

# Antrópica

Revista de Ciencias Sociales y Humanidades



**UADY**  
UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
DE YUCATÁN

**MIAR**

Matriz de Información para el  
Análisis de Revistas





## ***Atlas del turismo alternativo en la Península de Yucatán***

*Atlas of alternative tourism in the Yucatan Peninsula*

**Ana García de Fuentes, Samuel Jouault y David Romero (directores científicos y coordinadores) (2015)**

Centro de Investigación y Estudios Avanzados del IPN, Unidad Mérida, y Universidad Autónoma de Yucatán, Mérida.

---

Reseña realizada por: Gustavo Marín Guardado

Recibido: 15 de febrero de 2017.

Aprobado: 24 de abril de 2018.

Históricamente, la producción de los atlas proviene de una antigua tradición forjada por notables observadores, cartógrafos, ilustradores y estudiosos interesados en recolectar y sistematizar información de distinta naturaleza (principalmente geográfica, medio ambiental y social) a fin de ofrecer versiones integradas del mundo, sea sobre la tierra completa, países o regiones, no solo por inquietudes intelectuales, sino también con fines prácticos de conocer, conquistar y gobernar territorios. Esta tradición que ha sido continuada en el marco de la producción científica y la especialización del conocimiento en el mundo moderno, es precisamente la que conforma el paradigma en que se inscribe el esfuerzo y la obra que ahora reseño, la cual nos permite valorar en el presente y en toda su dimensión el tipo de trabajo que los autores nos proponen.

Estamos ante una obra colectiva y multidisciplinaria que se nutre de múltiples fuentes de información, pero en especial de aquella levantada *ex profeso* y directamente del campo a fin de reconstruir distintos escenarios y ofrecer un análisis integral del turismo alternativo en la península de Yucatán. Se trata de un atlas que no solo reúne, ordena y sistematiza información –algo sumamente meritorio–, sino que además en sí mismo constituye un instrumento que produce conocimiento, al generar sus propios datos, formular sus interrogantes y llegar a conclusiones propias. Esto sobre todo a través del lenguaje cartográfico, que es el eje rector del proyecto de investigación.

El turismo en la península de Yucatán representa, cuando menos, desde la década de los setentas del siglo XX, uno de los motores del desarrollo regional y, por tanto, una fuerza organizadora del espacio, las migraciones, la fuerza de trabajo y la vida social. Desde hace algunas décadas distintos trabajos de investigación se han aproximado al estudio del turismo y su influencia en la sociedades locales, ofreciendo distintas perspectivas de la relación entre turismo de masas y comunidades mayas, sin embargo, existen mucho menos intentos de explorar el papel de dichas comunidades como agentes activos y protagonistas del desarrollo de esta industria, precisamente

a través de distintas formas de turismo alternativo. En este sentido, el *Atlas* constituye el primer intento colectivo y multidisciplinario que aborda este tema desde una perspectiva regional, y que nos ofrece una mirada compleja y sistemática del turismo alternativo en la península.

El turismo alternativo lo entienden los autores como aquella modalidad del turismo que se desarrolla como alternativa, por una parte, al desarrollo de la economía dominante, y por otra, al modelo de turismo masivo de sol y playa, lo que implica la identificación de un modelo representado por las empresas de economía social, con prácticas más benignas a la sociedad y al medio ambiente. El concepto en sí mismo debe ser cuestionado y discutido, porque vale la pena preguntarse y reflexionar si en realidad se trata de formas alternativas a la lógica del capitalismo y a las dinámicas de depredación. Sin embargo, quizás se trata de una tarea académica que debemos discutir en el marco de otro trabajo. En este caso, por lo pronto, el concepto es operativo dado que sirve para describir y clasificar una serie de proyectos empresariales, comunitarios y privados, que se organizan y funcionan según estos postulados (propios o impuestos) y que reproducen una serie de prácticas y discursos correspondientes.

A grandes rasgos, el *Atlas* está conformado por dos partes: la primera organizada en cinco capítulos que tratan aspectos históricos del desarrollo del turismo en la península, las particularidades del turismo alternativo y la economía social, las características de las localidades dedicadas a ello, el tipo de recursos que ofrecen como productos turísticos y las prácticas relacionadas con la conservación ambiental. La segunda parte, está constituida por ocho colaboraciones que corresponden a igual número de regiones –y que refiere a la forma en que los autores dividen a la península yucateca para su estudio–. En esta parte se desarrollan breves ensayos descriptivos y analíticos para retratar el desarrollo regional, la presencia de las empresas sociales dedicadas al turismo, las condiciones en que operan, así como los logros y los problemas más comunes.

Si bien, los textos del *Atlas* destacan por su capacidad informativa, donde se exponen conceptos, datos y argumentos, algo que adquiere carácter de esencial en la obra son los excelentes mapas y gráficos que ofrecen con meridiana claridad muchos de los patrones y contrastes de los procesos analizados, pero que al mismo tiempo, representan un extraordinario material que permite una lectura propia y, por tanto, la posibilidad de formular interrogantes alternativas o conclusiones complementarias. Sin duda, estamos ante un trabajo que será consulta obligada para investigadores, funcionarios, planificadores y público en general interesado en tema, pero más allá de la consulta también nos invita a ejercitar la mirada, el intelecto y trazar nuevas rutas de conocimiento.

Es imposible en esta reseña comentar uno a uno los capítulos y las diversas participaciones de los autores, pero sí me gustaría detenerme en algunas de las contribuciones relevantes. En su conjunto, el *Atlas* logra recabar y sistematizar información acerca de distintas empresas de turismo alternativo distribuidas en las distintas regiones y estados de la península. En total, 153 empresas que son clasificadas y mapeadas, según su localización y régimen de propiedad de la tierra, el tipo de productos y servicios que ofrece, la cantidad de financiamiento que han recibido, la inversión y tiempo de trabajo que se les dedica, el número y origen de los turistas que reciben, el monto de



ingresos económicos que registran, entre muchos otros indicadores que logran conformar un vasto panorama y una idea muy completa del turismo alternativo.

Derivado de este trabajo minucioso, emergen distintas observaciones que son relevantes e incluso sorprendentes. En principio llama la atención las múltiples formas de articulación y dependencia que se establecen entre empresas sociales de distintas regiones con la zona de Cancún y la Riviera Maya, misma que se caracteriza por ser el destino más importante del turismo masivo de sol y playa en el país. Esta zona de atracción y de gran influencia hace posible que cierto flujo de turistas que llegan a hoteles de lujo se distribuya y alimente las rutas y circuitos del turismo alternativo, incluso a través de las mismas cadenas de *touropedores*. Es decir, que en cierta medida, las empresas de turismo alternativo no representan nichos de mercado que requieren de consumidores especiales, sino que se nutren del dinero de éstos mismos, pero basándose en la reproducción de condiciones y prácticas muy distintas, que los turistas están dispuestos a seguir y cumplir si existen incentivos suficientes para ello.

A pesar de la articulación que mencionamos, el turismo alternativo se muestra como una economía con ciertas desventajas y limitaciones estructurales, que hacen muy difícil la captación y el aprovechamiento de una parte sustancial de la enorme riqueza que genera el turismo masivo. En su conjunto, estas empresas que reciben poco más de un millón de turistas al año, son parte de economías locales diversificadas, que poseen extraordinarios recursos naturales y culturales para integrarlos a las dinámicas del turismo, pero que no logran captar más que una parte marginal de los ingresos que genera el turismo en la región. Aun así, siendo beneficiarios marginales de los grandes engranajes del turismo, los ingresos y los beneficios que reciben pueden ser significativos para una comunidad y marcar la pauta para el desarrollo local y el mejoramiento de las condiciones de vida. En esto probablemente estriba parte de la importancia de discutir el tema del turismo alternativo como una opción del desarrollo regional.

En segundo lugar, el *Atlas* nos muestra con toda claridad que existen grandes diferencias entre las empresas, principalmente en lo que respecta a su localización y el número de turistas e ingresos económicos que reciben. Por una parte, las más favorecidas en lo que a ingresos económicos se refiere se localizan en las costas (sobre todo de Quintana Roo), mientras que las del interior a lo largo y ancho de la península, asociadas a otro tipo de oferta turística, perciben menores ingresos. Solo para dar un ejemplo, las empresas de la costa dedicadas al turismo de aventura (que representan el 27% del total) concentran el 61% del ingreso bruto anual, mientras que las dedicadas al turismo de cenotes (que son el 10% del total) reciben solamente el 10% del ingreso. Esto desde luego tiene relación con múltiples factores, relacionados con el tipo de recursos que ofrecen, la cercanía a los circuitos y rutas turísticas, y con las conexiones a las redes de mercado que canalizan a los turistas.

El *Atlas* muestra muy bien cómo el asunto del mercado y la comercialización de los destinos o lugares turísticos es fundamental para entender sus capacidades de funcionamiento. Muchas empresas ubicadas en la costa de Quintana Roo, entre Cancún y la Riviera Maya, se ven beneficiadas por un flujo casi natural de turistas, de manera que pueden operar sin intermediarios. No obstante,



muchas otras que se encuentran localizadas en espacios más alejados e incluso marginales a los circuitos del turismo, dependen en menor o mayor medida de los touroperadores, que generalmente imponen contratos desventajosos para las comunidades, a cambio de garantizar la afluencia de turistas a estos lugares. Una encrucijada para muchas de estas empresas es poder establecer la justa medida entre la ineludible dependencia que genera el vínculo con los touroperadores y la necesaria autonomía que exige un proyecto de esta naturaleza para lograr la autogestión y la sustentabilidad.

En tercer lugar, deseo hacer mención sobre un dato que me parece relevante para la reflexión. En la actualidad en casi todo el país se promueve el turismo alternativo en sus diversas modalidades (ecoturismo, turismo rural, turismo verde, turismo sustentable, etcétera) como una de las políticas públicas más “apropiadas” para impulsar el desarrollo rural. El gobierno federal y muchos estados del país, como es el caso de Yucatán, Campeche y Quintana Roo, han dedicado fondos, esfuerzos y recursos institucionales para impulsar este tipo de proyectos, y sobre todo han construido todo un discurso y una imagen turística, donde los gobiernos y autoridades presumen de todo un diseño, infraestructura y planificación para el desarrollo de las comunidades indígenas y su bienestar. En fin, el hecho que para mí es sorprendente es que el monto total de financiamiento que han recibido las empresas sociales en la península de Yucatán, es de 147.3 millones de pesos proporcionados a lo largo de 18 años, específicamente entre 1994 y 2012. Sin extenderme mucho en una reflexión solamente puedo decir que se trata de una suma menor, que desde luego pone en evidencia la marginalidad de los proyectos.

Finalmente, para cerrar mis comentarios deseo apuntar una idea muy simple, pero ilustrativa. En ocasiones cuando nos encontramos ante un problema difícil y alguien nos intenta dar una explicación que nos complica el entendimiento, le pedimos que nos lo explique con manzanas o con bolitas y palitos. Esta lógica que casi siempre nos mueve a la risa o la ironía, es precisamente la que está contenida en los mapas y gráficas del Atlas que ahora comentamos y que orientan los esfuerzos por ordenar y hacer comprensible un mundo turístico complejo. En este sentido, creo que es esencial valorar en su justa dimensión este trabajo, porque además de que podemos celebrar la difícil tarea de la simplificación, nos reconciamos con la claridad y la elocuencia de los discursos académicos. ☸

### **Referencias:**

ANA GARCÍA DE FUENTES, SAMUEL JOUAULT Y DAVID ROMERO (directores científicos y coordinadores) (2015) *Atlas del turismo alternativo en la Península de Yucatán*. Centro de Investigación y Estudios Avanzados del IPN, Unidad Mérida, y Universidad Autónoma de Yucatán, Mérida.

### **Contacto del colaborador:**

Gustavo Marín Guardado <gmarin@cieras.edu.mx>

