre los diversos grupos de inversionistas privados y los diferentes órganos de gobierno relacionados con la actividad turística, tales como ministerios de turismo, institutos de fomento turístico, centros de investigación y planificación turística, etcétera. Las tareas principales de esta sinergia se resumen en tres puntos: 1) creación y modernización de alojamientos (siguiendo pautas rurales); 2) creación de ofertas complementarias (redes de museos, rutas de peregrinaje, etcétera), y 3) inversiones a favor del medio ambiente y del patrimonio inmobiliario de valor cultural (Such, Paz, García, y Candela, óp. cit.).

Sin embargo, las concertaciones para el fortalecimiento económico del turismo cultural no paran allí, sino que se han extendido hacia el campo político. Este fenómeno se refleja en las múltiples reformas que han tenido, por una parte, las diversas leyes nacionales e internacionales de turismo, y por otra las diversas leyes de urbanismo o de planificación urbana, las cuales muestran tener una cierta disposición por empalmar los intereses de los turoperadores y de las demás agencias de viajes, hoteleras, etcétera, con los de las diversas comunidades y municipalidades. Aquí el ideal sería llegar a una sola ley urbano-turística, con la intención de evitar la duplicidad de funciones, así como de anular privilegios y proteccionismos (Punzo, óp. cit.).

Finalmente, advertimos que no es posible descartar la concertación multidisciplinaria, puesto que sólo el diálogo profesional entre los diversos gremios de intelectuales podrá establecer los escenarios, paradigmas, horizontes de referencia o modelos más factibles entre la preservación de la cultura o patrimonio arquitectónico, artístico y cultural, y el crecimiento económico a partir de la actividad turística; obviamente, sin excluir la voz de la ciudadanía, que por muy local o autóctona que sea, es a fin de cuentas la heredera del saber local (Obiol y Canós, óp. cit.). Sobre esto es necesario extendernos un poco más con la intención de poner en práctica un ejercicio multidisciplinario que, como hemos dicho en el título del presente ensayo, se relaciona con la microhistoria.

Una de las conclusiones a las que se llegó en el “XXV Simposio Internacional de Conservación del Patrimonio Monumental: Turismo y Patrimonio Cultural, Sinaloa 2005” fue que en México existe poco interés por vincular la educación, la cultura, el turismo y el desarrollo económico. Por ejemplo, la Ley Federal de Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas de 1972, dirigida a proteger el patrimonio cultural, no establece su vinculación con el turismo. Tampoco existe una política nacional para fomentar esa relación. Sin embargo, lo más grave es el conflicto de intereses en cuanto al control del turis-

mo cultural local. Según el arquitecto Ramón Bonfil, expresidente del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS, por sus siglas en inglés) el turismo se debe poner al servicio del patrimonio. En esa misma línea de pensamiento se ubica el académico de la Universidad Autónoma Metropolitana, Ernesto Becerril Miró, quien considera que son las autoridades culturales y no las de turismo las que han de servir como gran aglutinador de la protección del patrimonio (Amador, 2005).

Aunque, a primera vista, la balanza se ve inclinada hacia los deseos de dichos personajes, cabe hacer algunos comentarios al respecto. Primero, al delegar la administración del turismo cultural, por ejemplo, al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) se caería en un capitalismo monopólico de Estado, que aunado a la corrupción, a las prebendas y compadrazgos académicos funcionaría, en términos fácticos, más como una válvula de escape que como un órgano federado, incluyente y coloquial. Segundo, en México ninguna institución dedicada a las humanidades o a la cultura tiene la capacidad, el personal, la infraestructura y la tradición⁸ para administrar una industria como la del turismo. En otras palabras, pasar por alto a las más de trescientas cincuenta escuelas de turismo que tiene registradas la Secretaría de Turismo, y a los miles de alumnos y licenciados en turismo, y pretender crear escuelas de humanidades para tener personal *ad hoc* al turismo local cultural es un error de proporción nacional.

Con ello no se está excluyendo a las autoridades culturales de la gestión del turismo cultural, sino se está sugiriendo que su participación, en estos momentos, aunque importante, sea modesta. En efecto, la participación de la cultura en el turismo debe ser a partir de lo que aquella, en términos de oferta turística cultural, pueda ofrecer⁹, como por ejemplo las historias locales elaboradas por historiadores de carrera.

De este modo se llegaría a cumplir no solo con una mayor integración entre los órganos de gobierno, tanto del sector turístico como del cultural (*holding*

-
8. A manera de ejemplo, considérese la distribución de las tesis sobre turismo que alberga la Universidad Nacional Autónoma de México: 100 de ellas provienen de economía, 85 de administración, 60 de ciencias políticas, 46 de arquitectura, 33 de geografía, 10 de ingeniería y sólo una a la licenciatura en historia.
 9. En ese sentido, las autoridades culturales no deben quedarse sólo en el resguardo de los patrimonios, ni en la escritura de las grandes pero generales historias nacionales, sino participar en la generación de empleos, tanto para todos los subempleados que producen los actuales planes de estudios, como para el público en general.

entre secretarías de Estado),¹⁰ sino, además, para el caso mexicano, se cumpliría con todas las monografías histórico-geográficas de carácter municipal que demandan los más de mil pueblos con potencialidad turística, recordando que dichas narrativas pueden llegar a ser la base para la elaboración de guías turísticas culturales para el mercado europeo y norteamericano, principalmente.

Ahora bien, tomando en cuenta que no son ni han sido los historiadores los interesados en la publicación de las microhistorias y vaticinando, en el caso de turismo cultural y local, que esta tarea pendiente será asumida por el licenciado en turismo, la intención de este texto es proporcionar una breve pero sustanciosa guía metodológica para que los no historiadores —léase ‘turistólogos’, gastrónomos, agentes turísticos y demás expertos de la industria— puedan lograr o realizar los relatos pertinentes para cada localidad o comunidad, de tal modo que las comunidades que estén dispuestas a “pensar globalmente y actuar localmente” fortalezcan sus potencialidades para la práctica *glocal*, y así extender las fronteras del turismo cultural y local. A continuación se mencionan algunos elementos sobre el estado del arte de la microhistoria, así como la metodología general que consideramos será de utilidad, insistimos, para aquellos licenciados en turismo cultural que deseen expandir su campo de acción.

Microhistoria. Estado del arte

Desde la aparición de *Pueblo en vilo* de González (1968), es cierto que han surgido poco más de treinta artículos de carácter científico que hablan tácitamente de la microhistoria; pero también es cierto que la mayoría de estos artículos son meras reseñas de otras obras literarias. En definitiva, poco menos de una docena de dichos documentos trata cuestiones de índole teórica o metodológica. Es así como nos enteramos del trabajo de Aguilar y Cañedo (1985), quienes desde el punto de vista metódico afirman que la microhistoria exige la revisión de documentos tanto de historia regional como de geografía regional, mientras que en *La Soledad del silencio* Jorge Hernández (1987) dice que la microhistoria, mediante la microinvestigación, describe la importancia de las comunidades, y que para ello se apoya en la arquitectura, la literatura, la pintura y demás elementos estéticos del lugar de estudio (donde la misma actividad turística, en algunos lugares, ya forma parte de la microhistoria; por ejemplo, Taxco y

10. Desde la academia bien cabría que en el bando turístico se abriera la carrera de historiador local, mientras que en el de la historia urge definir proyectos turístico-histórico-culturales.

sus rutas nocturnas). En ese sentido —continúa Hernández— metodológicamente el primer paso para microhistoriar es considerar la geografía de la región (climas, valles, cultivos, cerros, ríos, flores, etcétera); el siguiente paso tiene que ver con la descripción del conglomerado social del lugar, con la descripción de los oficios económicos y, finalmente, como último recurso, hay que ahondar en la biografía de los personajes clave (hacendados, párrocos, familias, etcétera), y en donde se carezca de dichos personajes, se puede recurrir a la descripción biográfica de casas, capillas, conventos; incluso del arte culinario o gastronómico (Hernández, óp. cit.).

Los ensayos anteriores, en palabras de Hellion (2004), pueden considerarse como un tipo de pensamiento histórico, o si se quiere, de escuela de pensamiento microhistórico que cuestiona las corrientes históricas que privilegian las generalizaciones nacionales, cuestionadas de manera abierta desde hace tres décadas por Florescano:

...aun cuando se ha ampliado considerablemente la dimensión espacial y temporal de la historia colonial, no se ha quebrado la interpretación centralista que impera en muchos de los estudios contemporáneos (Florescano, 1978: 23).

Una crítica objetiva nos revela que solo algunas de las treinta y dos entidades de la federación (entre ellas el Distrito Federal, Michoacán, Estado de México, Jalisco y Puebla) cuentan con colegios de historia capaces y —como diría Florescano— a la altura de los agentes históricos regionales que han conformado la *multánime* entidad que llamamos México.

Entre las observaciones de carácter metodológico que nos hizo el epónimo de la corriente microhistórica en México, y que deben tomarse en cuenta para los ejercicios de microanálisis, está que la historia local debe ser vista no como un pleito entre académicos, sino como una expresión popular, puesto que sus operarios suelen ser de muy desigual condición —los hay abogados, sacerdotes, médicos, poetas, políticos, ‘turistólogos’— y su denominador común es que no son historiadores de carrera. De allí que tengamos que repetir algunas fuentes de información (vestigios arqueológicos, papeles de familia, registros parroquiales, libros de notarios, crónicas de viaje, censos, informes municipales y estatales, estatutos, reglamentos, leyes, periódicos, entrevistas y tradición oral) que son útiles tanto a aquellos como a los jóvenes historiadores de oficio o licenciados en turismo interesados en ampliar la oferta turística cultural (González, 1994).

Recientemente, Patricia Arias, en un ensayo comparativo entre microhistoria e historia regional, dice que Luis González enfatiza tres aspectos a considerar para la elaboración de cualquier microhistoria: 1) se debe prever la insuficiente

cantidad de información de carácter regional; 2) se debe revalorar la historia social, es decir, dejarla de ver como una mera sucesión de eventos o algo anecdótico y 3) finalmente, hay que tener conciencia de la diversidad y pluralidad sociales que existe en el México contemporáneo. Bajo esas premisas podemos entender el pensamiento de Luis González, para quien —dice Arias— la microhistoria es el relato del hombre común, de la familia, el terruño, el espacio, la región nativa del ser. En ese sentido, la microhistoria es casi geohistoria, y sobre esta última reposarían las estructuras sociales, económicas y culturales, sin olvidar que lo trascendente del quehacer microhistórico es entender a las personas. De allí la dificultad de hacer microhistoria —continúa Arias— tanto que, hasta la fecha, no tenemos trabajos que se aproximen siquiera a los que nos heredó don Luis (Arias, 2006).

Una excepción a la consigna de Arias es la tesis de licenciatura de Jorge Hernández que, bajo el patrocinio del propio Luis González y González, alcanzó las prensas de la editorial Fondo de Cultura Económica en 1991 con el título *La soledad del silencio. Microhistoria del santuario de Atotonilco*. En dicho trabajo, Hernández narra la historia de la casa de ejercicios ignacianos de Atotonilco el Viejo, Guanajuato (hoy un ejemplo exitoso del binomio microhistoria-turismo cultural, en este caso de tipo religioso). Para lograr dicho cometido, el autor se apoyó en una estructura capitular compuesta de cinco estudios diferentes, en la cual el análisis regional, arquitectónico y plástico son los más malos, en comparación con el estudio biográfico del párroco fundador del santuario, así como la apología que se le hace a San Ignacio de Loyola. Paradójicamente, el ensayista se queja de la poca dedicación que se le da al contexto arquitectónico y plástico en las diversas historias locales (Hernández, 1991).

Al respecto, el propio Luis González (1995: 235) en “Itinerario del microhistoriador” nos habla de los seis vicios mayores y frecuentados por la microhistoria mexicana, que podemos considerar factores negativos para la producción microhistórica: uno es el conservadurismo. Somos —dice González— por herencia, optimistas frente al pasado y pesimistas ante el presente y el futuro. Otro es el diletantismo: a la insuficiencia de escuelas en las que se fabriquen historiadores se suma la falta de transmisión de las experiencias que acumulan anticuarios y microhistoriadores al ámbito universitario; es decir, el historiador local aún no posee la teoría de su práctica, con mucha frecuencia —continúa— ni siquiera sabemos dar con las fuentes de conocimiento histórico, y menos aún recogerlas debidamente.

Otro vicio que interviene con el desarrollo del quehacer microhistórico tiene que ver con la pobreza de la información y la escasez de tiempo y de recursos económicos, pues los eruditos se ven obligados a trabajar con poco material

investigable y en horas perdidas y con alicientes económicos minúsculos. Luego aflora lo ‘todista’, que es la tendencia del microhistoriador a desbordarse: si bien lo multidisciplinario se realiza vigorosamente en los sabios locales, abunda una soberana incapacidad de síntesis. Carente de una agenda de trabajo, el historiador de provincia suele prolongar su trabajo indefinidamente. Finalmente, vemos que hoy en día no funciona ningún organismo que permita e impulse el contacto entre historiadores particulares y generales o entre historiadores, geógrafos y expertos del turismo, además de que el vigoroso etnocentrismo impide la unión de los sabios de provincia entre sí. Para terminar, se agrega que las efemérides, diccionarios, monografías, geoestadística en que muy a menudo se vierten los descubrimientos de la investigación local, no son nada fascinantes para el común de los lectores (*ibíd.*).

Hasta aquí la revisión relacionada con el proceso de microhistoriar para el sector turístico local cultural. Aunada a la de lectura rápida (Buzan, 1998) la técnica del microhistoriador sirve para resolver problemas como el siguiente: ¿cómo rastrear la historia de un pueblo pequeño en un inmenso *corpus* de encabezados regionales y nacionales en el que no aparece? En efecto, reconstruir la historia de un pueblo de origen prehispánico (como el caso de la mayoría de los pueblos mexicanos) exige mucho tiempo y esfuerzo, debido a que gran parte de los datos que aluden a su historia local se encuentran fragmentados y dispersos en el torrente de documentos que se refieren a la historia general de los estados federados. De tal modo que para extraer algo relacionado con el contexto microhistórico y ligarlo al discurso del turismo cultural local es necesario pasar revista a una inmensa cantidad de páginas, ya que actualmente la mayoría de este tipo de obras carece de índices analíticos.

En un estudio de caso en Xochitepec, Morelos, en el que, tras algunos meses de lectura rápida y de búsqueda y sistematización de información con apoyo de algunas técnicas de investigación participativa y cualitativa —observación participante, grupos de discusión, entrevistas profundas a informantes clave, encuestas estructuradas, pero sobre todo de convivencia con algunos lugareños— se pudo elaborar un modesto catálogo bibliográfico para la historia del Cerro de las Flores o Xochitepec, el cual se logró enriquecer con algunas técnicas geográficas, cartográficas y de archivo para que al fin terminara en una propuesta de turismo cultural integral (Tovar y Alvarado, 2010). Cabe agregar que en dicho estudio pormenorizado, apoyado en un año de trabajo de campo en dicho municipio, se llegó a formular tres proyectos de desarrollo turístico cultural y tres innovaciones, con la intención de acercar a la población local y regional con la cultura humanística (microhistoria) y la cultura turística. Las generalidades de estos resultados fueron: la casa de las artesanías tlahuicas (talleres de nuevos va-

lores); la galería arquitectónica al aire libre (la vanguardia a la plaza pública); el museo de sitio (sala de exposiciones temporales entre culturas regionales), y las propuestas innovadoras fueron: el acuario de agua dulce (variedades regionales, nacionales e internacionales); el zoológico de animales híbridos (*'ligres'*, *'tigro-nes'* y *'leopones'*) y la mudanza de monumento arquitectónico (*mega mover*).

Conclusión

Como vemos, para mitigar la disfuncionalidad entre el turismo y la microhistoria es necesario incrementar y fomentar la colaboración interinstitucional entre secretarías de Estado (por ejemplo, la Secretaría de Turismo, la de Educación, la de Economía, la de Relaciones Exteriores) y entre éstas y el Consejo para la Cultura y las Artes, además del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Valdría la pena documentar más casos científicos de concertación y cooperación interestatales que reflejen claramente la participación de cada órgano de gobierno con el desarrollo del turismo cultural, dado que éste, en calidad de servicio súper especializado, requiere de un esfuerzo que vaya más allá de la mera firma de acuerdos políticos: hay que pasar de las acciones a la institucionalización de la interdisciplinariedad estatal.

Asimismo, es necesario documentar todos aquellos casos en los que se expresen las formas de trabajo académico de corte multidisciplinario, especialmente si los resultados están dando pie a nuevas propuestas y alternativas de crecimiento (como la práctica del “pensar globalmente y actuar localmente”) para un tipo de turismo que casi es desconocido a nivel nacional y poco fomentado a nivel internacional, como lo es el turismo cultural local. De lo contrario, cada nuevo proyecto, innovación o propuesta de desarrollo turístico cultural —a la luz de las acciones y de las cooperaciones tradicionales— dará la impresión de algo inconexo, futurista, incluso inviable. Sin embargo, cabe recordar que la realidad evidencia que la tecnología y la administración están creciendo a un ritmo exponencial, no así el ámbito académico y político. Esta situación nos obliga a pensar en más trabajo multidisciplinario que, aunque ralo, sería a fin de cuentas más abierto que los discursos monográficos y caducos.

Referencias

- Aguilar, E. y S. Cañedo (1985) “Desde la microhistoria. Referencias bibliográficas en torno a la Revolución Mexicana”, *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, vol. XXXI, núm. 122, México, pp. 167-177.
- Amador, J. (2005) “Turismo cultural: visión corta y mediocre”, *Proceso*, núm. 1519, México, pp. 64-65.
- André, M., I. Cortés y J. López (2003) “Turismo cultural: cuando el recurso cultural supera al destino turístico. El caso de Figueres”, *XII Simposio Internacional de Turismo y Ocio*, Barcelona <https://www.bmi.gob.sv/pls/portal/docs/PAGE/BMI_HTMLS/BMI_PULSO_TURISMO_IM/TURISMO_CULTURAL_FIGUERES_Y_DALI.PDF>, revisado el 15 de julio de 2009.
- Andrés, J. (2000) “Aportaciones básicas del turismo al desarrollo rural”, *Cuadernos de turismo*, núm. 6, Murcia, España, pp. 45-59.
- Arias, P. (2006) “Luis González. Microhistoria e historia regional”, *Desacatos*, núm. 21, México, pp. 177-186.
- Buzan, T. (1998) *El libro de la lectura rápida*, Urano, México.
- Ciruela, L. (2005) “Cooperativismo agrario y turismo rural. Hacia el desarrollo local sostenible”, *Interações. Revista Internacional de Desenvolvimento Local*, vol. VII, núm. 11, Campo Grande, Brasil, pp. 9-16.
- Demanget, M. (2002) “La patrimonialización de lo invisible. Turismo cultural, plan de ordenación agrícola y proyecto de territorio. Las rutas de la lavanda en el sur de Francia”, *Dimensión antropológica*, vol. 26, México, pp. 119-142.
- Dopico, M. (1995) “Cursos de español para extranjeros: una oferta de turismo cultural de la Universidad de la Habana”, *Revista cubana de educación superior*, núm. 2, La Habana, pp. 38-50.
- Florescano, E. (1978) “Pueblo en vilo. Microhistoria de San José de Gracia, la tierra donde estamos. Invitación a la microhistoria”, *Nexos*, núm. 6, México, pp. 23-24.
- González, L. (1968) *Pueblo en vilo: microhistoria de San José de Gracia*, El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos, México.
- González, L. (1994) “Hacia una teoría de la microhistoria”, *Relaciones*, vol. 15, núm. 57, El Colegio de Michoacán, A. C., Zamora, México, pp. 9-22.
- González, L. (1995) *Todo es historia*. Cal y Arena, México.
- Hellion, D. (2004) “Confluencias y diferencias de la microhistoria”, *Fuentes humanísticas*, núm. 28, Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco, México, pp. 188-192.
- Hernández, J. (1987) “La soledad del silencio. Microhistoria del santuario de Atotonilco, Guanajuato”, *Estudios*, núm. 8, Instituto Tecnológico Autónomo de México, México, pp. 97-103.

- Hernández, J. (1991) *La soledad del silencio. Microhistoria del santuario de Atotonilco*, Fondo de Cultura Económica, México.
- La Jornada (2009) “Contribuye turismo hasta con 47 por ciento del PIB en algunos estados”, 16 de octubre de 2009 <<http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2009/10/16/contribuye-turismo-hasta-con-47-del-pib-en-algunos-estados-diputado>>.
- La Jornada (2009) “Voladores de Papantla y tradiciones de Tolimán, patrimonio de la humanidad”, 1º. de octubre de 2009 <<http://www.jornada.unam.mx/2009/10/01/index.php?section=cultura&article=a06n1cul>>.
- Mateos, J. (2002) *Me lleva el tren: los albores del turismo en México, 1921-1934*, tesis de licenciatura, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Obiol, E. y H. Canós (2001) “Turismo, territorio y medio ambiente en Morelia. Del P. G. O. U. (1986) A la Agenda 21 Local (2000)”, *Investigaciones geográficas*, núm. 26, México, pp. 81-99.
- Pereiro, X. y S. Prado (2005) “Turismo e oferta gastronómica na comarca de Ulloa (Galiza): análise de uma experiênciade desenvolvimento local”, *Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural*, vol. 3, núm. 1, Tenerife, España, pp. 109-123 <<http://www.pasosonline.org/Publicados/3105/PS080105.pdf>>.
- Punzo, L. (2004) “Sostenibilidad del turismo y desarrollo económico local: el caso de la región toscana”, *Caderno virtual de turismo*, vol. 4, núm. 1, Río de Janeiro, Brasil, pp. 8-27 <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/viewarticle.php?id=49&layout=abstract>>.
- Secretaría de Turismo (2009) *Guía de instituciones de enseñanza turística* <http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_9033_nivel_superior>.
- Such, C., M. Paz, M. García y A. Candela (1995) “La potenciación del turismo rural a través del Programa LEADER”, *Investigaciones geográficas*, núm. 14, México, pp. 77-98.
- Tapia, E. (2008) “Estudio del potencial ecoturístico de la reserva natural Isla Juan Venado, León, Nicaragua”, *La Calera*, núm. 9, Managua, pp. 28-37.
- Toselli, C. (2006) “Algunas reflexiones sobre el turismo cultural”, *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 4, núm. 2, Tenerife, España, pp. 175-182 <<http://www.pasosonline.org/Publicados/4206/PS040206.pdf>>.
- Tovar, R. y C. Alvarado (2010) “Xochitepec. Una propuesta de desarrollo turístico cultural integral”, *El periplo sustentable*, núm. 19, Toluca, México, pp. 93-121.
- Weil, J. (2001) “Un ecomuseo para San Vicente: artesanos de cerámica y turismo cultural en Costa Rica”, *Herencia*, vol. 13, núm. 1, San José, Costa Rica, pp. 137-154.

XXIII

Desarrollo regional cimentado en el turismo religioso

Rogelio Martínez Cárdenas¹

Introducción

Este trabajo presenta parte de los resultados de un proyecto de investigación financiado por el Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología de Jalisco (Coecytjal) cuyo objetivo fue analizar la situación actual del turismo en los principales santuarios católicos existentes en los Altos de Jalisco, destinos de visita y devoción desde mediados del siglo XVII. Durante más de tres siglos, la región alteña —en particular la localidad de San Juan de los Lagos— ha sido receptora de turistas con intereses religiosos. A partir de este nuevo siglo, con la canonización de algunos mártires cristeros locales, los sitios de interés de la región se han multiplicado.

El reciente repunte en la afluencia de visitantes a esta región del estado de Jalisco ha hecho que las autoridades vean en el turismo religioso un gran potencial de desarrollo económico. Con el fin de que el beneficio económico que deja el turismo sea compartido por los diferentes municipios que integran la región, se ha creado una propuesta de ruta turística al estilo del Camino de Santiago en España. Actualmente la ruta cuenta con cuatro circuitos —norte, este, sur y oeste— los cuales, si se recorren en su totalidad, hacen que los peregrinos visiten los 24 municipios que conforman la región. Dos de los circuitos tienen como

1. Universidad de Guadalajara, México. Correo electrónico: roy963@hotmail.com.

punto final o inicial —dependiendo como se realice el recorrido— el santuario de San Juan de los Lagos, y los otros dos llevan a los peregrinos por poblaciones con santuarios de reciente creación que aún no alcanzan la popularidad del de la Virgen de San Juan de los Lagos.

De los nueve santos canonizados por Juan Pablo II y a los que se les ha erigido un santuario en alguna población alteña, el que más popularidad ha alcanzando entre los devotos es el de Santo Toribio Romo en Jalostotitlán. Este santo, a pesar de ser uno de los mártires más jóvenes, rápidamente alcanzó popularidad entre los creyentes como protector de los migrantes, lo que le ha generado una gran cantidad de fieles. No obstante, y pese a los aproximadamente seis millones de peregrinos al año que lo visitan, este santuario se ubica en una de las zonas con mayores problemas de generación de empleos y una muy alta migración a los Estados Unidos (Plan de Desarrollo 2030 del Estado de Jalisco), lo cual pone en entredicho el beneficio que el turismo ha podido generar en la región alteña.

Desarrollo de la investigación

Metodología

Para el desarrollo de la investigación se aplicaron 1,800 encuestas a turistas en los alrededores de los santuarios de San Juan de los Lagos y Santo Toribio Romo —que son los que reciben más visitantes por año— durante los fines de semana de los meses de febrero a abril de 2010. Se procuró obtener una muestra lo suficientemente amplia y variada de los visitantes que, en su mayoría, llegan en grupos y comparten entre sí muchas características. La selección de los encuestados se hizo de manera aleatoria. Del total de cuestionarios obtenidos se eliminaron todos aquellos que no fueron contestados en su totalidad o que presentaron respuestas incongruentes con las preguntas. Después de la depuración, el universo de encuestas fue de 1,406, cada una de las cuales fue debidamente procesada y analizada. Adicionalmente, se realizaron cerca de 140 encuestas a comerciantes ubicados en las inmediaciones de la basílica de San Juan de los Lagos, de las cuales 98 se consideraron válidas. Para el procesamiento estadístico de la información se utilizó el programa SPSS versión 15.0 para Windows, para el análisis de redes el programa UCINET 6 para Windows y para la representación de las redes, el programa NETDRAW 2.096.

Revisión de la literatura

El turismo religioso resulta de la fe que lleva a algunos a desplazarse de un sitio a otro con la finalidad de adentrarse en un lugar considerado sagrado. Su principal y peculiar característica es la cercanía que tiene el visitante con una divinidad que no puede ser alcanzada en cualquier sitio profano. Como señala Secall (2001), “la utilización del hecho religioso es una constante a lo largo de la historia, que subsistirá, no importa bajo qué tipo de espiritualidad ni de qué sistema económico”, y el turismo ha visto en el aspecto religioso un potencial para la generación de un segmento de mercado.

La promoción del turismo religioso se distingue de la de otros sitios turísticos, ya que la decisión de visitar un sitio de fe determinado no está influenciada por los servicios que se ofrecen en dicho lugar, sino por la devoción a la imagen que se venera en dicho sitio. Un aspecto importante para el peregrino que visita un lugar de fe es la irrepitibilidad del mismo, es decir, ningún otro sitio o imagen religiosa existente en otro lugar posee los atributos de aquel que se ha decidido visitar. En contraste, los turistas seculares

tienen muchas más posibilidades de elegir y exigen más sobre todas las variables del producto turístico, antes de decidirse a visitar por primera vez un lugar o repetir su estancia en él, por lo que el desarrollo turístico se debe fundamentar sobre criterios de sostenibilidad, beneficiando a todos los actores involucrados, siendo económicamente viable, ecológicamente sostenible, socioculturalmente aceptable y proporcionando un alto grado de satisfacción (Álvarez y Espinoza, 2008: 10-11).

El reto del planificador turístico es hacer que el peregrino pase a ser también un turista que consuma los productos turísticos con que cuenta la población a la que arribó en principio por motivo puramente religioso.

Es preciso distinguir entre el mito, la oferta inmaterial, el conjunto de representaciones mentales dirigidas a una clientela —que en un principio denominamos peregrinos— y la oferta material —alojamientos, equipamientos de toda índole, con los que convertir al peregrino en turista o simple excursionista (Andrés y Espejo, 2006: 10-11).

Esta tarea no es fácil, puesto que:

la conversión del mito religioso en producto turístico exige tres pasos fundamentales, todos ellos conducen a la revitalización y rehabilitación del capital-imagen de la

ciudad. El primero marca las exigencias en renovación de infraestructuras, es preciso modernizarse para afrontar la nueva problemática, convertirse en ciudad turística es una buena medida pero nunca la panacea; el segundo paso requiere encontrar una especialización que haga a la ciudad competitiva en su entorno inmediato, encontrar la piedra angular en la configuración de la nueva imagen permite dotar a la ciudad de instrumentos suficientes para la diversificación de sus actividades, como corresponde a la transversalidad derivada del turismo. Por último, pero también el paso más importante, es preciso partir de la idea de que el desarrollo territorial endógeno es la más acertada de las soluciones posibles para la evolución sostenible de la ciudad.

Crear un entorno de calidad no significa [sic] colocar unos bancos, algunos maceteros y papeleras en ciertos nodos e hitos y dejar que amplias plazas se conviertan en aparcamientos y que la superficie se 'privatice' a base de terrazas de bares y cafeterías con sus negativos impactos ambientales que llevan consigo la anulación de la tradicional función social que siempre se le atribuye a la plaza, además, los ruidos y otras molestias colaterales acaban por expulsar a la función residencial. La recuperación del entorno urbano adecuado a las exigencias de la nueva funcionalidad debe pasar, como mínimo, por las siguientes acciones:

- a) Preservación del legado arquitectónico, en el que se incluye el trazado de las calles, por cuanto constituye la razón de ser de la imagen turística.
- b) Una planificación integrada del conjunto urbano.
- c) Atajar la contaminación urbana.
- d) Toda planificación integrada deberá tener presente que sin unas buenas infraestructuras físicas que conecten a la ciudad con los centros de turistas es muy difícil lograr el éxito apetecido (Andrés y Espejo, 2006: 16-17).

Como puede apreciarse, el paso de ser tan solo un sitio de fe a convertirse en un centro turístico de motivación religiosa no fácil y requiere de la participación tanto del sector gubernamental en sus tres niveles, como del sector social; es decir, la sociedad local, que es la afectada o beneficiada con el proyecto de desarrollo turístico de la población. Además, en el caso del turismo religioso, se requiere también la participación de la Iglesia, puesto que es ella quien administra el factor devocional que da origen en principio al deseo de una persona por visitar la localidad.

Para llevar a cabo una promoción turística no basta con tener dinero para invertir (capital económico). Es necesario tener también "capital social" que nos informe de dónde invertirlo, qué terrenos van a modificar su cualificación y demás, pues la información de que disponen los agentes económicos no es nunca perfecta, y menos aún en el campo de la planificación urbana. Pero es necesario además tener un "capital cultural", que permita no sólo comprender los complicados entresijos técnicos

de la planificación urbanística, sino cómo una cultura distinta puede ver como un atractivo o recurso turístico lo que para otros no es más que un espacio improductivo (Santana, 2007: 58)

El convertir un espacio que socialmente es considerado como improductivo, en un lugar que genera el deseo de ser visitado, es parte del desarrollo de un producto turístico, y es que:

un producto turístico no puede identificarse a priori con el pretendido ‘valor de ocio natural’ de un paisaje, de un litoral, de un campo nevado, de un espacio rural vacío porque es marginal, de un monumento clasificado o de un centro urbano antiguo. No se trata aquí más que de paisajes o de lugares que el hombre ignora, explota, abandona o rentabiliza en función de sus necesidades sociales” (Millán, 1998: 109).

Se trata precisamente de rentabilizar los distintos espacios que permitan que el visitante permanezca más tiempo en el lugar, pero sin que este deseo de convertir todo espacio en un producto turístico afecte a la dinámica social, porque:

al contrario de otras actividades económicas, en el turismo los ‘consumidores’ llegan hasta el lugar donde se encuentra el ‘producto’, por lo que hace que la actividad turística sea particularmente frágil y vulnerable a cambios que se produzcan en el entorno natural, cultural y económico. Un turismo a gran escala puede alterar completamente el carácter de una comunidad, convirtiéndola en una ‘puesta en escena’ con actores que representan a los nativos y habitantes autóctonos, que huyen hacia otros lugares cuando se acerca la temporada turística” (Toselli, 2004: 3).

Y es que parte de la argumentación de un segmento de la iglesia católica en contra de la promoción del turismo religioso tiene que ver con la idea de que se perderá el sentido original devocional y de fe de las peregrinaciones y fiestas religiosas, para convertirlo tan solo en un espectáculo comercial. Se trata de encontrar el punto medio:

en la apuesta de la ciudad por convertirse en turística reinventando su historia [evitando] se piense más en los visitantes e inversores que en los residentes, no sólo en la materialización del producto turístico sino que se llegue a desvirtuar la verdadera esencia del mito, que pertenece a las raíces profundas de las gentes que son y están en la ciudad” (Andrés y Espejo, 2006: 36).

Sin embargo, hay quienes consideran que la sociedad está enfrentando una “vuelta a las raíces, a la Madre... en un mundo cada vez más tecnificado y agnós-

tico, supone la vuelta al encuentro con los dioses, con la naturaleza [...] una nueva forma de hacer turismo religioso, en el que conviven en perfecta armonía religión y fiesta” (Mariscal, 2007: 2).

El turismo religioso, parece también un fenómeno que comienza a tomar fuerza y contradice la tesis que profetizaba el fin de la religiosidad. En efecto, cada vez son más las personas que por promesas personales o agradecimientos forman parte de las procesiones religiosas en todo el mundo (Korstanje, 2006: 41).

A pesar del auge que está tomando el turismo religioso, todavía existe mucho debate de qué es en realidad lo que habría de entenderse como tal:

¿Qué es el turismo religioso? Ya que [...] turismo, peregrinaciones y experiencia religiosa [...] tienen una identidad propia, y que no se confunden entre ellas.

Dicho esto, ya tenemos una primera aproximación: el turismo religioso no es una peregrinación. Cosa distinta es que la peregrinación, como se ha dado en todos los siglos, haga uso de los medios y de las infraestructuras de este tiempo, que en nuestros lenguajes hemos dado el apelativo de medios e infraestructuras turísticas.

[El] turismo religioso, esconde ambivalencias internas y [...] si no se pone atención, tiende subrepticamente a modificar la práctica tradicional de las peregrinaciones y también el concepto del mismo Turismo (en mayúsculas). [Es] una realidad que va en aumento según constataba una de las principales conclusiones de la Conferencia Internacional sobre el Turismo, las religiones y el diálogo con las culturas de la OMT celebrada en octubre de 2007 en Córdoba (Parellada, 2009: 20-21).

De acuerdo con Lanquar, “El ecumenismo es de una tendencia que se observa cada vez más en el turismo religioso. La otra tendencia que favorece el conocimiento de otras religiones y culturas es la del llamado turismo espiritual o de la espiritualidad” (Lanquar, 2007: 2).

Así pues,

“los destinos claramente identificados con un espacio religioso, es fácil identificarlos con la percepción de turismo religioso. Resulta más difícil saber los motivos de los visitantes hacia ese lugar, ya que se mezclan, los auténticos peregrinos, que visitan el lugar movidos por la fe, los turistas, que aprovechan la visita para acercarse al lugar religioso... con una motivación patrimonial y cultural, al margen del hecho religioso.

Los estudios de la antropóloga Valene Smith (1992) apuntan a la relación entre peregrinaje y turismo, como dos puntos de una línea en cuyo centro situaría una amplia gama de combinaciones sagrado-seculares, que englobarían el turismo

religioso. La relación más cercana entre turista y peregrino podría ser la del turista 'existencial' o turista 'espiritual'" (Cánoves, 2006: 67).

Sin embargo, Parellada no está de acuerdo con esta visión, y afirma: "el elemento clave para definir el turismo religioso es la motivación religiosa. Sabemos, no obstante, que la motivación religiosa coexiste con la curiosidad o el interés cultural por ciertas formas de entender el mundo, diferentes a la propia" (Parellada, 2009: 22). Y llega a postular una definición de turismo religioso en la que el peso central está en la experiencia religiosa:

Por turismo religioso se comprende aquel tipo de turismo que tiene como motivación la visita de lugares sagrados (santuarios, conventos, monasterios, iglesias, ermitas, catedrales...) o participación en celebraciones religiosas (Semana Santa de Sevilla por ejemplo...) para descubrir el "*genius loci*", es decir, la esencia religiosa, el mensaje que transmiten, el valor histórico y la belleza artística. Esto no excluye, sino que comprende en muchas ocasiones la oración, la celebración de los sacramentos (Parellada, 2009: 22).

Un hecho innegable es que existe "una secularización de las peregrinaciones y de los viajes religiosos y espirituales en la medida en que deben responder a las nuevas expectativas de la población y de la clientela turística en un mundo moderno más festivo, abierto y libre" (Lanquar, 2007: 3). Con el desarrollo de nuevos productos turísticos:

los lugares sagrados se han transformado en puntos de encuentro de turistas, movidos por la peregrinación, la búsqueda de experiencias religiosas, la apreciación del lugar como espacio en sí y su significado cultural; y un sinnúmero de personas movidas por la curiosidad de lo sagrado (Cánoves, 2006: 75).

Una peregrinación se define como un viaje que se emprende para llegar a un lugar considerado sagrado. El turismo religioso debe considerarse como un viaje turístico donde el elemento religioso constituye uno de los objetivos principales.

Lo que en definitiva diferencia un concepto de otro son los motivos que animan a emprender el viaje. El motivo de la peregrinación es sobre todo de carácter religioso. Es la llegada al lugar sagrado. En el turismo, el lugar sagrado se visita durante el viaje, pero no se toma como destino final (Cánoves, 2006: 68).

Los motivos religiosos suelen estar presentes, pero la visita puede igualmente convertirse en una estancia totalmente laica. Ello ha permitido aumentar el número de visitantes y laicizar el lugar (Cánoves, 2006: 69).

Pero la intención de un centro de fe al promover como lugar de turismo un lugar religioso no es solo atraer turistas laicos:

hay que reconocer que, aunque la motivación principal en una peregrinación tiene un fuerte trasfondo religioso, la persona que realiza el viaje desarrolla, a menudo, actividades no sólo de dicha naturaleza sino también de carácter turístico, sobre todo, durante su estancia en el destino.

Esas posibilidades de practicar actividades ‘turísticas’ a lo largo del trayecto y en el lugar sagrado estarán condicionadas por las características del recorrido y del destino, y más concretamente, por los servicios e infraestructuras turísticas existentes en ellos así como por el estadio en el que se encuentren en el proceso de transformación de los recursos en productos (Porcal, 2006: 109).

Porque:

en los últimos años estamos asistiendo a un cambio en las tendencias de la demanda turística con lo cual la oferta debe adaptarse a esta nueva situación y posicionarse en zonas hasta ahora alejadas de los flujos turísticos. Entre estas nuevas aportaciones están la creación de rutas turísticas, que se pueden definir como la creación de un clúster de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico a través del turismo (Briedenhann y Wickens, 2003). Ello implica que las rutas turísticas deben de tener una serie de elementos que las respalden como destino turístico. De hecho, ya se han documentado rutas basadas en aspectos tan diferentes como vikingos (Halewood y Hannan, 2001), fantasmas (Inglis y Colmes, 2001), bandoleros (López-Guzmán et al., 2007) o lugares geográficos relacionados en la literatura (Herbert, 2001).

Siguiendo a Herbert (2001), el diseño de una ruta turística debe basarse en la necesaria construcción de la misma y en su posterior comercialización, lo cual debe de permitir poner en relación al demandante y al oferente del producto turístico. Por tanto, en la construcción de una ruta turística debe, en primer lugar, definirse un objetivo concreto que explique qué es lo que se quiere conseguir con dicha ruta turística. En segundo lugar, es necesario que los oferentes (ya que, recordemos, el producto turístico es vendido por diferentes empresas) señalen cuáles son los valores y prioridades con los cuales se va a iniciar la creación de la ruta, y sus posibles ampliaciones y modificaciones. En tercer lugar, y una vez que el producto ya está en el mercado, debe de identificarse si la demanda turística ha aceptado el producto o, en su caso, establecer las pautas de mejora y modificación del mismo. Y en cuarto lugar, los creadores de la ruta deben de interpretar los datos que, poco a poco, vayan recibiendo de los propios turistas. Esta última etapa debe de desarrollarse a lo largo

de toda la elaboración del producto para, de esta manera, ir adaptándose mejor a los gustos de los viajeros.

Sin embargo, no debe de olvidarse que cualquier ruta turística es un elemento productivo que hay que vender y que, como tal, está sujeto a una serie de variables, incluido el propio marketing (López-Guzmán y Sánchez, 2008: 162-163).

Cuando hablamos de las rutas del turismo religioso estamos refiriéndonos al

patrimonio cultural, y dentro de éste el religioso, y con relación a éste último el turismo religioso conforma una encrucijada de intereses, posibles conflictos, negociación, pero y también, de oportunidades para todo el mundo: lugareños y visitantes.

El patrimonio cultural, y según las definiciones oficiales y tradicionales de la UNESCO, se compone de los bienes muebles e inmuebles, monumentos, conjunto de construcciones, lugares de valor histórico y estético, sitios arqueológicos, libros, objetos y obras de arte. En últimas fechas se habla también del patrimonio inmaterial, intangible o efímero, conformado por teorías científicas y filosóficas, literatura, religión, ritos, historia oral, música, danza, costumbres, creencias, sistemas de conocimientos filosóficos y espirituales [...] Como parte del patrimonio cultural consideramos aquí a las imágenes religiosas, templos, ciudades, creencias religiosas, celebraciones y devociones. Se trata del patrimonio cultural religioso (Fernández, 2010: 376).

Aun cuando estamos hablando de diversos elementos que pueden identificarse como parte del patrimonio cultural, la conformación de la ruta busca el desarrollo económico de la región por donde transitará el peregrino. Por ello, podemos referirnos a todo ese conjunto de componentes materiales e inmateriales como un

patrimonio comercial [...] centrado en la venta y consumo para el visitante y el turista, incluido el peregrino. Se trata de un recurso económico donde empresarios hoteleros, transportistas, comerciantes y las autoridades políticas y religiosas locales toman cartas en el asunto. Hay recreación y espectáculo para consumo turístico (Santana, 1997), como lo había para el consumo identitario (García Canclini, 1993). Hay explotación comercial (Santana, 1997), pero y también oportunidades de desarrollo (Robles Salgado, 2004), posibilidad de ser rentable para la población receptora y “derrama económica” (Mariscal, 2007) y una apuesta para el territorio y las comunidades locales que puede llegar a ser positiva (Lanquar, 2007). Además de beneficiar al sector privado y a las autoridades políticas, puede ser fuente de ingresos para los habitantes del lugar (Ostrowsky, 2002), sin mencionar el sentirse reconocidas al pertenecer a un lugar considerado “importante” (Fernández, 2010: 379).

Resultados de la investigación

El comercio en San Juan de los Lagos

Se hicieron 96 encuestas en comercios de la población de San Juan de los Lagos, todos ellos ubicados en los alrededores de la Basílica, principal punto de visita para los turistas. En el Cuadro 1 se presenta la distribución de giros.

Cuadro 1
Antigüedad de los giros alrededor de la Basílica de San Juan de los Lagos (Número de unidades por quinquenio)

	0-5	5-6	10-15	15-20	20-25	30-35	40-45	50-55	ND	Total
Artículos religiosos	3	2	8	7	0	3	0	0	0	23
Bolero	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Bordados y deshilados	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Cachuchas	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2
Comerciante de velas	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Comercio	1	0	0	2	0	0	0	0	0	3
Cortinas	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Dulcería	5	1	0	1	3	1	1	0	0	12
Fotografía	0	1	0	1	0	0	0	0	0	2
Huarache	1	1	1	0	1	0	0	0	0	4
Joyería	4	5	0	3	2	6	1	0	0	21
Juguetes	0	0	0	2	0	1	0	0	0	3
Manteles	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2
Materiales	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Panadería	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Productos de piel	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2
Ropa	3	3	2	0	1	0	1	0	1	11
Semillas	0	0	0	1	0	1	0	0	0	2
Sombreros y costura	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Vinos y licores	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Zapatería	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Total	20	15	13	22	7	13	3	2	1	96

Fuente: elaboración propia, a partir de datos de campo.

Como puede observarse, los negocios de venta de artículos religiosos son mayoría, y han proliferado en los últimos 20 años. Les siguen las joyerías, giros tradicionales que comercializan desde una simple medalla hasta relojes y juegos de joyería fina. Sin embargo, aún cuando la mayoría tiene ya bastantes años, los comercios venden pocos productos elaborados en la región, y declaran que adquieren sus productos fuera de Los Altos, como lo muestra el Cuadro 2.

Cuadro 2
Lugar de adquisición de los productos vendidos
en San Juan de los Lagos (porcentaje)

<i>La región de Los Altos</i>	<i>En Jalisco (fuera de Los Altos)</i>	<i>En México (fuera de Jalisco)</i>	<i>En el extranjero</i>
37%	24%	24%	14%

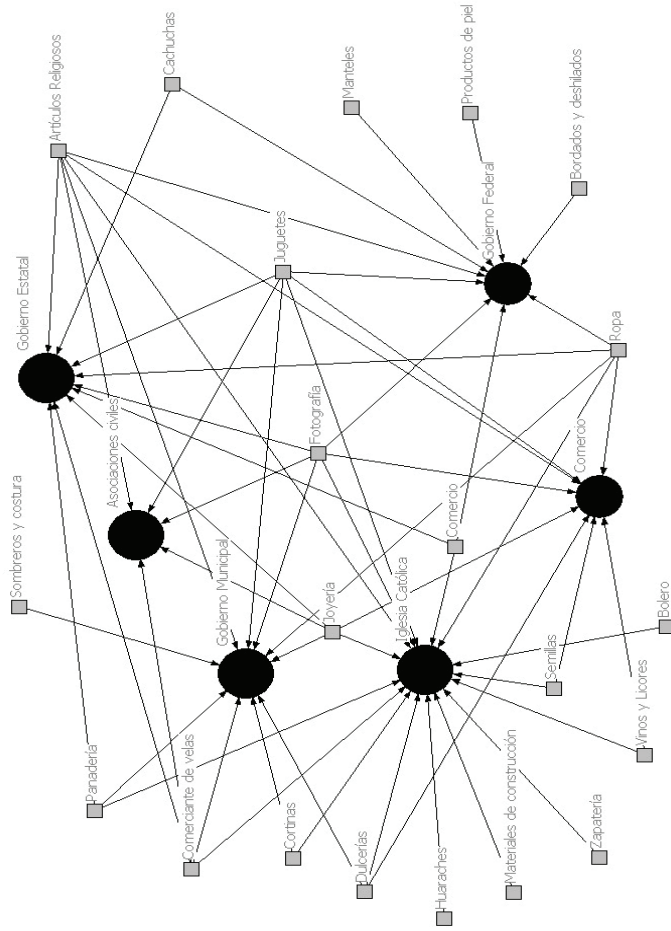
Fuente: elaboración propia, a partir de datos de campo.

A fin de mantener y mejorar los servicios turísticos con que cuenta San Juan de los Lagos, población sumamente visitada por peregrinos, es preciso que los sectores gubernamental, privado, social y religioso coordinen sus acciones. La Figura 1 muestra la relación de estos sectores con el turismo, desde el punto de vista de los comerciantes entrevistados. Con cuadros se representan los sectores y con círculos los giros comerciales.

Centros de fe

En San Juan de los Lagos se obtuvieron mil encuestas válidas a turistas, y en Santa Ana de Guadalupe 406. La mayoría de los visitantes procedía de los estados de Guanajuato, San Luis Potosí, Estado de México y Aguascalientes, en orden descendente. El Cuadro 3 muestra la distribución total de residencia de los turistas entrevistados.

Figura 1
Organismos que apoyan al turista, según los comerciantes de San Juan de los Lagos



Fuente: elaboración propia, a partir de datos de campo.

Cuadro 3
Lugar de procedencia de los visitantes

	<i>San Juan de los Lagos</i>		<i>Santa Ana de Guadalupe</i>	
	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Guanajuato	380	38%	125	31%
San Luis Potosí	150	15%	13	3%
Edo. México	118	12%	4	1%
Aguascalientes	109	11%	57	14%
Jalisco	80	8%	183	45%
Michoacán	42	4%	16	4%
D.F.	38	4%	1	0%
Querétaro	35	4%	1	0%
Zacatecas	17	2%	2	0%
Puebla	6	1%	-	0%
Coahuila	6	1%	-	0%
Nuevo León	5	1%	-	0%
Tlaxcala	3	0%	-	0%
Tamaulipas	3	0%	-	0%
Hidalgo	2	0%	-	0%
Chihuahua	2	0%	1	0%
Baja California Norte	2	0%	-	0%
Oaxaca	1	0%	-	0%
Guerrero	1	0%	1	0%
Etsados Unidos	-	0%	2	0%
Total	1,000	100%	406	100%

Fuente: elaboración propia, a partir de datos de campo.

El Cuadro 4 presenta los resultados del análisis del gasto de estos turistas en la población de San Juan de los Lagos.

Cuadro 4

Gasto promedio de los visitantes a San Juan de los Lagos

	<i>Pesos</i>
Gasto por persona	\$893.61
Hospedaje	\$31.10
Alimentos	\$343.00
Transporte	\$349.15
Recuerdos	\$198.35
Limosnas	\$22.95

Fuente: elaboración propia a partir de datos de campo.

Hay que considerar que el gasto promedio por persona no es igual a la suma de todos los gastos aquí listados, ya que no todos los visitantes hacen uso de servicio de hotel. Uno de los problemas principales que enfrenta el turismo en esta población es el bajo gasto per cápita de los visitantes, que resulta de la poca capacidad de retención de los turistas. Con base en los datos recabados de consumo de los turistas se hizo un análisis de regresión lineal (con el programa SPSS versión 15.0 para Windows) y se obtuvo la siguiente ecuación:

$$\text{Gasto} = 948.501 + 3.889 \text{ hospedaje} - 0.309 \text{ alimentos} - 0.411 \text{ transporte} - 0.360 \text{ recuerdos} + 0.093 \text{ limosnas}$$

Los resultados de la ecuación muestran que el factor alimentario y el transporte tienen una baja participación en el gasto total de visitantes. El Cuadro 5 presenta los gastos de los visitantes a Santa Ana de Guadalupe, donde se venera a Santo Toribio Romo.

Cuadro 5

Gasto promedio de los visitantes de Santa Ana de Guadalupe

	<i>Pesos</i>
Gasto por persona	\$458.49
Hospedaje	\$0.00
Alimentos	\$796.55
Transporte	\$838.42
Recuerdos	\$287.44
Limosnas	\$25.12
Otros	\$14.29

Fuente: elaboración propia, a partir de datos de campo.

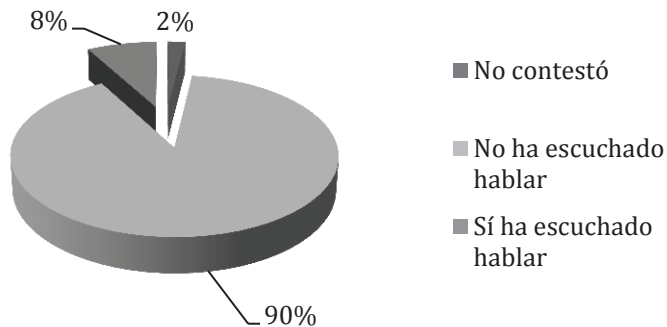
Aplicando el mismo análisis de regresión, la ecuación que se obtiene es:

$$\text{Gasto} = -0.082 + 0 \text{ hospedaje} + 0.180 \text{ alimentos} - 0.207 \text{ transporte} - 0.436 \text{ recuerdos} + 0.654 \text{ limosnas} - 0.027 \text{ otros}$$

Como puede apreciarse, el comportamiento del gasto es completamente diferente en este sitio que no cuenta con servicio de hospedaje, y el mayor peso lo tiene el gasto en recuerdos y limosnas.

Con el fin de incrementar la permanencia de los visitantes y procurar que los beneficios económicos del turismo lleguen a los demás municipios de la región de Los Altos de Jalisco, se ha creado la Ruta Cristera. Sin embargo, los resultados de las encuestas nos muestran que muy pocos visitantes tienen conocimiento de su existencia.

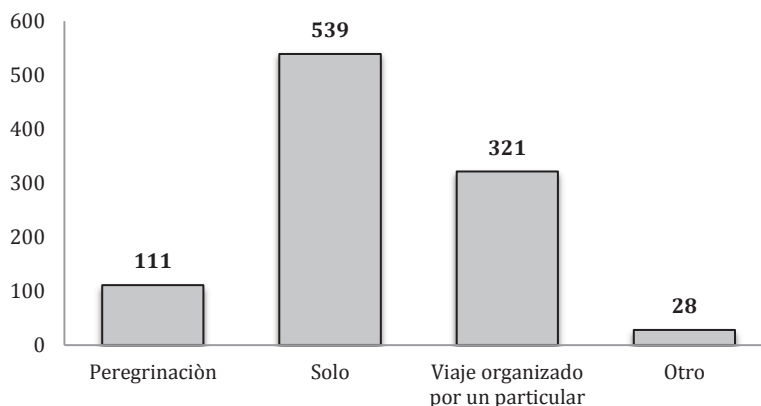
Figura 2
Conocimiento de los turistas de la ruta cristera (Porcentaje)



Fuente: elaboración propia, a partir de datos de campo.

En gran medida, el que la ruta cristera no haya tenido el recibimiento esperado entre los visitantes tiene que ver con el hecho de que la mayoría de ellos no acude a profesionales del turismo para organizar su viaje, como se puede observar en la Figura 3.

Figura 3
Método de organización del viaje (número de personas)



Fuente: elaboración propia, a partir de datos de campo.

Conclusiones

La región de Los Altos de Jalisco tiene una vinculación con el turismo religioso desde el siglo XVII, la cual se incrementó a partir del año 2000 con la canonización de los mártires cristeros.

Las entidades gubernamentales responsables del turismo, en especial las de nivel estatal, han buscado promover la región mediante el proyecto llamado Ruta Cristera, que busca que las personas la recorran al estilo de la Ruta de Santiago en España. Sin embargo, a pesar de la difusión que se le ha dado, los datos obtenidos en esta investigación revelan que los visitantes desconocen la existencia de una ruta a los principales santuarios ubicados en la región alteña.

Otro dato importante para la definición de una política de difusión turística de la zona y que confirma la investigación, es el hecho de que más de 90 por ciento de los turistas que llegan a estos centros de fe no hacen uso de un profesional del turismo para organizar su viaje. A pesar de que San Juan de los Lagos cuenta con una oferta hotelera importante, la mayoría de los visitantes no se hospeda ahí y gasta principalmente en alimentos y en recuerdos. Lo mismo sucede en Santa Ana de Guadalupe, población que no cuenta con oferta hotelera. No obs-

tante, un análisis de regresión de los datos muestra que existen diferencias en el patrón de gasto de los visitantes a ambas poblaciones.

Con respecto a la actividad comercial, existe una gran diferencia entre las dos poblaciones. En el caso de Santa Ana de Guadalupe, incorporada recientemente a la actividad turística, prácticamente todos los comercios son ambulantes y solo operan los fines de semana. En cambio, San Juan de los Lagos cuenta con una gran cantidad de establecimientos comerciales acreditados, además de los ambulantes. Entre los comercios que más destacan están los relacionados con artículos religiosos, las joyerías y los de artículos textiles, así como los de dulces típicos.

La gran actividad comercial que se da en estos centros de fe no ha beneficiado a la región alteña, debido a su escasa vinculación con la actividad productiva de la región. De acuerdo con los datos obtenidos, tan solo 37 por ciento de los artículos vendidos en los santuarios son adquiridos a empresas ubicadas en los Altos de Jalisco.

En resumen, el turismo religioso no ha alcanzado todo su potencial en Los Altos de Jalisco, y si en verdad se pretende que sea el eje conductor del desarrollo de esta región, habrá que replantear la manera en que se promueve y difunde.

Referencias

- Álvarez, R. y Y. Espinoza (2008) "Turismo y desarrollo local. Proyecto para convertir 'Cocodrilo' en pueblo turístico sostenible en un área protegida de la Isla de la Juventud (Cuba)", *Cuadernos de turismo*, núm. 22, Murcia, España, pp. 9-33.
- Andrés, J. y C. Espejo (2006) "Iteración mito religioso/producto turístico en la imagen de la ciudad: Caravaca de la Cruz (Murcia)", *Cuadernos de turismo* núm. 18, Murcia, España, pp. 7-61.
- Brida, J., B. Lanzilotta y W. Risso (2008) "Turismo y crecimiento económico: el caso de Uruguay", *Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural*, vol. 6, núm 3, Tenerife, España, pp. 481-482.
- Brida, J., J. Pereyra, M. Such y S. Zapata (2008) "La contribución del turismo al crecimiento económico", *Cuadernos de turismo*, núm 22, Murcia, España, pp. 35-46.
- Cánoves, G. (2006) "Turismo religioso en Monserrat: montaña de fe, montaña de turismo", *Cuadernos de turismo*, núm 18, Murcia, España, pp. 63-76.

- De la Torre, R. y C. Gutiérrez (2005) “La lógica del mercado y la lógica de la creencia en la creación de mercancías simbólicas”, *Desacatos*, núm. 18, México, pp. 53-70.
- De la Torre, R. y C. Gutiérrez (2005) “Mercado y religión contemporánea”, *Desacatos*, núm. 18, México, pp. 9-11.
- Esteban, Á. (2004) “Modelos de la demanda turística en España: segmentación por países de procedencia”, *Mediterráneo económico*, Almería, España, pp. 81-101.
- Esteve, R. (2001) “Orígenes del aprovechamiento turístico de la Semana Santa andaluza”, *Laberinto*, núm 6, España, pp. 1-14.
- Fernández, A. (2010) “El Santo Niño de Atocha: patrimonio y turismo religioso”, *Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural*, vol. 8, núm. 2, Tenerife, España, pp. 375-387.
- Gobierno del Estado de Jalisco (2007) *Plan Estatal De Desarrollo Jalisco 2030*, Secretaría de Planeación del Gobierno de Jalisco, Guadalajara, México <<http://www.jalisco.gob.mx/wps/wcm/connect/2a2f26004dbe30e4997df95160bedb77/PED+2030web.pdf?MOD=AJPERES>>.
- Korstanje, M. E. (2006) “Lo religioso en el siglo XXI: transformación de creencias y prácticas”, *Ciencias sociales online, Revista electrónica*, vol. III núm.3, Universidad de Viña del Mar, Viña del Mar, Chile, pp. 28-55 <[http://www.uvm.cl/csonline/2006_3/pdf/lo religioso en el siglo xxi.pdf](http://www.uvm.cl/csonline/2006_3/pdf/lo%20religioso%20en%20el%20siglo%20xxi.pdf)>.
- Lanquar, R. (2007) “La nueva dinámica del turismo religioso y espiritual”, *Resumen del Informe General de la OMT sobre Turismo y Religiones: una contribución al diálogo de las religiones, culturas y civilizaciones*, Organización Mundial del Turismo, Córdoba, España. pp. 1-9.
- López-Guzmán, T. y S. Sánchez Cañizares (2008) “La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas”, *Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural*, vol. 6 núm. 2 especial, Tenerife, España, pp. 159-171.
- Martínez, R. (2007) “La religión como motor de la economía”, *Observatorio de la economía latinoamericana*, núm 78 <<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2007/rmc-rel.htm>>.
- Martínez, R. (2008) “El libre mercado o un mercado libre”, *Contribuciones a la economía* <<http://www.eumed.net/ce/2008a/>>.
- Mariscal, A. (2007) “A vueltas con el turismo cultural y religioso en Andalucía. El caso de la Romería del Rocío (Almonte, Huelva)”, ponencia presentada en las II Jornadas de Sociología El fenómeno religioso: presencia de la religión y la religiosidad en las sociedades avanzadas, 13 y 14 de junio de 2007, Centro de Estudios Andaluces, Sevilla, España <<http://www.centrodeestudiosandaluces.info/cursos/adjuntos/6655203.pdf>>.

- Millán, M. (1998) “Análisis de la dinámica de un municipio impactado por el turismo rural. El ejemplo de Moratalla”, *Cuadernos de turismo*, No 1, Murcia, España, pp. 99-115.
- Parrellada, J. (2009) “El turismo religioso. Sus perfiles”, *Jornadas de Delegados de Pastoral de Turismo*, Conferencia Episcopal Española, Ávila, España, pp. 1-27.
- Pino, O. (2004) “Análisis de encadenamientos productivos para la economía.” *Theoria, ciencia, arte y humanidades*, vol. 13, Universidad del Bío Bío, Concepción, Chile, pp. 71-82.
- Porcal, M. (2006) “Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las javerías como caso de estudio”, *Cuadernos de turismo*, núm. 18, Murcia, España, pp. 103-134.
- Santana, M. (2007) “Turismo, economía y planificación urbana: una relación compleja”, *Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural*, vol. 5 núm. 1, Tenerife, España, pp. 53-67.
- Semitiel, M. y Noguera, P. (2004) “Los sistemas productivos regionales desde la perspectiva del Análisis de Redes”, *REDES*, vol. 6, núm. 3, Barcelona, pp. 1-26.
- Toselli, C. (2004) “Algunas tendencias del turismo cultural en la Argentina. El patrimonio ‘olvidado’ como recurso turístico”, *Travelturisme* <<http://www.travelturisme.com/estudios/historico/estudios29.html>>.

XXIV

El “modelo Lourdes” de turismo religioso y las posibilidades de su aplicación en Santa Ana de Guadalupe

*Alfonso Reynoso Rábago¹
Cándido González Pérez²*

Introducción

Por razones de índole religiosa, sobre la faz de la Tierra se desplazan cada año muchos millones de personas. Baste mencionar las enormes movilizaciones que se realizan con motivo del Kumbha Mela en la India, las peregrinaciones a la Meca por parte de los creyentes de la religión islámica o, en el mundo católico, las de la Basílica de Guadalupe en la Ciudad de México, las de Lourdes en Francia y las de larga tradición medieval hacia Santiago de Compostela en España (Martínez, Macías y Reynoso, 2009). De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), se estima que cada año se trasladan aproximadamente entre 300 y 330 millones de personas en todo el mundo por motivos religiosos (Camino, 2010). En efecto, las peregrinaciones, como se les ha llamado tradicionalmente, constituyen una de las formas más antiguas de viajes turísticos, y aún en nuestros días se sigue dando de forma considerable este tipo de desplazamientos (Géotourisme, 2010).

-
1. Universidad de Guadalajara, México. Correo electrónico: reynosoalfonso@hotmail.com.
 2. Universidad de Guadalajara, México. Correo electrónico: candido195913@yahoo.com.mx.

Recientemente, esta enorme movilización de personas por todo el mundo ha suscitado el interés de especialistas en diversas disciplinas, y se ha destacado el potencial detonador de estos desplazamientos para el desarrollo económico y cultural tanto de la comunidad receptora como de los visitantes. Y en este sentido, para hacer más atractivos los viajes turísticos de índole religiosa y lograr un mayor impacto económico y de diálogo intercultural en las comunidades de destino, se ha buscado integrar a la peregrinación propiamente dicha otros elementos de naturaleza cultural o de ocio. A esta integración de los propósitos religiosos del viaje con los culturales y de ocio la llamaremos aquí turismo religioso.

El propósito de este trabajo es estudiar las interrelaciones y las dependencias entre lo global y lo particular comunitario o regional en dos centros seleccionados de peregrinaciones religiosas. En las páginas que siguen realizaremos una comparación entre el caso de un destino religioso del primer mundo y otro centro de peregrinaciones incipiente, pero con gran potencial, de un país en vías de desarrollo. En el primer caso encontramos que la oferta turística se ha preocupado por integrar las motivaciones religiosas, culturales y de ocio y que al mismo tiempo se ha buscado armonizar la dialéctica entre lo global y lo local. El segundo destino de peregrinaciones es de reciente aparición y es frecuentado sobre todo por peregrinos de una región definida, pero está teniendo un desarrollo bastante acelerado.

Explicitando, nos ocuparemos aquí de una comparación entre el caso de Lourdes, en Francia, y el de Santa Ana de Guadalupe, en Los Altos de Jalisco, México. El “modelo Lourdes” de turismo religioso ha sido trabajado de forma larga y cuidadosa durante los últimos ciento cincuenta años y representa seguramente un caso muy interesante para nuestro propósito, ya que en ese destino se ha sabido trabajar, por una parte, la integración de lo religioso con lo cultural y el ocio y, por la otra, la interrelación entre lo global y lo local. Por su parte, Santa Ana de Guadalupe constituye una comunidad mexicana pobre que recibe de forma creciente numerosos peregrinos provenientes sobre todo de regiones próximas y que está creando de forma acelerada una notable infraestructura para recibir a las multitudes de peregrinos que acuden a ese lugar. Nosotros consideramos que es posible aprovechar la experiencia exitosa de Lourdes para obtener enseñanzas aplicables a Santa Ana de Guadalupe, lo cual podría redundar en el desarrollo cultural de los visitantes y el desarrollo económico y cultural de la comunidad visitada y su región.

Peregrinación, turismo religioso, *glocalidad* y cultura propia

Hemos construido el fundamento teórico de este estudio en torno a las nociones de peregrinación, turismo religioso, *glocalidad* y cultura propia. Nos ocuparemos enseguida de la definición e integración de estas nociones antes de abordar las interrelaciones y las dependencias entre lo global y lo local en Lourdes y en Santa Ana de Guadalupe y la comparación de ambos casos.

Comencemos señalando que la peregrinación es considerada como un viaje hacia los lugares de culto religioso. El motivo general de dicho viaje es la convicción profunda de que las oraciones y otras prácticas religiosas son excepcionalmente eficaces en los lugares ligados a un santo o a una divinidad. Pero las migraciones de peregrinos, aun teniendo en cuenta su carácter no profesional, constituyen sin duda una forma de viaje turístico. En efecto, los viajes de los peregrinos, por la infraestructura comercial que suponen, forman parte integrante de la industria del turismo. Sin embargo, a causa de su dimensión espiritual, las peregrinaciones se vuelven inclasificables dentro del ámbito turístico, pues escapan a las nomenclaturas habituales, como las de turismo de negocios y turismo de ocio (Géotourisme, 2010).

Existen tres grandes tipos de enfoques del turismo religioso. En un primer acercamiento, se puede definir al turismo religioso desde un punto de vista espiritual como “la manera de estar ligado a Dios-Creador estando al mismo tiempo ligado a su creación en el mundo entero” (Talec, 1993: 19). En un segundo enfoque, el turismo religioso se puede definir desde un punto de vista sociológico como el acceso a la cultura que emana de las grandes religiones. En este sentido, el turismo se caracteriza por el atractivo cultural que ejerce el arte sagrado. El turismo religioso llega a ser así un fenómeno social cuya amplitud sobrepasa por mucho el apego de los creyentes a su propia religión. Finalmente, el turismo religioso se puede definir como la complementariedad entre lo cultural y lo espiritual que da lugar a una interacción gratificante para el hombre (Géotourisme, 2010).

Sin embargo, no hay que tomar las nociones y definiciones anteriores como algo ya establecido. En realidad no existe consenso en este aspecto. Así, por ejemplo, integrando elementos de índole cultural a los motivos puramente religiosos, se ha utilizado la noción de turismo espiritual. Es decir, se ha considerado como turismo espiritual la integración de aspectos de carácter puramente religioso —la devoción de los peregrinos— con otros de fondo secular, como el folklore y el patrimonio (histórico, arquitectónico, pictórico, gastronómico, etcétera) con que cuenta el lugar visitado (Martínez, Macías y Reynoso, 2009). En este caso, la noción de turismo espiritual sería equivalente a la tercera definición de turismo religioso que presentamos en el párrafo anterior. En este

trabajo consideraremos como turismo religioso a aquel que tiene a la peregrinación como motivación principal del viaje, pero que incluye intereses complementarios, como pueden ser la cultura de la comunidad o región visitada y las actividades lúdicas o de ocio.

Ahora bien, por definición, el turismo en general constituye un fenómeno típicamente global, ya que:

implica movimiento de personas, capitales, mercancías, flujos informáticos, entre otros aspectos relacionados con vínculos que se extienden por todo el planeta [...] el turismo no sólo es consecuencia de la globalización, sino también uno de los generadores de ella: irremediablemente fomenta el establecimiento de interacciones y dependencias entre múltiples territorios del planeta. [Pero, paradójicamente] El turismo se basa en el interés que las personas tienen por conocer las particularidades de la otredad, de otros relieves, mares, climas, fauna, flora, naciones, culturas, infraestructuras, administraciones, planeaciones, gobiernos, tecnologías, ciudades, pueblos, etcétera; a fin de cuentas, esto tiene relación con lo local o lo nacional (Academia Mexicana de Investigación Turística, 2010: 1).

Se busca lo ‘auténtico’, lo original, lo diferente. Sin embargo, en la literatura especializada en turismo, mucho se ha cuestionado lo auténtico, pues se dice que la propia presencia del turismo —y, a veces, antes de que el turismo se introduzca en un lugar— “lo local”, “lo nacional” ya han sido intervenidos, influidos por “lo global”. Esta interacción entre tales ámbitos de análisis se ha denominado “*glocalización*”. De esta suerte, es necesario afirmar que cualquier componente del turismo se encuentra inmerso en un juego de influencias entre lo local y lo global, con variaciones significativas según contextos históricos específicos (*ibíd.*). Y el ámbito particular del turismo religioso que aquí nos ocupa no es distinto de los otros sectores del campo turístico.

No obstante, una mirada crítica a las interrelaciones y las dependencias que se establecen entre los turistas y los habitantes de la comunidad de destino podría hacernos reflexionar sobre las consecuencias extraeconómicas que la afluencia de turistas podría dejar tras su paso en términos de afectación a la cultura de la comunidad visitada, de daño al patrimonio cultural o de deterioro del medio ambiente. Podríamos pues cuestionarnos sobre la veracidad de la metáfora que dice que el turismo es una abeja que da miel, pero pica. Es decir que deja ganancias económicas a la comunidad visitada pero que, a cambio, la comunidad ha de pagar altos costos culturales y ambientales.

En este punto conviene hacer referencia al concepto de cultura propia que acuñó el antropólogo mexicano Guillermo Bonfil Batalla (1987). Para este au-

tor, la cultura propia de un grupo humano determinado está integrada por los elementos culturales que ha recibido de sus antepasados por tradición, más todos aquellos elementos nuevos o provenientes del exterior que el grupo desee libremente incorporar a su cultura. Es decir que la cultura de un grupo es algo sumamente móvil, dinámico y no algo estático. Cada grupo humano, en cada momento de su historia, tiene pues la libertad de conservar u olvidar elementos de su cultura del pasado y la libertad de crear nuevos elementos o adoptar los que quiera de otros grupos con los cuales entra en contacto. Es pues el propio grupo el que determina, en libertad, la cultura que quiere vivir. Pero esto implica que no es de ninguna manera aceptable la imposición externa, venga de quien viniere. El propio grupo ha de gozar de total autonomía en sus decisiones culturales.

Conjuntando los elementos anteriores, podemos decir que la peregrinación es una forma de turismo, ya que se sirve de la infraestructura comercial de esta actividad económica. Sin embargo, desde el punto de vista turístico, conviene integrar al interés puramente religioso ofertas culturales y de ocio, de tal suerte que la visita pueda redundar en un mayor beneficio económico para la comunidad visitada por la ampliación de la oferta de otros productos turísticos que pretenden el desarrollo cultural de los visitantes y el diálogo intercultural entre ambas partes. Empero, desde un punto de vista crítico, es necesario cuestionar si la ampliación de los beneficios económicos por este medio no representa altos costos culturales y ambientales para la comunidad receptora. Es aquí donde el concepto dinámico de cultura propia de Bonfil puede orientar los criterios de análisis, ya que esta es entendida como libertad de conservar, desechar, adoptar o crear los elementos culturales que el grupo desee libremente, sin imposición externa y siempre a partir de la propia tradición cultural. Desde esta perspectiva examinaremos a continuación la dialéctica entre lo global y lo local, valorando sus beneficios y sus riesgos.

A partir de los anteriores elementos teóricos, nos proponemos desarrollar una comparación entre los dos centros de turismo religioso seleccionados. Esta comparación buscará precisar las interacciones y las dependencias entre lo global y lo local como se están dando en cada una de las dos comunidades estudiadas. Siendo la situación de ambos casos diametralmente opuesta en cuanto al grado de desarrollo de cada comunidad, nos proponemos contrastar, de forma propositiva, una experiencia muy desarrollada con una experiencia incipiente pero prometedora que tal vez pueda enriquecerse con aportes de la primera.

La glocalidad en el turismo religioso en Lourdes

Lourdes es una pequeña ciudad localizada al sur de Francia en el departamento de los Altos Pirineos, en la región Midi-Pyrénées (Pirineos del Sur). Este destino constituye un foco de atracción muy importante para los turistas franceses y extranjeros por tratarse del centro de las peregrinaciones marianas a los santuarios de la Virgen de Lourdes. Las características de sus montañas y ríos y la riqueza cultural de la región, excelentemente trabajada por los profesionales del turismo, han contribuido al éxito de este destino turístico.

Las peregrinaciones a Lourdes iniciaron hace poco más de 150 años, en 1858. En una lápida situada junto a las fuentes, al lado de la gruta de las apariciones de Lourdes, se recuerda el acontecimiento impulsor de las peregrinaciones a este lugar. En dicha lápida podemos leer lo siguiente:

El año de gracia 1858, en el hueco del peñasco donde ahora vemos su estatua, la Santa Virgen se apareció a Bernadette 18 veces el 11 y el 14 de febrero. Cada dos días, excepto del 18 de febrero al 4 de marzo, el 25 de marzo, el 7 de abril, el 16 de julio. La santa Virgen dijo a la jovencita el 18 de febrero: “¿quisieras hacerme el favor de venir aquí durante quince días? No te prometo hacerte feliz en este mundo, sino en el otro. Quisiera que viniera la gente”. La Virgen le dijo durante la quincena: “reza por los pecadores, besa la tierra por los pecadores. Penitencia, penitencia, penitencia. Ve a decirles a los sacerdotes que hagan construir aquí una capilla. Yo quiero que vengan aquí en procesión. Ve a beber agua de la fuente y a lavarte. Come de esa hierba que está allí.” El 25 de marzo la Virgen le dijo: “yo soy la Inmaculada Concepción” (Lourdes-France.org, 2009, traducción de Alfonso Reynoso-Rábago).

El mensaje de la Virgen contenido en el texto anterior, y el contexto en el que fue emitido, contienen tres símbolos religiosos clave que han interpretado los creyentes del catolicismo y de otras religiones: el agua, la peña y la luz. En efecto, el agua de la fuente de la gruta de Massabielle nos remite al bautismo, sacramento cristiano de purificación del pecado original por el cual el nuevo cristiano se convierte en hijo de Dios. Para que los peregrinos de Lourdes pudieran entrar en contacto con el agua —considerada milagrosa— a partir de 1858 en la zona de los Santuarios se instalaron grifos, piscinas y, más tarde, un camino de agua. Todo esto porque desde el principio de las peregrinaciones los creyentes se convencieron de que las aguas de Lourdes tienen un poder taumatúrgico que sana enfermos. Por su parte, la administración religiosa de los santuarios ha establecido una oficina de constatación de milagros. No obstante, durante los últimos 150 años los obispos de la región solo han considerado milagrosos 67 casos de

curaciones. La peña de la gruta de Massabielle (“Roca antigua”) remite a Dios, la roca en la que el creyente puede apoyarse. Por su parte, la luz de los cirios en los santuarios y de las antorchas que acompañan a las procesiones multitudinarias todas las tardes a las 21 horas entre los meses de abril y octubre, representa la fe. Cada año se consumen en Lourdes 750 toneladas de cirios. El agua, la roca y la luz, símbolos religiosos de cierta universalidad, atraen tanto a católicos como a creyentes de otras confesiones.

Poco después de las apariciones de 1858, la gruta de Massabielle se convirtió en un centro de peregrinaciones religiosas muy importante que atrajo a peregrinos de la región del Sur de los Pirineos y de lugares más lejanos. Lourdes contaba por entonces con un alcalde notable, Anselme Lacadé quien, empeñado en cambiar la fisonomía de la aldea en una villa moderna aún antes de las peregrinaciones, logró comprometer al gobierno de Napoleón III en la construcción de una línea del ferrocarril hacia Lourdes, inaugurada el 9 abril de 1865 con cinco trenes especiales de peregrinación que transportaron a la estación 3,500 personas (*Wikipedia*, 2011). En la actualidad, el ferrocarril integra, junto con dos aeropuertos cercanos y numerosas autopistas, una red que permite el arribo a Lourdes y su región de multitudes de turistas nacionales e internacionales. Cada año, aproximadamente 5 millones de turistas —de los cuales 3 millones son excursionistas— visitan este pequeño poblado de apenas 16,150 habitantes. La capacidad de acogida es de 33,700 camas, 26 mil de las cuales corresponden a los 208 hoteles que hay en la pequeña ciudad. La categoría de los hoteles, gracias a estímulos gubernamentales, se ha venido superando. En la actualidad, los hoteles de Lourdes van desde la categoría 4 estrellas, hasta la de sin estrellas. En Francia, Lourdes ocupa actualmente el segundo lugar por su capacidad hotelera, después de París. Cuenta además con seis residencias turísticas con 462 departamentos, 11 *campings* con 2,407 camas, 335 camas en alquileres amueblados y albergues y 3,549 camas en alojamientos colectivos y alojamientos específicos (casas religiosas). En el año 2008 —año excepcional en el que se celebró el 150 aniversario de las apariciones de la Virgen y en el que llegaron a Lourdes aproximadamente 9 millones de visitantes—67 por ciento de los ocupantes en el sector hostelería venía del extranjero, en su mayor parte de Italia. Lourdes y su región constituyen un gran centro de atracción turística. Sin embargo, el interés de los turistas extranjeros está principalmente centrado en la propia ciudad de Lourdes como, nos lo muestra el Cuadro 1.

Cuadro 1
Ocupación hotelera en Lourdes y su región

<i>Origen de los turistas</i>	<i>Lourdes</i>	<i>Región</i>
Reino Unido	44%	56%
Italia	95%	5%
Países Bajos	58%	42%
Alemania	53%	47%
Suiza	72%	28%
América	52%	48%
Bélgica/Luxemburgo	59%	41%
España	55%	45%

Fuente: Office de Tourisme de Lourdes, 2009.

Como muestra el cuadro anterior, la mayor parte de los turistas extranjeros que llegan a la región prefiere hospedarse en la ciudad de Lourdes. Caso sobresaliente es el de los italianos, que contrasta con el de los ingleses, cuya tendencia opuesta puede deberse a que, siendo mayoritariamente no católicos, su interés por la visita al santuario religioso es menor que el que tienen por la oferta cultural y lúdica. Es importante hacer notar que esta región fue ocupada por los ingleses durante los siglos XIV y XV y que hay numerosos monumentos de aquella época que dan testimonio de su permanencia en estos lugares.

Aquí podemos preguntarnos qué impacto cultural ha tenido tan crecido número de visitantes en esta pequeña comunidad durante un siglo y medio. Comencemos nuestra reflexión con el caso de la lengua, elemento esencial de su cultura. En los últimos 150 años, Lourdes ha sufrido un cambio lingüístico radical. Si bien sus habitantes hablan hoy el francés contemporáneo o ‘estándar’, hace 150 años, en la época de las apariciones, las cosas eran muy distintas, como atestigua la leyenda grabada al pie de la estatua de la Virgen en la gruta de Massabielle, en la que se lee lo que la Virgen dijo a Bernadette cuando esta le preguntó quién era: “*que soy era Immaculada Councepciou*” que en el francés actual se dice “*Je suis l’Immaculée Conception*”. Este cambio lingüístico no puede atribuirse solamente al fenómeno de las peregrinaciones. Es sabido que Francia, desde varios siglos antes de las apariciones, adoptó una política agresiva de unificación lingüística en todo su territorio propugnando por la desaparición de todas las variantes dialectales del francés que existían en el país, considerados peyorativamente *patois*. El *patois* que se hablaba en Lourdes fue una víctima

más de esta política lingüística irrespetuosa de la diversidad. Fue un cambio impuesto desde fuera por el poder del Estado.

En realidad la afluencia de turistas —franceses, pero sobre todo internacionales— a la pequeña comunidad de Lourdes ha hecho de este destino una pequeña ciudad cosmopolita. En efecto, desde el punto de vista lingüístico se puede observar que los habitantes de Lourdes que atienden el turismo hablan corrientemente entre cinco y siete lenguas europeas que necesitan para la comunicación con sus clientes. La hotelería, la gastronomía, los negocios, la transportation y otros servicios presentan las características de las ciudades modernas cosmopolitas.

Sin embargo, Lourdes no olvida su pasado y muestra apego a su historia y a muchas manifestaciones de su cultura tradicional. Se siente orgullosa de ellas y las explota con fines turísticos. En Lourdes existen siete museos que presentan a los turistas la riqueza cultural de sus antiguos oficios, de su arquitectura y del pasado campesino de la comunidad. La cultura propia actual de Lourdes y su región es el fruto de las decisiones del propio grupo o, a veces, de las imposiciones del Estado, como en el caso del cambio lingüístico que ya examinamos. En Lourdes llama la atención el hecho de que entre su amplia oferta hotelera no haya hoteles de cadenas internacionales. Los hoteles, restaurantes, museos y muchos otros negocios pertenecen y son administrados en su gran mayoría por habitantes de la propia comunidad que ha sabido defender bien la fuente de trabajo de los lugareños.

Quizá un elemento muy importante que ha propiciado el éxito de Lourdes como centro de turismo religioso es que ha sabido integrar a la motivación de carácter puramente religioso de los peregrinos, una oferta variada, rica y de gran calidad de productos turísticos de índole cultural y lúdica. En Lourdes y su región encontramos numerosos museos, arte religioso de alta calidad y muchos edificios antiguos de original y bella arquitectura. Salas de cine, teatros y festivales internacionales de música son solo algunas de las numerosas actividades. Los jóvenes encuentran espacios adecuados para acampar en el bosque, se practican deportes de aguas vivas en los rápidos de montaña, en el invierno se practica el esquí de nieve. Hay un teleférico que parte de los confines de la ciudad hacia la cima de un monte, Le Pic du Jer, donde se han construido senderos de montaña cuidadosamente preparados hasta con pequeñas jardineras que identifican la flora local. Además, existe un acuario y se construye un zoológico con animales en libertad. Entre otros muchos elementos más, no podemos dejar de mencionar la extraordinaria calidad de la gastronomía que ofrecen los muy numerosos restaurantes locales y la degustación de vinos franceses. Por todo lo anterior, los visitantes permanecen en el lugar en promedio tres noches, lo cual convierte a

Lourdes en un sitio mundial de primer nivel en turismo religioso. En pocas palabras, podemos afirmar que Lourdes ha sabido conjugar su pasado comunitario con su presente cosmopolita.

Lo local y lo global en Santa Ana de Guadalupe

Santa Ana de Guadalupe es una pequeña comunidad rural de alrededor de 300 habitantes, ubicada en el municipio de Jalostotitlán, en la región denominada Los Altos de Jalisco, en el occidente de México. Esta comunidad está siendo muy visitada por peregrinos que proceden de diversos estados del país, cuyo número puede estimarse entre medio millón y un millón de peregrinos en el transcurso de un año. Este volumen de visitantes estuvo incrementándose progresivamente hasta que en 2009 la aparición de la pandemia de influenza humana A(H1N1) detuvo su crecimiento, quizá de manera coyuntural. Santa Ana de Guadalupe es la comunidad donde nació santo Toribio Romo, considerado por sus devotos un santo taumatúrgico. Es importante señalar que Santa Ana de Guadalupe se encuentra a menos de 20 kilómetros del santuario de Nuestra Señora de San Juan de los Lagos, con larga trayectoria desde el siglo XVII en la recepción de peregrinos. Este último centro recibe anualmente unos seis millones de peregrinos, cifra que es comparable con la de los peregrinos que llegan a Lourdes en el mismo lapso de tiempo.

Toribio Romo, el santo que se venera en Santa Ana de Guadalupe, era un joven sacerdote católico asesinado por los partidarios del gobierno mexicano durante la Guerra Cristera (1926-1929). Esta guerra, después de la Revolución Mexicana de 1910 a 1920, marcó fuertemente la historia de México. La rebelión de los “cristeros” fue consecuencia de un largo conflicto entre la Iglesia Católica y el Estado mexicano. Este enfrentamiento se debió al hecho de que el Estado pretendía controlar el gran poder de la jerarquía católica, prácticamente indemne durante la época colonial y enseguida, en cierta forma, cuestionado y disminuido particularmente por los liberales de la segunda mitad del siglo XX. Sin haber participado directamente en la rebelión cristera, sin juicio previo, Toribio Romo fue ejecutado por las fuerzas del gobierno en las proximidades del pueblo de Tequila, Jalisco. En 1982 la Iglesia Católica lo beatificó y luego lo canonizó en el año 2000 considerándolo mártir de la fe católica. La comunidad de Santa Ana de Guadalupe, donde nació Toribio Romo, ha llegado a ser un importante lugar de culto y multitudes de peregrinos, cada vez más numerosos, llegan a ese lugar para encomendarse a él y solicitar su protección sobrenatural (Reynoso, González y Medrano, 2011).

A partir de la beatificación de Toribio Romo se difundió ampliamente un relato que cuenta cómo un migrante indocumentado que buscaba trabajar en California fue salvado y ayudado por santo Toribio en los desiertos de Arizona donde había sido abandonado por el “pollero” (traficante de personas) que había contratado (García-Gutiérrez, 2002). Esta narración, en sus múltiples variantes, ha sido difundida ampliamente entre la población creyente y propagada por la prensa, las estaciones de radio y los canales de televisión mexicanos y aquellos que tienen como público a la población hispana de los Estados Unidos, al igual que por Internet. Esta historia ha adquirido tanta importancia que los propios agentes de pastoral de Santa Ana de Guadalupe la narran a los peregrinos. El relato que nos ocupa parece haber constituido el detonador principal de la devoción a santo Toribio de parte de los migrantes ilegales a Estados Unidos (Reynoso, González y Medrano, 2011). Aunque son muchas las modalidades de favores atribuidos a santo Toribio Romo, es la protección de los migrantes mexicanos indocumentados que buscan encontrar trabajo de forma ilegal en los Estados Unidos la especialidad más importante del santo mártir.

El hecho de que santo Toribio fuera una víctima inocente del poder, como lo fue el mismo Cristo para la tradición cristiana, constituye un elemento clave en la mentalidad religiosa del pueblo, para quien tiene su lugar en el cielo cerca de Dios y por tanto goza de gran poder intercesor ante Él. Sus devotos le atribuyen una gran cantidad de favores de la más diversa índole. Y no es de extrañar que los trabajadores pobres que buscan migrar a los Estados Unidos de forma ilegal lo consideren su principal protector, ya que ellos mismo son víctimas de las consecuencias adversas de la globalización económica. Son los efectos negativos de este fenómeno mundial los que fortalecen la devoción al santo (Reynoso, González y Medrano, 2011).

El impacto de lo global no ha dejado de ejercerse en la pequeña comunidad rural de Santa Ana de Guadalupe desde al menos cinco décadas antes del inicio de las peregrinaciones. Esto a causa de que la migración de trabajadores de esta comunidad hacia los Estados Unidos y de muchas otras comunidades fue bastante notable a lo largo del siglo XX. De hecho, en nuestros días, muchos trabajadores originarios de Santa Ana de Guadalupe residen actualmente en los Estados Unidos, aunque regresan por corto o largo tiempo a Santa Ana. Por esta razón, la influencia de un mundo globalizado llega a Santa Ana de Guadalupe importada por sus mismos hijos, en su migración de regreso o en las visitas que realizan a su comunidad.

Además, se ha podido apreciar que un hermano de santo Toribio Romo, el también sacerdote Román Romo González, párroco de migrantes de Santa Ana a Guadalajara en el barrio de Santa Teresita de esta ciudad, influyó fuer-

temente en tratar de detener la electrificación de la comunidad de Santa Ana de Guadalupe para evitar que entrara la televisión a la comunidad. Por otra parte, el mismo sacerdote influyó por largo tiempo para que no se permitiera el establecimiento de escuelas públicas en la comunidad. De esta suerte se intentó controlar durante muchos años la penetración de influencias globales en la pequeña comunidad.

Sin embargo, los intentos por contener los influjos externos han desaparecido por completo con la llegada multitudinaria de peregrinos, si bien es cierto que en su mayoría proceden de la región, sobre todo del propio estado de Jalisco y de los estados circunvecinos de Michoacán, Aguascalientes, Guanajuato y, en menor medida, de Zacatecas (Martínez, 2010), estados todos que presentan una alta migración de trabajadores a los Estados Unidos, ya sea legal o, con más frecuencia, ilegal. Son ellos víctimas de las consecuencias negativas de la globalización. Sin embargo, no se aprecia en Santa Ana de Guadalupe la presencia de visitantes extranjeros, aunque sí de trabajadores mexicanos legales e ilegales residentes en los Estados Unidos. Pero la mayoría pertenece a las clases populares de los estados circunvecinos.

Los servicios propiamente turísticos en la comunidad son muy pobres. El impresionante centro religioso que se construye con gran celeridad está fundamentalmente destinado a fines religiosos. Existe un museo que presenta el punto de vista del clero sobre el conflicto religioso durante el cual fue víctima santo Toribio Romo. Fuera de la oferta gastronómica —en general muy mala— y de paseos para los niños en caballos *ponis*, en Santa Ana de Guadalupe, hasta el momento, no existe ningún producto turístico propiamente dicho.

Finalmente, conviene señalar que en Lourdes se aplica con firmeza el principio de la laicidad que implica la separación y clara delimitación de funciones y espacios entre la Iglesia y el Estado, teniendo cada cual su esfera y espacios de acción propia. Lo cual no impide, de ninguna manera la colaboración entre ambos poderes que se da de hecho. Por el contrario, en Santa Ana de Guadalupe puede observarse que casi todas las iniciativas tanto del área civil como del área religiosa son tomadas por el párroco. La comunidad de Santa Ana de Guadalupe recibe un enorme ingreso por las limosnas que dejan los peregrinos. Este dinero es administrado por la Iglesia, la cual ha estado construyendo una muy notable infraestructura religiosa y también obras civiles que correspondería al Estado planearlas y realizarlas. Pero la autoridad civil participa muy poco en las tareas que le son propias, dejando casi todo en poder del párroco del santuario. Esta situación ha generado, en ciertos momentos, una relación conflictiva entre las autoridades civiles y las eclesiásticas, y se han dado también ciertos conflictos entre la autoridad religiosa y personas de la comunidad. A nuestro juicio, hace

falta un plan rector para el desarrollo del santuario y la participación armónica de la comunidad, la Iglesia y las autoridades municipales.

Conclusiones

Por el impacto cultural que supone, la promoción del turismo en una comunidad campesina pobre puede acarrearle grandes perjuicios. No en vano se ha dicho que “el turismo es una abeja que da miel pero pica”. Sin embargo, en el caso de Santa Ana de Guadalupe este asunto no nos parece de gran relevancia, pues sus habitantes, campesinos trabajadores muchos de los cuales han emigrado por largas temporadas a los Estados Unidos, ya han vivido el contacto entre culturas radicalmente distintas y muchos de ellos han regresado a radicar en su propia comunidad. La comunidad de Santa Ana de Guadalupe ha sido intervenida fuertemente por lo global, a pesar de los intentos por contener esta influencia antes del inicio de las peregrinaciones a este lugar.

Comparando el destino de Lourdes con el de Santa Ana de Guadalupe, podemos decir que Lourdes ha sabido integrar muy bien la oferta religiosa con la cultural y la de ocio. Además, en los niveles global y local podemos apreciar que Lourdes se ha convertido en una ciudad cosmopolita abierta al diálogo con muy diversas culturas. Pero al mismo tiempo, Lourdes no ha renunciado a su pasado, lo preserva y lo muestra a los turistas.

A nuestro parecer, Santa Ana de Guadalupe podría aprender del “modelo Lourdes” que es importante aprovechar la llegada de tantos peregrinos con propósitos religiosos para enriquecerlos culturalmente con su patrimonio cultural y desarrollar posibilidades de ocio. La afluencia de tantos peregrinos podría ser aprovechada para promover el desarrollo económico de la comunidad, evitando así la gran migración de los lugareños. Pero está casi todo por hacerse en este aspecto y el impacto económico sobre la mejoría de las condiciones de vida de los habitantes ha sido muy limitado. Sin embargo, allí están las oportunidades.

En cuanto a la internacionalización del santuario, nos parece que es posible promover la visita de mexicanos residentes en Estados Unidos o de hijos de mexicanos nacidos en ese país que tienen intereses no solo religiosos, sino culturales y de ocio en la región y que además cuentan con recursos suficientes para pagarse estancias turísticas de algunos días en la región.

Finalmente, consideramos que sería muy benéfica para el desarrollo de Santa Ana de Guadalupe y de sus habitantes la sana aplicación del principio de laicidad que implica separación y clara delimitación de funciones y de espacios entre las autoridades civiles y religiosas, y la colaboración entre ambas instancias.

Referencias

- Academia Mexicana de Investigación Turística (2010) Convocatoria para conformar el libro *Lo glocal y el turismo. Nuevos paradigmas de interpretación*, AMIT, México.
- Bonfil, G. (1987) *El México profundo, una civilización negada*, Editorial Grijalbo, México.
- Camino, C. (2010) “El turismo religioso: una bendición para un sector que busca salir de la crisis”, *El Confidencial*, 2 de abril de 2010, Madrid <<http://www.elconfidencial.com/sociedad/turismo-religioso-bendicion-sector-salir-crisis-20100402.html>>.
- García-Gutiérrez, M. (2002) “Toribio Romo, s. m. (México 1900-1928). Protector de los mojados. Es un espejismo del desierto que hace milagros de carne y hueso”, portal de Biblia Amada <http://www.bibliaamada.org/nuevo_index/espanol/santosactuales/febrero/toribio_romo_gonzalez.htm>.
- Géotourisme (2010) “Le Tourisme religieux en France, en Europe et dans le Monde”, *Géotourisme*, Le site de la Géographie touristique en France et dans le Monde <http://geotourweb.com/nouvelle_page_133.htm>.
- Lourdes-France.org (2009) portal del sitio Sanctuaires Notre-Dame de Lourdes <http://www.lourdes-france.org/index.php?goto_centre=ru&contexte=es&id=618&id_rubrique=618>.
- Martínez, R., G. Macías y A. Reynoso (2009) *Dimensionamiento del turismo espiritual en México*, Secretaría de Turismo, México.
- Martínez, R. (2010) Comunicación personal a partir de los datos derivados de una encuesta realizada en 2010 en Santa Ana de Guadalupe, municipio de Jalostotitlán, Jalisco, México.
- Office de Tourisme de Lourdes (2009) *Dossier de Presse*, Lourdes, Francia.
- Reynoso, A., C. González y H. Medrano (2011) “Les protecteurs surnaturels des migrants mexicains, interprétation de trois récits”, *Recherches amérindiennes au Québec* Montréal, Canadá [en prensa].
- Talec, P. (1993) “Définition du tourisme religieux”, *Les Cahiers Espaces*, núm. 30, París, pp. 19-24.
- Wikipedia (2011) “Lourdes” <<http://fr.wikipedia.org/wiki/Lourdes>>.

XXV

Dinámica *glocal* del turismo de sexo masculino en Cancún: la visión de los servidores sexuales

*Thania Sttephanni Álvarez Juárez*¹
*Álvaro López López*²

Introducción

El sistema turístico, actividad socioeconómica y cultural de alcances globales, se ha hecho presente y ha influido en la más mínima escala del espacio geográfico: la local. De manera simultánea, existen expresiones y resistencias socioculturales locales que se contraponen al efecto globalizador del turismo. Estas dos fuerzas se sintetizan en la relación que teóricamente se representa con el término “*glocalización*” (Acosta, 2003), aspecto en el que se sitúa la presente investigación, cuyo objetivo es analizar el fenómeno del turismo sexual desde las perspectivas y experiencias de los trabajadores sexuales que caracterizan a Cancún, México.

A fin de cubrir este objetivo, y en consonancia con la perspectiva territorial desde la que se hacen las reflexiones acerca del turismo sexual entre varones en Cancún, se presentan, en primer lugar, las posiciones teóricas de la investigación respecto de los conceptos espacio, globalización y turismo sexual entre varones,

-
1. Universidad Nacional Autónoma de México, México. Correo electrónico: nni_nia@hotmail.com.
 2. Universidad Nacional Autónoma de México, México. Correo electrónico: lopuslopez@yahoo.com.mx.

para continuar con el contexto geográfico-turístico de Cancún e identificar los espacios de socialización homoerótica en la trama urbana de Cancún en los que se ejerce el sexoservicio de varones. Por último, una vez descrito este escenario, se reconocen las experiencias de los sexoservidores en torno al ejercicio de la prostitución con turistas.

Posiciones teóricas

El espacio geográfico se centra en la dimensión social del territorio (Debuyst, 2009), con límites cambiantes y multiescalares que discurren entre lo local y lo mundial (Vera, 1997). Los impactos de la globalización en lo local han llegado a tal punto que los lugares tienden a ver desdibujadas sus fronteras. No obstante, los lugares oponen resistencias y dotan a esas influencias de una singularidad propia, lo que lleva a la necesidad de sustituir el término “global” —como proceso unidireccional de homogenización— por el de “glocalización” (Debuyst, *óp. cit.*; Colom y Sureda, 2003).

En la sociedad contemporánea, global y posmoderna, el turismo —en particular el turismo sexual— se caracteriza por formas de consumo poco cuestionadas que dan salida a la ansiedad humana (Cohen, 2005). El turismo sexual es una variante del turismo masivo global con características propias del lugar en el que se inserta, en tanto que los oferentes de sexo traducen en su imaginario las formas de entender los intercambios de sexo por bienes materiales Altman (2006).

Opperman (1999) concibe el turismo sexual como un viaje influido por distintas motivaciones que van desde el deseo total de consumir servicios sexuales hasta un contacto eventual situacional, como en el caso del turista que, sin tener previsto un vínculo sexual, puede llegar a tenerlo. Para este autor, el vínculo entre turista y proveedor de sexo puede incluir todo tipo de expresiones sexuales (desde el voyeurismo hasta el coito, en relaciones cortas o duraderas, con intercambio comercial directo o indirecto), mientras que para Bauer y McKercher (2003) es necesario distinguir entre “turismo sexual” (donde está implícito el intercambio de dinero) y “turismo y sexo”, que incorpora todas las expresiones de la sexualidad (incluidas las románticas y eróticas) en el contexto del turismo, haya o no haya intercambio monetario.

Este trabajo se centra en el intercambio monetario que tiene lugar en el turismo sexual, y la influencia que en él ejerce la dinámica turística. En Cancún, centro turístico con una infraestructura adecuada para la recreación vinculada al sexo, el arribo masivo de turistas y de trabajadores que buscan mejores expecta-

tivas de vida crean las condiciones para que se dé este fenómeno. Los principales actores involucrados en el turismo sexual son, por una parte, los proveedores sexuales (o sexoservidores) y, por la otra, los turistas, a los cuales Opperman (*óp. cit.*) denomina “buscadores de sexo”. Unos y otros son individuos con identidades y circunstancias muy diversas que emanan de lo local y lo global.

Con frecuencia el vínculo sexual entre varones se asocia con la identidad *gay* u homosexual, pero hay toda una variedad de formas de vida sexual que no obedecen a las identidades hegemónicas convencionales, por lo que en el presente trabajo se empleará el término “homoerotismo” para referirse a las prácticas y experiencias eróticas de hombres con otros hombres, independientemente de su identidad sexual (Foreman, 2000).

Contexto geográfico-turístico de Cancún

Cancún fue concebido desde los años sesenta del siglo pasado como un Centro Integralmente Planeado (CIP) por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur). Sus condiciones de temperatura y precipitación, sus playas y su ubicación geoestratégica con respecto a Estados Unidos, además de su aspecto selvático y su cercanía a zonas arqueológicas relevantes, lo proyectaron como un nuevo destino turístico económicamente viable que justificaría el arribo de inversión federal con la creación de fuentes de empleo, la mejora en la calidad de vida de la población y la posibilidad de solventar la deuda externa (Fonatur, 2011).

Muy pronto Cancún se convirtió en el centro turístico costero de proyección global más importante de México y sin parangón en Latinoamérica, tanto por la cantidad de turistas como por la concentración de grupos hoteleros —extranjeros y mexicanos— ahí establecidos. Hoy en día tiene una infraestructura turística de primer orden, con 97 hoteles aliados a la Asociación de Hoteles de Cancún; 75 de ellos distribuidos a lo largo de la zona hotelera (la de más lujo, enfocada a turismo internacional) y 22 de carácter más austero en la zona centro, orientados al visitante nacional, regional y local (Jimeno y Moncada, 2008).

El espectacular crecimiento del turismo en Cancún fue posible gracias a un acelerado incremento de la población a partir de 1968 que rebasó las expectativas de Fonatur y que en el año 2005 alcanzó la cifra de 526,701 habitantes (casi 50 por ciento de la población de Quintana Roo) (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 2006). Este incremento fue consecuencia inmediata de la llegada de personas procedentes de distintas partes del país en busca de empleo. El incremento de la población en Cancún ha generado problemas territoriales, sociales y económicos como la sobreoferta de la fuerza de trabajo,

un déficit de oportunidades, la inhibición del desarrollo regional y la formación de cinturones de marginación (Jiménez, 2005; Jiménez y Sosa, 2008; Arroyo y Amador, 2011). La existencia de grupos marginales no insertos en el campo laboral institucionalizado obedece a que, desde hace tres décadas, el modelo político-económico del neoliberalismo ha desarticulado la estructura laboral de la región y ha impulsado el incremento de las actividades del sector informal (Arriaga y Romero, 2008).

Espacios homoeróticos asociados al turismo sexual de varones³³

Como en muchos sitios turísticos de alcance global, en Cancún el turismo de sexo entre varones está muy asociado con los espacios de socialización homoerótica. De acuerdo con los recorridos de trabajo de campo realizado para la presente investigación, en Cancún existen dos áreas con mayor concentración de lugares de socialización homoerótica y prostitución masculina: una ubicada en la parte central de la ciudad, y otra en la zona hotelera, al este de la laguna de Nichupté (Figura 1).

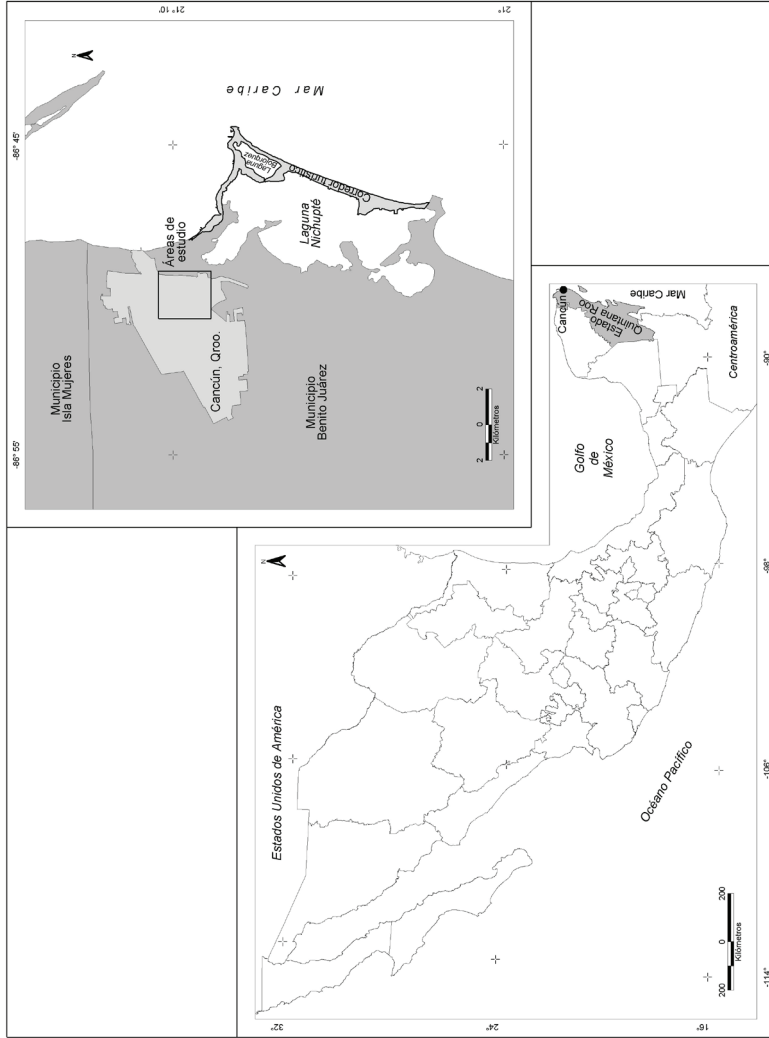
En la zona centro se localizan los principales espacios de encuentro homoerótico con interacción nocturna entre sexoservidores y turistas, en espacios abiertos y cerrados; en ambos casos la avenida Tulum es el eje principal. Aunque la policía vigila los espacios abiertos, los sexoservidores ocupan las calles de manera relativamente discreta. Comienzan a llegar a las siete de la noche de jueves a domingo —cuando hay festivales, conciertos y otro tipo de atracciones que reúnen a la población local y turistas—, suelen confundirse con el resto de la gente y son identificables solo para quienes conocen los patrones de flirteo que se han difundido en el ámbito global, muy especialmente de los lugares turísticos. Es posible encontrar prostitutas con apariencias socioeconómicas variadas e identidades múltiples que van de los *gay* de clase media a los “*mayates*”³⁴ (denominados así por los mismos trabajadores sexuales), cuya apariencia suele ser hipermasculinizada y refleja un estrato social más bajo.

La prostitución masculina en espacios cerrados se da sobre todo en tres discotecas *gay* de Cancún, la más importante de las cuales es Karamba, esta-

3. La información para el estudio de caso de los trabajadores sexuales vinculados al turismo se obtuvo de un trabajo de campo con análisis empírico y entrevistas semidirigidas a los servidores sexuales, cuyas características y condiciones se detallan más adelante.

4. *Mayate* se refiere al escarabajo estercolero, aludiendo al sexo anal entre varones (Córdova, 2006).

Figura 1
Ubicación de Cancún en el contexto nacional y estatal. Localización de la zonas centro y hotelera



Fuente: elaborado por José Luis Pérez Damián y Elda Noemí Navarro Salas.

blecimiento que ofrece *stripper shows* —el “sexo voyeurista” de Opperman (*óp. cit.*)— y donde, pese a la prohibición nominal de la prostitución, los clientes y servidores locales pactan acuerdos comerciales sexuales para consumir el acto en otro sitio (Figura 2). A la salida de la discoteca, alrededor de las dos o tres de la mañana, sobre la avenida Tulum, grupos de sexoservidores esperan a los clientes —en especial turistas— para ofrecer sus servicios.

Figura 2
Stripper de Cancún con dólares en el bikini



Fotografía de Thania Sttephanni Álvarez Juárez.

A la discoteca-bar 11:11, localizada también en la avenida Tulum, acuden clientes de mayor capacidad adquisitiva. Anunciado como uno de los antros *gay*

más exclusivos de la Riviera Maya (<http://www.turismodiferente.com.mx>), este sitio presenta un show de varones para varones todos los miércoles, y la dinámica de interacción entre clientes y sexoservidores es similar a la descrita arriba.

La tercera discoteca es Picante, también sobre la avenida Tulum —aunque menos visible—, y su clientela es predominantemente de residentes locales y turistas nacionales. Aquí es más notoria la oferta de servicios sexuales, y los shows de *strippers* que se presentan son más abiertamente eróticos que los de la 11:11. Igual que en los otros dos sitios, los sexoservidores se instalan a la salida para esperar a los clientes u ofrecer sus servicios a los transeúntes. Como sucede en muchas partes del país, los sexoservidores de estas tres discotecas van de un sitio a otro siguiendo circuitos establecidos.

La zona hotelera es comparativamente más dinámica en términos turísticos, aunque es menor la cantidad de sitios para el turismo sexual entre varones. La playa El Mirador, abierta en el extremo sur de la zona hotelera, no solo sirve de acceso a la población local —incluidos sexoservidores y turistas hospedados en otra parte—, sino que es reconocida como un espacio de homosocialización. Muchos turistas *gay* llegan a Cancún sabiendo que en este lugar es más fácil contactar sexoservidores que en cualquier otro de la zona hotelera. No obstante, a la salida de los centros nocturnos del Boulevard Kukulkán los turistas son abordados tanto por sexoservidoras como por sexoservidores, y de ahí se dirigen a otros sitios. Asimismo, existen varios negocios de masaje y *spa* donde se prestan servicios sexuales a turistas, como el Paradisius.

El turismo sexual desde la perspectiva de los sexoservidores

Los trabajadores sexuales son individuos que, o han decidido libremente y con conciencia el sexoservicio como forma de vida, o han llegado a él por circunstancias de marginación, ya sea en el lugar donde viven o del que emigran. Altman (2006) sostiene que “la gran mayoría de los que migran para escapar huyen de la desesperación en busca de la posibilidad” (), pero en los sitios turísticos mexicanos los migrantes o locales en circunstancias de marginación ven en el trabajo sexual una posibilidad de sobrevivencia mientras encuentran un empleo formal.

La metodología cualitativa empleada en el trabajo de campo de esta investigación consistió en entrevistas semidirigidas y a profundidad a sexoservidores de Cancún, cuyas características específicas se relacionan con el espacio en el que ofertan sus servicios. Quienes se anuncian mediante el periódico e Internet, o se muestran directamente en espectáculos nocturnos, están apegados a un modelo de belleza dominante (en el imaginario occidental) y el costo de sus servicios es

elevado. Se reconocieron los siguientes subgrupos: a) *strippers* de discoteca, b) servidores en casas de citas o *spa*, c) trabajadores sexuales independientes anunciados en el periódico y d) “*escorts*”, anunciados en Internet.

Quienes, por otra parte, trabajan en la calle, parecen no apearse a patrones de belleza convencionales y sus tarifas son significativamente más bajas. Se detectaron dos subtipos: a) los “*mayates*”, y b) el resto de trabajadores sexuales que no se presentan como “activos” en términos sexuales y que, por lo general, asumen una identidad *gay*.

En total se aplicaron cinco entrevistas a sexoservidores: tres de calle (Antonio, Braulio y Carlos, de 19, 21 y 25 años de edad, respectivamente), y dos *strippers* (uno del bar 11:11 y el otro del Karamba, de 28 y 30 años de edad, respectivamente). Estos últimos interactúan con la clientela a través del voyeurismo y de tocamientos, y algunos clientes pueden incluso llegar a acordar con ellos una entrevista privada fuera de estos establecimientos. Muchos *strippers* se publicitan vía Internet, en compañías de modelos (como Exótica Cancún) que contactan clientes en espacios locales de socialización *gay*.

Los sexoservidores que laboran en la calle mantienen una movilidad constante. Durante las entrevistas fue posible detectar en los entrevistados una actitud despectiva y xenofóbica al referirse a sus clientes o a otros sexoservidores:

Pues voy al Picante, pero ahí casi no me gusta: puro chiapaneco, tabasqueño y la música no me gusta. También voy al 11:11, está mucho mejor allá que aquí, y a veces también voy al Metro. Además, en el Picante sí llegan de esos prostitutas asquerosos, ahí te asaltan y te roban, es de muy mala muerte (Braulio).

Me paseo por aquí, por la Tulum, ando en el 11:11, en el Karamba y en el Picante, de lado a lado. Aquí hay muchos, los baños de C&A de plaza Las Américas, los de plaza Las Palmas, los de plaza Hollywood, los del Wal-Mart, los de plaza La Isla, el área de discotecas de Plaza Forum, Galerías, El Mirador, aunque disminuyó mucho desde el paso del huracán Wilma (Antonio).

Los meseros fungen como ‘conectores’ entre clientes y *strippers*, y pueden también ofrecer sexoservicio. Pero las redes de contacto suelen ser mucho más amplias y abarcar taxistas, empresarios, gerentes, y otros actores, cada uno de los cuales tiene un papel clave. Para el presente trabajo se contactaron un sexoservidor de calle y un *stripper* a través de un mesero de la discoteca Karamba y de un taxista:

Me gusta ser muy discreto en ese sentido. No quiero que me consideren prostituto... Para mí prostituto es alguien que anda en las calles y se ofrece... A mí sólo me contactan por los meseros, como ya viste ¡Y eso sí, ¿eh?...! No todos tienen mi teléfono, algunos taxistas y otras personas, como el mesero; ellos ya me avisan que hay un gringo y yo ya les doy su comisión (Braulio).

...por los taxistas, ellos pasan con su gringo y ya te escogen o te llaman, ellos mismos tienen el teléfono de un *spa* en el respaldo de su carro; se llevan su comisión: del cliente y del prostituto (Antonio).

Destaca el hecho de que Braulio, a pesar de ser trabajador sexual, intente reivindicar su trabajo rechazando el título de prostituto —lo cual, por otra parte, es indicativo del gran prejuicio que existe hacia la prostitución en una sociedad moralista como la mexicana—. Si bien es cierto que hay quienes se dedican al trabajo sexual por gusto y no se avergüenzan de esa actividad —por el contrario, llegan a reconocerla como una profesión digna—, hay que admitir que muchos lo hacen porque se ven obligados a buscar ingresos en actividades informales, dada la dificultad que tienen para obtener un empleo bien remunerado. La mayoría de ellos difícilmente logra obtener una formación académica superior al bachillerato, y muchos son hijos de inmigrantes que llegaron a Cancún en busca de una mejor calidad de vida:

Soy de Alvarado, Veracruz, me trajeron mis papás como a los siete años. Vinieron a buscar trabajo (Carlos).

Soy de Guadalajara, tuve una pareja y me trajo, pero ya terminamos; ahorita tengo una especie de novio (Braulio).

Tengo poco tiempo viviendo en Cancún, voy para tres años, soy de Michoacán. Llegué aquí por una hermana que es doctora. ¡Qué chistoso: ella doctora y yo *stripper* [risas]! Ella me dijo que aquí había mucho empleo, entonces, ya una vez aquí, en el gimnasio, compañeros *strippers* me dijeron que yo tenía mucho talento para esto y me decidí, y veo que me ha dado resultado. Ya ves, soy el único al que le hablaron para esta noche, bueno, por aventado [risas]. ¡Pero te juro que es la primera vez que me quito la tanga [risas]! (*Stripper* del Karamba).

Yo soy de Bogotá, Colombia, mi familia llegó a Monterrey con la intención de mejorar nuestra vida; mi papá se vino a trabajar aquí, pero salió igual. Y a Cancún llegué hace cinco años, me enteré por revistas, la tele y por venir de vacaciones, después

decidí quedarme aquí, es más relajada la vida, pero no hay mucha oportunidad de emplearse en otra cosa porque yo no sé bien el inglés (*Stripper* del 11:11).

Los trabajadores sexuales provienen del sureste del país y de otras entidades federativas, como Jalisco, Michoacán, Veracruz y Tabasco, y también de Centroamérica, Sudamérica y el Caribe. Muchos de ellos ingresan al sexoservicio después de emigrar, pues al no reunir el perfil educativo mínimo para un empleo formal, pueden ver en la prostitución una salida momentánea a sus problemas (Arroyo y Amador, *óp. cit.*). Aunque muchos de ellos expresaron como factor motivador los problemas de cohesión familiar, hubo quienes declararon vivir una situación familiar estable y sin contratiempos:

No, pues bien. Vivo con mi mamá y mi padrastro, tengo dos hermanos, uno mayor y otro menor (Carlos).

Somos una familia de Colombia, no hay prejuicios, y donde no hay prejuicios, no hay reclamos, hay armonía. Tengo mamá, papá y hermanos (*Stripper* 11:11).

En cuanto a la manera en que se incorporaron al sexoservicio relacionado con el turismo, afirmaron:

La verdad te das cuenta de que si trabajas ocho horas diarias durante quince días [en un empleo formal] ganas lo que aquí en una hora... Esto es un trabajo fácil, porque aquí hay muchas cosas que ambicionas y pues ellos [los clientes turistas] te llevan a muchos lados y te compran cosas, además pues te pagan mejor. Además, vienen aquí y se la pasan una semana solos, entonces buscan compañía (Antonio).

[Hago esto] por dinero extra; yo trabajo de animador en un hotel, pero a nadie le viene mal un dinerito extra, además de que lo disfruto [risas]. Es que los turistas te ofrecen muchas cosas y te impulsan a seguir haciéndolo; los gringos... los gringos son los que más atienden (Braulio).

[También trabajo] en el taxi, ahí sí varía un montón por la temporada y por la quincena, es muy variable, en un día gano 200 pesos, otro día 500 pesos. Aquí, como sea, tengo un sueldo semanal, tengo varios lugares en donde bailo, porque aquí bailo viernes y sábado, a veces domingos, también en Plaza 21 voy los sábados (*Stripper* del Karamba).

Los entrevistados afirmaron que los turistas extranjeros les pagaban mejor y los trataban mejor que los nacionales. Por procedencia predominan, en ese orden:

los estadounidenses, los mexicanos y los europeos; situación que no sorprende, pues coincide con las proporciones oficiales de visitantes a Cancún (Asociación de Hoteles de Cancún, 2008). Los sexoservidores pueden ganar entre 500 y más de 2000 pesos por noche, según el día, la temporada y la procedencia del cliente, ya que, como regla, a los turistas nacionales les cobran menos que a los extranjeros:

En temporada alta con extranjeros (primero gringos, en segundo mexicanos y en tercer lugar europeos; pueden ser italianos, españoles u holandeses) y en temporada baja con mexicanos. Me tratan mejor los turistas [en referencia a extranjeros], creo que a los turistas les gustan los mexicanos. Los turistas te pasean por todos lados, te llevan a sus hoteles, te llevan a Xcaret y a Xel-Ha. Los mexicanos son unos codos. Si es extranjero [cobro] entre 150 y 200 dólares, si es mexicano 500 ó 1000 pesos. Pero varía, porque de repente llega alguien y me dice que le gusto y, si él me gusta, no le cobro, o no le cobro tanto, pero si es un gordo, todo feo, pues sí le cobro [risas] (Braulio).

Ahorita los locales [me buscan más] por la temporada baja, pero en la alta los extranjeros. Pero los locales son muy codos, por eso me espero y me espero hasta encontrar un extranjero. Atiendo más gringos, después mexicanos y luego los holandeses. Los europeos te pagan mejor, son más tiernos, y los gringos son muy desconfiados, mamonos y morbosos. Los mexicanos son codos, están mal acostumbrados, prefieren irse al crucero a buscarse un *mayatito*, un mugrosito y feito. Según el servicio, digamos que en temporada baja, y si es un local o nacional 1,800 pesos, y si es extranjero 2,000 o más, o ni siquiera le digo, le digo mil, y pues si se apendeja pues me paga en dólares. Te *agandallas* cuando sabes que tiene dinero (Antonio).

En temporada alta, mis ingresos son más altos, hay más opción de propina, porque hay más turismo (*Stripper* del Karamba).

Existe cierta relación entre prostitución y consumo de drogas, tanto de parte de quienes ofertan como de quienes consumen servicios sexuales. Dos sexoservidores declararon haber tenido contacto con la droga, y uno de ellos (Carlos) dijo haber entrado al sexoservicio impulsado por la necesidad de su consumo. Por su parte, los turistas, al encontrarse en una situación de anonimato y permisibilidad y con dinero en mano, se les hace fácil consumir drogas y sexo (Jiménez y Sosa, 2008).

Para los sexoservidores, la masculinidad es un aspecto central que define el valor de cambio y las relaciones de poder que genera su práctica, y ha llegado a establecerse como un valor global para muchos turistas buscadores de sexo con varones. La masculinidad es asociada aquí con mantener el papel de ‘penetradores’, pues, como señala Córdova (2005), es en la defensa de los orificios que

los sexoservidores establecen la negación de actos contrarios al papel social del género masculino, ya que, de no hacerlo, perderían el dominio y supremacía en el acto sexual —algo totalmente inaceptable en el marco de una sociedad occidental cuya inteligibilidad de géneros permite jugar solo uno de dos papeles: heterosexualidad u homosexualidad—. A pesar de que los prostitutas (especialmente *strippers* y mayates) interiorizan y reproducen esta inteligibilidad, el dinero que posee el turista es capaz de flexibilizar los actos sexuales:

A mí me gustan las mujeres, cincuenta por ciento hombres y cincuenta [por ciento] mujeres, de hecho, dos tres veces lo he hecho con mujeres. Es más, una vez vino un amigo con unas amigas lesbianas y nos fuimos a un cuarto. Normalmente [soy] activo, pero si sabes que te va ir bien, pues... pasivo. Como te digo, es dinero extra, es ambición, así ponle en tu trabajo, ¡ambición! (Braulio).

Mayormente [soy] activo, ¡porque es más fácil que te contraten así! La mayoría son viejos gordos y feos, son gente fea que no tiene opción de buscar y pues andan pagando. Sí, 1,500 pesos por ser activo y 1,800 pesos por ser pasivo, y si la tiene muy grande le cobro más, porque ahí te aguantas, ¡las prefiero medianas! (Antonio).

Lo que hago es besar, agasajar, acariciar; no le acaricio su parte, le sobo las nalgas como si fuera una mujer, y ya que está bien caliente..., pues lo penetro, lo pongo en una posición y otra hasta que se viene. ¡No! ¡Eso sí no! [dejarme penetrar] Ni por dinero... (Carlos).

Me da igual, yo bailo tanto para hombres como para mujeres, yo soy metrosexual y me gusta mostrarme (*Stripper* del 11:11).

Es bailada, y si se da algo más, ya depende ¡Pero no penetración! ¡No, nada de eso! (*Stripper* del Karamba).

Predominante en estas expresiones es el interés por reforzar la imagen de la masculinidad (enfaticada en evitar ser ‘pasivo’ o penetrado) y en señalar que si se trabaja en esto es por necesidad, que se le dedica poco tiempo y que no es algo permanente. En general, los sexoservidores expresan desagrado hacia sus clientes, cuyas características físicas están fuera del modelo hegemónico de belleza por ellos asumido:

No, porque es como en un trabajo formal, hay cosas que no te gusta hacer, la mayoría de las veces los que te contratan son gordos, son feos y pues prefiero cerrar los ojos y pensar en lo que me voy a comprar con el dinero que me voy a ganar. Por

eso no me gusta estar aquí, quiero regresar a un *spa*, porque ahí si estaban guapos, además ganas bien (Antonio).

A veces lo disfruto, pero cuando está gordo y feo, ino! (Braulio).

Los mismos prejuicios que acerca del homoerotismo y la prostitución tienen los trabajadores sexuales son responsables de la intolerancia y la agresión que con frecuencia sufren de parte de la sociedad en general: insultos, humillaciones, golpes y violaciones con daños difícilmente reversibles, en lo físico y en lo emocional.

Sí, algunos los golpean, los pasan a quemar; a mí me han aventado huevos... las mismas mujeres te avientan huevos, pasan y te dicen "¡pinche puto!" A otros los suben [a un auto] y los llevan a un lugar y los golpean entre varios. A dos amigos se los llevaron y los violaron, a uno de ellos le metieron un fierro por atrás y le destrozaron los intestinos y el ano ¡Aquí hay mucha homofobia! (Antonio).

Sin embargo, sería inexacto suponer que los trabajadores sexuales son víctimas y que no victimizan o abusan también de sus clientes. Los entrevistados señalaron que algunos de los *mayates* que trabajan en la calle, movidos por sus carencias económicas y su adicción a las drogas, engañan a los turistas o clientes locales y, ya en el hotel, los golpean y los roban, sin haberles brindado el sexoservicio:

¡Sí! Si no me quieren pagar me les voy a golpes y los robo, porque yo les doy la confianza de que me paguen al último y ellos no lo hacen. Hay muchos que se dedican a golpear y les terminan robando todo y no dan el servicio. (Carlos)

Debido a su limitada educación sexual (prevaleciente entre la población marginada, con escasa instrucción formal y dificultad de acceso a servicios de salud), los trabajadores sexuales están particularmente expuestos al contagio de infecciones como el Virus de la Inmunodeficiencia Humana (VIH). Con frecuencia, muchos de los sexoservidores son incitados a no usar condón a cambio de recibir más dinero.

Las autoridades estatales y municipales facilitan la práctica de la prostitución masculina al tiempo que la reprimen. La Avenida Tulum, asiento de las sedes de gobierno municipal y estatal, y del Instituto Nacional de Migración, es una de las zonas en las que se concentran los sexoservidores, y los esfuerzos por eliminar la prostitución del parque de Las Palapas no llegaron más que a

trasladarla a las calles aledañas. La tolerancia se confunde con la indiferencia, y esto da pie a la extorsión:

[Las autoridades] ino, no lo toleran! No actúan como debe de ser. La administración pasada nos quitó del parque Las Palapas, pero ésta [administración] es muy homofóbica, los policías te llevan a casa de la chingada y te pegan, si no les das dinero te llevan y dicen que estabas cometiendo faltas a la moral. Es su palabra, no importa una investigación, te cobran una multa (Antonio).

De acuerdo con las declaraciones de los sexoservidores, del gerente del 11:11 y de un líder sindical de los taxistas de Cancún, es bien sabido que muchas casas de masaje y *spa* son en realidad centros de prostitución donde se reclutan jóvenes durante semanas para la venta de servicios sexuales a grupos organizados, y que con frecuencia se les priva de su libertad y se violan sus derechos humanos:

Pues me iba con hombres y mujeres. Ahí te estás las 24 horas durante quince días y al final te pagan tu lana. Los costos son diferentes, varían de acuerdo con lo que hagas (Antonio).

Pues no fue fácil [salir del lugar], un día me cacharon en un Sanborns con un cliente y... eso está prohibido, me quisieron ahorcar, fue una madrota la que me quiso ahorcar, y por eso me salí (Antonio).

A lo largo de las entrevistas, los sexoservidores externaron también sus ilusiones, expectativas y metas a futuro, y hablaron de aquellos aspectos administrativos y sociales que les afectan: la extorsión, los prejuicios y los peligros a los que están sujetos y que les llevan a buscar dejar el trabajo sexual. En ese sentido, cuando se les preguntó si se sentían satisfechos con su trabajo o se arrepentían de él, respondieron:

¡No [me arrepiento]! Primero porque soy de mente muy abierta y lo disfruto. Soy rebelde e independiente. Mmm... me arrepiento de haberme salido de mi casa, porque ahorita ya hubiera terminado una carrera: mercadotecnia o algo así. La verdad me iba a limitar de muchas cosas, pero pues, sí... hubiera estudiado. ¡Tengo muchas metas! Antes de los treinta debo tener casa y carro, además quiero ayudarle a mi mamá, quiero que no trabaje y, cuando ya esté viejita, no le falte nada (Braulio).

Sí [me arrepiento], porque siento que pude aprovechar cuando tuve la oportunidad de estudiar... ahorita mis hermanas ya van entrar a la prepa y ya no va a haber dinero para que yo me meta a estudiar... Dejarlo... me dedico a esto desde muy chiquito,

todo lo he gastado, no sé en qué; me da miedo, no siempre voy a estar joven y lindo, cada verano llega gente nueva a esto y te puede quitar a tus talones [clientes]; quiero salir de esto, pero no puedo, soy muy ambicioso, no me conformo con lo que se gana en algún trabajo de aquí; quiero juntar dinero para poder estudiar (Antonio).

Me quiero alejar de esto, así como de las drogas, pero es que ahorita no hay chamba, ya se acabó la obra donde estaba (Carlos).

No tengo metas, vivo al día (*Stripper* del 11:11).

Los trabajadores sexuales entrevistados carecen de oportunidades educativas, manifiestan no tener una buena capacitación ni dinero para continuar con estudios superiores, y encuentran en la prostitución una vía para mejorar su calidad de vida. Sin embargo, por lo expresado en las entrevistas, es claro que no lo han logrado. A pesar de que manifiestan tener buenos ingresos del turismo sexual, el dinero obtenido no les alcanza ni les satisface. Además, en su trabajo han encontrado segregación y violencia física, entre otras implicaciones sociales y de salud. Ellos, como cualquier otra persona, tienen expectativas y metas, y esperan que mejore su calidad de vida. No obstante, en las circunstancias económicas y sociales que enfrenta el país, eso es muy poco probable.

Conclusiones

En el caso de Cancún, el fenómeno del turismo sexual entre varones se desarrolla en dos escenarios: el centro de la ciudad y la zona hotelera. La zona centro —de menor plusvalía en comparación con la zona hotelera— concentra bienes y servicios de gran importancia para turistas y residentes, y es un espacio accesible económica, social y culturalmente que facilita la interacción de los turistas con los locales.

La mayoría de los trabajadores sexuales reconoce que se prostituye con turistas por mejorar su nivel de vida, ante la dificultad de conseguir empleo formal y bien remunerado. Sin embargo, no se puede concluir que la prostitución sea entonces resultado directo de la marginación: también existen sexoservidores para quienes la prostitución es una profesión aceptable y bien remunerada que, pese a su limitada formación educativa, les permite mantener un nivel de vida aceptable. Para ellos la dicotomía excluyente heterosexualidad-homosexualidad resulta inaceptable, y es por ello que se emplea aquí el término “prácticas ho-moeróticas”.

Los trabajadores sexuales de Cancún viven una situación de gran estigma, tanto por vincularse sexualmente con otros hombres, como por el mismo hecho de ejercer la prostitución. Los ataques provienen de la población local, de algunos (y algunas) turistas que arriban a Cancún, de la policía e incluso de ellos mismos pues, sin duda alguna, no escapan a la reproducción social del imaginario colectivo global y local —se detectó, por tanto, una automarginación—. En este sentido se les puede apreciar como víctimas, pero no hay duda que también algunos de ellos pueden ser victimarios, pues al no existir una regulación y control de la prostitución, pueden abusar de los turistas y robarles, sin que éstos puedan defenderse.

Desde el punto de vista cultural, la *glocalización* tiene amplias implicaciones espaciales para el turismo sexual, ya que en esta actividad están involucrados actores con procedencias y conformaciones identitarias variadas que incluyen tanto formas globales de vivir y consumir sexo —como es el caso de los turistas apegados a identidades ampliamente reconocidas, como la *gay*, cuyo consumo sexual es entendido como parte de las prácticas cotidianas de sexo durante el viaje— como el trabajo sexual ejercido por pobladores locales que se explican a sí mismos y a su actividad echando mano de identidades sexuales disponibles en su ámbito social que van desde una relativa aceptación hasta la autoestigmatización.

Referencias

- Acosta, A. (2003) “En la encrucijada de la globalización. Algunas reflexiones desde el ámbito local, nacional y global”, *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, vol. 1, núm. 004, Santiago de Chile, pp. 1-20.
- Altman, D. (2006) *Sexo global*, Océano, México.
- Arriaga, J. y R. Romero (2008) “Sector informal y economía del turismo en Cancún”, *Turismo, pobreza y territorios en América Latina*, Universidad Externado de Colombia, Bogotá, pp. 201-225.
- Arroyo, L. y K. Amador (2011) “Dimensión de la prostitución masculina relacionada con el turismo sexual en Cancún”, *Turismo sexual en México. Hombres que se vinculan con hombres. Una perspectiva multidisciplinaria*, Instituto de Geografía, UNAM, México [en prensa].
- Asociación de Hoteles de Cancún (2008) *Barómetro turístico de Cancún, enero-septiembre*, Cancún, México [versión en formato digital].
- Bauer, T. y B. McKercher (2003) *Sex and Tourism, Journeys of Romance, Love, and Lust*, Haworth Hospitality Press, Nueva York.

- Boullón, R. (1985) *Planificación del espacio turístico*, Trillas, México.
- Cohen, E. (2005) “Principales tendencias en el turismo contemporáneo”, *Política y sociedad*, vol. 42, núm. 1, Madrid, pp. 11-24.
- Colom, J. e I. Sureda (2003) “Globalización, identidad y educación”, *Educación y cultura*, Universidad de las Islas Baleares, Palma de Mallorca, España <<http://www.raco.cat/index.php/EducacioCultura/article/viewFile/75889/96504>>.
- Córdova, R. (2005) “Vida en los márgenes. La experiencia corporal como anclaje identitario entre sexoservidores de la Ciudad de Xalapa, Veracruz”, *Cuicuilco*, vol.12, núm. 34, México, pp. 217-238.
- Córdova, R. (2006) “El difícil tránsito de ‘hechiza’ a ‘hechicera’: construcción de la subjetividad entre sexoservidores transgénero de Xalapa, Veracruz”, *Secuencia*, núm.66, México, pp.91-110.
- Debuyst, F. (2009) “Lógicas y sentidos de los enfoques territoriales”, *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, vol. 8, núm. 22, Santiago de Chile <<http://www.scielo.cl/pdf/polis/v8n22/art02.pdf>>.
- Fonatur (1999) *Los veinticinco años de Fonatur*, Fondo Nacional de Fomento al Turismo, México.
- Fonatur (2011) <www.fonatur.gob.mx>.
- Foreman, M. (2000) *ABC of VIH/AIDS*, Panos Institute, Londres.
- Hiernaux, D. (1989) *Teoría y praxis del espacio turístico*, Departamento de Teoría y Análisis, Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2006) *II Conteo de Población y Vivienda, México*, INEGI, México [versión en formato digital].
- Jiménez, A. (2005) *Desarrollo turístico y sustentabilidad. El caso de México*, Miguel Ángel Porrúa, México.
- Jiménez, A. y A. Sosa (2008) *Cocktail Cancún: reflexiones sobre los impactos sociales del turismo en la comunidad local*, Departamento de Turismo, Universidad del Caribe, Cancún, México [versión en formato digital].
- Jimeno, R. y P. Moncada (2008) *Boletín Turístico de Cancún. Resultados de la temporada de invierno 2007-2008*, Universidad del Caribe, Cancún, México.
- López, A. (2001) *Análisis de la organización territorial del turismo de playa en México, 1970-1996. El caso de Los Cabos, Baja California Sur*, tesis doctoral, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Opperman, M. (1999) “Sex Tourism”, *Annals of Tourism Research*, vol. 26, núm. 2, pp. 251-266.

- Propín, E. y Á. Sánchez (2007) “Tipología de los destinos turísticos preferenciales en México”, *Cuadernos de Turismo*, Universidad de Murcia, Murcia, España, pp. 147-166.
- Quiroz, R. (2006) “Urbanismo reciente y nuevas identidades en México”, *Historia Actual On Line*, núm. 9, Universidad Nacional Autónoma de México, México, pp. 53-61 <<http://www.historia-actual.org/Publicaciones/index.php/haol/article/view/135/123>>.
- Santos, M. (2000) *La naturaleza del espacio: técnica y tiempo, razón y emoción*, Ariel Geografía, Barcelona.
- Vera, J. (1997) *Análisis territorial del turismo*, Ariel, Barcelona.

XXVI

Dos ejemplos paradigmáticos del turismo posmoderno en Belize

Gino Jafet Quintero Venegas¹

Introducción

Los litorales y ecosistemas del mar Caribe son espacios de gran demanda turística en el mundo entero. En Belize², cuyos litorales y recursos naturales e históricos despiertan un gran interés en los visitantes, el turismo representa actualmente el 18 por ciento del producto interno bruto (PIB) (Panting, s/f.) y la pesca aporta otro 4.5 por ciento. Estas dos fuentes de divisas se localizan sobre todo en la franja litoral. No obstante, la Ciudad de Belize, el centro urbano más importante del país, enclavado en un entorno de gran riqueza patrimonial natural y cultural, explota el turismo de cruceros y el turismo de animales (Orams, 2002).

Los turistas que visitan Belize provienen, en su mayoría, de Estados Unidos y Canadá. A pesar de haber sido colonia británica hasta 1981, y de estar ubicado en América Central, son pocos los visitantes de Europa y Latinoamérica. Las

1. Universidad Nacional Autónoma de México, México. Correo electrónico: england_km@hotmail.com.

2. Se utiliza aquí 'Belize' por dos razones. En 2003, el país solicitó que se respetara la grafía de su nombre oficial (con zeta) sin importar el idioma de que se tratara, ya que si bien proviene de un vocablo inglés —lengua oficial de esta excolonia británica— la lengua materna de una gran proporción de su población (más del 70 por ciento) es el español. En atención a esto, el *Nuevo Atlas Nacional de México*, publicado por el Instituto de Geografía de la UNAM en 2007, ha adoptado la grafía oficial.

principales conexiones aéreas (directas y de menor costo) y marítimas (cruce-ros que ahí se originan) son con ciudades del sureste y noreste de los Estados Unidos, y la oferta turística se encuentra ligada principalmente a las demandas del mercado norteamericano. No obstante, el Ministerio de Turismo busca incentivar el crecimiento de esta actividad, con el argumento de que generará desarrollo económico.

Los propósitos de este trabajo son, primero, evidenciar la reciente formación de un área privilegiada en la ciudad de Belize con infraestructura y servicios turísticos que la diferencian del resto de la ciudad y que en términos espaciales ha generado una alta segregación territorial. Esta situación guarda estrecha relación con el turismo de cruceros y se erige como un ejemplo de “representación encubierta” del turismo litoral (Cohen, 2005), a manera de fachada que esconde la pobreza predominante en esta ciudad centroamericana. Segundo, que el Zoológico de Belize, punto turístico vinculado con la Ciudad de Belize, recurre a la culturización de la naturaleza al crear un espacio ‘de fantasía’, acorde con las demandas de los flujos masivos turísticos actuales y cuyo éxito, como sucede con los parques temáticos, está en apelar a las emociones del visitante.

Belize como destino turístico

Belize es una pequeña nación de casi 300 mil habitantes, con una extensión territorial de 22,960 kilómetros cuadrados. Ubicado en la costa norte de Centroamérica, en el extremo sur de la península de Yucatán, limita al norte con el estado mexicano de Quintana Roo, al oeste con el departamento guatemalteco del Petén, al este con el mar Caribe y al sur con el departamento guatemalteco de Izabal. Belize es el hogar de la barrera de coral más larga del hemisferio occidental y la segunda más larga en el mundo, luego de la Gran Barrera de Coral en Australia (Vorhees y Brown, 2008).

Anteriormente, la pesca artesanal en el sur de Belize había perdurado como industria productiva, no sólo para los beliceños residentes en el área, sino también para quienes vivían al norte de la frontera mexicana (Aranaiz, 1996) y para pescadores furtivos que aún hoy cruzan ilegalmente desde Guatemala y Honduras y cuya actividad no está registrada en los datos oficiales de las actividades económicas. A fin de dejar establecido que aún hay compatibilidad entre la pesca artesanal y el turismo, el gobierno de Belize incorporó casi un 7 por ciento de los 2.4 millones de hectáreas de áreas nacionales marinas al estatuto de Áreas Marinas Protegidas (AMP) (Panting, s/f.), especialmente en las aguas de la costa sur. La razón de ser de las AMP es limitar la explotación de la pesca y mantener

reservas prósperas tanto para la pesca artesanal como para la pesca deportiva, actividades conjugadas con el turismo litoral.

La mayor parte de la actividad turística se desarrolla en función de estas AMP y los recursos litorales que se ofertan. Así, en 2007 llegaron a la nación caribeña 251 mil 655 turistas, 210 mil de ellos provenientes de los Estados Unidos (Organización Mundial del Turismo, 2007). A pesar de la conjunción que supuestamente se ha dado entre la pesca y el turismo, el gobierno de Belize ha designado a este último como su segunda prioridad de desarrollo, después de la agricultura (Gobierno de Belize, 2002).

La actividad turística ha propiciado vínculos territoriales y generado espacios aptos para la recepción de un gran número de turistas de forma tal que, a pocos años de haber obtenido su independencia del imperio británico (1981), Belize es un destino consolidado al interior de los flujos turísticos internacionales por ofertar un patrimonio en el que se conjugan elementos físicos, históricos y culturales. El turismo litoral, de mayor importancia en el país, combina su clima tropical y su fisiografía con diversos atractivos naturales, como el Cayo Ambergris, la Península de Placencia, la reserva de jaguares Cockscomb Basin, el Cayo Caulker y el famoso “Blue Hole”, lugares aptos para realizar actividades relacionadas con el turismo litoral. Sin embargo, en la zona Maya, con sus importantes sitios arqueológicos ubicados casi siempre al interior de áreas naturales protegidas (Xunantunich, Lamanai, Altun Ha y Lubaantum), encuentran lugar el turismo cultural y el ecoturismo.

Turismo en la modernidad y en la posmodernidad

En lo cultural, la globalización se caracteriza por interrelacionar las sociedades y culturas locales con una global —lo que da paso a una ‘aldea global’— y por la mezcla entre los elementos de ‘lo local’ y ‘lo global’ en lo que ha venido en llamarse ‘lo *glocal*’ (Verstappen, 2009) y que genera polémica sobre si se trata de un fenómeno de asimilación occidental o de fusión multicultural. Con respecto a las identidades culturales en la globalización existen dos proposiciones: en primer lugar, que éstas se deberán crear desde la lógica de la cultura universal de los procesos sociales, incluidas las demandas de los fenómenos económicos y políticos que actúan en función de lo social. En una segunda dimensión, en el contexto del sistema mundial esas identidades culturales se deberán construir desde la perspectiva del Estado-nación, ciudad, región o país, en correspondencia con sus especificidades (Knox y Taylor, 1995).

Debido a los cambios sociales, económicos, culturales y políticos que acompañan a la globalización, en el mundo contemporáneo de fines del siglo XX e inicios del XXI surgen dos percepciones del mundo que repercuten de manera directa en las nuevas formas de realizar la actividad turística y de organizar el territorio en que se desarrolla. Tanto en la modernidad como en la posmodernidad, estas formas se hacen acompañar por la “búsqueda de la autenticidad, la distinción, la fantasía y las emociones fuertes” (Cohen, *óp. cit.*; Salazar, 2005). Por otra parte, Cohen resalta que, en la actualidad, bajo la influencia de la globalización, el turismo:

se caracteriza por dos tendencias contradictorias: de un lado, un declive posmoderno en la “búsqueda de la alteridad” (y por tanto de lo genuino y de lo auténtico) tendente a la disminución de lo extraordinario de la experiencia del turista y la gradual mezcla de turismo y placer, y por otro lado, una reciente búsqueda “moderna” de una extrema alteridad en la Tierra e, incipientemente, en el Espacio, conducente a la mezcla de turismo y exploración (Cohen, *óp. cit.*, p. 12).

En la modernidad —entendida como un modo de reproducción de la sociedad basado en mecanismos de regulación opuestos a la tradición, cuyo sentido es regulado por dimensiones culturales y simbólicas particulares y en la que el porvenir reemplaza al pasado y racionaliza el juicio de la acción (Habermas, 1990)— el turismo es visto como la actividad por la cual se debe salir de la cotidianidad, satisfacer el ocio y utilizar el tiempo libre (Rojas, 2008). La actividad turística es entendida entonces como un mecanismo compensatorio, en contrapeso de las insatisfacciones encontradas en la base de la vida moderna (Cohen, *óp. cit.*), y la autenticidad se busca en otros lugares, al igual que la vivencia de experiencias extraordinarias.

No obstante, debido al carácter territorial de la actividad turística, la deseada autenticidad de la modernidad crea paradojas espaciales. Por un lado, la penetración del turismo en una localidad lo marca como “destino”, mientras que los lugares o elementos paisajísticos del mismo son considerados atractivos turísticos y, por ende, aunque sea mínimamente, se modifican. Por otro, se crean ‘fachadas’ de los destinos donde la vida auténtica permanece más allá de la comprensión del turista, pues el destino turístico se vincula con la belleza, con la pasividad, la alegría, lo diferente y se valoriza como algo positivo (*ibíd.*). Así, como arguye Cohen: “la priorización de la autenticidad en el discurso del turismo moderno ha centrado su atención crítica en detrimento del análisis de representar que se mantiene en su totalidad como un término residual” (*ibíd.*, p. 13).

Estas formas de representar de la actividad turística buscan satisfacer las necesidades del viajero, quien, inmerso en una serie de idearios e imaginarios (Hiernaux, 2002), percibe al destino turístico de forma ajena a la realidad. Así, se dan dos formas de representación en las que la autenticidad queda en entredicho: la representación encubierta y la representación manifiesta (Cohen, óp. cit.). Éstas ocultan problemas sociales y económicos inmersos en el destino y dan una idea falsa del lugar que, al final del día, es la que guarda el turista, la que transmite, la que promociona y la que vive.

La representación encubierta da la idea de una estilización territorial vinculada con el consumo, como si se tratara de una fachada (*ibíd.*). Goffman (citado por Cohen), la define como “una fabricación no conocida o no marcada contraria a la impresión que se trata de imponer a los turistas, donde [lo] representado no es parte de lo vivido en el mundo o en la realidad diaria del destino” (Cohen, óp. cit., p. 13). Puede verse también como una serie de falsificaciones espaciales —vinculadas con valores positivos como lo bello, lo armónico, lo agradable, lo atractivo y lo ordenado— que, con el objeto de atraer a los turistas, son acondicionadas al lugar de destino.

La representación manifiesta se relaciona con la simulación de algún elemento cultural y no propiamente territorial, para hacerlo pasar como original. Pueden ser reproducciones de lugares, elementos u objetos que no son propios del territorio donde se lleva a cabo la actividad turística (y que, sin embargo, son atractivos para el turista). Las atracciones representadas, como indica Cohen, “están marcadas explícitamente como partes no constituyentes de la realidad cotidiana y no necesariamente son ingenuas o están presentes en entidades completamente transparentes” (óp. cit., p. 14).

Como mencionan Augé (1992), Cohen (óp. cit.) y otros autores, la posmodernidad es la era de la simulación y del desencanto en la que, tras la Segunda Guerra Mundial, se renuncia a las utopías y a la idea de progreso y se produce un cambio en el orden económico capitalista, al pasar de una economía de producción a una economía de consumo. La posmodernidad niega la unicidad de la verdad, borra la distribución entre la alta y la baja cultura, y las provincias finitas del significado (juego, arte, fantasía y alucinaciones) no se distinguen de la realidad (Gallino, 2005). La posmodernidad está dirigida por las fuerzas de la globalización: la gran movilidad de capital, personas e información genera una fusión e hibridación cultural en los territorios, que se hace acompañar de procesos como la transnacionalización y la *glocalización* (Salazar, óp. cit.; Verstappen, óp. cit.).

En el contexto de la posmodernidad, el llamado “turismo de fantasía” (Cohen, óp. cit.) apela a amplias capas de la sociedad que, en un mundo cada vez

más homogeneizado y con formas de entretenimiento poco excitantes, prefieren renunciar a la “autenticidad objetiva” para buscar la “autenticidad existencial”. La fantasía se presenta entonces como posible escapatoria de una realidad dominada por la homogeneización globalizante y las personas prefieren encontrar en ella las experiencias extraordinarias que necesitan (*ibíd.*).

Al ser la simulación el elemento clave de este tipo de turismo, las actividades que el turista de fantasía realiza no se ven afectadas por las representaciones que suministran las experiencias de lo fantástico. Así, la experimentación de lo fantástico se incrementa con la popularidad e importancia de que goza la fantasía en la ideología de la población. En un principio, fueron los parques temáticos los que cumplían la función de llevar a cabo la experiencia fantástica, pero hoy los programas de rehabilitación de los centros históricos, la creación de zoológicos —catalogados en el mundo angloparlante como *wildlife parks*— y la homogeneización de ciertos poblados brindan también la experiencia de lo extraordinario (por ende, de fantasía).

El turismo de fantasía utiliza la tecnología para simular una realidad y crear espacios hiperreales, espacios receptores en los que, como en los parques temáticos o ‘disneylandizados’ (Bryman, 2004), los turistas, abstraídos de la realidad y del espacio circundante y vecino, tienen la sensación de estar “en otro mundo”. En estos espacios se juega con las emociones de los visitantes; su hiperrealidad impide la percepción del lugar real, cuyo ‘espíritu’ y singularidades quedan reducidos o nulificados.

Es en este contexto que Augé (óp. cit.) se ocupa del “no lugar” de carácter transitorio, desprovisto de identidad y vínculos directos entre él y sus ocupantes; un espacio donde se es anónimo, donde no hay afectación, generalmente referido a los centros comerciales o lugares en los que el consumo, antes que las relaciones sociales, es lo que prevalece. Este concepto es utilizado para definir una serie de reductos de la era posmoderna dentro de los cuales los seres humanos circulan ajenos a toda expresión o interacción real. El no lugar es un medio ambivalente en el cual los seres se ven deshumanizados:

si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar [...] La posmodernidad es productora de no lugares, es decir, de espacios que no tienen algún significado y que no integran los lugares antiguos (lugares de memoria) (*ibíd.*, p. 56).

Mediante representaciones encubiertas y el manejo de emociones de los visitantes, la actividad turística posmoderna genera lugares turísticos que no se encuen-

tran moldeados por algún atractivo natural o cultural, sino por el consumo y la necesidad de demostrar que ‘lo natural’ se encuentra enmarcado dentro lo cultural. Desprovistos de su autenticidad, estos lugares han pasado a ser no lugares. Estos no lugares juegan un papel importante en la dinámica turística de Belize, pues son los que atraen a más turistas, generan una buena derrama económica y se quedan grabados en el imaginario del turista como experiencias y sitios agradables que no muestran la realidad de la sociedad. Dos ejemplos de estos no lugares turísticos, carentes de una verdadera identidad beliceña, son la Villa Turística (*Tourism Village*) en la Ciudad de Belize y el Zoológico de Belize, a unos cuantos kilómetros de la ciudad.

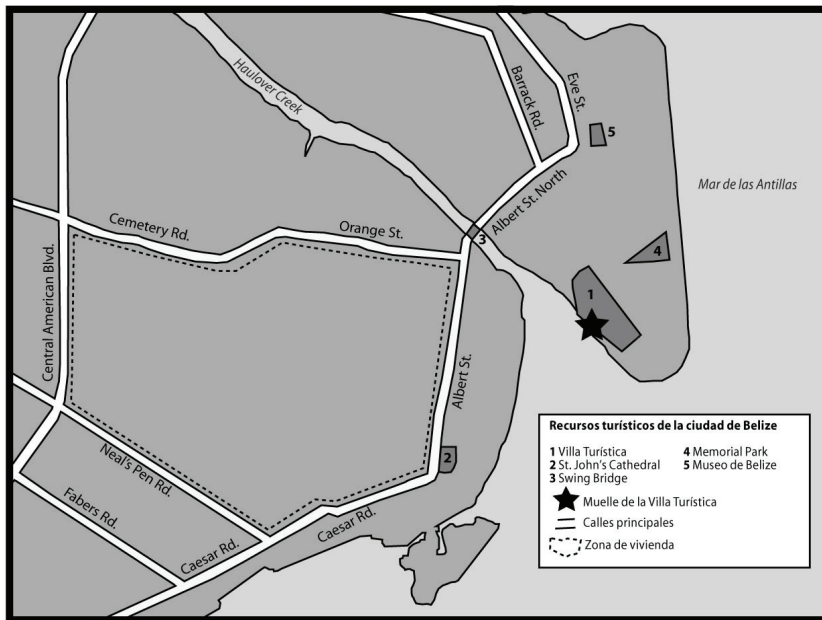
Los no lugares y la representación encubierta en la ciudad de Belize: *The Tourist Village*

El turismo en la ciudad de Belize, de carácter internacional, está basado en los cruceros. La ciudad no cuenta con ningún atractivo turístico importante para que se inserte en una dinámica turística global cultural, pues sus mismos habitantes la catalogan como peligrosa y caótica. Sin embargo, desde la línea de costa, pareciera que es una ciudad ordenada y planificada, pues las edificaciones y la arquitectura de grandes edificios y de establecimientos comerciales dan esa idea. No obstante, esta fachada urbana, visible desde las embarcaciones —tanto pequeñas como de gran calaje— obstaculiza el paisaje urbano real, donde lo que prevalece es un deterioro urbano, pobreza y basura.

La Villa Turística (*Tourist Village*) es un complejo comercial sobre los muelles localizados en la desembocadura del río Haulover Creek al oriente de la ciudad de Belize, al sur del Distrito Fort George (Figura 1). Fue construido a finales de los años noventa para conveniencia de los pasajeros de los cruceros que desembarcan en la ciudad. No obstante, por sí misma, la Villa Turística segrega territorialmente a la urbe de dos formas: por un lado, los visitantes que no hayan accedido a la ciudad por medio de un crucero no pueden ingresar a ella, ya que es obligatorio presentar en la entrada el pase de abordar de la nave en el que se viaja y, por el otro, debido a la presencia de los establecimientos comerciales a lo largo de los muelles, la circulación a lo largo de éstos es imposible para los turistas. Puede decirse que la Villa Turística es un no lugar del turismo, pues en él, como en otros identificados por Augé: “el control *a priori* o *a posteriori* de la identidad y del contrato colocan al espacio de consumo bajo el signo del no lugar; el usuario está obligado a probar su inocencia y, por tanto, no hay individualización” (Augé, óp. cit., p. 68).

Debido a que su actividad comercial está vinculada con la llegada de los cruceros a la ciudad, la Villa Turística solo abre sus puertas los martes, miércoles y jueves, días en que los barcos arriban. Ahí hay establecimientos que ofertan productos que están fuera del alcance de los habitantes locales, no solo por sus altos costos, sino porque son productos ajenos a la cultura garífuna y, por ende, beliceña. La mayoría de los comercios son tiendas de regalos y *souvenirs*, artesanías, licorerías, joyerías y farmacias que ofrecen medicamentos como Viagra o antibióticos sin prescripción médica y a un costo menor de venta que en Estados Unidos o Canadá (Vorhees y Brown, óp. cit.). A su vez, el Ministro de Turismo de Belize patrocina a la Villa Turística al argumentar que ahí se pueden comprar “maravillosas esculturas talladas en madera, floreros exquisitos de granito, varias sábanas mayas, alcohol a precios decentes y una farmacia popular donde se pueden surtir medicamentos con o sin receta estadounidense” (Belize Viajes, 2009:1).

Figura 1
Ubicación de la Villa Turística en la ciudad de Belize



Fuente: elaboración propia.

No obstante, las fachadas que se encuentran en la Villa Turística no corresponden, en lo absoluto, con la arquitectura general de la ciudad. Tienen una composición más estilizada, con arquitectura plagada de imágenes y mensajes que incitan a realizar alguna actividad comercial, como si éstas “esbozaran un mundo de consumo que todo individuo puede hacer suyo porque allí es incesantemente solicitado” (Augé, óp. cit., p. 78) (Figuras 2 y 3). En este espacio de consumo se expresa lo que se quiere hacer pasar por el desarrollo de la ciudad de Belize, no solo por su carácter estético, sino por los productos que allí se venden.

Figura 2

Villa Turística, vista desde la línea de costa



Fotografía: Gino Jafet Quintero Venegas, 2010.

No obstante, la Villa Turística no crea ningún tipo de identidad singular ni relación, sino soledad y similitud; se le hace creer al turista que todos los usuarios que frecuentan y consumen en la Villa Turística son homogéneos, con características culturales inexistentes, con un poder adquisitivo similar entre ellos y que, mientras estén dentro de este espacio de consumo, no podrán percibir la realidad del país, no les será posible observar la pobreza de la ciudad, su inequidad y su marginación. Para los beliceños, la Villa Turística es un sector urbano de identidad dual. Por un lado, representa la parte de la ciudad que les permite captar divisas de los extranjeros y, por el otro, es la parte a la que no tienen acceso, a la que, por el simple hecho de ser locales y de no tener un pase de abordar el crucero, quedan excluidos.

Figura 3
Villa Turística: fachada del consumo



Fotografía: Gino Jafet Quintero Venegas, 2010.

Para aquellos turistas que están fuera de la dinámica de los cruceros, o que están de visita en la ciudad y quieren involucrarse en la actividad comercial, hay una opción alternativa a la Villa Turística. A los alrededores de la misma los locales levantan un tianguis los días de crucero en el que los turistas pueden adquirir productos locales fuera de la fachada turística, como artesanías de menor costo, prendas de vestir, *souvenirs*, y una serie de productos menores. En este tianguis turístico se percibe más la realidad de la ciudad. Por un lado, su deterioro; por el otro, los escasos ingresos de la población y, finalmente, la cantidad de basura existente en las calles. Este tianguis no solo es un vistazo a la realidad local, sino una fuente de ingresos alternativa para que los locales mejoren su nivel de vida (Figura 4).

Finalmente, queda claro que la Villa Turística es un sector urbano ligado con el turismo de cruceros y que, por su infraestructura y servicios turísticos, se ha conformado como un área privilegiada y diferenciada del resto de la ciudad, generando una acusada segregación territorial. De acuerdo con Cohen (óp. cit.), esta porción territorial se erige como un ejemplo de “representación encubierta” del turismo litoral, pues se trata de una fachada que esconde la pobreza predominante de esta ciudad centroamericana. Es, en palabras de Augé:

como si el espacio estuviese atrapado por el tiempo, como si no hubiera otra historia más que las noticias del día, como si cada historia individual agotara sus motivos, sus palabras y sus imágenes en el *stock* inagotable de una inalcanzable historia del presente (Augé, óp. cit., p. 70).

El turista de la Villa Turística no solo no percibirá la realidad local, sino que dentro de ella perderá la noción del tiempo y experimentará un presente perpetuo dado por las condiciones de consumo.

Figura 4
Villa Turística: el tianguis alternativo



Fotografía: Gino Jafet Quintero Venegas, 2010.

La culturización de la naturaleza: el espacio de fantasía en el Zoológico de Belize

El Zoológico de Belize es un ejemplo de la confrontación contemporánea entre el ser humano y los animales. Localizado a 50 kilómetros al occidente de la Ciudad de Belize, tiene una extensión de 34 hectáreas y es hogar de más de 100

animales nativos, la mayoría en peligro de extinción (Figura 3). A diferencia de la mayoría de los zoológicos del mundo, los animales en este zoológico no están encerrados en jaulas ni rodeados por barrotes ni confinados a búnkeres de concreto, sino que habitan dentro de cercas hechas de madera y mallas.

Algunos zoológicos son más exitosos que otros en términos de atracción de visitantes y turistas. Las respuestas humanas a los zoológicos son bastante distintas y profundamente ambiguas. La mayoría de las veces, las reacciones de la gente hacia los zoológicos combinan emoción, miedo, intimidación, tristeza y nostalgia, así como malestar por el cautiverio de los animales (Adams y Anderson, 1991). Estas respuestas variadas y contradictorias son evidentes en las caras de los visitantes a los zoológicos. En términos generales, los zoológicos son espacios en donde los seres humanos contrastan su propia definición de naturaleza con lo verdaderamente ‘natural’. Así, al jugar con las emociones de los visitantes e inscribir un alejado sentido del reino natural, un zoológico puede ser considerado como un espacio fantástico, representado, que, en la mayoría de los casos, es un atractivo turístico vinculado con algún centro urbano.

El origen del Zoológico de Belize se remonta a los años ochenta, cuando Richard Foster, productor de cine, terminó de rodar el documental silvestre *Path Of The Rain gods* (Belize Zoo, 2010; Vorhees y Brown, óp. cit.). Tras el rodaje, se le encomendó a la bióloga estadounidense Sharon Matola cuidar a los 17 animales —para ese momento ya domados— que habían sido utilizados para la filmación. Así, en 1983 el zoológico abrió sus puertas por primera vez y, entre ese año y 1991, en espacios naturales recreados artificialmente, proveyó de hogar a animales endémicos de la región que fueron maltratados, lastimados, quedaron huérfanos o simplemente fueron criados en cautiverio y donados por otros zoológicos (Vorhees y Brown, óp. cit.).

Debido a la distancia que existe entre el zoológico y la ciudad, aquél se oferta como un atractivo turístico natural-cultural vinculado con la dinámica turística urbana; un espacio creado por el ser humano que no pretende representar a la naturaleza sino a la adaptación humana de la misma. Ejemplifica claramente la forma en que la gente ha transformado el uso de suelo para satisfacer algunas de sus necesidades, en este caso la conservación y la recreación. Más que un atractivo turístico y un espacio de recreación, el Zoológico de Belize es un espacio creado para que el ser humano mantenga su papel de superioridad y evidenciar la manera en que se es capaz de dominar a la naturaleza sin ninguna restricción de la vida salvaje (Button, 2004). Es, por tanto, un espacio que pretende representar y culturizar a la naturaleza, una naturaleza que, en palabras de Kate Soper, consiste en “todas aquellas estructuras y procesos que son independientes de la actividad humana (en el sentido de que no son un producto humano) y

cuyas energías y poderes causales constituyen las condiciones necesarias de toda práctica humana” (Soper, 1995).

El Zoológico de Belize es un espacio turístico enmarcado en el turismo de fantasía en el que se juega y se trastocan las emociones de los visitantes. En primer lugar, los seres humanos buscan reforzar su superioridad natural al mantener a los animales en lugares restringidos y bajo supervisión. Durante el día, los animales viven “felices” en paisajes que fueron creados como vitrinas para representar sus paisajes naturales, de forma que se sientan “como en casa”. Estos paisajes artificiales permiten a los visitantes imaginar casi a la perfección cómo viven los animales libremente en sus lugares originales y cómo interactúan con la naturaleza. Sin embargo, es evidente que la vida nocturna de los animales es completamente distinta a la apreciada durante el día por los visitantes, ya que, en la noche, varios animales son resguardados en jaulas que les permiten a los cuidadores del zoológico analizarlos, alimentarlos, controlar su conducta y hacerlos dependientes de los seres humanos (Bostock, 1993). Las jaulas nocturnas son significativamente más pequeñas que los espacios ‘naturales’ reservados para ellos durante el día. Así, mientras en el día al visitante se le vende la imagen de que en el Zoológico de Belize los animales viven casi en libertad, como en un mundo de fantasía, la realidad es bastante distinta.

Por otro lado, la superioridad natural humana se refuerza cuando a los animales se les condiciona su conducta salvaje (Button, *óp. cit.*). Estas condicionantes se vinculan fuertemente con la dependencia existente entre animales y seres humanos y la forma en que aquéllos se acostumbran a éstos. La dependencia empieza desde el momento en que los animales son retirados de sus lugares originales y criados en cautiverio, con un lento pero efectivo proceso conductual que hace que sean percibidos como “sin sentidos” (*mindless*) (Anderson, 1995). En otras palabras, los animales del Zoológico de Belize no pueden vivir su vida libre animal y ahora viven como seres supeditados dentro del plano de pensamientos y teorías antropocéntricas.

Otro ejemplo de cómo el Zoológico de Belize se ha convertido en un espacio de fantasía se da por la adopción cultural de los animales al momento de darles un nombre, como el caso de la estrella del zoológico “Junior, el jaguar”, y que incluso aparece en a portada de alguna guía turística de Belize como si fuera la atracción principal (Figuras 5, 6 y 7). La acción de nombrar a los animales demuestra, de nueva cuenta, cómo se ha domesticado a lo salvaje por razones no sólo económicas, sino también culturales. “Junior” representa la paradoja de todo zoológico de humanizar aquello que pertenece a lo silvestre. El jaguar tiene un nombre humano, sin embargo, no es tratado ni visto como uno; sólo funciona para fines de entretenimiento y se le hace creer al turista que Junior

no sólo es parte de nuestra familia humana, sino que se le respeta de la misma manera que a nosotros, a pesar de que detrás de esto hay un complejo proceso de condicionamiento y una total dependencia para su supervivencia.

Finalmente, el uso de la tecnología es fundamental para lograr tanto el control de los animales como la formación del paisaje en el Zoológico de Belize. En primer lugar, por medio de la tecnología el zoológico ha sufrido transformaciones para dotar a los animales de un pseudohábitat natural. Desde su fundación, lo que se pretendió en el zoológico como parte del diseño paisajístico fue evitar que los animales se vieran enjaulados y recrear un ambiente salvaje. Asimismo, en este lugar de fantasía, la tecnología se ha utilizado para intervenir en la vida natural de los animales, por medio de los controles reproductivos, la reducción de enfermedades, dietas artificiales y la catalización de ciclos naturales que ocurren en espacios vigilados por los seres humanos. Así, se crea un espacio de fantasía en donde los seres humanos que allí se encuentran perciben al zoológico como algo “fuera de la realidad”, las emociones afloran y, generalmente, la idea sobre el lugar es positiva.

Figura 5

Zoológico de Belize: la adopción de “Junior”



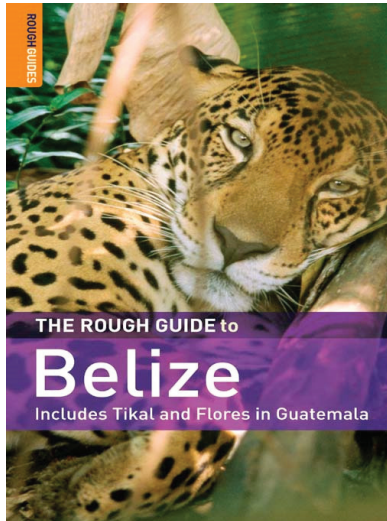
Fotografía: Gino Jafet Quintero Venegas, 2010.

Figura 6
Zoológico de Belize: “Junior” en su hábitat representado



Fotografía: Gino Jafet Quintero Venegas, 2010.

Figura 7
“Junior, el jaguar” en la portada de una guía turística de Belize



Fotografía: Gino Jafet Quintero Venegas, 2010.

Conclusiones

Por el papel que le toca jugar en el sistema mundial, Belize ha entrado en una dinámica turística en la que sus destinos están estrechamente vinculados con las nuevas tendencias contemporáneas y posmodernas del viaje turístico. Los destinos turísticos que se ofertan en Belize, a pesar de estar supuestamente vinculados con el turismo litoral y el turismo alternativo, han generado una serie de espacios carentes de identidad —a menudo llamados no lugares— cuya presencia del consumo es el eje principal del viaje. Esto, debido a que el consumidor turístico ha desarrollado, a lo largo de las últimas décadas, una intensa y amplia experiencia en las prácticas turísticas, con conductas que rompen con la homogeneidad de un modelo masivo y uniforme. De entre la incipiente heterogeneidad, sobresale el nuevo turista posmoderno.

Dos sitios muy concurridos por los turistas en Belize que ejemplifican los viajes posmodernos son la Villa Turística y el Zoológico de Belize. En el primer caso, es evidente que el sitio turístico está diseñado por y para el consumo del visitante y captar divisas del exterior; para ofertar productos de talla internacional y hacerle creer al turista, por medio de la segregación territorial, que las condiciones de vida en Belize son buenas y con alto grado de desarrollo. El zoológico, por su parte, es un espacio creado por el turismo de fantasía en donde la naturaleza se abstrae de su contexto y se moldea para dar lugar a una imagen y experiencia hecha por y para los seres humanos. Allí, las imágenes y los paisajes juegan con los sentimientos y las emociones del visitante, le hacen creer que es un lugar en equilibrio natural y, por medio de la culturización de la naturaleza y su seudoadopción al mundo humano, se crea un espacio en el que los animales se construyen, de manera discursiva, como algo alterno a su característica natural y se hacen sujetos de prácticas socio espaciales de inclusión y exclusión.

Referencias

- Adams, G. y K. Anderson (1991) *The role of the Adelaide Zoo in conservation*, Royal Zoological Study of South Australia/Mawson Graduate Centre for Environmental Studies, University of Adelaide, Adelaide, Australia.
- Anderson, K. (1995) "Culture and Nature at the Adelaide Zoo: At the Frontiers of 'Human' Geography", *Transactions of the Institute of British Geographers*, Oxford University, Oxford, pp. 275-294.

- Aranaiz, S. (1996) *De la pesca al turismo: los cambios socioeconómicos en San Pedro, Ambergris, Belize*, tesis de doctorado, Universidad Laval, Québec, Canadá.
- Augé, M. (1992) *Los no lugares. Espacios del anonimato*, Gedisa, Barcelona.
- Belice Viajes (2009) <<http://www.beliceviajes.com>>.
- Bostock, S. (1993) *Zoos and Animal Rights: The Ethics of Keeping Animals*, Routledge, Londres y Nueva York.
- Bryman, A. (2004) *The Disneyization of Society*, Sage Publications, Ltd., Boston, Massachusetts.
- Button, J. (2004) “No stranger animal than the human”, *The Age*, Melbourne, Australia, 21 de febrero de 2004, pp. 46-48.
- Cohen, E. (2005) “Principales tendencias en el turismo contemporáneo”, *Política y sociedad*, vol. 42, núm. 1, México, pp. 11-24.
- Gallino, L. (2005) *Diccionario de sociología*, Social Science, Barcelona.
- Gobierno de Belize (2002) *Medium-term Economic Strategy 2003-2005*, Ministerio de desarrollo Económico, Belize.
- Google Maps (2010) *Belize City* <<http://maps.google.com>>.
- Habermas, J. (1990) “El discurso filosófico de la modernidad”, *El pensamiento posmetafísico*, Taurus, Madrid.
- Hiernaux, D. (2002) “Turismo e imaginarios”, *Cuadernos de ciencias sociales*, núm. 123, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), San José, Costa Rica, pp. 7-36.
- Knox, P. y P. Taylor (1995) *World Cities in a World System*, Cambridge University Press, Cambridge, Reino Unido.
- Organización Mundial del Turismo (2007) *Datos estadísticos* <http://www.unwto.org/index_s.php>.
- Orams, M. (2002) *Feeding Wildlife as a Tourism Attraction: A review of issues and impacts*, Coastal-Marine Research Group, Massey University, Auckland, Nueva Zelanda.
- Panting, D. [s/f.] *People and the Caribbean. Coast-feasibility of alternative sustainable coastal resource-base enhanced livelihood strategies*, Universidad de las Antillas, St. Augustine, Trinidad y Tobago.
- Rojas, V. (2008) *Efectos territoriales del turismo en La Pesca, Tamaulipas*, tesis de licenciatura, Colegio de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.
- Salazar, N. (2005) “Más allá de la globalización: la ‘glocalización’ del turismo”, *Política y sociedad*, vol. 42, núm. 1, México, pp. 135-149.
- Soper, K. (1995) *What Is Nature?* Oxford University Press, Oxford, pp. 132-133.

- Verstappen, H. (2009) "Geography, sustainability and the concept of glocalization", *Investigaciones geográficas*, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM, México, pp. 109-116.
- Vorhees, M. y S. Brown (2008) *Belize*, Guía de viaje, Lonely Planet, Melbourne, Australia.

XXVII

La seguridad nacional y el papel de las cadenas hoteleras en el desarrollo turístico e inmobiliario del litoral mexicano: una visión precautoria al siglo XXI¹

Alfonso de Jesús Jiménez Martínez²

Introducción

El desarrollo del turismo en el mundo ha sido consistente con el desarrollo de la economía internacional, en particular la de los países desarrollados. La Organización Mundial del Turismo (OMT) registró 922 millones de llegadas de turistas en el año 2008, y un gasto de 944 miles de millones de dólares estadounidenses (OMT 2009: 3), y pronostica que para el año 2020 ese volumen aumentará a casi el doble, para alcanzar un total de 1,560 millones de llegadas (OMT, 2006: 11). Estas perspectivas de crecimiento se mantienen a pesar de los escenarios críticos de la economía a fines de la primera década del siglo XXI, y lo que se espera en términos de crecimiento resulta relevante para involucrar a inversionistas y operadores que ven en esta actividad un atractivo filón de rentabilidad del capital en un contexto —neoliberal— global y permisivo. Algunos actores del sistema

-
1. Trabajo presentado en el 3er Congreso Nacional de la AMIT y XI Congreso Nacional y V Internacional de la Secretaría de Turismo y el Centro de Estudios en Investigaciones Turísticas, Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, B. C., del 7 al 9 de octubre de 2009.
 2. Universidad del Caribe, México. Correo electrónico: ajimenez@ucaribe.edu.mx.

turístico internacional (como las aerolíneas, las agencias y operadores de viajes y la hotelería) juegan un papel destacado en este escenario. Aunque entreverados, cada uno de ellos tiene su propia historia y evolución. La hotelería tiene una especificidad que la distingue de los otros eslabones del funcionamiento turístico: es el más territorializado de esos actores en los destinos y países receptivos. Por su importancia cuantitativa y extensión geográfica, las cadenas hoteleras tienen una gran relevancia a nivel global e influyen en el funcionamiento del sistema turístico en sus diferentes escalas: internacional, nacional y local. Los efectos que el turismo rentable y global (en sus distintas modalidades) tiene en los países donde opera pueden llegar a incidir en la seguridad nacional.

Desarrollo de la investigación

El objetivo del presente trabajo es reflexionar sobre el desarrollo turístico, el papel de las cadenas hoteleras y sus modalidades de operación actual y el vínculo de todo ello con la seguridad nacional. Se plantea que en México y en el mundo, el desarrollo de la hotelería —en particular de las cadenas hoteleras— genera procesos territoriales que responden a sus formas de operación y vinculación, y que la rentabilidad está asociada directamente con el territorio —propiedad y usufructo de lo inmobiliario—. De allí sigue una reflexión acerca de los aspectos normativos y jurídicos de la propiedad de los territorios situados en el litoral, dotados de un atractivo especial para la combinación de turismo y propiedades inmobiliarias por sus cualidades ambientales y paisajísticas. Y esto conduce a la reflexión acerca de las relaciones entre el fenómeno turístico inmobiliario y la seguridad nacional de México.

El procedimiento metodológico incluyó una revisión bibliográfica y hemerográfica de corte académico, así como entrevistas y encuestas en Cancún y la Riviera Maya. Para los datos cuantitativos de las cadenas a nivel mundial se consultó la revista en línea *Hotels* de la Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes (IH&RA, por sus siglas en inglés), así como los reportes anuales que esta asociación publica cada julio sobre el panorama cuantitativo de las principales cadenas hoteleras en el mundo y las tendencias observadas. Los datos para México se generaron de la investigación directa: consulta de directorios de hoteles, páginas electrónicas, literatura y llamadas telefónicas a los corporativos de las cadenas. Los datos comparativos para los años 1983 y 1996 en México fueron tomados de documentos existentes sobre cadenas hoteleras: el del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur, 1984) y el de Jiménez (1998). Para un análisis más detallado en Cancún y la Riviera Maya se utilizaron también los

datos de la Asociación de Hoteles de Cancún y de la Asociación de Hoteles de la Riviera Maya. También se aplicó, vía telefónica, un cuestionario a diferentes hoteles de las categorías más altas. La información llega hasta los meses de febrero del 2007 y abril del 2007, respectivamente, por lo cual se reportan como datos correspondientes a diciembre del 2006.

Principales hallazgos

Las cadenas hoteleras internacionales han venido expandiéndose desde la década de los sesenta, favorecidas por la creciente internacionalización de la economía y el crecimiento de los viajes de ocio y negocio. Las modalidades de vinculación de los inmuebles hoteleros con las cadenas hoteleras han ido cambiando también: de una participación preferente de inversión en los años sesenta, pasaron a una etapa de vinculación menos comprometida en capital de riesgo para las cadenas, gracias al impulso que recibió el turismo en muchos países. A pesar de las crisis de energía de 1973, los setenta fueron años en los que se conjugó la expansión de la aviación y la hotelería. La década de los ochenta se caracterizó por un neoliberalismo a ultranza y el endeudamiento de muchos países cobijados por el FMI, así como por una inestabilidad financiera en los países subdesarrollados. En paralelo, tuvo lugar un decidido crecimiento turístico y la preferencia de los contratos para la operación de hoteles bajo la modalidad de administración y franquicia. La de los noventa fue una década en la que se observan y subrayan los peligros del crecimiento industrial moderno a costa de los recursos naturales. Con la expansión de la idea fundamental del respeto al medio ambiente —que germina y prospera con altibajos— las franquicias serán ya la modalidad preferente, seguida de la administración, y la inversión fundamental de las corporaciones hoteleras se concentrará desde entonces en las marcas y sus atributos, que serán los activos más importantes de su función operadora: la conquista de las mentes a través de la imagen. En el octavo año del siglo XXI, para la mayor parte de las diez principales cadenas en el mundo, esas dos modalidades significarán prácticamente la totalidad de las modalidades de vinculación³.

3. Excepción hecha de la cadena francesa Accor que, sin embargo, para el año 2008 ya declaraba expresamente su intención de reforzar procesos de desincorporación (venta) de activos para adoptar perfiles de riesgo más bajo. Durante 2007, Accor había vendido 198 hoteles; transformado 117 en alquiler variable; ocho en contratos de gestión y 73 a contratos de franquicia. Al inicio del 2008 preveía modificar el vínculo de propiedad en otros 233 establecimientos. (Guede, 2008).

Cuadro 1
Principales corporaciones hoteleras en el mundo
y modalidades de vinculación (2008)

Lugar	Ciudad/País sede	Corporación de hoteles	Hoteles	Modalidad de vinculación de los hoteles:			Porcentaje			Países
				Administración	Franquicia	Arrendamiento o Propiedad I/	Administración	Franquicia	Arrend.o Prop I/	
1	Windsor, Inglaterra	InterContinental Hotels Group (IHG)	4,186	585	3,585	16	14	86	0	100
2	Parsippany, N.J. EUA	Wyndham Hotel Group	7,043	s/d	7,016	27 a/	s/d	100	0	67
3	Washington, D.C. EUA	Marriott International	3,178	968	2,079	131	30	65	4	66
4	Beverly Hills, Calif. EUA	Hilton Hotels Corp.	3,265	440	2,774	51	13	85	2	78
5	Paris, Francia	Accor	3,982	567	1,129	2,286	14	28	57	95
6	Silver Spring, Md. EUA	Choice Hotels International	5,827	-	5,827	-	-	100	-	34
7	Phoenix, Ariz. EUA	Best Western International	4,000	-	4,000	-	-	100	-	80
8	White Plains, N.Y. EUA	Starwood Hotels & Resorts Worldwide	942	436	437	69	46	46	7	97
9	Minneapolis, Minn. EUA	Carlson Hospitality Worldwide	1,013	s/d	840	173 a/	s/d	83	17	74
10	Chicago, Ill. EUA	Global Hyatt Corp.	375	s/d	s/d	s/d	25	57	18 b/	44

1/ El dato estimado corresponde a la diferencia del total menos los hoteles en administración y franquicia.

a/ Incluye hoteles en administración. b/ Estas proporciones corresponden a los datos conocidos de Global Hyatt del año 2006 (Hotels Magazine, Julio, 2007).

Fuente: datos de *Hotelsmag.com* (2009).

Su presencia global es relevante: las diez cadenas hoteleras se encontraban en más de 34 países, e Intercontinental, la transnacional del Reino Unido, llegaba a abarcar 100 países en el año 2008. A manera de comparación, la más extendida en 1988 —Sheraton— se encontraba en 65 países (*Hotels*, 2009). Por su capacidad de acción, las cadenas internacionales de hoteles son actores relevantes en todas las escalas del sistema turístico (internacional, nacional y local) y el impulso de sus marcas las posiciona a nivel mundial. Tienen bajo su control un importante volumen de la oferta mundial de alojamiento: se estima que las 50 primeras cadenas hoteleras en el mundo representaron, para 2004, casi un tercio del total mundial de cuartos (29.9 por ciento), mientras que en 1972 la estimación era de 11 por ciento. La concentración de poder es progresiva y evidente: en el 2004, las diez principales cadenas —con 3.6 millones de cuartos—, detentaban casi tres cuartas partes (71 por ciento) del total de cuartos de las primeras 50 cadenas en el mundo; o bien, una quinta parte (21 por ciento) del total de los 17.3 millones de cuartos en el mundo (Jiménez, 2009: 52-53). Y no debería sorprendernos el hecho de que ocho de las diez principales cadenas sean estadounidenses y que solo el Reino Unido y Francia —recientemente se ha incorporado España— figuren como países de origen de las cadenas más poderosas del mundo.

Uno de los aspectos más significativos de la actividad turística mundial actual es la concentración del sector turístico y la distinción que específicamente en la hotelería se hace entre dos tipos de personajes vinculados —que ahora se distinguen entre sí—: a) los hoteleros y b) los inversionistas, que son hombres de negocios en el sector hotelero (OMT, 2002: 47). Aunque parezca lo mismo, no lo es. El foco de atención del hotelero había sido siempre el turista, el huésped. Actualmente —y a pesar de las opiniones en contra— el hotelero tiene al inversionista —que busca la mayor rentabilidad posible para su inversión— como el foco de su atención, porque es el vehículo que asegura su expansión global. No hacerlo significaría la posibilidad de ser vendido, fusionado o cercenado; buenos resultados significarán la posibilidad de estar en la adquisición de otros hoteles para responder a las estrategias globales. El mundo de la finanzas ha permeado de muchas y diferentes maneras el mundo de la política y la economía —cuyas sorpresas, por cierto, han significado una gran debacle en el mundo económico en el segundo lustro de la primera década del siglo XXI—. Y eso incluye, naturalmente, a la hotelería, con su componente inherente: lo inmobiliario. Los fondos de inversión como mecanismo de inversión en el mundo, que incluye a los *Real Estate Investment Trusts* (REIT, por sus siglas en inglés), han sido la fórmula a través de la cual se han adquirido y enajenado empresas hoteleras e inmobiliarias y han jugado un papel poco conocido en el desarrollo y expansión

hotelera e inmobiliaria (OMT, 2002: 48; Jiménez, 2009: 68-76). El mundo del turismo se ha trastocado porque se enlaza con actividades legítimas, pero también con otras que están en la mira de las sospechas más negras de actividades comerciales de gran opacidad —o francamente ilícitas— y cuyos recursos parecen haber permeado las inversiones inmobiliarias y hoteleras a escala mundial. La naturaleza de la función hotelera y su ya largo proceso de internacionalización, en conjunción con la naturaleza de los viajes, tiene un atractivo natural para las operaciones globales, transparentes o no.

En México, la operación y el crecimiento de las cadenas hoteleras se verificó en un contexto similar en el que se conjugó la expansión del turismo internacional y la insuficiente oferta de establecimientos hoteleros en el país que estuvieran acordes con las necesidades y los gustos de esos viajeros. En la segunda mitad del siglo XX, México transitaba del campo a la ciudad, de lo rural a lo urbano y era, además, un país cercano y familiar —al menos en su nombre— a la creciente hotelería norteamericana que se alimentaba del importante crecimiento de sus viajeros. En otra parte se ha descrito el escenario del crecimiento de la hotelería de cadena en México (Jiménez, 2008, 2009) y su evolución ha estado definida por el contexto, pero siempre ha sido significativa. En el litoral y en las categorías más altas, para el año 2006, el número de cadenas operando en México era de 82, de las cuales 40 eran cadenas extranjeras y 42 nacionales. Del total de cuartos funcionando en México en 2006 (556,399), los de cadena representaron 26.4 por ciento (contra 14.8 por ciento en 1983). A pesar de que las cadenas extranjeras representaban un menor número, el total de cuartos operados por esas cadenas en el país situaba su participación en 8.2 por ciento en 1983—15.2 por ciento en el año 2006— (Jiménez, 2009, p: 116, 118). Del análisis combinado por localidad (Playas) y categoría (Gran Turismo [GT] y Cinco Estrellas) en México, en el 2006, se desprende que las cadenas extranjeras participaron mayoritariamente con dos tercios (65.3 por ciento) de la oferta (45,955 cuartos) de los más importantes destinos de playas mexicanos en esas categorías. Las cadenas mexicanas tenían un peso ligeramente inferior a las extranjeras (33.1 por ciento).

Estas cifras son relevantes para el tema de seguridad nacional en México, por la conexión que existe entre turismo y desarrollo inmobiliario, especialmente en vista de la tendencia del capital a aprovechar los atributos de marca y la expansión del mercado, en particular de jubilados (Hiernaux, 2009). En Cancún y la Riviera Maya, región que concentra una parte importante de la oferta hotelera total de playas en México, la participación de las cadenas hoteleras en las categorías más altas representa aproximadamente 75 por ciento del total nacional. Para el año 2006, la operación de las cadenas hoteleras en Cancún-Riviera Maya se concen-

Cuadro 2
Distribución de cuartos de cadenas hoteleras nacionales
y extranjeras en playa, por categoría (2006)

	<i>Cuartos/ Total</i>	<i>Oferta de cuartos de México en playa (2006)</i>			
		<i>Total</i>	<i>GT y 5*</i>	<i>4*</i>	<i>3*</i>
México	556,390	129,803	70,374	28,277	16,877
Cadenas extranjeras	84,408	53,000	45,955	6,086	956
Cadenas Nacionales	62,363	30,220	23,262	6,908	50
		<i>Porcentaje</i>			
Extranjeras	15.2%	40.8%	65.3%	21.5%	5.7%
Nacionales	11.2%	23.3%	33.1%	24.4%	0.3%

GT: Gran Turismo. * Estrellas.

Fuente: Jiménez (2009: 118, 121).

traba en las categorías GT, Cinco y Cuatro Estrellas. A su vez, las cadenas extranjeras operaban una porción mayoritaria en las categorías más altas.

Cuadro 3
Participación de las principales cadenas hoteleras nacionales
y extranjeras en la oferta de Cancún y Riviera Maya (2006)

	<i>Hoteles/ Número</i>	<i>Cuartos/ Número</i>	<i>Hoteles (%)</i>	<i>Cuartos (%)</i>
Total	541	62,983		
Cadenas Nacionales	43	12,328	7.9%	19.6%
Cadenas extranjeras	82	32,856	15.2%	52.2%
Total	125	45,184	23.1%	71.7%
Categoría GT y 5* y 4* a/	189	52,764	34.9%	83.8%

a/ Se excluye la categoría indicada como “Especial; sin clasificación y económicos”, porque están mezclados.

Fuente: Jiménez (2009: 131).

La expansión de los complejos turístico-inmobiliarios en todo el litoral del país —muy especialmente en el Caribe mexicano— está ligada a la expansión

de las operaciones de las cadenas hoteleras y del turismo residencial. De acuerdo con un estudio de segundas residencias, la creciente oferta inmobiliaria en campos de golf y en grandes complejos turístico-inmobiliarios es relevante en términos de superficie, variedad y calidad (Jiménez y Sosa, 2009). En el año 2007 se identificaron 13 campos de golf en la zona asociados al desarrollo inmobiliario. Además, en el área de influencia de Cancún se identificaron siete complejos inmobiliarios, con un total de 980 hectáreas; en Isla Mujeres dos con 976 hectáreas, y en la Riviera Maya nueve con 1,983.8 hectáreas (Jiménez, 2009: 155-156 y 162). Esto es significativo si se considera que, en el proyecto original de Fonatur, Cancún tenía una superficie total 2,258 hectáreas (sin incluir la zona urbana, la reserva ecológica y la zona lacustre). Visto a gran escala, el tema tiene claras implicaciones de carácter ambiental, político y social, entre las cuales puede mencionarse: el impacto de las recientes acciones humanas en el medio ambiente —en particular en el paisaje litoral— y la atomización del territorio vía lotificación y venta de bienes inmobiliarios asociados al negocio hotelero tradicional. Todo esto repercute en la toma de decisiones en los ámbitos político, estratégico, jurídico y de soberanía y diplomacia.

En lo que se refiere al primer aspecto, el patrón preferente de asentamientos turísticos, hoteleros e inmobiliarios privilegia el paisaje marino y aquella vegetación que remite a la nostalgia del paraíso perdido. La inversión privada hotelera busca aprovechar las condiciones de crecimiento de la demanda de segundas residencias en general, orientadas al mercado de los jubilados de los Estados Unidos. Desde la perspectiva ambiental, resulta claro que, en los últimos treinta y cinco años, el acelerado ritmo de crecimiento de las inversiones y de la creación de infraestructura para el turismo a lo largo de la costa se ha hecho acompañar del sacrificio del hábitat natural de los ecosistemas costeros. Parte inseparable de este fenómeno es la expansión urbana, que se da en ausencia de la planificación y de la creación de la infraestructura necesaria.

La creciente demanda de segundas residencias ha incrementado esa presión sobre el medio ambiente, y las cadenas hoteleras actúan como mecenas de rostro dulcificado. De esta forma, tenemos un crecimiento morfológico y funcionalmente atrofiado que no solo mina la base sobre la que está construido y que requiere del patrimonio natural para su desarrollo, sino que afecta al otro pilar de un crecimiento viable en el mediano y largo plazo: la base social. Además de sustituir el hábitat con la expansión turística y urbana, se afecta al ecosistema costero y las relaciones sistémicas de sus componentes. Se pone así en entredicho la capacidad de carga y el manejo responsable del recurso.

Otro tema de prioridades mundiales en la agenda del siglo XXI es el cambio climático, de suma relevancia para el litoral, ya que las islas y costas constituyen

las áreas más vulnerables a sus efectos. La gestión de costas, por ello, debería implicar la cuidadosa conservación de las barreras protectoras (arrecife, duna y manglar), así como políticas públicas que busquen contener las construcciones en la línea posterior a las mismas. Contrario a esta lógica, la explotación del litoral se sigue llevando al extremo, en detrimento de dunas y manglares. Ante el valor que adquieren las propiedades en la costa —a consecuencia de la dinámica inmobiliaria— estas consideraciones quedan de lado y prevalece la intención de explotar hasta el último centímetro de litoral: mientras más cerca de la línea de playa, mejor. No obstante las aportaciones al calentamiento global que supone la deforestación de selva y manglar para la expansión urbana y turística, la nueva *Ley de la Vida Silvestre*, aprobada en 2006 para proteger los manglares, ha sido cuestionada por los inversionistas y se ha propuesto su revisión en el seno del Congreso de la Unión. Resulta contradictoria la insistencia en la explotación intensiva de la costa ignorando las recomendaciones para la conservación del ecosistema, no solamente porque éste es la base de la actividad turística, sino porque las construcciones en la línea de la playa son las más expuestas a los riesgos del cambio climático, y específicamente a las tormentas, huracanes y a la elevación del nivel del mar.

De allí parte la segunda línea de reflexiones sobre el tema a nivel ‘macro’, que tienen que ver con la esfera político-estratégica. Las fronteras y el litoral son, por definición, áreas estratégicas para la seguridad nacional, y desde mediados del siglo XIX, cuando México perdió una buena parte de su territorio ante los reclamos de ciudadanos extranjeros asentados en él⁴, han existido restricciones legales para la propiedad extranjera en esas áreas. Y aunque el siglo XIX parece lejano, las apetencias territoriales de estos residentes no se han extinguido, como revelara don Antonio Enríquez Savignac⁵. Aunque la reflexión que sigue es mera especulación, los asentamientos de ciudadanos norteamericanos en México se incrementarán aún más en el futuro, como consecuencia de la migración de *baby boomers* jubilados hacia los destinos de playa —que son la

4. La descripción de ese proceso, paulatino pero definitivo, aparece en los apuntes que se publicaron en las oficinas tipográficas de Manuel Payno en la Ciudad de México. Fueron redactados por 14 escritores, la mayoría actores o testigos de los acontecimientos de esa guerra (Alcaraz, 1848 [1997]).

5. En noviembre del año 2006, en una conferencia que dictó en la Universidad del Caribe antes de su muerte en febrero del 2007, Don Antonio Enríquez Savignac (primer director de FONATUR, Secretario de Turismo de 1982 a 1988 en la administración de Miguel de la Madrid y Secretario General de la OMT de 1993 a 1997), relataba el intento de la administración Reagan por adquirir los territorios de Baja California en México en su época de Secretario (Enríquez, 2006).

razón de los pronósticos del crecimiento inmobiliario en México y otros lugares del mundo—. Con la combinación de otros factores que se mencionarán a continuación, se puede especular sobre escenarios futuros que podrían servir como excusa para legitimar formas de intervención directa. Siguiendo esta reflexión, son cuatro los factores potenciales que se pueden considerar en este sentido:

1. *La propensión creciente a la venta de territorios de litoral.* Las modificaciones al Artículo 27 constitucional tuvieron la idea de liberar la tierra y ponerla a disposición del mercado, a efecto de “capitalizar el campo”⁶. La reforma salinista a ese artículo en el año 1992 dio por concluida la reforma agraria. En la práctica legalizó los latifundios existentes y sentó las bases para la privatización del ejido. El planteamiento se derivó del problema estructural del campo mexicano y afectó uno de los capítulos sensibles del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN): el del campo y la producción agrícola. Las modificaciones a ese artículo y las derivaciones en la Ley Agraria otorgaron el derecho a los ejidatarios de enajenar o vender sus parcelas a sociedades mercantiles, a otros ejidatarios o a cualquier tercero. Esa modificación ha resultado en la venta de amplias zonas a particulares —incluidas algunas de litoral—, cuya motivación fundamental es la de hacerla turísticamente rentable. Así se pueden comprender mejor las fuertes presiones que tiene el Congreso de la Unión para suavizar —o eliminar— las restricciones para la aplicación de la *Ley de Vida Silvestre* que protege los manglares, territorios ampliamente demandados por la actividad turística por su ubicación litoral. Con el argumento de la necesidad de inversión extranjera y de competir por capitales en un mundo globalizado, han existido incluso propuestas legislativas para otorgar a los extranjeros la propiedad directa de los territorios restringidos por la Fracción I del Artículo 27 constitucional.⁷

6. La iniciativa del entonces presidente Carlos Salinas de Gortari fue presentada ante la Cámara de Diputados el 7 de noviembre de 1991. Un análisis donde se presentan algunos efectos de estas modificaciones para el mercado de suelo urbano en México se encuentra en Olivera, 2005.

7. Esa fue la propuesta del diputado por el estado de Sonora Carlos Ernesto Zatarain González, expresidente municipal de Guaymas e integrante del Grupo parlamentario del Partido Revolucionario Institucional a la LX legislatura del Congreso de la Unión. El 15 de febrero del 2007 argumentaba: “...tener una apertura condicionada a los extranjeros para que puedan adquirir el dominio directo sobre las tierras dentro de la franja de cincuenta kilómetros de las playas para la inversión productiva en hoteles, condominios, desarrollos residenciales...”. (Zatarain, 2007). En julio de ese mismo año, el presidente de la Comisión de Turismo del Senado de la República, el panista Alberto Coppola, senador del PAN por Baja California Sur y empresario en el ramo de la hotelería, presentó una nueva iniciativa encaminada a permitir que ciudadanos extranjeros puedan adquirir propiedades en zonas costeras mexicanas, lo que a su juicio no vulnera la soberanía nacional. Días atrás, el mismo individuo había presentado

Y si bien por el momento no parece haber prosperado tal iniciativa, la inclusión del tema en la agenda legislativa parece sintomática de la visión que algunos legisladores tienen sobre el tema y el olvido de las implicaciones históricas, que no parecen tener cabida en la argumentación dominada por los temas económicos.

2. *Desregulación creciente de la inversión extranjera.* Las restricciones para adquirir territorios en la franja litoral y de frontera en México fueron un tema de alta prioridad política la primera mitad del siglo XX y hasta el primer lustro de los años setenta en que, por iniciativa del entonces presidente Luis Echeverría y su orientación al mercado de exportación (incluido el turismo), se instrumentó la figura del fideicomiso. Con ese mecanismo se pudieron salvar muchas de las limitaciones que se imponían a la propiedad extranjera en las zonas prohibidas. En la actualidad, a través de varios mecanismos legales surgidos en los años noventa, es posible que los extranjeros posean terrenos en el litoral. Olvidamos, así, nuestra historia. Se entiende con ello que los norteamericanos ubiquen a nuestro país entre uno de los primeros para adquirir una segunda residencia (propiedades directas y en condominio). Y apenas hace un par de años (poco antes de la crisis financiera) se pronosticaba una explosión de adquisiciones. Si se tiene en cuenta la feroz política migratoria de EE. UU. hacia los hispanos, lo anterior es particularmente contrastante: puente de plomo y casa de palma para los mexicanos migrantes; puente de plata y casa de piedra para los turistas norteamericanos.
3. *Política exterior, política de poder y aplicación extraterritorial de leyes de Estados Unidos.* Este es un factor de orden político y alude a las particularidades de la política exterior de Estados Unidos, que ha mostrado fehacientemente su capacidad para imponer extraterritorialmente sus decisiones y su ley. Como evidencia de lo anterior, se señalan aquí tres casos relativamente recientes que son específicamente turísticos y en los que se encuentran involucradas corporaciones transnacionales de origen estadounidense. En los tres casos el tema detonante fue el embargo a Cuba⁸. En el primer caso, en diciembre

ante la Comisión Permanente una iniciativa de reforma a la Ley Reglamentaria del artículo 27 constitucional, para eliminar la restricción a los extranjeros de adquirir propiedades en una franja de 50 kilómetros a lo largo de las playas mexicanas. Su argumento fue: “el país cuenta con más de 11 mil kilómetros de litoral y... [de aprobarse la reforma] se abrirá un área de oportunidad sumamente rentable para los inversionistas nacionales y extranjeros, a fin de conformar un mercado más sólido” (Becerril, 2007).

8. El embargo estadounidense a Cuba, impuesto en 1962, fue reforzado en octubre de 1992 por el *Cuban Democracy Act* (o ‘Ley Torricelli’), que aspiraba a frenar la expansión de la economía cubana, afectando las entradas de capitales y de mercancías por: 1) la limitación de transfe-

del 2006, el hotel Scandic Edderkoppen, propiedad de Hilton Hotel Corp. en Noruega, se rehusó a dar alojamiento a una delegación cubana asistente a un congreso debido al embargo comercial de EE. UU. a ese país. Si bien los cubanos fueron avisados con oportunidad, el hecho causó un gran revuelo en Noruega cuando acusaron al hotel de racismo, algo que está específicamente señalado como contrario a la ley de ese país. El argumento de Geir Lundkvis, director administrativo de los hoteles Hilton-Scandic, fue de filiación y de sujeción a las leyes de Estados Unidos de América. Afirmó: “somos propiedad del grupo Hilton, de Estados Unidos, y aplicamos sus decisiones”. Esta versión fue confirmada más tarde por la vocero regional de la empresa, Christina Karlegran: “la compañía está sujeta a las reglas del embargo de EE. UU.” (Osterlin, 2007). El segundo caso se verificó en México el 3 de febrero de 2006 en el hotel Sheraton de la Ciudad de México, cuando una delegación de 16 empresarios y directivos cubanos que participaba en un encuentro con representantes del sector energético estadounidense fue expulsada de esa instalación, propiedad del Grupo Starwood Hotel & Resorts Worldwide Inc. En aquella ocasión, Brookly McLaughin, vocera del Departamento del Tesoro declaró: “el hotel en la ciudad de México es una subsidiaria estadounidense y por lo tanto le está prohibido proveer un servicio a Cuba o a sus nacionales. El hotel actuó de acuerdo con las sanciones de Estados Unidos”. Si bien el gobierno del D. F. cerró el establecimiento por un tiempo y le impuso una multa, tres magistrados federales ampararon al hotel luego de determinar que las sanciones no habían estado “fundadas y motivadas”, cobijando el acto de extraterritorialidad. El tercer caso que se expone aquí como evidencia de la extraterritorialidad de

rencias de divisas por las familias exiliadas, 2) la prohibición de seis meses a todo barco que habiendo hecho escala en Cuba, quisiera atracar en puerto de Estados Unidos, y 3) sanciones contra las firmas de jurisdicciones de terceros Estados que tengan negocios con la isla. El embargo fue sistematizado por la *Cuban Liberty and Democratic Solidarity Act* (‘Ley Helms-Burton’) en marzo de 1996, el cual endurecía las sanciones ‘internacionales’ contra Cuba. Su título I generaliza la prohibición de importar bienes cubanos y condiciona la autorización de transferencias de divisas a la creación de un sector privado y de asalariados. El título II fija las modalidades de la transmisión hacia un poder ‘post-castrista’, lo mismo que la naturaleza de las relaciones que se deben establecer con Estados Unidos. El Título III otorga a los Tribunales de los Estados Unidos el derecho de juzgar la demanda de daños y de intereses de una persona civil o moral de nacionalidad estadounidense, la cual se estima perjudicada por la pérdida de propiedades nacionalizadas en Cuba y reclaman una compensación a los usuarios o beneficiarios de estos bienes. A solicitud de los antiguos propietarios, cualquier nacional de un tercer país (y su familia) habiendo efectuado transacciones con estos usuarios o beneficiarios puede ser demandado en los Estados Unidos. (Herrera, 2003).

las decisiones estadounidenses también afectó a una empresa funcionando en México: American Express. Tal empresa fue multada por la Oficina de Control de Bienes Extranjeros (OFAC) del Departamento del Tesoro del gobierno de Estados Unidos, argumentando que la sucursal mexicana de American Express había violado el embargo al vender paquetes de viajes a Cuba entre diciembre de 2002 y octubre de 2003 (*Kuviajes*, 2007). Estos casos parecen presagiar otros casos futuros de aplicación extraterritorial de decisiones estadounidenses en diversos ámbitos de la vida social, política y económica de otros países, cuando pudiera percibirse una afectación a la percepción de “seguridad nacional” de Estados Unidos.

4. *Contención del terrorismo*. Finalmente, la necesidad de contención al terrorismo que practica Estados Unidos en todo el mundo ha impulsado una diplomacia de amplio espectro en América del Norte. En efecto, la *Security and Prosperity Partnership of North America* (SPP) es una iniciativa estadounidense que promueve la integración de una estructura militar ‘doméstica’, circunscrita al Comando Norte (Northcom) de Estados Unidos⁹. Así, por criterios de “seguridad nacional”, la política militar de EUA podría facultar a ese gobierno a enviar tropas a México y Canadá. Aunque los eventos que justificarían la aceptación de intervenciones militares resultan difusos, podrían ser argumentos efectivos para la legitimación de una acción militar, lo que pondría en juego la seguridad nacional de México. Se sabe que tanto el gobierno de Vicente Fox como el de Felipe Calderón han recibido invitaciones a integrarse al área controlada por ese comando. No es claro el origen de tal iniciativa, pero se habla de que proviene de las élites de los tres países vinculadas al complejo industrial-militar. En el fondo, se afirma que esta iniciativa plantea la extensión de la autoridad militar conferida al presidente de Estados Unidos por las directivas de Seguridad Nacional del 6 de mayo de 2007, que hacen innecesaria la autorización del Congreso para ordenar a las fuerzas militares a entrar en acción y extenderse a México por razones de ‘seguridad nacional’. Las causas justificables identificadas son: desastres naturales, epidemias, ataques terroristas, insurrecciones o violen-

9. El Comando Norte se crea el 17 de abril del 2002 por iniciativa de Donald Rumsfeld, quien lo hizo responsable de la “defensa de la patria” dentro de un área que incluye EUA, Canadá, México, partes del Golfo de México y del Caribe, así como los estrechos de Florida y las zonas marítimas del Atlántico y del Pacífico, hasta 500 millas náuticas de la costa de la Unión Americana (Becerra Acosta, 2007: 34).

cia interna¹⁰. Y aunque formalmente México no se ha unido a la propuesta integración, no se quita el dedo del renglón. La guerra actual que se libra en México contra el narcotráfico abona a los argumentos de inseguridad y al peligro de la inestabilidad social. De hecho, las prácticas oscuras en las finanzas y la inversión turística, además de los casinos que se extienden al amparo de las leyes pueden entenderse como alimento que nutre la bipolaridad social y que azuza los conflictos sociales en que se encuentran por igual hombres y mujeres jóvenes que devienen sicarios ante la frustración y la desesperanza. El poder del crimen organizado, que pasa por esos hechos, abona a la inestabilidad social, económica y política. Las implicaciones de los aspectos señalados en este tema son de amplio espectro porque, además de las obvias implicaciones políticas, se podrían incluir algunas decisiones que se están tomando para impulsar la economía de algunas regiones de México asociadas al desarrollo y expansión del turismo. Los Estados Unidos buscan la adopción de una postura trilateral que facilite las maniobras militares y de intervención frente al fantasma del terrorismo y la amenaza que significa para ese país; pero ese argumento y su aceptación podría, en teoría, facilitar la extensión de facultades hacia la protección de los intereses de sus connacionales en territorio mexicano, propiciando la repetición de un pasaje oscuro de la historia de México.

Conclusiones

El desarrollo del turismo en el mundo ha sido consistente con el desarrollo de la economía internacional, en particular la de los países desarrollados. Las cadenas hoteleras son actores relevantes en un mundo financieramente caótico y global, que requieren de inversiones propias o de otros para su expansión, pero que tienen un gran peso específico en el sistema turístico mundial, nacional y local. Un aspecto relevante de esas compañías son las actuales innovaciones tecnológicas (en particular el Internet y su papel en la distribución y en las transaccio-

10. Además de los ataques terroristas y desastres naturales que justificarían una intervención, se habla de la posibilidad de un golpe de estado que desatara una nueva revolución y de posibles “*agresiones contra ciudadanos estadounidenses que se concentran en diversos estados de nuestro país, a los que la Casa Blanca está obligada a defender y salvaguardar*”. (Becerra Acosta, 2007: 30; cursivas mías). Si bien no se trata de una amenaza de invasión del territorio nacional, no se descartan situaciones de ‘alto riesgo’ y se podría propiciar la presencia de marines en el país, de acuerdo con especialistas citados por Milenio.

nes monetarias), que están ofreciendo un feroz marco de competencia mundial y una extensión significativa del poder del consumidor y del mundo virtual — incluido el financiero— con la posibilidad de transferencias internacionales de recursos cuya transparencia es dudosa u opaca.

En el nuevo contexto planetario en el que funcionan la hotelería y el turismo, muchos destinos son meros escenarios de las acciones de los grandes actores del turismo mundial. Esto es particularmente evidente en el mercado inmobiliario, por el atractivo que para la ya próxima generación de jubilados —que han tenido en el viaje uno de los beneficios más gratificantes del pasado siglo— representa un trozo de paraíso en los litorales; especie de tierra prometida del imaginario.

En ese marco, la flexibilización de la legislación mexicana en materia de inversión y propiedad extranjera en el litoral mexicano, que —en sintonía con la expansión de un modelo de desarrollo turístico de venta atomizada de propiedades (fraccionamientos en campos de golf, condominios en fraccionamientos turísticos residenciales)— abre la posibilidad de vender y privatizar terrenos ejidales, sumada a las modalidades transnacionales de funcionamiento turístico y financiero que tiene en las cadenas hoteleras representantes relevantes —en línea con las nuevas tendencias mundiales—, puede crear condiciones propicias para justificar acciones de defensa de turistas-propietarios estadounidenses. Exacerbada por las condiciones de inestabilidad y temor asociadas al terrorismo, esta situación podría derivar en una afectación de los intereses y la integridad territorial de México.

Referencias

- Alcaraz, R., A. Barreiro, F. Escalante, J. Iglesias, M. Muñoz, R. Ortiz, M. Payno, G. Prieto, I. Ramírez, N. Saborío, F. Schiafino, F. Segura, P. Torresano, F. Urquidi (1848 [1997]) *Apuntes para la historia de la guerra entre México y los Estados Unidos*, Edición facsimilar de la Biblioteca de la Fundación Miguel Alemán, México.
- Asociación de Campos de Golf del Caribe Mexicano (2007) *Mexican Caribbean Golf. The New Green Paradise*, Cancún, México.
- Asociación de Hoteles y Moteles de Quintana Roo (2004) “Barómetro Turístico para Cancún”, Cancún, México, 2004.
- Becerra, J. (2007) “Bush: Comando para Emergencias en América del Norte”, *Milenio Semanal*, 18 de junio de 2007, pp.: 30-35.

- Becerril, A. (2007) “AN, por permitir venta de playas a extranjeros”, *La Jornada*, 27 de julio de 2007 <<http://www.jornada.unam.mx/2007/07/27/index.php?section=sociedad&article=040n3soc>>.
- Congreso de los Estados Unidos Mexicanos (2008) Ley de Inversiones Extranjeras, última reforma del 20 de agosto de 2008, portal de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión <<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>>.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos* (2011), Última Reforma DOF 17-08-201, Portal de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión <<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>>.
- Enríquez, A. (2006) “Evolución del turismo a Cancún”, Conferencia en la Universidad del Caribe, Cancún, México, 21 de noviembre de 2006.
- Fideicomiso para la Promoción Turística de la Riviera Maya (2006) *Directorio de establecimientos de Hospedaje*, Playa del Carmen, México.
- Fonatur (1984) *Análisis de la operación de las cadenas hoteleras en México*, Fondo Nacional de Fomento al Turismo, Gerencia General de Planeación y Evaluación de Inversiones, manuscrito no publicado, México, D. F.
- Glenny, M. (2008) *McMafia. El crimen sin fronteras*, Ed. Destino, Colección Imago Mundi, Barcelona.
- Guede, A. (2008) “Accor generó 1.612 M € en 2007 con la venta de activos”, Hosteltur, Sección Hoteles <http://www.hosteltur.com/50822_accor-genero-1612-m-2007-venta-activos.html>.
- Herrera, R. (2003) “Los efectos del ‘embargo’ de los Estados Unidos contra Cuba y las razones de la necesidad urgente de levantarlo” <<http://www.cubadebate.cu/opinion/2003/09/16/los-efectos-del-embargo-de-estados-unidos-contra-cuba-y-la-necesidad-urgente-de-levantarlo/>>.
- Hiernaux, D. (2010) *Las segundas residencias en México: un balance*, Plaza y Valdés/ Universidad Autónoma Metropolitana/Universidad Autónoma del Estado de México/ Universidad del Caribe, México.
- Hotelsmag.com* (2009) *Hotels Survey* <www.hotelsmag.com>, consultado en julio de 2009.
- Jiménez, A. y P. Sosa (2010) “El turismo de segundas residencias en Cancún y la Riviera Maya: una visión panorámica de su evolución al inicio del milenio”, en: Hiernaux, D. (dir.) *Las segundas residencias en México: un balance*, Plaza y Valdés/ Universidad Autónoma Metropolitana/Universidad Autónoma del Estado de México/ Universidad del Caribe, México, pp. 37-117.
- Jiménez, A. (2009) *Cadenas hoteleras: estrategias y territorio en el Caribe mexicano*, tesis doctoral, Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

- Jiménez, A. (2008) “Las cadenas hoteleras en el mundo y evolución de su operación en México al inicio del siglo XXI”, *Revista Innovar*, vol. 18, núm. 32, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, pp.: 167-194.
- Jiménez, A. (1998) “El proceso de globalización: importancia y evolución de las cadenas hoteleras en México y en el mundo”, manuscrito no publicado, México.
- Klein, N. (2007. [2000]) *No Logo. El poder de las marcas*, Paidós Ibérica, Barcelona.
- Klein, N. (2007) *La doctrina del Shock. El auge del capitalismo del desastre*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona.
- Kuviajes (2007) “Travelocity pagará multa de 188.000 dólares por ofertar viajes turísticos a Cuba”, Revista electrónica *Kuviajes*, 15 de agosto de 2007 <<http://www.kuviajes.com/2007/08/15/travelocity-pagara-multa-de-188000-dolares-por-ofertar-viajes-turisticos-a-cuba>>.
- Maillard, J. y L. Vichnievsky (2002 [1998]) *Atlas Akal de la criminalidad financiera. Del narcotráfico al blanqueo de capitales*, Ediciones Stock, Madrid.
- Martorell, O. (2002) *Cadenas hoteleras. Análisis del Top 10*, Ariel Turismo, Madrid.
- Olivera, G. (2005) “La reforma al artículo 27 constitucional y la incorporación de las tierras ejidales al mercado legal de suelo urbano”, *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, vol. IX, núm. 194, 1 de agosto de 2005, Universidad de Barcelona, Barcelona <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-194-33.htm>>.
- OMT (2002) *El turismo en la era de las alianzas, fusiones y adquisiciones*, Organización Mundial del Turismo, Madrid.
- OMT (2006) *Datos esenciales del turismo*, sección Datos y Cifras, Organización Mundial del Turismo, Madrid.
- OMT (2009) *World Tourism Barometer*, vol. 7, núm.2, junio de 2009, Madrid.
- Osterlin, M. (2007) “Hoteles Scandic de Oslo expulsan clientes cubanos. Intromisión de Estados Unidos en los hoteles Scandic”, *Cubasolidaridad* <http://cubasolidaridad.org/index.php?option=com_content&task=view&id=163&Itemid=27>.
- Zatarain C. (2007) “Diputados presentan iniciativa que reforma el artículo 27 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos”, *Inforural*, 16 de febrero de 2007 http://www.inforural.com.mx/noticias.php?&id_rubrique=180&id_article=2450>.

XXVIII

Percepción de las comunidades costeras de la península de Yucatán ante el cambio climático, su vulnerabilidad y adaptación¹

Ana Pricila Sosa Ferreira²

Irma González Neri³

Ariel Valtierra Hernández⁴

Introducción

Las primeras evidencias científicas sobre el cambio climático (CC) surgen en la década de los sesenta del siglo XX, aunque no fue sino hasta la década de los ochenta cuando el tema cobró relevancia mundial (Garibaldi y Rey, 2006). De acuerdo con la Semarnat (2009), pocos gobiernos aceptaban la idea de tomar medidas sobre el tema, por considerarlas contrarias a sus intereses económicos, hasta que en 2006 se presentó el Informe Stern sobre el impacto del CC y el calentamiento global en la economía mundial, concluyendo que la mejor alternativa económica para enfrentarlo consiste en reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) a la atmósfera, lo cual requeriría de una inver-

-
1. Participaron en la discusión conceptual y de los hallazgos Alfonso Jiménez y Francisco Domínguez, del Cuerpo Académico CATS. Agradecemos el apoyo de los estudiantes becarios de la UQROO a cargo del Maestro Ricardo Torres, al propio Maestro Torres y a la Maestra Perla Fragoso en el levantamiento, acopio y organización de la información.
 2. Universidad del Caribe, México. Correo electrónico: psosa@ucaribe.edu.mx.
 3. Universidad del Caribe, México. Correo electrónico: igonzalez@ucaribe.edu.mx.
 4. Universidad del Caribe, México. Correo electrónico: avaltierra@ucaribe.edu.mx.

sión equivalente al uno por ciento del PIB mundial frente al 20 que costaría no hacerlo.

Una vez que los países comprendieron la magnitud del problema del CC (aunque más por razones económicas que sociales y ambientales), empezaron a establecer estrategias de adaptación y mitigación, así como a desarrollar planes para difundir información relevante que pudiera ser beneficiosa para sus localidades o poblaciones; tal es el caso de México, que en 2007 publicó la Estrategia Nacional de Cambio Climático y en 2009 el Programa Especial de Cambio Climático 2009-2012.

Actualmente, es sabido que el fenómeno del CC repercute en todas las áreas geográficas y que requiere de un análisis y seguimiento en diferentes ámbitos y desde diversas perspectivas disciplinarias (economía, sociedad, medio ambiente). La comprensión de estos fenómenos puede conducir a diseñar estrategias nacionales de adaptación y mitigación, sobre todo en las localidades más vulnerables.

En el caso de la península de Yucatán, territorio amenazado por los efectos del CC, se esperan mayores daños por huracanes e inundaciones en las zonas costeras (Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2009). Por su parte, la actividad turística que figura o se espera que figure como alternativa económica importante, requiere un análisis integral y completo, ya que involucra relaciones sistémicas con distintas actividades económicas y diversos actores políticos, económicos y sociales (Jiménez, 2007). El uso que se hace del patrimonio natural y cultural, y su relación directa con el clima, requieren de un examen cuidadoso en la perspectiva del CC, en especial en los destinos de costa e islas, ya que, de acuerdo con las conclusiones de la Segunda Conferencia Internacional del CC, son los más vulnerables a los impactos directos e indirectos, dado que la mayoría de la infraestructura se sitúa a poca distancia de la costa. Esta alta vulnerabilidad es acompañada por una baja capacidad de adaptación, especialmente en los pequeños estados insulares y los destinos costeros de los países en desarrollo (OMT, 2007).

Desarrollo de la investigación

Planteamiento del problema

Por su posición geográfica, la península de Yucatán es propensa a fenómenos meteorológicos y a inundaciones, y su costa, poblada predominantemente por comunidades rurales en situación de pobreza, dependientes de actividades eco-

nómicas primarias y con una frágil infraestructura de servicios y de vivienda, es altamente vulnerable a los efectos del CC. En estas comunidades costeras se observa también una dependencia del turismo, que se presenta crecientemente como actividad principal o muy relevante, e incluso como una aspiración como mecanismo de ‘desarrollo’. Para el diseño y planeación de estrategias de adaptación al CC debe considerarse la percepción humana; no hacerlo podría conducir a estrategias inadecuadas o difíciles de implementar.

Justificación

Es importante conocer las características de los asentamientos humanos, su nivel de conocimiento acerca de los efectos del CC y de su propia vulnerabilidad, y su percepción y opinión de las medidas de adaptación. Este conocimiento deberá incorporarse al desarrollo de estrategias de adaptación transversales, con el fin de reducir sustancialmente la vulnerabilidad de las personas que en ellas habitan y de sus actividades económicas, entre ellas el turismo.

Objetivo general

Identificar la información que sobre el cambio climático y sus efectos tienen aquellas comunidades costeras de la península de Yucatán en las que el turismo es una actividad primordial o importante, así como su opinión sobre su propia vulnerabilidad, en el contexto del análisis del cambio climático.

Metodología

Para lograr este objetivo se establecieron tres fases de investigación y análisis. La primera consistió en establecer los antecedentes y marco teórico del CC en su perspectiva social. La segunda comprendió la selección de las comunidades, el trabajo de campo y la recopilación de información de fuentes primarias. Las comunidades seleccionadas fueron aquellas que, ubicadas en una zona considerada ambientalmente vulnerable, presentaron transformaciones significativas, tuvieron cierta importancia económica en la evolución y desarrollo de la región costera, presentaron una vinculación a la actividad turística o con indicios de adopción del turismo como alternativa económica y estuvieran integradas a o cerca de alguna reserva de la biosfera o área natural protegida. En una tercera fase se realizaron los tratamientos estadísticos y el análisis de la información para preparar el informe de resultados, conclusiones y recomendaciones.

En esta presentación se incluyen los resultados de los estados de Quintana Roo (Majahual⁵ y Puerto Morelos) y Yucatán (Celestún y Río Lagartos).

Resultados

Percepción de la población costera ante el cambio climático

El conocimiento de la población acerca del término cambio climático

Se aplicó una encuesta a la población respecto de su conocimiento del término cambio climático y temas asociados (véase metodología); y con la finalidad de conocer el nivel de penetración de dicho término en las poblaciones estudiadas, la primera pregunta examina si con anterioridad al presente estudio habían escuchado o leído sobre dicho término.

Los resultados no presentan grandes diferencias entre las comunidades estudiadas. De 75 al 90 por ciento de la población respondió afirmativamente, siendo Majahual la comunidad con el menor número de respuestas positivas y Puerto Morelos la que obtuvo el mayor. Con porcentajes intermedios estuvieron Río Lagartos (77 por ciento) y Celestún (82 por ciento).

El conocimiento del término en función de la variable independiente de sexo, no presenta diferencias muy marcadas en ambas comunidades; sin embargo, es de resaltar la ventaja de 4.6 puntos porcentuales de los hombres en la comunidad de Majahual y de 6.1 puntos porcentuales de las mujeres en Puerto Morelos. No existen diferencias relevantes en las respuestas por sexo, y tampoco hay regularidad, puesto que en dos comunidades (Puerto Morelos y Celestún) el porcentaje de respuestas positivas más alto corresponde a las mujeres, mientras que en las otras (Majahual y Río Lagartos) a los hombres.

En la revisión por grupos de edad (de 15 a 25 años, de 26 a 59 y de 60 y más), tampoco existen diferencias muy marcadas, a excepción de Majahual y Celestún, donde el primer y tercer grupo de edad, respectivamente, presentan un porcentaje menor de respuestas positivas en cuanto al conocimiento del término cambio climático. En Quintana Roo, en la medida que se cuenta con mayor edad, mayor es el conocimiento del término, efecto contrario en Yucatán. Por nivel de

5. El nombre oficial de esta localidad, según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), es Mahahual; sin embargo, como la población local se refiere a ella como Majahual, en este trabajo se adopta esta última grafía.

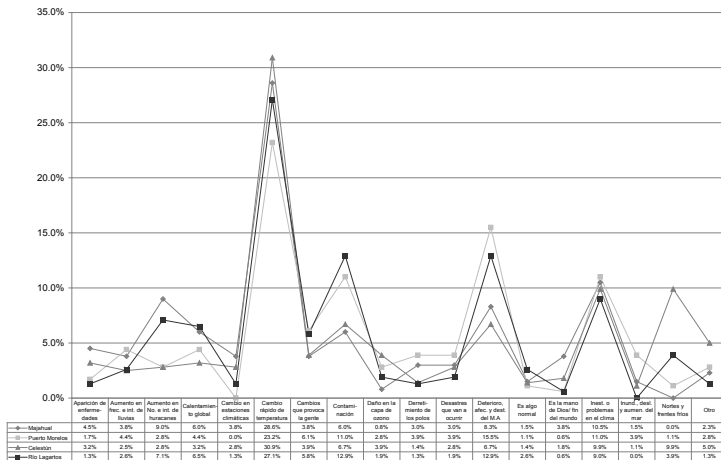
escolaridad, es claro que entre más alto el nivel de estudios, mejor se identifica el término. El porcentaje de respuestas positivas en Puerto Morelos llega apenas a 50 por ciento en los casos de personas sin escolaridad.

El concepto de cambio climático en la opinión de la población

A fin de conocer los elementos que la población asocia con el CC, se solicitó a los entrevistados que proporcionaran el primer pensamiento o imagen que llega a su mente al escuchar el término; de esta manera se obtiene una respuesta espontánea, lo que en mercadotecnia se conoce como “*top of mind*”. En general, seis de cada diez entrevistados no tienen una imagen clara de su concepción sobre el término cambio climático. En primer lugar, se relaciona con el cambio rápido de temperatura, seguido de la inestabilidad en el clima, aumento en el número e intensidad de huracanes, y el deterioro, afectación y destrucción del medio ambiente. Es decir, el CC se asocia principalmente con algunos de sus efectos, aunque también con sus causas. Cada uno de los efectos asociados al CC por parte de los pobladores, supone riesgos importantes para la actividad turística de las propias comunidades, ya que existe una estrecha relación de la actividad con el clima, la cual se maximiza en comunidades costeras con una alta vulnerabilidad y con una actividad turística en desarrollo.

Figura 1

Primer pensamiento o imagen en relación al cambio climático



Fuente: elaboración propia, con información obtenida en campo (2010).

Por otra parte, el CC se asocia con las consecuencias de fenómenos frecuentes en la región en la que se ubica la península de Yucatán, como huracanes y nortes, y de otros de mayor alcance, como el derretimiento de los polos y el aumento del nivel del mar. Sin embargo, son pocos los entrevistados que señalan consecuencias directas para la vida humana, ya que las repercusiones a la salud (aparición de enfermedades) solo fueron reconocidas por 2.2 por ciento de la población de las comunidades de Quintana Roo y por 3.1 por ciento de las de Yucatán.

Reconocimiento de términos relacionados con el cambio climático

Al tema de CC se le relacionan una serie de conceptos, los cuales se ponen a juicio de la población con la finalidad de conocer la penetración de los mismos. Los resultados muestran que el concepto de capa de ozono es el más relacionado con el CC, seguido del dióxido de carbono y del efecto invernadero, aunque esto no significa que conozcan su definición. Cabe señalar que el reconocimiento de este último concepto presenta diferencias importantes en cada comunidad respecto a los demás, enfatizándose principalmente en las comunidades de Yucatán.

Respecto a las variables independientes, en cuanto al reconocimiento de los términos en función del sexo de los entrevistados, no se presentan diferencias significativas; sin embargo, son los hombres quienes destacan en el reconocimiento de los mismos, al igual que las personas jóvenes y adultas, y las personas con los niveles más altos de escolaridad.

Conocimiento de los efectos mundiales del cambio climático

Al cuestionarlos acerca de los efectos del CC, los entrevistados de Majahual y Puerto Morelos identificaron 2.6 efectos en promedio, mientras que los de Río Lagartos y Celestún identificaron 2.3 y 2.0 respectivamente.

Los efectos más mencionados en todas las comunidades son probablemente los más difundidos: la inestabilidad en las estaciones climáticas, el calentamiento global y el derretimiento de los polos. A estos les siguen otros que destacan de manera particular en cada comunidad, como las repercusiones en la salud humana (que ocupa el cuarto lugar en las comunidades de Majahual y Celestún), la intensidad de los huracanes (en Puerto Morelos) y las inundaciones (en Río Lagartos).

Cuadro 1
Situaciones comprendidas como efectos del cambio climático

Efectos	Quintana Roo		Yucatán	
	Majahual	Puerto Morelos	Celestún	Río Lagartos
Aumento del nivel del mar	2.7%	1.9%	1.9%	2.0%
Calentamiento global	17.1%	15.4%	11.7%	10.8%
Derretimiento de los polos	8.7%	12.3%	5.8%	5.1%
Desaparición de especies	5.3%	2.2%	2.3%	2.7%
Deterioro de ecosistemas	4.2%	3.1%	1.6%	2.0%
Deterioro de la capa de ozono	3.8%	5.0%	3.9%	2.7%
Erosión	1.5%	0.3%	0.4%	1.0%
Frecuencia de huracanes	3.8%	3.8%	3.3%	6.4%
Incendios	2.3%	0.6%	2.1%	0.3%
Inestabilidad en las estaciones	17.5%	15.7%	27.4%	19.7%
Intensidad de huracanes	5.3%	8.5%	3.5%	7.5%
Inundaciones	3.0%	6.9%	5.4%	13.9%
Marea alta	1.5%	1.6%	1.9%	1.0%
Salud	6.1%	5.0%	5.8%	3.7%
Sequía	2.7%	4.4%	2.5%	6.4%
Ninguno	1.5%	0.3%	1.7%	2.0%
Otro	3.4%	7.9%	8.9%	8.5%

Fuente: elaboración propia, con información obtenida en campo (2010).

Efectos del cambio climático en las comunidades y sus repercusiones en la vida comunitaria

En esta sección se examina un aspecto muy importante: los efectos que la población costera reconoce en su propia comunidad. En todas las comunidades se mencionó la inestabilidad en las estaciones climáticas. Los entrevistados manifestaron que, en comparación con otros años y épocas, ha habido un aumento en la intensidad del calor y del frío. Esto, aunado a la variación de la temperatura,

la intensidad de los huracanes y las repercusiones en la salud humana, siendo los principales efectos que las comunidades costeras identifican en su entorno.

Cuadro 2

Situaciones comprendidas como efectos del cambio climático en la comunidad

Efectos	Quintana Roo		Yucatán	
	Majahual	Puerto Morelos	Celestún	Río Lagartos
Aumento del nivel del mar	1.1%	1.5%	2.5%	4.2%
Aumento y variación de la temperatura	19.6%	17.5%	11.8%	10.5%
Desaparición de especies	6.3%	2.5%	7.1%	7.9%
Deterioro de ecosistemas	4.8%	7.0%	1.6%	2.1%
Erosión	0.0%	0.5%	0.9%	0.0%
Frecuencia de huracanes	3.2%	4.0%	2.1%	4.6%
Incendios	2.6%	0.5%	0.5%	0.0%
Inestabilidad en las estaciones	27.0%	35.0%	42.9%	29.7%
Intensidad de huracanes	11.6%	10.0%	3.7%	16.3%
Inundaciones	2.1%	0.0%	2.8%	7.5%
Salud	6.9%	3.0%	7.1%	5.0%
Sequía	4.2%	4.0%	3.0%	3.3%
Variación en las temporadas de especies	0.0%	0.5%	1.4%	2.1%
Ninguno	1.1%	5.5%	1.2%	2.9%
Otro	0.0%	0.5%	0.7%	0.4%

Fuente: elaboración propia, con información obtenida en campo (2010).

Algunos entrevistados incluyen la contaminación como parte de las consecuencias del CC, al igual que el deterioro de la imagen de su comunidad; aunque esta última pudiera presentarse como un factor derivado de otros efectos.

Sin embargo, estas consecuencias del CC en las comunidades tienen repercusiones directas en el desarrollo de la vida humana, principalmente en la salud de las personas y en el trabajo que en las comunidades se desarrolla. Las principales actividades económicas en las comunidades costeras de la península de Yucatán son el turismo y la pesca, actividades que dependen especialmente de las condiciones climáticas y de los recursos naturales disponibles, y que se ven mermadas debido a la inestabilidad del estado del tiempo, el aumento en la intensidad y frecuencia de los huracanes, el deterioro de los ecosistemas, la variación en las temporadas de especies, etcétera. Aunado a lo anterior, la se-

Cuadro 3
Otras situaciones comprendidas como efectos
del cambio climático en la comunidad

Efectos	Quintana Roo		Yucatán	
	Majahual	Puerto Morelos	Celestún	Río Lagartos
Contaminación	5.8%	6.0%	7.8%	2.1%
Contaminación del mar	2.1%	1.0%	2.3%	1.3%
Deterioro de la imagen de la localidad	1.6%	1.0%	0.7%	0.0%

Fuente: elaboración propia, con información obtenida en campo (2010).

qué es otro efecto que se ha identificado como perjudicial para las actividades laborales, específicamente en Río Lagartos, en donde 3.7 por ciento de los entrevistados considera a la agricultura como actividad productiva al interior de la comunidad.

Los impactos en la actividad turística están implícitos en cada una de las manifestaciones del CC que los entrevistados identificaron. Por un lado, el clima representa uno de los principales atractivos de las comunidades costeras y, por ende, una de las principales motivaciones de viaje, por lo que un cambio inesperado a dicho elemento podría generar reacciones negativas para el sector. Otro factor de relevancia para las comunidades costeras es su riqueza y diversidad natural, misma que se ve en inminente riesgo ante la amenaza natural que supone la propia posición geográfica de la península de Yucatán y su vulnerabilidad ante el CC. El aumento en el nivel del mar y en la intensidad y frecuencia de fenómenos meteorológicos como los huracanes, son amenazas para la actividad turística toda vez que la infraestructura de dicho sector es desarrollada prácticamente sobre la costa de las comunidades, con materiales característicos de la región que son sumamente endebles. Un ejemplo de lo anterior es la experiencia sufrida en 2007 por la comunidad de Majahual ante la presencia del huracán Dean.

Por otra parte, no se pueden dejar de lado las implicaciones de los efectos del CC en el ámbito social, componente del subsistema turístico que funge como receptor y prestador de los diferentes servicios turísticos. De acuerdo con la opinión de los entrevistados, las repercusiones directas en la salud de la población ya han empezado a manifestarse, principalmente con enfermedades respiratorias que aquejan principalmente a niños y adultos mayores. De igual forma, específicamente en la comunidad de Majahual, se manifiestan afectaciones en la piel debido al aumento en la intensidad del calor. La relación del CC con la

salud de la población hace inaplazable la mejora en la calidad de los servicios médicos en estas comunidades, toda vez que en cada comunidad tres de cada diez encuestados señalan que el servicio médico en su comunidad es malo e incluso “pésimo”.

Cuadro 4
Repercusiones de los efectos del cambio climático
en la vida humana de los habitantes

Repercusiones	Quintana Roo		Yucatán	
	Majahual	Puerto Morelos	Celestún	Río Lagartos
Emocionalmente	5.6%	3.4%	1.0%	2.9%
Gastos extraordinarios	7.2%	10.2%	5.8%	19.1%
Ritmo de vida	20.0%	15.0%	7.7%	6.4%
Salud	22.4%	41.5%	37.8%	23.7%
Trabajo	23.2%	17.0%	41.7%	36.4%
Vulnerabilidad de la vivienda	6.4%	2.7%	1.3%	5.8%
No afecta	11.2%	9.5%	4.8%	4.0%
Otro	4.0%	0.7%	0.0%	1.7%

Fuente: elaboración propia, con información obtenida en campo (2010).

Las repercusiones del CC llegan a afectar incluso las actividades cotidianas de la población. Los entrevistados dicen postergar ciertas actividades al aire libre para el atardecer o anochecer, a fin de evitar la “intensidad del sol y el calor”. Los gastos extraordinarios son también parte de las repercusiones, y es que las altas temperaturas ocasionan un incremento en el consumo de energía, por la necesidad de alargar el tiempo de uso del aire acondicionado y aumentar el consumo de agua, recurso que busca la gente de manera constante para mitigar el calor. Especialmente en Río Lagartos, los entrevistados señalaron que las enfermedades ocasionan gastos imprevistos a las familias. Las experiencias pasadas generan en la población un sentimiento de vulnerabilidad respecto a su patrimonio habitacional con el amento de la frecuencia e intensidad de los huracanes.

Cada una de las consecuencias antes señaladas repercute en la economía de las familias de las comunidades analizadas, ya sea por la reducción en su ingreso, impactos en el trabajo (acentuándose debido a la vulnerabilidad de las actividades económicas principales), o por las erogaciones imprevistas.

Los efectos del CC también derivan en sentimientos de frustración. Los pobladores perciben cierto desinterés en el cuidado del medio ambiente y sienten preocupación e incertidumbre por el futuro. Lo anterior puede ser un síntoma de la presión emocional que ejercen las distintas proyecciones de los expertos en el tema, situaciones todas ellas desfavorables para el desarrollo de la vida humana en caso de no tomar las medidas necesarias. Tres de cada diez personas señalan que su contribución a la mitigación del CC es insignificante, ya que se trata de un problema demasiado grande.

Cambio climático: proceso natural o provocado

Al solicitar a los entrevistados su opinión respecto al origen del problema climático, una minoría (de 10 a 18 por ciento de la población) considera que las causas del CC son naturales. En la mayoría de las comunidades en las que el porcentaje es más alto se considera que las causas son naturales y antropogénicas (37 a 45 por ciento), mientras que en el resto se considera que son sólo causas de origen humano (33 por ciento a 42 por ciento). Entre 5 y 12 por ciento declara no saber. El hecho de que un porcentaje de la población no emita consideración alguna, o no reconozca la contribución del ser humano en el problema del CC, puede ser un signo de apatía al momento de presentar las propuestas de mitigación y adaptación.

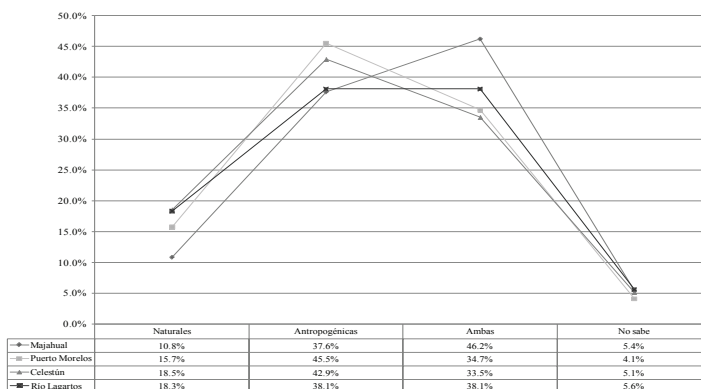
Si bien algunas de las comunidades costeras que han adoptado al turismo como actividad económica alternativa han emprendido acciones de mitigación en el campo laboral para mejorar la eficiencia energética a través del uso de fuentes renovables en los establecimientos de hospedaje y alimentación, poco o nada lograrán mientras no se concientice a la sociedad en general y ésta no aporte su esfuerzo.

Las causas del cambio climático en la opinión de la población costera

Como es de esperarse, las actividades humanas como causas del CC predominan en la opinión de los entrevistados. Sin embargo, se presentan respuestas particularmente significativas. En Quintana Roo, uno de cada cinco entrevistados en ambas comunidades, señala que una de las causas es la “falta de educación ambiental”. Particularmente en Puerto Morelos, 3.8 por ciento de la muestra señala que la actividad turística es responsable del CC. Éste debiera ser un indicador tomado en cuenta por el sector ya que, si bien el turismo es la actividad económica más importante de la comunidad, los entrevistados no están del todo de acuerdo con su actuación y señalan que en ocasiones se perjudica al medio

Figura 2

Distribución de la muestra de opinión sobre las causas del cambio climático



Fuente: elaboración propia, con información obtenida en campo (2010).

ambiente, especialmente el manglar. Por su parte, en las comunidades de Yucatán uno de cada cuatro pobladores coincide en que la contaminación, aunada a la falta de reciclaje de los desechos generados por la humanidad, es responsable del CC.

La administración pública también tiene su parte de responsabilidad en el CC: 2.8 por ciento de la muestra de Majahual, 6.0 por ciento de la de Puerto Morelos y 3.6 por ciento de la de Celestún señalan la falta de planeación y estrategias para evitar los efectos. Esta situación puede deberse al poco conocimiento de los documentos de carácter federal como la Estrategia Nacional de Cambio Climático y el Programa Especial de Cambio Climático, conocidos, en promedio, por 34.8 por ciento y 24.0 por ciento de los entrevistados en las comunidades, respectivamente.

En lo que pudiera considerarse una actitud negacionista del problema, algunos pobladores encuentran la explicación del CC en creencias religiosas, señalando que el CC “es un castigo de Dios por desobedecer” y que incluso es algo previsto, ya que “está escrito en la Biblia”.

Los medios de comunicación como fuente de información del cambio climático

El tema del CC ha tomado importancia en el acontecer mundial, razón por la cual cada día es más común que los medios de información aborden el pro-

blema, sus causas y efectos. La adopción del CC en los medios masivos de comunicación ha sido tal, que incluso es señalado como un tema de moda por aquellas personas escépticas o negacionistas.

Es importante conocer los medios por los cuales se informan las personas de la costa. Sin duda, en la actualidad los medios masivos de comunicación juegan un papel importante en la comunicación de información que dota de elementos para la formación de la opinión pública, aunados a medios especializados como libros y revistas, que teóricamente parecieran ser consultados por un sector social muy específico. En las comunidades costeras analizadas el medio predilecto es la televisión, seguido de otros medios considerados masivos, como el periódico y la radio. Esto se revela como un indicador que las autoridades deberían considerar si pretenden que la información relativa al tema llegue a la población de la manera más clara y veraz posible y contrarrestar las opiniones escépticas o negacionistas del problema que hoy se vive a nivel mundial. El manejo inadecuado de la información y la transmisión de información no oficial pueden generar incertidumbre y conceptos erróneos entre los receptores, en perjuicio de las medidas de mitigación y adaptación.

La visión de la vulnerabilidad entre la población de las comunidades costeras

Percepción acerca de las autoridades

Los pobladores de las comunidades costeras perciben que es muy poco el apoyo que reciben de las autoridades de la Península para hacer frente a los efectos del CC. En Quintana Roo, dos de cada diez pobladores manifiestan recibir apoyo por parte de alguna institución. En Majahual se trata sobre todo de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) y en Puerto Morelos del Consejo Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp). En esta última localidad, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) fue mencionada por 10 por ciento de los entrevistados, porcentaje equivalente al que obtuvo el gobierno municipal. En Yucatán, por otra parte, destaca la contribución de la Semarnat y de la Comisión Nacional de Áreas Protegidas Naturales (Conanp), lo cual no es de sorprender si se considera que tanto Celestún como Río Lagartos comprenden áreas catalogadas como Reservas de la Biosfera. Sin embargo, 66 por ciento del total de la población entrevistada en las regiones costeras considera que el tema del CC recibe de las autoridades menos atención de la que requiere.

Infraestructura

En general, las vías de comunicación de las comunidades con el exterior son consideradas adecuadas. Nueve de cada diez entrevistados opina que la carretera principal que comunica a las comunidades entre sí se encuentra en buen estado, lo cual es de suma importancia, dado que la distancia que las separa de la cabecera municipal correspondiente va de 38.5 a 140 kilómetros. Esta condición de dispersión acentúa la vulnerabilidad de las comunidades costeras, pues retarda y dificulta la respuesta de las autoridades ante cualquier amenaza. No obstante, y en contraste con el resultado anterior, las vialidades internas califican menos favorablemente en la opinión de los entrevistados, algunos de los cuales utilizan el calificativo de “pésimo” para describirlas. Esta situación es aún más marcada en Celestún y Majahual, donde tres y cuatro de cada diez pobladores, respectivamente, señalan a las vialidades como “inexistentes”.

Otros servicios, como agua, energía eléctrica, alumbrado público, drenaje y recolección de basura, no son del todo adecuados, y fueron calificados por debajo de los ocho puntos, con calificaciones incluso de 2.3 en el caso del servicio de drenaje en la comunidad de Celestún.

Vivienda

Prácticamente todas las viviendas en la costa de la Península son casas habitación, y su condición de vulnerabilidad radica en el material de construcción. Una de cada cuatro viviendas cuenta con techo de material no durable o firme (es decir, son construidos a base de madera, lámina, cartón o palma de huano) y dos de cada diez presentan paredes a base de esos mismos materiales. En lo que al piso se refiere, sólo una de cada diez viviendas cuenta con piso no firme (es decir, de tierra principalmente). A pesar de lo endeble de los materiales, seis de cada diez pobladores consideran segura su vivienda para hacer frente a los efectos derivados del CC, y justifican su afirmación con el hecho de haber resistido huracanes fuertes, por más que sus ocupantes puedan haber padecido.

Actividades productivas

Todas las principales actividades económicas que señalaron los entrevistados son vulnerables a los efectos del CC. Gran parte de las actividades turísticas depende de las condiciones climáticas, y es por ello susceptible a la inestabilidad de las estaciones. La intensidad de los huracanes (tercer efecto del CC reconocido por los entrevistados) repercute además en la vida cotidiana de las

personas y en los recursos naturales de las comunidades, considerados como el principal atractivo de las mismas. En cuanto al comercio, es también altamente vulnerable, ya que en estas localidades una parte importante se dirige al sector turístico. Finalmente, la actividad pesquera (principalmente de autoconsumo) sufre también los impactos del deterioro de los ecosistemas y de la variación en las temporadas de especies.

Organización

Las comunidades costeras analizadas en la península de Yucatán presentan una escasa organización social, toda vez que, en promedio, solo 16 por ciento de los pobladores indicó pertenecer a un grupo social en su comunidad. Este porcentaje se organiza principalmente a través de juntas de vecinos. El pequeño número de habitantes con el que cuentan las comunidades podría ser uno de los factores que permiten la unión vecinal. Otros grupos a los que pertenecen los entrevistados son los grupos religiosos y las asociaciones civiles, estas últimas con mayor presencia en la comunidad de Puerto Morelos, en la que incluso se establecen comités técnicos.

De acuerdo con los entrevistados, las principales razones por las que la sociedad no se organiza son la falta de interés y la poca conciencia de la gente. En tercer lugar se ubica la que quizás sea la razón principal de esta poca participación: la falta de información. Es de suma importancia contar con una sociedad informada, toda vez que quienes manifiestan conocer y entender el problema del CC cuentan con mayor facilidad para reconocer las causas, efectos y opciones de adaptación al fenómeno. En la medida en que la gente esté informada y reconozca los elementos antes señalados, despertarán su conciencia e interés por el tema. De igual forma, resalta la frecuencia con la que se señala la falta de tiempo y recursos. La relación entre recursos económicos y acciones contra el CC (ya sean de mitigación o adaptación) es uno de los paradigmas que deben tratarse, con la finalidad de evitar actitudes de apatía ante este inminente problema mundial.

Conclusiones

El fenómeno del CC y sus repercusiones son temas de interés para todas las áreas geográficas y temáticas. La península de Yucatán constituye especialmente un área prioritaria a la luz de sus características sociogeográficas y las amenazas ante los posibles efectos del CC.

La población costera de la Península de Yucatán identifica en lo general el término CC en un porcentaje que rebasa 75 por ciento, sin grandes diferencias por comunidad, ni por sexo. Se observa la tendencia a un mejor conocimiento en la población de adultos y jóvenes, y gradualmente mejor mientras más alto nivel de estudios se tiene. No obstante, existen dificultades, incluso para distinguir entre causas y efectos del CC. En Puerto Morelos, comunidad donde el turismo presenta mayor estabilidad, la actividad es señalada como responsable del CC. Las respuestas acerca de los efectos en la comunidad de procedencia son claras y coinciden con los estudios sobre el tema: merma en la salud de los pobladores, su ritmo de vida y sus actividades económicas —turismo y pesca principalmente, actividades que dependen en gran medida de las condiciones climáticas— lo que indudablemente termina por repercutir en la economía familiar de las poblaciones costeras.

Expuestas como están a los efectos del CC, las comunidades costeras presentan una importante concentración demográfica y un crecimiento demográfico acelerado. Su condición de marginación —en especial en lo relativo a la vivienda— incrementa su vulnerabilidad y, por tanto, su riesgo. Siendo el turismo una actividad importante o la principal en ellas, tanto su seguridad como la afectación de sus actividades productivas e ingresos están vinculadas en este esquema de vulnerabilidad.

Los efectos del CC que reconocen los pobladores tienen grandes implicaciones para el subsistema turístico y, por ende, para cada uno de sus componentes; comenzando por el turista, cuyas motivaciones de viaje (playa, clima y recursos naturales) y la satisfacción del mismo, pueden verse afectados, lo que inevitablemente impactará, entre otras cosas, en el volumen, estada, temporalidad y gasto de los visitantes. Por su ubicación en el litoral y la poca resistencia de los materiales de construcción, la industria turística es altamente vulnerable. Finalmente, el CC tiene consecuencias también en los atractivos naturales, lo que afecta directamente las actividades productivas de estas comunidades (especialmente el turismo).

A la luz de los resultados expuestos a lo largo de este documento, puede concluirse que el CC representa una amenaza latente para la actividad turística y para aquellas comunidades costeras de la península de Yucatán que han decidido adoptarla como alternativa económica sin tomar en cuenta una serie de factores que impactan su desarrollo. Es necesario que estas comunidades cuenten con información adecuada para participar en la elaboración de programas locales de mitigación y adaptación al CC.

Referencias

- Garibaldi, J. y O. Rey (2006) “El cambio climático en América Latina y el Caribe”, portal del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente <http://www.pnuma.org/Cambioclimatico/CAMBIO%20CLIMATICO-web.pdf>.
- Jiménez, A. (2005) *Una aproximación a la conceptualización del turismo desde la teoría general de sistemas*, Editorial Porrúa, México.
- OMT (2007) “De Davos a Bali: la contribución del turismo al reto del cambio climático”, portal de la Organización Mundial del Turismo <http://www.unwto.org/climate/current/sp/pdf/CC_Broch_DavBal_memb_bg.pdf>.
- Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (2009) “Cambio climático. Ciencia, evidencia y acciones”, portal de la Semarnat <http://www.semarnat.gob.mx/informacionambiental/Documents/sniarn/pdf/cambio_climatico_09.pdf>.

XXIX

Turismo y crimen organizado en Nanchititla. Reflexiones teóricas, epistemológicas y metodológicas sobre las escalas en el desarrollo turístico sustentable (DTS)

Irma Luz Ramírez De La O¹
Gabino Nava Bernal²
Maribel Osorio García³
Sergio Franco Maass⁴

Introducción

El Parque Estatal Sierra de Nanchititla (PESN) fue decretado el 10 de diciembre de 1977. Tiene paisajes únicos y culturas locales que preservan conocimientos ancestrales. Sin embargo, también presenta destrucción de hábitats naturales, tala, erosión, pérdida de infiltración, abuso de agroquímicos, sobrepastoreo, incendios, contaminación y cerca de 30 por ciento de los mamíferos

-
1. Universidad Autónoma del Estado de México, México. Correo electrónico: ilro21@hotmail.com.
 2. Universidad Autónoma del Estado de México, México. Correo electrónico: gnavab@uaemex.mx.
 3. Universidad Autónoma del Estado de México, México. Correo electrónico: maribelosorio2003@yahoo.com.mx.
 4. Universidad Autónoma del Estado de México, México. Correo electrónico: siyea@uaemex.mx.

está en alguna categoría de riesgo. Todo esto, entre múltiples asentamientos dispersos, con grandes carencias socioeconómicas y elevados grados de marginación y migración, en una economía regional basada en remesas, ganadería extensiva y agricultura de subsistencia (Universidad Autónoma del Estado de México, 1999).

Dado al interés de los pobladores por allegarse oportunidades de empleo, en el panorama descrito se consideró la posibilidad de implementar programas de desarrollo turístico sustentable (DTS). Es así como, entre 2007 y 2009, se realizó una investigación en varias localidades, detectándose tres grandes limitantes para el DTS: escasez de información, fragilidad ecológica y sociocultural e inseguridad, principalmente por la presencia de grupos de narcotraficantes (Osorio, Ramírez, Nava y Franco, 2009).

No es común encontrar en la literatura académica el análisis de este tipo de situaciones, y lo usual en estos casos es simplemente no recomendar el turismo, o bien diseñar o implementar programas con múltiples recomendaciones —ya sea evadiendo la responsabilidad de la promoción de atractivos en esas condiciones, o haciendo abstracción de los riesgos—. Más que un deseo de hacer pasar por irrelevante un hecho que puede cuestionar seriamente la sustentabilidad del turismo, la omisión puede deberse en muchos casos a la dificultad de identificar las conexiones teóricas y empíricas correspondientes.

Esto nos invita a intentar descubrir las posibles interrelaciones entre el turismo y situaciones como la arriba descrita —tanto presentes como futuras, para fines de planificación— que tal vez no visualizamos por las separaciones disciplinarias. Para ello se realizó un ejercicio con apoyo de otras disciplinas (Ramírez, Nava, Osorio y Franco, 2010), empleando un enfoque de sistemas complejos (SC) para observar los alcances de fenómenos supranacionales en las condiciones locales o regionales necesarias para el DTS.

De ese ejercicio se retoman aquí algunos resultados considerando tres *holones* de análisis⁵ para discutir las escalas o dimensiones presentes en el concepto de DTS. A través de ello, se expone una perspectiva particular acerca del turismo como objeto de investigación, incluyendo algunas reflexiones epistemológicas y metodológicas. Esto nos enfrentó con la dificultad de satisfacer localmente la condición de seguridad ante un fenómeno que puede catalogarse como de

5. El *holón* es la unidad en una red conocida como “*holarquía*”, jerarquía con relaciones de poder recíprocas entre niveles, en lugar de la preponderante “de arriba hacia abajo” (Kay, Regier, Boyle y Francis, 1999: 3).

escala global, así como a un cuestionamiento al carácter *holístico del DTS* y a las *formas actuales de estudiar el turismo*.

Desarrollo de la investigación

Crimen organizado y aislamiento del objeto turístico

De acuerdo con Mansfeld y Pizam (2006), los incidentes de seguridad están ligados al turismo y pueden desestabilizarlo y forzarlo a operar con alto riesgo e incertidumbre, por lo que se necesita discutir el tema en forma multidimensional y desarrollar una teoría que proporcione explicaciones y predicciones de las relaciones causales de la inseguridad (crímenes, terrorismo, guerra) con otros fenómenos (demanda, motivaciones, comportamiento de las víctimas, oportunidad, localización), a fin de establecer medidas de mitigación (Mansfeld y Pizam, 2006a).

No obstante, desde el punto de vista de la generación de conocimiento, parece más importante descubrir las conexiones del turismo con los actores y actividades de otros sectores en todas direcciones, y observar cómo se generan. Es decir, estudiar al turismo en sus relaciones a diversas escalas y obtener un panorama explicativo multidimensional (no necesariamente una teoría) que permita discutir su inserción en él.

Para alcanzar este fin se empleó la metodología de Kay, Regier, Boyle y Francis (1999) para sistemas abiertos, *holárquicos* y autoorganizados (sistemas SOHO, por sus siglas en inglés), modelo relacionado con la teoría del caos que supone comportamientos coherentes y organizados dentro de ciertos límites y que ofrece la posibilidad de plantear posibles futuros para *holones* relevantes mediante el análisis de sus conexiones. En combinación con esta metodología, y en consonancia con McDonald (2006, 2009), se buscó responder a la pregunta de por qué resulta tan problemática la implementación de las metas del DTS. La respuesta de McDonald es que, como el turismo opera en un mundo impredecible, y los SC de los que forma parte son multiescalares, es influenciado por muchos sistemas que interactúan y evolucionan, al tiempo que el sistema turístico se organiza a sí mismo y produce comportamientos emergentes, para cuya identificación se requiere de un enfoque cualitativo.

En este caso, se consideraron tres *holones* relevantes: crimen organizado, sistema agroforestal y sistema turístico, suponiéndose el primero como el de mayor alcance, y las primeras preguntas que se plantearon fueron si la inseguridad que deriva del crimen organizado puede conectarse teórica y empíricamente con el turismo, y cómo.

Entre los escasos estudios disponibles al respecto, encontramos que algunos establecen esa conexión en términos de una 'narcoeconomía', con El Caribe como un buen ejemplo (*vid.* McElroy, 2004, 2006) y, en algunos casos, bajo un

claro amparo institucional (Duffy, 2000) que deja en entredicho el papel regulatorio tradicional del Estado. Cientos de miles de entradas en Internet (abundantes artículos periodísticos, escasos informes de investigación) relacionan México, crimen organizado y turismo, y es posible identificar algunos grandes *holones* (o sistemas) condicionantes, como la penetración de la economía global —con un monto de lavado de dinero de entre tres y cinco por ciento del PIB mundial (Gilbert, 2010; Barone y Masciandaro, 2008)—, la existencia de verdaderas empresas criminales, incluyendo el tráfico de armas y personas; la demanda mundial de estupefacientes; las relaciones bilaterales entre los Estados mexicano y norteamericano y la actuación del primero (*vid.* Ramírez, Nava, Osorio y Franco, 2010).

Por todo esto puede hablarse, si no de una determinación para la región de estudio, sí de la posibilidad de un desarrollo turístico ligado al crimen organizado en un clima de tolerancia estatal; o bien, frenado u obstaculizado, de tal modo que el contexto puede resultar tanto en una atracción de actividades ilegales, como en un aumento de inseguridad y víctimas, en detrimento del propio turismo. Para revertir esta situación sería necesario que la demanda mundial de estupefacientes se redujera, acabara o controlara de algún modo; que las empresas criminales no prosperaran y no corrompieran autoridades, ni involucraran pobladores locales; que se dieran las negociaciones bilaterales necesarias, y que se aclarara el papel del Estado mexicano y de su interrelación, especialmente con el norteamericano (*VID.* Ramírez, Nava, Osorio y Franco, 2010).

Esta perspectiva nos hace diferir de los enfoques sobre DTS que se concentran en un micronivel y que —tal vez involuntariamente— hacen abstracción de condiciones reales que no solo forman el contexto del desarrollo turístico local, sino que pueden orientarlo hacia determinados rumbos. Tal abstracción podría explicarse, por un lado, por la tendencia de la investigación turística a enfocarse en lo tangible —supuestamente ‘objetivo’— y en interdependencias e interrelaciones fácilmente medibles, frecuentemente desde una perspectiva de mercado o manejo (Goodson y Phillimore, 2004). Por otro lado, también podría explicarse por las dificultades conceptuales que implica la movilidad geográfica: un sistema con diferentes escalas que enlaza lugares, actores, las esferas socioeconómica y legal y el transporte (personas, bienes, información, turismo, negocios, residencia, migraciones), y cuyas implicaciones no han sido clarificadas (Stock y Duhamel, 2005).

En cualquier caso, la abstracción despoja al fenómeno turístico de conexiones tan importantes, que incluso explicarían el por qué de su desarrollo en determinada forma o región. Para McElroy (2006), el desarrollo turístico caribeño ha sido, en gran parte, creación del capitalismo global, presentando varias eta-

pas, pero todas impulsadas por fuerzas y capital externos, como la internacionalización, las políticas neoliberales como el Tratado de Libre Comercio (TLC), la inversión extranjera, la desregulación y, recientemente, la reestructuración internacional de la producción y distribución de drogas. Siendo así, las condiciones mundiales pueden funcionar como una barrera para el DTS en la región de estudio, pero también como una oportunidad para ciertos tipos de turismo.

Sin embargo, notemos que no se trata de sistemas o subsistemas ‘externos’ al turismo, sino de fenómenos que comparten un mismo suelo en un gran tejido de interrelaciones. De hecho, las empresas criminales han sido las grandes beneficiarias de la integración y liberalización de comunicaciones y transportes, la eliminación de barreras comerciales y la desregulación financiera (Patrick, 2006) y, muy posiblemente, el turismo también. Por sus características, tales empresas alcanzan escala global y su desenvolvimiento es similar al de fenómenos como el terrorismo, por la incertidumbre que supone, el rebasamiento de fronteras, sus rasgos catastróficos, la incalculabilidad y las redes que forma, contradiciendo la lógica de la política internacional del manejo de fronteras entre Estados (*vid.* Kessler y Daase, 2008).

Por todo lo anterior, resulta lógico que para De Albuquerque y McElroy (1999: 969), un problema central sea dilucidar “si el crimen es otra externalidad negativa del turismo”, o si hay otras explicaciones. Desde nuestro punto de vista, el turismo puede tener todas las ‘externalidades’ que permitan sus conexiones, pues su movilidad y conectividad son los dos grandes temas de investigación — multidimensional— en la materia ya que, como proponen Phillimore y Goodson (2004: 20), “la investigación turística no está ligada a determinadas fronteras disciplinarias con sus métodos asociados y, por lo tanto, es libre de combinar enfoques y paradigmas de investigación”.

Esta idea puede matizarse con las reflexiones de Tribe (2004) sobre cómo se relaciona el turismo con otras disciplinas —a su vez interrelacionadas— pudiendo resultar la combinación en enfoques multi, ínter o extra disciplinarios. Pese a ello, y retomando la noción de “performatividad” de Lyotard (1984), mucho del conocimiento en turismo suele orientarse a las ganancias, por la presión de los negocios sobre su producción, puesto que el conocimiento no está libre de intereses. De aquí podría argumentarse que tal orientación oscurece la comprensión del turismo como fenómeno complejo, resultando en determinadas aplicaciones, más no en otras. Por ejemplo, puede resultar ‘legítimo’ un conocimiento aplicado a un desarrollo ecoturístico ligado al crimen que haga abstracción del clima de inseguridad, ya que, como el mismo Tribe sugiere, la selección del campo de observación y la problematización del objeto no escapan

a la performatividad y, por lo tanto, el mundo externo del turismo “que se destila en los estudios turísticos”, depende de qué y cómo lo busquemos (Tribe, 2004: 57).

Por otro lado, las visiones multidimensionales pueden conducir a una paradoja: muchas situaciones pueden resultar poco comprensibles si se reducen a un micronivel, pero agregar muchas dimensiones puede tornar excesivamente complejo el objeto de estudio. En este caso, sugerimos un ejercicio autoreflexivo para clarificar qué y cómo podemos buscar, pues si lo que se desea es ampliar el panorama explicativo del objeto ‘turismo’, éste no podría aislarse, no podría sostenerse como objeto puro, definible por sí mismo o en sí mismo. De hecho, otras aportaciones de Tribe (1997, 2005), nos parece que apuntan a la visualización de la riqueza del turismo en ese sentido.

Sistema agroforestal y métodos cualitativos

Un segundo *holón* relevante es el sistema agroforestal, seleccionado por ser contexto y objetivo de estimulación del DTS, partiendo de los supuestos de la capacidad de la actividad turística para mejorar la calidad de vida comunitaria, proteger o recuperar la biodiversidad y mantener el control local (*vid.* Eagles, McCool y Haynes, 2002; World Wildlife Fund International, 2001; Drumm y Moore, 2002; Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, 2008).

Los resultados de la investigación arrojan: deterioro ecológico, no rentabilidad agroforestal, programas sociales sin impacto en productividad o incongruentes con la conservación del patrimonio regional, migración, escasez de opciones económicas, precios agrícolas muy bajos, cultivos ilegales, tala a gran escala, influencia de migrantes en conducta, hábitos y valores; tráfico de armas y drogas por parte de productores y habitantes, alcohol y drogas entre los jóvenes y aspiraciones a otros estilos de vida. Este sistema económicamente deprimido permite la inserción nacional en la dinámica internacional de producción y tráfico de drogas —es decir, la conexión de este *holón* con el anterior—. Y esto ocurre también en la región observada, que se ha transformado en un sitio clave para el narcotráfico (Figura 1), como parte del corredor México-Centroamérica de exportación. El Estado de México tiene cinco de los 15 municipios más peligrosos del país (incluyendo Luvianos, en la región de estudio) (Cruz, 2010), y las actividades ilegales (producción, distribución y consumo) encuentran suelo fértil en poblaciones empobrecidas (*vid.* Ramírez, Nava, Osorio y Franco, 2010).

En este contexto, esperaríamos para la región: la continuación de su estímulo a través de programas sociales, la agudización de la pobreza y marginación poblacional y de la migración, la búsqueda de mayores rendimientos agropecuarios y forestales, pese al deterioro ecológico; la búsqueda de actividades al-

Figura 1

Ubicación del PESN, entre los estados de México, Michoacán y Guerrero



Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, 2005.

ternativas a las agropecuarias, incluyendo mayor consumo de estupefacientes e involucramiento de pobladores en actividades ilegales o en servicios y turismo y, en caso de mayor desarrollo turístico, el no reforzamiento de las prácticas de producción sustentables, la invasión de comunidades por extraños, actividades ilegales y mayor inseguridad para residentes y visitantes. Para que fuera de otra forma, además de las condiciones especificadas en el *holón* anterior, se requeriría: que no fuera necesario el corredor México-Centroamérica, fortalecer el sector agroforestal y aumentar su productividad, evitar programas que propicien el deterioro de los recursos naturales, sin necesidad de asistencia social; precios agropecuarios no desventajosos, haciendo innecesaria la migración, y la elección por parte de las comunidades de sistemas productivos que propicien la conservación de su patrimonio sin marginalización (*vid.* Ramírez, Nava, Osorio y Franco, 2010).

Nuevamente, esta perspectiva nos distancia de los enfoques sobre DTS para un micronivel, porque se consideran fenómenos de gran alcance que se presentan interrelacionados. Ligando varios de ellos, para Watt (2010): la migración de México a Estados Unidos —la mayor del mundo— ha sido provocada por la política mexicana desde 1982, liberándose muchas tierras para desarrolladores capitalistas y narcotraficantes, pues los cárteles solo siguen la doctrina neoliberal y políticas como el Tratado de Libre Comercio crearon las condiciones para su crecimiento, debilitando Estado e instituciones. Especialmente, desde 1994 México importa maíz y frijol, porque los agricultores no reciben precios adecuados y no pueden competir, lo que explica la migración y por qué progresan los cultivos ilícitos: en 2007 un kilo de drogas tenía un precio 300 veces mayor que uno de maíz, y uno de marihuana o amapola valía más que una tonelada de frijol.

De aquí pasamos a una segunda discusión sobre las metodologías empleadas, que incluyen una relación crítica de los sistemas SOHO con los asuntos humanos (Kay, Regier, Boyle y Francis, 1999) y una percepción de la región formada del cruce de información académica, periodística y etnográfica, en varias escalas.

Si bien los métodos cualitativos se han considerado ‘no científicos’ o ‘inferiores’ a los cuantitativos, recientemente se han revalorado por permitir estudiar las situaciones en su propio medio y momento, ayudando a entender las dimensiones humanas de la sociedad (Phillimore y Goodson, 2004: 3-4). Bajo esta óptica, planteamos que independientemente de que el carácter cualitativo (46 entrevistas con habitantes y trabajo de campo) de la investigación realizada no permita validación estadística, la información recabada se ha considerado valiosísima, por la ausencia de datos cuantitativos, la no mención en los informes oficiales de la situación, y por la confirmación del involucramiento local explicado por los dos *holones* abordados.

Esto implica una visión particular sobre las escalas, y cómo observarlas en una investigación. De acuerdo con Brown y Purcell (2005), aunque puedan fijarse en estructuras hegemónicas relativamente duraderas, las escalas son constantemente hechas y rehechas y, retomando la idea de Brenner (2001) sobre su “connotación plural”, puede decirse que su análisis debe enfocarse en las relaciones cambiantes, organizacionales, estratégicas, discursivas y simbólicas entre un conjunto de escalas geográficas que están entrelazadas. Por ejemplo, una escala local no puede analizarse aisladamente, sino que debe atenderse a cómo cada escala es socialmente producida, mientras se examina cómo se producen socialmente las relaciones entre las escalas.

Ambas ideas se incorporan aquí porque, al no considerar al turismo un fenómeno aislado ni aislable —al igual que la escala local o regional—, en la inves-

tigación se buscó visualizar cómo se van presentando y podrían evolucionar las relaciones entre *holones* e identificar comportamientos emergentes coherentes que muestren los estados sistémicos en cierto momento y respondan a las interacciones visibles o subyacentes entre *holones*. De este modo, nos llegamos a formar una percepción de la región que se nutre de investigación cualitativa, confirmando la información disponible sobre los *holones* abordados y sus interacciones. Esta percepción incluye un clima de inseguridad generalizado, así como evidencias del avance regional del tráfico de drogas y armas, y de su entrelazamiento con las actividades agropecuarias.

Sistema turístico y el problema de la escala

En términos generales, los impactos económicos y socioculturales del turismo incluyen divisas, empleo, infraestructura, actividad empresarial, mayores importaciones, distorsiones en el mercado laboral, insuficiente vivienda y servicios, inflación, especulación de suelo, cambio cultural y de valores, prostitución, inseguridad, delincuencia, narcotráfico, exclusión y conversión de la población originaria en servidumbre de los nuevos dueños de la tierra y empresas turísticas (Castro, 2007). Ya en el contexto de un turismo ligado al crimen, en comunidades vulnerables y con recursos naturales frágiles puede hablarse de una política turística en medio de acuerdos Estado-empresas criminales, y sin cuidado por los patrimonios regionales; de un desarrollo que no beneficia a poblaciones locales y con inseguridad unida a pobreza, narcotráfico, prostitución (*vid.* Ramírez, Nava, Osorio y Franco, 2010).

La investigación arroja peligro para residentes y visitantes en calles, caminos, carreteras y alojamientos turísticos, por secuestros, asaltos, balaceras y extorsiones; el deseo de los pobladores de desarrollar el turismo y el ecoturismo para crear empleos, evitar la migración, disminuir el riesgo y preservar sus recursos. En el contexto abordado, podríamos esperar la obstaculización al desarrollo turístico por el clima de inseguridad nacional o regional, o bien, el fomento de actividades criminales a través del impulso al sector turístico, con fuertes inversiones en infraestructura y servicios o atracción de grandes desarrollos ligados al crimen, o bien, programas de desarrollo comunitario para pequeñas empresas turísticas (Mipymes) comunitarias en turismo convencional o ecoturismo disfrazado, pese a la inseguridad y con elevado riesgo de daños e involucramiento, además de visitantes afines con o sin conocimiento de la inseguridad y la afectación a visitantes por inseguridad o indefensión. Para que fuese de otra forma, podría requerirse (además de las condiciones antes mencionadas): el fomento de actividades turísticas incorporadas al desarrollo agroforestal congruentes con

el DTS; la decisión de familias e individuos de emprender proyectos turísticos para conservar su patrimonio y complementar su ingreso, y el reforzamiento mediante el turismo del orgullo comunitario, las redes económicas locales, la autogestión y participación comunitaria, consolidándose la región como ‘atractor’ de segmentos afines a una imagen de conservación (*vid.* Ramírez, Nava, Osorio y Franco, 2010).

Con los tres *holones* abordados, hasta aquí se ha llegado a visualizar lo que las escalas nacional y mundial implican en solo una característica local o regional del DTS: la seguridad, para cuya satisfacción se requeriría, por ejemplo, alguna forma de gobernancia mundial. Esto hace que los problemas globales parezcan inabordables a nivel local y cuestiona seriamente el carácter holístico del DTS y lo pone en duda como posibilidad real. Sin embargo, también indica un conjunto de dificultades teóricas, epistemológicas y metodológicas, al resultar igualmente cuestionable aislar una entidad de análisis llamada “turismo”, ya que si los estudios turísticos se nutren de diversos conocimientos, el DTS con más razón, al suponer ínter, multi o transdisciplinariedad.

Desde este punto de vista, el sesgo ideológico y político de la orientación de los estudios turísticos a los negocios funciona como un recorte forzado que oscurece sus múltiples relaciones. En este orden de ideas, coincidimos con Hall (2007) en la importancia de reflexionar a qué escala de análisis debería examinarse el ecoturismo y cómo los descubrimientos en una escala pueden relacionarse con otra. Para este autor, la escala es crítica para determinar los efectos y contribuciones del ecoturismo, pues la “resolución” de muchos estudios tiende a ser extremadamente “localizada” en tiempo y espacio. Esta opinión nos ayuda a explicar por qué el amplio contexto del ecoturismo es frecuentemente desatendido y se realizan pobremente las iniciativas en esa dirección, pues solo hay ejemplos excepcionales de simbiosis ecoturismo-conservación, y el concepto queda como una noción vaga, de fácil generalización (Higham, 2007).

De aquí podría argumentarse que para entender conceptos holísticos o fenómenos complejos es necesaria una amplia perspectiva, una visión con tantas escalas en juego como sea posible, pues, como dirían Wearing y McDonald (citados por Cater, 2007: 63-64): “si el ecoturismo va a ser exitoso en su meta de integridad cultural y ambiental, requiere el desarrollo de una teoría que contenga la misma integridad”. Esta observación es, por cierto, también aplicable al desarrollo sustentable y al DTS, ya que, como apunta Hall (2007), se requiere entender los mecanismos indicados por los estudios de pequeña y gran escala, para averiguar cómo operan los sistemas ambientales complejos en los que se sitúa el turismo, y esta y otras consideraciones indican la clase de investigación requerida antes de establecer la contribución del ecoturismo.

Sin embargo, si los problemas globales son intratables a nivel local, tampoco hay garantía de que lo sean globalmente por ampliar el análisis sistémico, como puede intuirse de las perspectivas ofrecidas en este caso, dados los alcances de los niveles nacional y global y su poder de penetración en regiones y localidades. Es decir, la escala parece erigirse como una gran barrera para emprender acciones a nivel local.

Llegados a este punto, parecen necesarias otras ideas sobre la escala. Brown y Purcell (2005), en lugar de las escalas de análisis, proponen poner atención a la escala como objeto de investigación, pues aunque sus propiedades quedan implicadas, no se analiza, y por esto sugieren subsanar esta carencia recurriendo a la literatura geográfica. Y es aquí donde debemos señalar la limitación de algunos análisis sistémicos: así como no es posible aislar el turismo, tampoco podemos aislar las escalas o darlas por hecho y, por lo tanto, si se asumen sin analizar, son cuestionables las jerarquías (global, nacional o cualquier otra), un tema muy discutido entre los geógrafos (*vid.* Marston, 2000; Marston, Jones y Woodward, 2005; Massey, 1999), ya que la escala es una categoría difícilmente sostenible al considerar los movimientos de la gente, la fluidez de los procesos, los viajes, la ruptura de todo tipo de fronteras.

Así pues, entre globalización, internacionalización de la producción y reestructuración de los Estados, se han establecido tres principios: 1) la escala es socialmente construida, fluida y fija a la vez, y fundamentalmente una idea relacional; 2) no tiene una naturaleza ontológica y sus características no pueden asumirse *a priori* y 3) los resultados de cualquier arreglo escalar son producto de estrategias políticas de actores particulares, no cualidades inherentes a las escalas (Brown y Purcell, 2005: 609). De este modo, puede decirse que la globalización no es un destino, sino una elección (Wolf, 2001), discursivamente apropiada por élites económicas y políticas para reproducir su legitimidad política y poder (Yeung, 2002). Esto cuestiona su supuesta inevitabilidad, la determinación de las escalas en la vida social y, de paso, la rigidez de algunos enfoques sistémicos que no toman en cuenta a los agentes que configuran y reconfiguran los espacios de la vida social, desde la escala desde donde actúan.

Así, tendríamos que reconocer que los políticos y líderes de negocios pueden desplegar una retórica globalizadora con poder discursivo solo para justificar determinadas estrategias económicas y sociales (Dicken, Kelly, Olds y Yeung, 2001). Y esto incluye al desarrollo sustentable, al DTS y al ecoturismo. De ahí que no sorprenda a Cater (2007), al analizar el ecoturismo, que los paradigmas euroamericanos de sustentabilidad y desarrollo y muchos asociados a ambos hayan llegado a ser tan poderosos y persuasivos en un marco de internacionalización y políticas neoliberales.

Al considerar al turismo como campo de estudios potencialmente interdisciplinario, todas estas reflexiones son útiles para detectar interrelaciones en las escalas en las que se desenvuelve. Esto implica verlo dentro de un mundo complejo, entre *holones* solo aparentemente no relacionados (como el cambio climático global, las relaciones interestatales, las instituciones supranacionales, el movimiento de la fuerza laboral y el consumo y la demanda mundiales), aunque con ello, el turismo se disuelva, relativamente, en su propio contexto. También nos permite visualizar cómo se hacen y rehacen las escalas, cómo se produce la escala local mientras se producen las otras, y qué estructuras hegemónicas relativamente duraderas están funcionando. Desde nuestro punto de vista, el acercamiento cualitativo en la investigación puede mostrar una conjunción de escalas en solo una localidad o región, pues la vida diaria de la gente transcurre en esa conjunción, inevitablemente.

Conclusión

Para redondear lo expuesto, retomamos la idea de Jessop (2003) de la globalización como producto complejo, emergente, de muchas fuerzas operando en varias escalas, del cual sobresalen cinco aspectos: 1) se asocia con una creciente complejidad de los circuitos del capital y mayor flexibilidad ante perturbaciones; 2) mejora la capacidad del capital para diferir y desplazar sus contradicciones, aumentando el alcance de las operaciones globales, capacitándolo para intensificar las divisiones espaciales y escalares del trabajo; todo asociado a un reforzamiento del desarrollo desigual; 3) refuerza la emancipación del valor de cambio de limitaciones extraeconómicas y espaciotemporales, a expensas de otros sistemas y del mundo de la vida; 4) magnifica la capacidad del capital para escapar al control de otros sistemas, y 5) debilita la capacidad de los Estados-nación para confinar la dinámica de crecimiento del capital dentro de una estructura de seguridad o bienestar nacional, u otra matriz nacional (Jessop, 2003: 8).

Este planteamiento es aplicable a varios fenómenos complejos que comparten el suelo de la internacionalización: de allí su enorme capacidad explicativa. Sin embargo, según Yeung (2002), en la visión abstracta macro y estructural de la globalización, faltan los actores sociales, y bajo esta idea puede decirse que en la vida social, determinadas estructuras o fenómenos se manifiestan a través de agentes que configuran y reconfiguran los espacios; es decir, la globalización no se hace sola, sino que requiere del concurso de los agentes humanos. De hecho, para Jessop (2003) es erróneo explicar eventos y fenómenos en términos de algún proceso general de 'globalización', pues estratégicamente esta se refiere

a intentos de actores para promover una coordinación global en diferentes subsistemas funcionales y el mundo de la vida, sin requerirse que los actores estén en todos lados, sino solo que busquen coordinar sus actividades con otros, para producir efectos globales.

Para el caso que nos ocupa, los agentes van construyendo determinadas configuraciones espaciales, pero no otras; y también se van conectando con otras escalas con acciones que aparentemente solo son 'locales'. Así, podría decirse que siendo la región apta para programas de DTS, también puede serlo para desarrollos ecoturísticos ligados al crimen organizado o para un ambiente general de inseguridad que obstaculice el desarrollo turístico; esto dependerá de cómo los actores se orienten a determinados fines y a través de determinadas acciones.

Para Yeung (2002), ciertamente es necesaria una "conectividad" de las escalas: lo que posibilita trascenderlas, reconstituir y reconfigurar las relaciones, y esto ocurre a través de los actores que construyen la globalización y experimentan las transformaciones en sus propias vidas, y no a través de un fenómeno abstracto. Esta última idea abre el abanico de posibles futuros para el turismo en la región observada, pero también nos conduce a reflexionar sobre la crítica de Cater (2007) al ecoturismo (y a la sustentabilidad y al turismo sustentable) como constructo elitista, paternalista e impositivo, si bien no puede culparse totalmente al mundo occidental (o a las políticas neoliberales), ya que muchos Estados-nación han usado al turismo para elevar su estatus en las relaciones internacionales.

Referencias

- Barone, R. y D. Masciandaro (2008) "Worldwide Anti-money Laundering Regulation: Estimating the Costs and Benefits", *Global Business and Economics Review*, vol. 10, no. 3, pp. 243-264.
- Brenner, N. (2001) "The Limits to Scale? Methodological Reflections on Scalar Structuration", *Progress in Human Geography*, vol. 25, no. 4, pp. 591-614.
- Brown, J. y M. Purcell (2005) "There's Nothing Inherent about Scale: Political Ecology, the Local Trap, and the Politics of Development in the Brazilian Amazon", *Geoforum*, vol. 36, pp. 607-624.
- Castro, U. (2007) "El turismo como política central de desarrollo y sus repercusiones en el ámbito local: algunas consideraciones referentes al desarrollo de enclaves turísticos en México", *TURyDES*, vol.1, no. 1, pp. 1-9.

- Cater, E. (2007) "Ecotourism as a Western Construct", en: Higham, J. (ed.) *Critical Issues in Ecotourism. Understanding a Complex Tourism Phenomenon*, Elsevier, Butterworth Heinemann, Oxford, Reino Unido, pp. 46-69.
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (2008) *Estrategia nacional para un desarrollo sustentable del turismo y la recreación en las áreas protegidas de México*, Semarnat/Conanp, México.
- Cruz, F. (2010) *Tierra narca*, Editorial Planeta, México.
- De Albuquerque, K. y J. McElroy (1999) "Tourism and Crime in the Caribbean", *Annals of Tourism Research*, vol. 26, no. 4, pp. 968-984.
- Dicken, P., P. Kelly, K. Olds y H. Yeung (2001) "Chains and Networks, Territories and Scales: Towards a Relational Framework for Analyzing the Global Economy", *Global Networks*, vol.1, no. 2, pp. 89-112.
- Drumm, A. y A. Moore (2002) *Desarrollo del ecoturismo. Un manual para los profesionales de la conservación*, The Nature Conservancy, Arlington, Virginia.
- Duffy, R. (2000) "Shadow Players: Ecotourism Development, Corruption and State Politics in Belize", *Third World Quarterly*, vol. 21, no. 3, pp. 549-565.
- Eagles, P., S. McCool y C. Haynes (2002) *Turismo sostenible en áreas naturales protegidas. Directrices de planificación y gestión*, Organización Mundial del Turismo, Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, Unión Mundial para la Naturaleza, Gland, Suiza y Cambridge, Reino Unido.
- Gilbert, R. (2010) "Money Laundering. A Global Problem", *RSM Outlook*, Rotterdam School of Management, Erasmus University, Rotterdam, pp. 10-12 <http://issuu.com/wmijnhardt/docs/rsm_outlook_summer_2010>.
- Goodson, L. y J. Phillimore (2004) "The Inquiry Paradigm in Qualitative Tourism Research", en: Phillimore, J. y L. Goodson, (eds.), *Qualitative Research in Tourism. Ontologies, Epistemologies and Methodologies*, Routledge, Londres y Nueva York, pp. 30-45.
- Hall, M. (2007) "Scaling Ecotourism: The Role of Scale in Understanding the Impacts of Ecotourism", en: Higham, J. (ed.) *Critical Issues in Ecotourism. Understanding a Complex Tourism Phenomenon*, Elsevier Ltd., Gran Bretaña, pp. 243-255.
- Higham, J. (2007) "Ecotourism: Which School of Thought should Prevail?", en: Higham, J. (ed.) *Critical Issues in Ecotourism. Understanding a Complex Tourism Phenomenon*, Elsevier Ltd., Gran Bretaña, pp. 428-439.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) (2005) Marco Geoestadístico Municipal, en: www.cuentame.inegi.org.mx
- Jessop, B. (2003) *The Crisis of the National Spatio-Temporal Fix and the Ecological Dominance of Globalizing Capitalism*, Department of Sociology, Lancaster

- University, Lancaster, Reino Unido <<http://www.comp.lancs.ac.uk/sociology/papers/Jessop-Crisis-of-the-National-Spatio-Temporal-Fix.pdf>>.
- Kay, J., H. Regier, M. Boyle, y G. Francis (1999) "An Ecosystem Approach for Sustainability: Addressing the Challenge of Complexity", *Futures*, vol. 31, no.7, pp.721-742.
- Kessler, O. y C. Daase (2008) "From Insecurity to Uncertainty: Risk and the Paradox of Security Politics", *Alternatives*, vol. 33, pp. 211-232.
- Lyotard, J. (1984) *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*, Manchester University Press, Manchester, Reino Unido.
- Mansfeld, Y. y A. Pizam (2006) "Prologue", en: Mansfeld Y. y A. Pizam (eds.) *Tourism, Security and Safety: From Theory to Practice*, Elsevier, Estados Unidos de América, pp. xiii-xiv.
- Mansfeld, Y. y A. Pizam (2006a) "Towards a Theory of Tourism security", en: Mansfeld Y. y A. Pizam (eds.) *Tourism, Security and Safety: From Theory to Practice*, Elsevier, Estados Unidos de América, pp. 1-28.
- Marston, S. (2000) "The Social Construction of Scale", *Progress in Human Geography*, vol. 24, no. 2, pp. 219-242.
- Marston, S., J. P. Jones III y K. Woodward (2005) "Human Geography without Scale", *Transactions of the Institute of British Geographers*, vol. 30, pp. 416-432.
- Massey, D. (1999) "Space-time, 'Science' and the Relationship between Physical Geography and Human Geography", *Transactions of the Institute of British Geographers*, vol. 24, pp. 261-276.
- McDonald, J.R. (2006) *Understanding Sustainable Tourism Development from a Complex System Perspective: A Case Study of the Swan River, Western Australia*. Tesis de doctorado, Facultad de Negocios y Leyes, Universidad Edith Cowan, Perth, Australia <<http://adt.ecu.au/adt-public/adt-ECU2006.0025.html>>.
- McDonald, J. (2009) "Complexity Science: An Alternative World View for Understanding Sustainable Tourism Development", *Journal of Sustainable Tourism*, iFirst, Taylor & Francis, Abingdon, Reino Unido, pp. 1-17.
- McElroy, J. (2004) "Global Perspectives of Caribbean Tourism", en: Duval, D. (ed.) *Tourism in the Caribbean. Trends, Development, Prospects*, Routledge, Londres, pp. 39-56.
- McElroy, J. (2006) "The Growth of the Caribbean Narcoeconomy: Implications for Tourism", en: Mansfeld, Y. y A. Pizam (eds.) *Tourism, Security and Safety: From Theory to Practice*, Elsevier, Estados Unidos de América, pp. 87-104.
- Osorio, M., I. Ramírez, G. Nava y S. Franco (2009) "Turismo como alternativa de desarrollo local: diagnóstico del Parque Estatal Sierra de Nanchititla,

- Estado de México”, *Análisis del Turismo 4*, Secretaría de Turismo, México, pp. 27-47. .
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2008). *La amenaza del narcotráfico en América*. Oficina contra la droga y el delito. Recuperado el 22 de abril de 2010, de <http://www.whitehousedrugpolicy.gov/publications/asp/topics.asp>
- Patrick, S. (2006) *Weak States and Global Threats: Assessing Evidence of 'Spillovers'*, Working Paper 73, Center for Global Development, Washington DC, Estados Unidos de América. Recuperado el 22 de abril de 2010, de <http://www.cgdev.org/content/general/detail/5539>
- Phillimore, J. y L. Goodson (2004) “Progress in qualitative research in tourism. Epistemology, ontology and methodology”, en: Phillimore, J. y L. Goodson (eds.) *Qualitative Research in Tourism. Ontologies, Epistemologies and Methodologies*, Routledge, Londres y Nueva York, pp. 3-29.
- Ramírez, I., G. Nava, M. Osorio y S. Franco, S. (2010) “Crimen organizado en Sierra de Nanchititla: un viaje a través de las escalas implicadas en el desarrollo turístico sustentable (DTS)”, *Revista Líder* no. 17, pp. 137-157.
- Stock, M. y P. Duhamel (2005) “A Practice-based Approach to the Conceptualisation of Geographical Mobility”, *BELGEO*, vol. 1-2, pp. 59-68.
- Tribe, J. (1997) “The Indiscipline of Tourism”, *Annals of Tourism Research*, vol. 24, no. 3, pp. 638-657.
- Tribe, J. (2004) “Knowing about Tourism. Epistemological Issues”, en: Phillimore, J. y L. Goodson (eds.) *Qualitative Research in Tourism. Ontologies, Epistemologies and Methodologies*, Routledge, Londres y Nueva York, pp. 46-62.
- Tribe, J. (2005) “New Tourism Research”, *Tourism Recreation Research*, vol. 30, no. 2, pp. 5-8.
- Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM). (1999) *Programa de Manejo del Parque Natural de Recreación Popular Sierra de Nanchititla*, Universidad Autónoma del Estado de México, México.
- Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM). (2008). Portal de la Estación Biológica Sierra de Nanchititla. Consultado el 15 de mayo de 2008, de <http://www.uaemex.mx/ebn/carzon.html>
- Watt, P. (2010) “La guerra contra el narco no ha dado seguridad a los mexicanos”, en *La Jornada*, 9 de abril de 2010 <<http://www.lajornadajalisco.com.mx/2010/04/09/index.php?section=politica&article=003n1pol>>.
- Wearing, S. y M. McDonald (2002) “The Development of Community-based Tourism: Rethinking the Relationship between Tour Operators

- and Development Agents as Intermediaries in Rural and Isolated Area Communities”, *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 10, no. 3, pp. 191-206.
- Wolf, M. (2001) “Will the Nation-State Survive Globalization?”, *Foreign Affairs*, vol. 80, no. 1, pp. 178-190.
- World Wildlife Fund International (2001) *Directrices para el desarrollo del turismo comunitario*, Reino Unido.
- Yeung, H. W. C. (2002) “The Limits to Globalization Theory: A Geographic Perspective on Global Economic Change”, *Economic Geography*, vol. 78, pp. 285-305.
- Yeung, H. W-C. (2005) “Rethinking Relational Economic Geography”, *Transactions of the Institute of British Geographers*, vol. 30, pp. 37-51.

XXX

Aproximación al modelo discriminante de la percepción de la seguridad turística. El caso de Baja California

Omaira Cecilia Martínez Moreno¹
José Gabriel Ruiz Andrade²
Ricardo Verján Quiñones³

Introducción

La percepción es una de las variables más relevantes en el estudio de la seguridad turística, y su análisis puede aportar conocimientos académicos, empresariales y gubernamentales importantes para la investigación en turismo. La naturaleza multidimensional de la seguridad turística ha sido objeto de teorización e investigación empírica, al igual que los distintos componentes cognitivos que caracterizan la representación de lo que se percibe como seguridad en el pensamiento del turista.

El análisis de la seguridad turística ha revelado que la percepción del destino está integrada por las creencias de los turistas acerca de los atributos del sitio a visitar. En su proceso de selección del destino, el turista echa mano de las distintas dimensiones cognitivas de la seguridad turística que ha retenido en su

-
1. Universidad Autónoma de Baja California, México. Correo electrónico: omairam@uabc.edu.mx.
 2. Universidad Autónoma de Baja California, México. Correo electrónico: gabruiz@uabc.edu.mx.
 3. Universidad Autónoma de Baja California, México. Correo electrónico: ricardoverjan@uabc.edu.mx.

mente. Para mejor comprender este proceso, es necesario examinar los distintos componentes de la seguridad turística, tener en cuenta el papel que juegan las impresiones cognitivas en la representación del destino en la mente del consumidor y entender que, dada su naturaleza intangible, a los turistas les puede resultar complejo medir objetivamente los atributos del destino.

Para mejorar el nivel de seguridad del estado de Baja California como destino turístico (y la percepción que de él tienen los turistas actuales y potenciales) es necesario identificar sus puntos fuertes y débiles en las impresiones cognitivas del público interesado. Para ello se recomienda el empleo del análisis discriminante descriptivo.

Desarrollo de la investigación

Como es sabido, la conceptualización de seguridad turística remite a la seguridad pública en general. Dada la importancia del turismo como actividad económica en la generación de ingresos, en México las políticas públicas se orientan a mantenerlo y protegerlo. En el caso de Baja California, estado en el que el turismo tiene una gran proyección y la seguridad turística podría convertirse en un bastión de la economía, Lozano (2005) señala que hay que entenderla no solo como un medio de protección al turista, sino como un mecanismo de control social que tiene que ver con lo económico y lo político, y que se debe forjar no mediante políticas represivas —aumentando las penas y el número de policías, o aislando y estigmatizando a los más marginados para proteger los bienes de los más poderosos—, sino como una verdadera “seguridad social” que integra el derecho de todos a una vida digna, con salud, educación, alimento, vivienda y libertad de movimiento. Solo garantizando estos aspectos se podrá generar una sensación de seguridad. De lo contrario, por más pericia que haya en el diseño de políticas de seguridad turística, la realidad siempre se impondrá y el miedo persistirá.

En este sentido, Morales (2002) sostiene que la seguridad turística no es solo una cuestión social, política y jurídica, sino una problemática de la dignidad humana. Grunewald (2010), para quien el desarrollo de las actividades turísticas en un destino implica la relación entre dos variables (por un lado, la demanda, representada por un turista o excursionista y, por el otro, el destino turístico), señala que por seguridad turística se entiende la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras, y que sus distintos aspectos se pueden clasificar en siete puntos: seguridad pública, seguridad social, seguri-

dad médica, seguridad informativa, seguridad económica, seguridad de los servicios turísticos y seguridad en eventos. Por su parte, Blanco (2010) establece que el concepto de seguridad turística se enmarca en las condiciones sociopolíticas y económicas que convergen en el territorio en el que se desarrolla la actividad o experiencia del turista (el destino turístico) y que la seguridad turística hay que entenderla como la estricta minimización de riesgos y peligros para los turistas y sus bienes. Este autor propone una tipología de riesgos de potencial afectación al turismo, como son los sanitarios, ambientales, alimenticios, jurídicos y económicos.

Inseguridad en México

Como ya se ha mencionado, la seguridad turística es percibida de diferente forma y medida por los turistas potenciales. En México, particularmente, las noticias de los hechos sangrientos que se han presentado en las acciones contra el narcotráfico, además del brote del virus de la influenza y las temporadas de mal clima, han generado un sentido de inseguridad que han disuadido al turismo nacional e internacional de visitar el país. La caída de la actividad turística queda evidenciada por Monroy (2010) quien, citando a Luis A. Coppola J., Presidente de la Comisión de Turismo del Senado de México, dice que fue de 11.28 por ciento, considerado como el peor descenso en 27 años. La misma fuente señala que 67 por ciento de los viajeros de Estados Unidos y 81 por ciento de los de Canadá refieren que su primera razón para no visitar México es la de sentirse inseguros.

Con respecto a la franja fronteriza norte de México, Martínez (2010) considera que, al igual que las cotizaciones del petróleo a nivel internacional, el turismo también es sensible a determinados factores de percepción que lo perjudican, los cuales pueden ahuyentar a los turistas, como es el caso de la inseguridad y los problemas de salud. El mismo autor, citando a Carlos Cruz Archundia, Presidente de la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (AMAV) explica que, por razones de inseguridad, la franja fronteriza con Estados Unidos es una de las zonas más afectadas, ya que en los dos últimos años la actividad turística en esa zona se desplomó a la mitad. Aspectos como los altos índices delictivos, las dificultades para el cruce fronterizo en ambos sentidos, las lentas revisiones llevadas a cabo por autoridades de migración y aduanas y la severa recesión que enfrenta la población de los Estados Unidos, han contribuido a la crisis del sector turístico de ciudades como Tijuana, Ensenada, Tecate y Mexicali en Baja California, Nogales, Puerto Peñasco y San Luis Río Colorado en Sonora, Ciudad Juárez en Chihuahua y Nuevo Laredo y Reynosa en Tamaulipas.

En este sentido, Bringas y Verduzco (2007) plantean que el tema de la seguridad para un destino turístico en la frontera tiene por lo menos tres dimensiones: la seguridad de la población relacionada con los desastres o eventos que pueden poner el peligro a las personas y sus propiedades —que usualmente corresponde a protección civil atenderlo—; la seguridad pública, tanto urbana como regional —que es más bien manejada como vigilancia y castigo— y, finalmente, la seguridad nacional, que es la encargada de atender problemas estructurales y de aspectos internacionales que arriesguen la viabilidad de la nación. Los mismos autores señalan que, para el caso del escalamiento de la guerra entre bandas de narcotraficantes y las riñas callejeras entre delincuentes comunes, se ha puesto en la mira de los gobernantes y de los operadores turísticos a ciudades fronterizas mexicanas, emitiendo las autoridades de Estados Unidos en repetidas ocasiones alertas para que sus residentes eviten visitar las zonas en cuestión, ya que consideran que en la frontera hay demasiada inseguridad.

Metodología

Planteamiento del problema

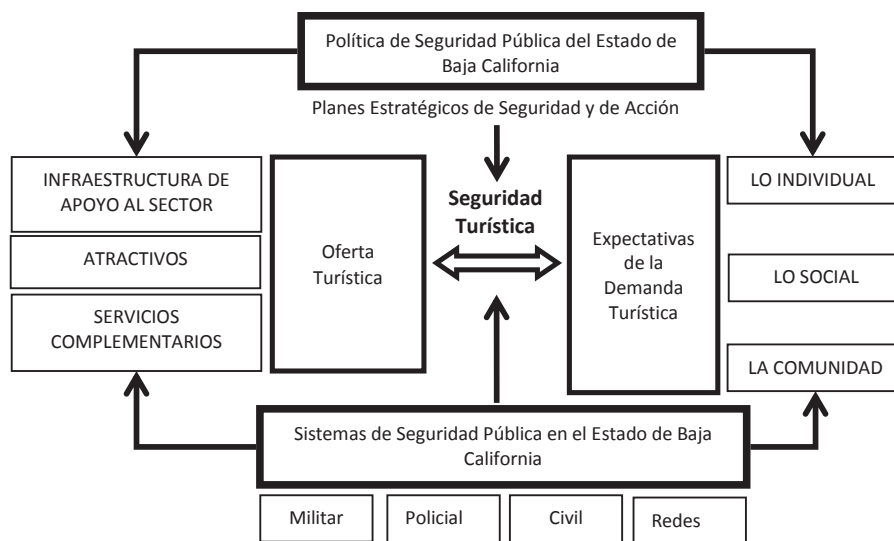
Baja California ha sido impactada fuertemente por diferentes acontecimientos relacionados con la seguridad en los destinos turísticos y por lo tanto en el sector turístico en general, por lo que es pertinente y oportuno conocer qué elementos de la seguridad turística tienen mayor o menor impacto al momento de considerar esta entidad como destino de viaje, ya sea por negocios o recreación. En un primer momento se propuso un modelo que intentó identificar las variables que componen el concepto de seguridad turística. Cuando se recabó y tabuló la información recopilada en el campo, se generaron algunas variables de primer orden que impactan en el concepto y percepción de la seguridad turística. Un corte transversal permitió identificar cuatro áreas principales ordenadas en un modelo sinérgico al centro del cual se encuentra la seguridad turística enmarcada por variables determinantes (Figura 1). Estas variables son: a) sistemas de seguridad pública en Baja California, b) oferta turística, c) expectativas de la demanda turística y d) políticas de seguridad pública en Baja California.

a) La estructura del sistema de seguridad pública del estado de Baja California está integrada por los sectores policial, militar, civil y las redes. Por otro lado se encuentra la Secretaría de la Defensa Nacional, que estructura programas para mejorar la calidad de vida de los mexicanos. Sus principales funciones son mantener el orden, restaurar inmuebles y colaborar en campañas de salud cuando la población y su espacio geográfico es afectado por fenómenos naturales,

reforestar áreas destruidas por incendios y ayudar a la población civil en caso de requerirse. Por su parte, la Secretaría de Seguridad Pública de México (2010) contempla funciones a nivel federal para preservar la libertad, el orden y la paz; salvaguardar la integridad y derechos de las personas; auxiliar a la Procuraduría General de la República y a los Poderes de la Unión; prevenir la comisión de delitos; desarrollar la Política de Seguridad Pública del Poder Ejecutivo Federal; proponer su Política Criminal; administrar el Sistema Penitenciario Federal y el relativo al tratamiento de menores infractores. Todo esto en los términos de las atribuciones que le encomiendan la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y otras leyes federales, así como los reglamentos, decretos, acuerdos y órdenes del Presidente de la República.

Figura 1

Propuesta de modelo para identificar las variables que componen el concepto de seguridad turística



Fuente: elaboración propia. Presentado en Congreso Sector/Cestur/AMIT 2009.

En el plano estatal, le corresponde a la Secretaría de Seguridad Pública del estado de Baja California (2010) la coordinación de las acciones dirigidas a lograr un estado seguro en el que prevalezca la convivencia social dentro de un

ambiente de tranquilidad, respeto, confianza y paz social, sustentada en la participación eficiente y coordinada de todos los sectores intergubernamentales y en la participación activa y comprometida de la sociedad. Esta secretaría se compone por el Instituto Estatal de Seguridad Pública, la Policía Estatal Preventiva, el Sistema Estatal Penitenciario y el Sistema Estatal de Seguridad Pública. Por su parte, los diferentes ayuntamientos de Baja California cuentan con policía municipal.

La sociedad civil está conformada por clubes sociales, organizaciones no gubernamentales, asociaciones civiles, cámaras de empresarios, asociaciones de vecinos, colegios de profesionistas y demás agrupaciones que en ocasiones hacen llamados a la opinión pública con el propósito de expresar inconformidad relacionada a situaciones de seguridad pública. Las redes de comunicación y operación entre las diversas autoridades policiales son administradas con discreción, ya que son estratégicas en el combate al crimen y en la coordinación ante eventos de inseguridad pública.

b) Además de la infraestructura física, comercial y de recursos humanos, financieros y tecnológicos, integran la oferta turística los atractivos turísticos (clima, paisajes diferenciados, espacios públicos, históricos y culturales) y los servicios turísticos (hospedaje, alimentación, transporte, agencias de viajes, guías de turistas, turoperadores, servicios bancarios y otros que apoyan la actividad turística. Con respecto a la infraestructura, Sectur (2005) manifiesta que es un facilitador que permite a los viajeros disfrutar plenamente de los recursos y actividades turísticas que se explican en el Cuadro 1. La disponibilidad de una adecuada infraestructura permite una estancia placentera de los turistas e influye sobre la imagen que guarda el visitante con respecto al producto.

c) Las expectativas de la demanda turística tienen que ver con los atributos que el turista evalúa y relaciona con sus experiencias previas, y la manera en que percibe su seguridad individual está en función de su edad, su actividad económica y su nivel de escolaridad (además de sus motivos y preferencias de viaje y las habilidades que tenga para convivir con la población que va a visitar). Por otra parte, influyen también la actitud de la comunidad y sociedad receptoras ante la diversidad social y cultural y, sobre todo, la costumbre que tengan de tratar con el turismo. En lo que respecta a la seguridad social, es importante conocer cómo la perciben los habitantes de un determinado destino y cómo influyen estas percepciones en la evaluación del turista. Algunos elementos visibles de la seguridad social son la limpieza y el orden, por un lado, y por el otro las formas de convivencia de los habitantes entre sí y de éstos con los turistas.

d) Las políticas de seguridad pública están incluidas en los planes estratégicos de seguridad nacional que rigen la seguridad pública de los diferentes

estados de la República Mexicana y que tienen como obligación el cumplimiento de los planes estratégicos nacionales.

Preguntas de investigación

Para guiar los esfuerzos investigativos se generaron las siguientes preguntas de investigación: 1. ¿Qué variables de la seguridad tienen mayor impacto en la percepción de la seguridad turística? 2. ¿Existen diferencias significativas entre las subescalas seleccionadas a partir de las variables analizadas?

Objetivo

Establecer un modelo que pueda incorporar un análisis discriminante de las variables que influyen en la percepción de seguridad de los visitantes a Baja California por motivos turísticos o de negocios.

Hipótesis de trabajo

1. “Los turistas que visitan Baja California le asignan igual valor a las variables que influyen en la percepción de la seguridad turística”. En esta hipótesis se pretende corroborar el nivel de importancia que los turistas de Baja California (nacionales y extranjeros) le asignan en cada caso a las variables analizadas en esta investigación; esto se hizo a través del análisis de los límites de confianza.
2. “Existen diferencias significativas entre las variables que influyen en la percepción de Seguridad Turística de los visitantes y el origen de éstos”. Aquí el análisis radica en la posibilidad de establecer la significancia estadística de las subescalas en relación con las escalas utilizadas y si existe o no una correlación importante con el origen de los sujetos encuestados.

Procedimiento

La propuesta de modelo para identificar las variables que componen el concepto de seguridad turística se presentó en el Congreso de Sector/Cestur/AMIT 2009, y es utilizado como marco de referencia para esta aproximación al modelo discriminante de la seguridad turística percibida, ya que, con la información que se obtuvo en el segundo momento de esta investigación, se han hecho los ajustes pertinentes al modelo.

La metodología del presente trabajo se basa en la consulta bibliográfica de investigaciones y aportaciones de especialistas del área, seguida por una serie de entrevistas dirigidas a diversos agentes del sector turístico que contribuyeron con su opinión a la elaboración de la aproximación al modelo integrador de las variables que requieren mayor atención y cuidado para mantener y fomentar el flujo turístico en Baja California. Posteriormente, se revisó el modelo desde la perspectiva de algunos actores del sector turístico en la entidad, para conocer —de acuerdo con su criterio y experiencia— cuáles variables de la seguridad turística impactan en mayor medida en dicha percepción. Con esta información se pudo generar descriptivamente una jerarquización de aquellos indicadores que tienen mayor incidencia en la percepción de la seguridad turística, lo que permitió proponer un modelo teórico que integra variables e indicadores.

La caracterización de la investigación sobre seguridad turística que se discute en este documento incluye un estudio transversal de carácter descriptivo y experimental, dado que hay una participación académica y universitaria. El estudio contempla dos fases y dos grupos como sujetos de estudio. En la primera fase se diseñó un cuestionario con el fin de aplicarlo al primer grupo, conformado por funcionarios de rango medio y alto de diversas instituciones públicas en el ámbito turístico de Baja California; tales instituciones fueron: el Comité de Turismo y Convenciones de Tijuana, el Comité de Turismo y Convenciones de Mexicali, Proturismo Ensenada, la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California, el Fideicomiso Público de Promoción Turística de Tijuana y la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC). Con la información obtenida se contempló la generación de un instrumento más oportuno para aplicarse al segundo grupo (conformado por los turistas que visitan los principales municipios del estado), el cual se aplicó durante el tercer trimestre del año 2009.

Los resultados de esta etapa fueron presentados en el Congreso Sector/Ces-tur/AMIT 2009, donde expertos del área del turismo enriquecieron la propuesta del modelo discriminante con algunas categorías oportunas que fueron incorporadas al trabajo de investigación.

Unidad de análisis

Como se ha mencionado, en la primera etapa se trabajó con una muestra de representantes del sector turístico de Baja California. En la segunda etapa y segundo grupo se realizó una investigación de tipo transversal durante los meses de marzo y abril de 2010, que incluyó 408 encuestas (226 en Tijuana, 108 en Mexicali, 25 en Tecate, 21 en Rosarito y 29 en Ensenada).

Instrumento

Para la recolección de los datos primarios, se llevó a cabo un muestreo intencionado en los cinco municipios de Baja California. En esta fase de la investigación se contó con la participación de alumnos de las licenciaturas en Turismo y Mercadotecnia de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la UABC, quienes colaboraron bajo la modalidad de prestadores de servicio social profesional. Previo a la aplicación del instrumento, hubo un proceso de capacitación que contempló, entre otras cosas, la forma de selección de los sujetos según el perfil a investigar y la designación de áreas de trabajo, y se estableció un cronograma de trabajo de acuerdo con los objetivos previstos.

Con el objeto de hacer las adecuaciones oportunas y convenientes para garantizar la validez y confiabilidad del instrumento, se realizó una prueba piloto de 30 encuestas para verificar su contenido y constructo. La encuesta diseñada consistió de tres partes: 1) información sociodemográfica con respecto a edad, estado civil, nacionalidad y procedencia; 2) percepción de la seguridad turística (para la cual se utilizó una escala de evaluación numérica, siendo el menor valor 1 y el mayor 5) y 3) una pregunta abierta que tuvo como intención recabar información espontánea de los encuestados que pudiera abrir la posibilidad de incorporar alguna categoría a las ya establecidas.

Con respecto a la operatividad de las variables, como se muestra en el Cuadro 2, se considera como la dependiente a la seguridad turística y como la independiente a la seguridad pública, con las siguientes categorías que han sido adaptadas en su nombre, de manera que puedan ser utilizadas en el análisis estadístico como nombres abreviados y dentro de las que se encuentran las siguientes: información de mayor seguridad (Infmayseg), mayor seguridad en B. C. (Maysegbc), imagen en seguridad pública (Imagesegpub), seguridad pública (Segpub), condición de viaje a B. C. (Coviajebc), elementos negativos (Elemen-neg), seguridad en hotel (Seghotel), seguridad en compañía (Segcia), seguridad en carretera (Segcarret), seguridad en restaurantes (Segrestau), seguridad comercial (Segcom), percepción seguridad turística (Psegturis) y desastres naturales (Desnatura).

Después de la prueba piloto se eliminaron algunas variables: información sobre mayor seguridad en Baja California (Infmaysegbc) se incorporó en Infmayseg; condición de viaje a Baja California (Coviajebc) se detectó que no era relevante para la investigación; elementos positivos (Elemenpos) no fue significativa en términos de respuesta; transporte seguro (Transpseg) se incorporó en Segcarret; seguridad en avión (Segavion) no tuvo respuesta; y, finalmente, elementos de seguridad en Baja California (Elemsegbc) fue sumada a Infmayseg.

Cuadro 2
Operatividad de las variables

	<i>Escalas</i>	<i>No. de subescalas</i>
<i>Variable dependiente: seguridad turística</i>	Infmayseg (información de mayor seguridad)	7
	Infmaysegbc (información mayor seguridad en Baja California)	Eliminada
	Imagensegpub (imagen de seguridad pública)	6
	Segpub (seguridad pública)	5
	Coviajebc (condiciones de viaje)	Eliminada
	Elemenneg (elementos negativos)	4
	Elemenpos (elementos positivos)	Eliminada
	Seghotel (seguridad en hotel)	9
	Segcia (seguridad en compañía)	5
	Transpseg (transporte seguro)	Eliminada
	Segcarret (seguridad en carreteras)	9
	Segavion (seguridad en avión)	Eliminada
	Segrestau (seguridad en restaurante)	7
	Segcom (seguridad comercial)	5
	Psegturist (percepción de seguridad turística)	10
	Desnatura (desastres naturales)	5
	Elemsegbc (elementos de seguridad en Baja California)	Eliminada
Variable independiente: seguridad pública		

Fuente: elaboración propia.

Análisis estadístico

El análisis discriminante permite eliminar variables de manera que se conserven únicamente las que son consistentes con la investigación. Con esto se genera la posibilidad de aplicar pruebas estadísticas que permitan evaluar la correlación entre ellas y poder generar un modelo teórico con un fundamento probado estadísticamente y con el que se valida la investigación en campo. Para sustentar esto se realizó el análisis de confiabilidad del Alfa de Cronbach, los intervalos de confianza para la media y el análisis de varianzas.

Análisis y comentarios de los resultados

Hipótesis 1

A partir de los intervalos de confianza de las medias a 95 por ciento, se determinaron las variables que integran la percepción de la seguridad turística para los visitantes al estado de Baja California encuestados. Se presentan (por orden jerárquico en la puntuación media): en primer lugar, *Imagensegpub*, con una media de 17.10 y una desviación estándar (D. E.) de 3.35; en segundo lugar, *Desnatura*, con una media de 16.91 (D. E. 3.71); en tercer lugar, *Segcarret*, con una media de 16.96 (D. E. 2.99); en cuarto lugar, *Seghotel*, con una media de 16.55 (D. E. 2.96), en quinto lugar, *Segcom*, con una media de 15.62 (D. E. 3.23); en sexto lugar, *Psegturist*, con una media de 15.50 (D. E. 3.58); en séptimo lugar, *Segpub*, con una media de 15.44 (D. E. 3.46); en octavo lugar *Infmayseg*, con una media de 15.47 (D. E. 3.05) y, finalmente, en noveno lugar, *Segrestau*, con una media de 15.40 (D. E. 3.39).

Con base en los resultados anteriores se puede mencionar que los visitantes encuestados le asignan rangos de importancia diferentes a cada una de las variables propuestas en el modelo de Seguridad Turística, siendo para ellos las más importantes: *Imagensegpub*, *Desnatura* y *Segcarret*. Lo anterior permite rechazar la $H_0.1$ con una P . menor que .05 como se muestra en el cuadro 3.

Hipótesis 2

El uso del Análisis de Varianza (Anova) permitió encontrar que no hay diferencias significativas en las subescalas que influyen en la percepción de seguridad turística para los visitantes foráneos o extranjeros que transitan por el estado de Baja California. Las diferencias más notables (aunque no suficientes) en las apreciaciones de estos dos segmentos se encuentran, en primer lugar, en la seguridad en las carreteras (*Segcarret*); en segundo lugar, en la imagen de seguridad pública (*Imagensegpub*) y, finalmente, la seguridad en el hotel (*Seghotel*). Lo anterior permite rechazar la hipótesis, con una P . menor que .05, como se muestra en el cuadro 4.

El Anova se hizo con aquellas subescalas que alcanzaron niveles de confiabilidad, según el Alpha de Cronbach.

Cuadro 3
Intervalos de confianza para la media de cada una de las subescalas del concepto de Seguridad Turística

Número Subescalas	N	Media	Desviación Estándar	Límite inferior de confianza	Límite superior de confianza	Alpha de Cronbach	Sig. (2-tailed)	Varianza Explicada
1 Imagensegpub	408	17.10	3.35	16.78	17.43	0.82	0.00	65.366
2 Desnatura	408	16.91	3.71	16.56	17.28	0.89	0.00	75.291
3 Segcarret	408	16.96	2.99	16.67	17.24	0.75	0.00	57.228
4 Seghotel	408	16.55	2.96	16.27	16.84	0.68	0.00	50.795
5 Segcom	408	15.62	3.23	15.31	15.94	0.68	0.00	51.379
6 Psegturist	408	15.50	3.58	15.15	15.84	0.79	0.00	61.218
7 Segpub	408	15.44	3.46	15.11	15.78	0.70	0.00	53.603
8 Infmayseg	408	15.47	3.05	15.16	15.75	0.66	0.00	45.390
9 Segrestau	408	15.40	3.39	15.07	15.72	0.76	0.00	58.078

Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

La percepción de la seguridad turística debe considerarse como un elemento clave e importante de la planeación de políticas públicas orientadas al sector turístico. El estado de Baja California debe incorporar, en su plan de desarrollo, medidas de acción sobre aquellas variables que inciden en el significado que tiene el estado para sus visitantes.

En la investigación realizada, el análisis de estas variables ha permitido vislumbrar la influencia que sobre la percepción de la seguridad turística tiene el conocimiento de bajos índices de criminalidad, la observación de vigilancia policiaca en el entorno, la existencia de sistemas de seguridad y la presencia de centros de información turística en los lugares visitados (Psegtur). Otra de las variables estudiadas, referente a la “seguridad en carreteras”, deja en evidencia que se requiere tener más áreas de descanso, darle mantenimiento a las carreteras, la opción de transitar libremente por carreteras de cuota y la vigilancia de la policía federal (Segcarr). Con respecto a la seguridad pública, resultaron

Cuadro 4

Análisis de Varianza (Anova) para las subescalas de variables que influyen en la percepción de la seguridad turística en la muestra encuestada

<i>Subcategorías</i>	<i>Procedencia</i>	<i>N</i>	<i>Media</i>	<i>Desviación estándar</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
E1 Psegturist	Mexicano	313	62.72	13.94	6.378	**
	Extranjero	96	60.17	14.52		
E2 Infmayseg	Mexicano	313	62.24	12.10	10.349	**
	Extranjero	96	61.29	11.32		
E4 Seghotel	Mexicano	313	67.05	11.09	8.258	**
	Extranjero	96	64.13	12.91		
E5 Segcarret	Mexicano	313	70.24	10.27	35.628	**
	Extranjero	96	60.58	12.81		
E6 Imagensegpub	Mexicano	313	69.27	12.39	12.318	**
	Extranjero	95	66.48	14.93		
E7 Segrestau	Mexicano	312	61.44	13.43	7.532	**
	Extranjero	96	62.79	13.02		

** Significancia menor de 0.05

Fuente: elaboración propia, con datos obtenidos en la investigación de campo.

importantes variables tales como la pobre iluminación, los lugares sucios o con basura, el observar paredes con grafiti y la poca señalización (Imasegpub).

Por otro lado, los resultados arrojaron que la seguridad en restaurantes está determinada por la marca o nombre del establecimiento, la existencia de algún tipo de certificación, el hecho de que exista algún sistema de seguridad y el poder contar con personal calificado y preparado en este rubro (Segrestau). Un dato que en principio pudiera ser contradictorio y que pudiera explicarse por la situación que se experimentaba en Baja California en términos de seguridad al momento en que se llevó a cabo la investigación de campo, es que los turistas manifestaron que el observar policías y la policía turística con frecuencia tiene un sentido de protección, al igual que ver o pasar por retenes militares (Segpub). Una variable que destaca en el estudio es la referente a los desastres naturales, misma que ha sensibilizado al turismo, ya que manifestaron que buscan encontrar un programa de protección civil, el poder localizar salidas de emergencia

en caso de ser necesario, el conocer que existen albergues de emergencia y el encontrar indicaciones de qué hacer en caso de presentarse una contingencia de desastre natural (Desnatura).

También es importante mencionar que el resto de las variables del modelo propuesto inicialmente (Infmayseg, Elemenneg, Seghotel y Segcom) tuvo una participación marginal en la investigación al no mostrar una significancia estadística importante, por lo se analiza la posibilidad de discriminarlas.

Finalmente, con base en los resultados se concluye que los sujetos de investigación encuestados asignaron valores diferentes a cada una de las variables propuestas en el modelo de seguridad turística, siendo para ellos las más importantes: Imagensepub, Desnatura y Segcarret. Con respecto al análisis Anova aplicado para detectar diferencias en la percepción de los turistas extranjeros contra los encuestados de origen mexicano, permitió descubrir que no hay diferencia significativa, por lo tanto la política pública en materia de turismo tendrá el mismo impacto en el turista, sin importar la procedencia del mismo.

Referencias

- Blanco, F. (2010) "Reflexiones sobre seguridad, poderes públicos y actividad turística (III). Una aproximación al concepto de seguridad turística", en *El portal de los profesionales de seguridad y emergencias* <http://belt.es/expertos/HOME2_expero.asp?id=2974>.
- Bringas, N. y B. Verduzco (2007) "La construcción de la frontera norte como destino turístico en un contexto de alertas de seguridad", El Colegio de México, México.
- Grunewald, L. (2010) "¿Qué es la seguridad turística?" en *Foro de Profesionales Latinoamericanos de Seguridad* <<http://www.forodeseguridad.com/artic/discipl/disc:4054.htm>>.
- Lozano, M. (2005) "Seguridad y Turismo: una perspectiva crítica", en: Frausto, O. (2005) *Desarrollo sustentable: turismo, costas y educación*, Universidad de Quintana Roo, Unidad Cozumel, Cuerpo Académico de Turismo, Cozumel, México, pp. 119-129.
- Martínez, M. (2010) "Inseguridad pega a turismo", *El Economista*, 31 de mayo de 2010 <<http://eleconomista.com.mx/industrias/2010/05/31/inseguridad-pega-turismo>>.
- Monroy, J. (2010) "Viajeros temen venir a México por la inseguridad", *El Economista*, 18 de marzo de 2010 <<http://eleconomista.com.mx/seguridad-pública/2010/03/18/viajeros-temen-venir-mexico-inseguridad>>.

- Morales, Silvia (2002) “Análisis del concepto de seguridad turística”, Fundación Turismo para Todos, Departamento de Seguridad Turística, Subsecretaría de Turismo y Deporte de la Nación, Buenos Aires, Argentina <www.seguridadturistica.com.ar>.
- Secretaría de Seguridad Pública (2010) “Atribuciones de la Secretaría de Seguridad Pública”, portal de la SSP, México <http://www.ssp.gob.mx/portalWebApp/appmanager/portal/desk?_nfpb=true&_pageLabel=portals_portal_page_m2p1p2&content_id=810424&folderNode=810240&folderNode1=810219>.
- Secretaría de Seguridad Pública del Estado de Baja California (2010) “Secretaría de Seguridad Pública”, portal de la SSP-BC <<http://www.seguridadbc.gob.mx/conocenos.php>>.
- Secretaría de Turismo (2005) *Agrupamientos turísticos competitivos en México (clústers turísticos)*, Fascículo 5, Sectur, México.

Lo glocal y el turismo
Nuevos paradigmas de interpretación
se terminó de imprimir en agosto de 2012
en los talleres de Ediciones de la Noche
Guadalajara, Jalisco.
El tiraje fue de 500 ejemplares.

www.edicionesdelanoche.com