

CULTURA, TURISMO Y MEDIO AMBIENTE: UNA MIRADA DESDE LOS PUEBLOS MAYAS DE YUCATÁN¹

ELÍAS ALCO CER PUERTO ²



¹ Para el presente trabajo se contó con la información amablemente compartida por diez prestadores de servicios turísticos rurales mayas del interior del estado de Yucatán, consultados durante los meses de junio a agosto del 2012.

² Elías Alcocer Puerto es profesor e Investigador de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Antropológicas de la Universidad Autónoma de Yucatán.

³ Durante varios años de la década de 1840, John Stephens y Frederick Catherwood recorrieron y documentaron el área maya de la Península de Yucatán en su libro *Incidentes de viajes en Yucatán*, de 1843. Por su parte, Désiré Charnay hizo varias expediciones fotográficas de 1858 a 1886, y montó numerosas exposiciones sobre su trabajo en varias partes de Europa y América. Otros exploradores fueron Morley, Healey, y Ruz Lhuillier. Véase A. Velásquez Morlet, López de la Rosa, Ma. Casado López, y M. Gaxiola (1988). *Zonas Arqueológicas: Yucatán*. México: INAH.

Resulta evidente que como parte de las diversas políticas públicas se busca la inclusión de comunidades indígenas a la actividad turística como una estrategia para alcanzar, desde el punto de vista occidentalizado, ciertos estándares de desarrollo social y económico. En este marco, el turismo en el estado de Yucatán es una industria que está creciendo en los últimos años, por lo menos con referencia a ciertos iconos o figuras significativas como lo son las zonas arqueológicas mayas, representadas por la emblemática y comercializada Chichén Itzá; las formaciones kársticas o cenotes y, más ahora, la cultura maya contemporánea, a la cual se le subraya enfáticamente su carácter de milenaria y respetuosa de su entorno natural.

Bajo ese esquema se identifican tres ejes históricos del desarrollo turístico local, los cuales en muchas ocasiones se encuentran imbricados. El primero está basado en la cultura maya prehispánica representada por los diversos vestigios monumentales y cerámicas, atractivo turístico reconocido en diversos ámbitos por la difusión de informes de recorridos y estancias de exploradores y viajeros internacionales desde mediados del siglo XIX hasta la primera mitad del siglo XX.³ Se habló mucho de los mayas, se dieron a conocer “al mundo” las cosas tan maravillosas que los antiguos pobladores habían hecho, y, sin voltear los ojos hacia las poblaciones mayas contemporáneas porque casi nadie los creía descendientes de aquellas grandes civilizaciones, flotaba la pregunta de cómo los constructores de estas grandes maravillas las habían abandonado. He aquí un tipo de discriminación que aún ahora pesa en la sociedad yucateca: se ha admirado al maya prehispánico y se tiende a menospreciar al contemporáneo.

La segunda directriz se sustenta en los recursos naturales, los cuales no son tan exuberantes como lo son en los estados vecinos (Quintana Roo y Campeche). Gracias a la propagación de las ideas de conservación am-

biental de las décadas de 1980 y 1990, se fueron estableciendo las Áreas Naturales Protegidas (ANP) como sitios turísticos de importancia.⁴ Dentro de este mismo marco de desarrollo turístico destaca el caso de las formaciones o depresiones kársticas o cenotes, los cuales comenzaron a ser vistos como lugares singulares y emocionantes capaces de competir con las aguas cristalinas del Caribe, ofreciendo la oportunidad de tener un toque de aventura en su recorrido turístico. Sin embargo se nota una excesiva inclusión de infraestructura en estos sitios, contrastando con el ambiente natural y cultural del entorno. En términos generales, los cenotes son mostrados turísticamente como esas grandiosas piscinas naturales de aguas cristalinas.⁵

El tercer y actual eje del turismo en auge en Yucatán lo representan ahora esos mayas contemporáneos, siempre sí —por lo menos en el discurso— herederos de los pobladores prehispánicos. Los proyectos, empero, se continúan centrando en la búsqueda de recursos económicos mediante el turismo y no en una reivindicación de estos pueblos y sus costumbres. De este último eje se desprende el del augurio de una nueva era maya, misma que constituye la base de la promoción mediática turística en todo el llamado Mundo Maya, y que parte de las hipótesis poco creíbles y endeblemente documentadas sobre un supuesto fin del mundo predicho por los mayas.

En términos generales, la política turística yucateca ha estado centrada en potencializar el desarrollo económico a través del turístico, pero no ha hecho los esfuerzos suficientes para adentrarse en la problemática tanto cultural como ambiental que aqueja a estos sitios. Esto no quiere decir que se ha desatendido el problema por completo, sino que en varias vertientes le dan mucho más peso a la imagen e inversión de esta actividad, pero, ¿qué sucede cuando se satura una imagen de un destino turístico y en la práctica no tiene las condiciones suficientes para poder sostener ese tipo de turismo?, o aún peor: ¿qué consecuencias ambientales y culturales tiene para las poblaciones locales este tipo de actividad? Al respecto se ha indicado que en muchas ocasiones, al llegar, al pasear y al consumir los servicios, los visitantes sienten un grado de insatisfacción al encontrarse con un servicio insuficiente. Esta situación en gran parte se debe a que no se atiende el problema de fondo y solamente se trabaja en la forma (llámese publicidad engañosa), haciendo que en este caso

⁴ Véase Héctor Ceballos-Lascuráin (1996). *Tourism, ecotourism and protected Areas: The Estate of Natural-Based Tourism Around the World and Guidelines for its Development*. Gland: IUCN, p. xiv, y 301.

⁵ Lo anterior es palpable en la folletería turística que se distribuye en Yucatán.

en particular, el turismo se torne en una actividad ambigua sin fundamento y sin correlación entre el discurso publicitario y los servicios culturales y ambientales prestados.

Las condiciones de la llamada “cultura turística”⁶ pueden ser un síntoma de la desorganización que existe dentro de la actividad en sí, sobre todo tomando en cuenta que para la gente local el turismo puede ser una actividad nueva y por ello no tienen una expectativa o idea clara de lo que implica dedicarse a ello: los recursos locales involucrados, las diferentes formas de vida con las que va a tener contacto, su papel como prestador de servicios turísticos y poblador, y los beneficios (y riesgos) inherentes a dicha actividad.

En las políticas públicas, es común hacer que la gente local tome un papel protagónico en la actividad turística, ya que según éstas, el turismo es de gran importancia para la sociedad. Sin embargo esta importancia no es transmitida ni clarificada a nivel local de manera que la comunidad perciba los beneficios. En este punto hay que tomar en cuenta la concurrencia de ciertos estereotipos respecto al concepto de beneficio, ya que para muchos éste puede llegar a ser palpable, mas que nada, dentro del factor económico directo, menospreciando algún otro tipo de beneficio que pudiera haber.

Sectores amplios de población tienen la sensación de que los verdaderos beneficiarios del turismo son los grandes empresarios, o las empresas que cuentan con el capital financiero y, en muchos sentidos, con los contactos. Es evidente que existen ciertos monopolios con respecto a la actividad turística; sin embargo, éstos, fuera de ser generadores de más empleos o más beneficios palpables, se están estableciendo como cotos de poder económico, a los cuales beneficia la mayor parte de las inversiones públicas.

Se dice que la gente que vive alrededor de los recursos potencialmente turísticos no tiene la capacidad para organizar e implementar el turismo, o que carece de experiencia para administrar tales recursos. Es en este punto en donde el estado y la propia sociedad civil tienen la obligación de incentivar en los planos político y económico estos emprendimientos turísticos, y deben además involucrarse realmente en la dinámica en la cual las comunidades se capaciten y tengan todos los medios, no solamente económicos, sino también de recursos humanos, tecnológicos, culturales

⁶ Para profundizar sobre la definición oficial de cultura turística, véase “Breviario de cultura”, en www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9070_breviario_de_cultura

y ambientales para poder implementar la actividad turística de una manera adecuada y acorde a su realidad local.

¿Cuáles son estos recursos realmente turísticos de la región o del estado de Yucatán? Para responder debemos tomar en cuenta que para poder establecer un recurso como un punto de interés turístico se debe trabajar en la construcción de este mercado. Los destinos turísticos natos, es decir, donde no hay que hacer un gran esfuerzo por implementar una clientela para determinado lugar, prácticamente ya no existen.

Para la región el producto turístico en sí se ha basado en la cultura maya, pero ésta debe verse no como ese ente inmóvil y romántico que muchas veces nos hacen creer, sino como aquella cultura que en muchos sentidos está viva y en constante adaptación. Aquí debe quedar claro que los antiguos constructores tuvieron sus descendientes, y que a esos herederos de la cultura maya se siguen llamando mayas. Hay ciertas reminiscencias o evidencias de la cultura legendaria en las culturas actuales, pero eso no quiere decir que por “genética cultural” los pobladores actuales tengan ese legajo de antaño: aquí el papel de la academia, las escuelas, la universidad, los diferentes centros de investigación y de estudios, resulta de gran importancia para, trabajando junto con las comunidades, ayudar en la clarificación y en el armado cultural.

Cuando decimos estas culturas, nos referimos a las personas que viven en la región y que comparten características culturales, y que pueden o no interesarse por el tema del turismo ligado a lo ambiental y cultural.⁷ Se trata de grupos que generan, discuten y consensan sus decisiones. Para evitar caer en una folclorización y en falsear el desarrollo natural de las comunidades, se deben respetar los términos, contextos, tiempos y disposiciones de las propias comunidades para armar los proyectos y que éstos sean realmente significativos tanto para el visitante como para la comunidad que lo recibe.

El país debe aprovechar varias de las características culturales, ambientales y de organización indígena para facilitar la introducción del turismo en sus comunidades. El proceso debe propiciar la incursión de la gente local que desee incursionar en este tipo de actividad. A partir de mi experiencia y de lo consultado con los prestadores de servicios turísticos locales mayas del interior del estado de Yucatán,⁸ se propone que los proyectos de turismo contengan los siguientes pasos:

⁷ Véase C. Martínez Novo (2006). *Who Defines Indigenous?: Identities, Development, Intellectuals and the State in Northern Mexico*. New Brunswick: Rutgers University Press.

- Primero, que la gente local conozca y entienda la actividad turística.
- Segundo, que la gente entienda cómo se puede manejar eficientemente dicho negocio.
- Tercero, que a partir de su propia cultura y medio ambiente, y con base en el consenso, se identifique qué puede utilizarse turística-mente y qué no.
- Cuarto, que la gente se organice a partir de sus sistemas locales y se inserte en el contexto de negocio de servicios. Debe haber interés en recibir asesoría profesional.
- Quinto, que la gente no ceda su dignidad cultural sino que refuerce su idiosincracia y su propia imagen del entorno.

Por último es importante subrayar la necesidad de fomentar empresas turísticas locales que realmente sean responsables social y ambiental-mente, ya que se nota un doble discurso en varios de los emprendimien-tos del estado de Yucatán. La teoría de la sustentabilidad es mayormente ejercida en el discurso, y todavía cuesta algo de trabajo efectuarla en la práctica cotidiana de las empresas turísticas de las propias comunidades. Lo ambiguo del mismo términos lo hace vulnerable a estas a veces tan radicales formas de interpretarla y usarla, por lo que ahí hay otro reto pendiente.

⁸ Ubicados en los municipios de Valladolid, Izamal, Yaxcabá, Homun, Tizimin y Chemax en Yucatán.