



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Bonnie Lucía Campos Cámara

Repensar el turismo a partir de los nuevos paradigmas

Complejidad, territorio, imaginarios
e innovación en la Costa Maya,
Mahahual, Quintana Roo, México

Repensar el turismo a partir de los nuevos paradigmas de la investigación turística

Complejidad, territorio, imaginarios e
innovación en la Costa Maya,
Mahahual, Quintana Roo, México

Bonnie Lucía Campos Cámara



Universidad de Quintana Roo
2015

Universidad de Quintana Roo
División de Ciencias Políticas y Humanidades
Cuerpo Académico de Geografía y Geomática

Primera edición: Febrero de 2015

Diseño editorial y de portada: Rodolfo Canto

D.R. © 2015, Universidad de Quintana Roo

Boulevard Bahía S/N Esq. Ignacio Comonfort
Colonia del Bosque
C.P. 77019 Chetumal, Quintana Roo, México

ISBN 978-607-9015-96-1

Impreso en México / *Printed in Mexico*

Índice

PRESENTACIÓN	5
---------------------	----------

CAPÍTULO 1

LA CONSTRUCCIÓN DEL CONOCIMIENTO DEL TURISMO	7
---	----------

Antecedentes históricos del turismo

Conceptualización

Análisis de los paradigmas
de la investigación turística

CAPÍTULO 2

EL PARADIGMA DE LA COMPLEJIDAD Y EL TURISMO	27
--	-----------

Una visión integral del turismo:
La teoría general de sistemas

La complejidad turística

Un enfoque interdisciplinario del turismo

CAPÍTULO 3

LOS IMAGINARIOS TURÍSTICOS Y EL TERRITORIO	41
---	-----------

De los lugares a los no lugares

El imaginario turístico

Territorio y turismo

CAPÍTULO 4	
COSTA MAYA, MAHAHUAL: EN BUSCA DE SER UN DESTINO TURÍSTICO	61
Destino y región	
La planeación	
1. Contexto geográfico de la Costa Maya	
2. Procesos de urbanización y producción social del espacio	
3. La innovación turística y las agendas de competitividad	
CONCLUSIONES	105
BIBLIOGRAFÍA	109

Presentación

Este es un libro para entender cómo el turismo a escala global ha llegado a un punto de desarrollo de cierta madurez; por ello, se considera que es necesario exponer la manera en que cobra importancia no sólo desde el punto de vista económico. Este libro, que pretende sistematizar lo mucho que se ha avanzado en los campos del imaginario y del territorio turístico, puede servir de apoyo a los estudiantes, así como ofrecer un espacio de reflexión que motive la investigación. El trabajo que presento parte de la idea de que el turismo es un fenómeno social que debe ser abordado en forma multidisciplinaria dada su complejidad. Son las ciencias sociales las que deben integrar tanto los aspectos histórico-geográficos, como los económicos, psicológicos, antropológicos y regionales. La interdisciplinariedad permitirá el estudio integral del turismo y gracias a ella se podrán analizar, críticamente, los efectos socioeconómicos y ambientales derivados de esta actividad. El abordar esta temática ha surgido por la necesidad de los estudiantes que están por elaborar sus proyectos de investigación, previo a la obtención de su título de pregrado en el área turística, con el que se adjudica un perfil de graduado con capacidad crítica, propositiva y reflexiva, con la visión correcta de lo deductivo e inductivo de la investigación.

La investigación ha jugado un importante papel en la evolución de la sociedad. La que se realiza en el ámbito turístico es un factor multiplicador de conocimiento que motiva al ser humano a la búsqueda de respuestas a fenómenos y paradigmas. No sólo da respuestas inmediatas a

un problema, sino que también permite suponer el comportamiento de los sujetos, con la posibilidad de influir en ellos.

La recopilación de información y su análisis se presentan aquí en cuatro capítulos. En el primero se fundamentan los antecedentes históricos del turismo, se esboza un recorrido por algunos paradigmas y se realiza un análisis conceptual. El segundo aborda la cuestión de la complejidad turística, mientras que el tercero plantea los imaginarios turísticos en el territorio. Por último, en el cuarto capítulo se analiza el estudio de caso de Mahahual, en la región Costa Maya.

La construcción del conocimiento del turismo

Antecedentes históricos del turismo

El turismo como tal nace en el siglo XIX como consecuencia de la Revolución industrial. Los primeros desplazamientos fueron por ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se diferencian por su finalidad de otro tipo de viajes, ya que no se trata de movimientos de población debidos a guerras, conquistas o comercio, entre otros.

En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de los Juegos Olímpicos de la Edad Antigua (las olimpiadas son los 4 años que transcurren entre dos juegos consecutivos) en la ciudad de Olimpia, a la que acudían miles de personas y donde se mezclaba religión y deporte. También existían peregrinaciones religiosas, como las que se realizaban a los oráculos de Delfos y de Dódona.

Durante el Imperio romano, los habitantes de Roma frecuentaban las aguas de las termas de Caracalla, eran asiduos a los grandes espectáculos, como las representaciones teatrales, y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa (muy conocido es el caso de una villa de vacaciones a orillas del mar). Estos viajes de placer fueron posibles debido a tres factores fundamentales: la paz romana, el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica que posibilitó a algunos ciudadanos medios económicos y tiempo libre.

Durante la Edad Media hubo en un primer momento un retroceso debido a la mayor conflictividad y la consiguiente recesión económica. En esta época surge un nuevo tipo de viaje: las peregrinaciones religiosas. Son famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa y las peregrinaciones por el Camino de Santiago (desde el 814 en que se descubrió la tumba del Apóstol fueron continuas las peregrinaciones de toda Europa, creándose así mapas, mesones y todo tipo de servicios para los caminantes). Las peregrinaciones continuaron durante la Edad Moderna.

Fue en esa época cuando aparecieron los primeros alojamientos con el nombre de hotel (una palabra francesa que designaba los palacios urbanos). Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de un séquito cada vez más numeroso, se hacía imposible alojar a todos en el palacio, por lo que se crearon estas construcciones. Esta época fue también la de las grandes expediciones marítimas de españoles, británicos y portugueses que despertaban la curiosidad y el interés por viajar.

A finales del siglo XVI surgió la costumbre de enviar a los jóvenes aristócratas ingleses para hacer el Grand Tour al finalizar sus estudios. El objetivo era complementar su formación y hacer que adquirieran ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración (entre 3 y 5 años) que se hacía a través de distintos países europeos; de ahí proceden las palabras: turismo, turista, etc. Del conocimiento *in situ* de la grandeza de Roma, París o Atenas, así como de los debates en los cafés de los grandes centros termales, los viajeros deberían aprender cómo llevar las riendas de un imperio como el británico. Para algunos autores, éste es el momento fundacional del turismo moderno, ya que surge como un fenómeno revolucionario en paralelo al resto de transformaciones que se dan en la Ilustración.

También en esta época hay un resurgir de las termas, que habían decaído durante la Edad Media. No sólo se asiste a ellas por consejo médico, sino que también se pone de moda la diversión y el entretenimiento en los centros termales como por ejemplo en Bath (Inglaterra). También de esta época data el descubrimiento de los baños de barro

como remedio terapéutico, playas frías (Niza, Costa Azul) a donde iban a tomar los baños por prescripción médica.

Es posible decir que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la forma de vida de la comunidad. Hay en la historia momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión. El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, que llegó a ser, hacia finales del siglo XX, la mayor industria del mundo.

Con la Revolución Industrial se consolidó la burguesía que volvió a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En la edad contemporánea, la máquina de vapor supuso una revolución significativa en los transportes, que hasta ese momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extendieron con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación redujo el tiempo de los desplazamientos. Inglaterra ofreció por primera vez travesías transoceánicas y dominó el mercado marítimo en la segunda mitad del siglo XIX, lo que favoreció las corrientes migratorias europeas a América. Fue el gran momento del transporte marítimo y las compañías navieras. Comenzó a surgir el turismo de montaña o salud, se construyeron famosos sanatorios y clínicas privadas europeas, muchos de esos edificios se conservan en nuestros días convertidos en pequeños hoteles con encanto. En 1841, Thomas Cook organizó el primer viaje de la historia. Aunque fue un fracaso económico, se consideró un rotundo éxito en cuanto a precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en 1851 la primera Agencia de Viajes del mundo "Thomas Cook and son". En 1867, inventó el bono o voucher, documento que se usaba en hoteles contratados y prepagados a través de una agencia de viajes. Henry Wells y William Fargo crearon "American Express", que inicialmente se dedicó al transporte de mer-

cancías y que posteriormente, se convirtió en una de las agencias más grandes del mundo. Se introdujeron sistemas de financiación y emisión de cheques de viaje, como por ejemplo el travel-check (dinero personalizado canjeable por papel moneda de uso corriente que protege al viajero de posibles robos o pérdidas).

Cesar Ritz es considerado el padre de la hostelería moderna. Desde muy joven ocupó todos los puestos posibles de un hotel hasta llegar a ser gerente de uno de los mejores establecimientos de su tiempo. Mejoró todos los servicios del centro de hospedaje, creó la figura del sumiller, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones, revolucionó la administración y convirtió los hoteles decadentes en los mejores de Europa, por lo ello lo llamaron “Mago”.

Al estallar la Primera Guerra Mundial en el verano de 1914, se consideró que había aproximadamente 150,000 turistas americanos en Europa. Al finalizar la guerra, comenzó la fabricación en masa de autocares y automóviles. En esta época, las playas y los ríos se convirtieron en los centros de atracción del turismo en Europa, por lo que comenzó a adquirir gran importancia el turismo de costa.

El avión, utilizado por minorías en largas distancias, se fue desarrollando tímidamente para acabar imponiéndose sobre las compañías navieras. La crisis de 1929 repercutió negativamente en el sector turístico, limitando su desarrollo hasta bien entrado en 1932. La Segunda Guerra Mundial paralizó el turismo en el mundo y sus efectos se extendieron hasta 1949. Entre 1950 y 1973 se comenzó a hablar del boom turístico.

El turismo internacional creció a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia. Este desarrollo fue consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el mundo occidental. En esta época, se comenzó a legislar sobre el sector. La recuperación económica, especialmente de Alemania y Japón, fue asombrosa, elevando los niveles de renta de estos países y haciendo surgir una clase media acomodada que empezó a interesarse por los viajes. Pero la recuperación fue más allá, elevando el nivel de vida de

sectores más importantes de la población de los países occidentales. Surgió así la llamada sociedad del bienestar, que una vez cubiertas sus necesidades básicas, tuvo creciente interés por viajar y conocer culturas.

Por otra parte, la nueva legislación laboral adoptando las vacaciones pagadas, la semana inglesa de 5 días laborales, la reducción de la jornada de 40 horas semanales, la ampliación de las coberturas sociales (jubilación, desempleo), potenciaron en gran medida el desarrollo del ocio y el turismo. También éstos son los años en los que se desarrollaron los grandes núcleos urbanos y se hizo evidente la masificación, surgió también el deseo de evasión, de escapar del estrés de las ciudades.

En estos años se desarrolló la producción de automóviles en cadena que los hizo cada vez más asequibles, así como la construcción de carreteras y autopistas, lo que permitió un mayor flujo de viajeros. De hecho, la nueva carretera de los Alpes, que atraviesa Suiza de norte a sur, supuso la pérdida de la hegemonía de este país como núcleo receptor, ya que ahora los turistas cruzaban Suiza para dirigirse a otros países con mejor clima. El avión de hélice fue sustituido por el de reacción, lo que supuso un golpe definitivo para las compañías navieras, que se vieron obligadas a destinar sus barcos a los cruceros o al desguace.

Todos estos factores llevaron a la era de la estandarización del producto turístico. Los grandes tour operadores lanzaron al mercado millones de paquetes turísticos idénticos. En la mayoría de los casos se utilizó el vuelo charter, que abarató y popularizó el producto. Al principio de este período (1950) había 25 millones de turistas, y al finalizar (1973), ascendían a 190 millones.

No obstante, esta etapa también se caracteriza por la falta de experiencia, lo que implicó la falta de planificación (se construyó sin hacer ninguna previsión ni de la demanda ni de los impactos medioambientales y sociales que se pueden sufrir con la llegada masiva de turistas) y el colonialismo turístico (hay una gran dependencia de los tour operadores extranjeros estadounidenses, británicos y alemanes fundamentalmente).

En los 70, la crisis energética y la consiguiente inflación, especialmente sentida en el transporte, ocasionaron un nuevo periodo de crisis para la industria turística que se extendió hasta 1978. Esta recesión supuso una reducción de la calidad para abaratar costes y precios apostando por una masificación de la oferta y la demanda. En los 80, el nivel de vida se volvió a elevar y el turismo se convirtió en el motor económico de muchos países. Esto fue facilitado por la mejora de los nuevos transportes y mejores aviones, como el Concorde y el Túpolev, trenes de alta velocidad y la consolidación de los vuelos charter, hasta suponer un duro competidor para las compañías regulares que se vieron obligadas a crear sus propias filiales charter.

En estos años se produjo una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hosteleras y de los tour operadores que buscaban nuevas formas de utilización del tiempo libre (parques temáticos, deporte, riesgo, salud, etc.) y aplicaban técnicas de marketing, pues el turista cada vez tenía mayor experiencia y buscaba nuevos productos y destinos turísticos, lo que creó una fuerte competencia entre ellos. La multimedia y las comunicaciones transformaron el sector, modificando el diseño de los productos, la prestación del servicio y la comercialización del mismo de una manera más fluida.

La década de los 90 incluyó grandes acontecimientos como la caída de los regímenes comunistas europeos, la Guerra del Golfo, la reunificación alemana, las guerras yugoslavas, etc., que incidieron de forma directa en la historia del turismo. Se trató de una etapa de madurez del sector que sigue creciendo, aunque de una manera más moderada y controlada. Se limitó la capacidad receptiva (adecuación de la oferta a la demanda, se comenzó a controlar la capacidad de aforo de monumentos, etc.), se diversificó la oferta (nuevos productos y destinos), la demanda (aparecen nuevos tipos de turistas), y se mejoró la calidad (al turista no le importa gastar más si la calidad es mejor).

El turismo entró como parte fundamental de la agenda política de numerosos países, desarrollando políticas públicas que afectaron a la promoción, planificación

y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico. Se mejoró la formación, desarrollando planes educativos especializados. El objetivo fue alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad.

Conceptualización

Son diversas teorías las que se aplicaron para entender la estructura y dinámica del turismo, y para instrumentar proyectos específicos de gran escala, desde las teorías del lugar central hasta la de los polos de desarrollo y de la competitividad (Molina, 2005).

Es importante revisar las definiciones y concepciones más relevantes del fenómeno, que pueden agruparse en diferentes corrientes de pensamiento. El turismo debe ser conocido como parte sustancial de los actuales procesos de globalización económica y mundialización territorial, pero también como pieza en la construcción de nuevos espacios de crecimiento a escala regional y local, con evidencia de impactos negativos y positivos en la transformación de las sociedades y territorios en el tránsito del siglo XXI (Vera *et al*, 1997).

El turismo se ha convertido en uno de los principales sectores socioeconómicos del mundo y en una de las primeras partidas del comercio internacional, como lo demuestra el hecho de que para el 2020 las previsiones de la Organización Mundial de Turismo (OMT) hablen de 1,600 millones de llegadas de turistas internacionales, y un volumen total de ingresos por este concepto cercano los dos billones de dólares estadounidenses. Ahora bien, el turismo puede tanto reportar oportunidades como generar posibles riesgos, tal y como lo señaló la OMT en su documento *Desarrollo Histórico Sostenible. Guía para planificadores locales*, publicado en 1993. En este trabajo se refleja el reconocimiento de la importancia del turismo como transformador y soporte de las estructuras territoriales, y la observación de la actividad turística como un hecho geográfico, complejo y variado en sus manifestaciones espaciales.

Como se señala en el libro *Análisis territorial del turismo* (Vera *et al*, 1997), los geógrafos han de abordar los problemas del turismo en su vertiente espacial, y concretar la escala de análisis más adecuada al fenómeno que se estudie. El análisis de la dimensión espacial del turismo a escala regional se centra en la distribución de las áreas turísticas (análisis de localizaciones de los recursos, de las infraestructuras turísticas y de la movilidad del flujo turístico), la consideración de potencialidades derivadas de las actividades mencionadas, los impactos y las relaciones funcionales y las implicaciones del modelo territorial.

A escala local, son otros los hechos que pueden ser observados y explicados; por ejemplo la identificación y práctica de los agentes sociales y los protagonistas del proceso de construcción del espacio turístico, los aspectos paisajístico-morfológicos (transformaciones, nuevos paisajes), la estructura interna del poblamiento o la evaluación del impacto ambiental, entre otros.

El turismo, como materia de investigación, tiene sus orígenes en lo que se conoce como el periodo de entreguerras, de 1918 a 1939, y es precisamente en este periodo que se empiezan a distinguir dos componentes centrales del mismo: el turista y el turismo. El primero es el sujeto agente y el segundo es el conjunto de fenómenos de todas las clases que aquél produce (Fernández, 1971).

Una definición inicial obligada tiene que ver con la propia palabra *Turismo*, que proviene de *tour* o *turn*, la cual se deriva del verbo latino *tornare*, derivado a su vez del sustantivo *turnus*, que significa “volver”, “girar” o “retornar”. La Organización Mundial de Turismo indica que “turista es el visitante que efectúa una estancia, de por lo menos una noche pero no más de un año en el país visitado, y cuyo principal motivo puede ser de placer, profesión y otros de carácter turístico” (OMT, 2001). Asimismo, afirma que “el turismo es el conjunto de relaciones pacíficas y esporádicas que son resultado del contacto entre personas que visitan un lugar por razones no profesionales y los naturales de ese lugar”. Según Donald E. Lundberg (1986), el turismo es algo sencillo, “es el negocio del transporte,

atención alimentación y diversión del turista”. Estas tres definiciones son descriptivas y un tanto restringidas, según Molina (1991).

Las posturas de Boullon, Molina y Rodríguez indican que el turismo es un fenómeno social que trasciende a otro fenómeno social: el tiempo libre institucionalizado.¹ Es decir, el turismo como fenómeno tiene esencia (el ocio)² y un conjunto de manifestaciones que se interrelacionan e interactúan.

Estas manifestaciones son de orden ideológico, político, económico, social, psicológico y físico-ambiental. En el libro de Molina y Rodríguez (2005), *Planificación integral del turismo*, se puede encontrar la definición que elaboraron Hinziker y Kraph, que ahora es considerada clásica y que dice: “turismo es el conjunto de relaciones y los fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal”. En este punto, la definición de turismo empieza a delimitarse, a tomar en consideración el hecho de que el motivo del viaje y su estancia no deben representar ningún beneficio económico para quien lo realiza. A partir de este momento comenzaremos a ver que las subsecuentes definiciones toman en cuenta estos puntos. Oscar de la Torre (1980) define el turismo como “un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se

1 Tiempo Libre: En muchas ocasiones se confunde el ocio con el tiempo libre; sin embargo, debemos aclarar que si bien se trata de conceptos complementarios, también son distintos. Para el filósofo Sebastián de Grazia (1963), el tiempo libre es cuantitativo, o sea, medible. Se define como antónimo del tiempo de trabajo y, por tanto, es un tiempo no productivo al que se le da un contenido o un uso diferente del habitual. El tiempo libre es un tiempo desocupado.

2 Ocio se deriva del griego *shole* o *skhole*, término que se puede emplear con los siguientes significado: tiempo desocupado o tiempo libre, la liberación o el estar liberado del trabajo, y el estar libre de una obligación.

trasladan de su lugar de residencia habitual a otros en los que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

Con el paso del tiempo nos encontramos con definiciones mucho más elaboradas, que encierran diversos criterios y campos de investigación, con el fin de crear explicaciones adaptables a los diferentes campos del conocimiento. Al mismo tiempo, la incidencia real del sector turístico puede considerarse ambivalente. Por una parte, ofrece una serie de interesantes oportunidades de bienestar social al posibilitar las actividades de ocio, el intercambio cultural y el desarrollo socioeconómico. Por otra, puede constituir un riesgo potencial de impacto no deseable en relación al medio ambiente, la cultura autóctona e, incluso, sobre diversas actividades económicas tradicionales. El impacto de la industria del turismo es ocasionado por múltiples agentes como empresas turísticas, agencias gubernamentales, agencias de viaje, tour operadores, etc., y por lo tanto, difícilmente controlable para cada uno de estos agentes. A este hecho hay que añadir que las empresas turísticas son en su mayoría pequeñas y fragmentadas, que tienen dificultades en avanzar de manera significativa hacia un desarrollo sostenible. Para transformar la industria turística en una sostenible, los diferentes agentes deberán colaborar para integrar los aspectos socioculturales, económicos y ambientales en sus actividades y productos. Las principales conceptualizaciones del turismo en el tiempo han transitado desde su enfoque espacial al enfoque sistémico, en un afán por representar con precisión la realidad con el fin de lograr una mejor comprensión del turismo y una mejor calidad de la gestión de esa actividad, contribuyendo al desarrollo del conocimiento académico del turismo.

El turismo, primeramente, se relaciona con el concepto de espacio, siendo los modelos teóricos con enfoque espacial los más difundidos (Fernández, 1971). En este enfoque, los elementos constitutivos de mayor predominancia están relacionados con el origen y el destino, además del desplazamiento entre origen y destino turístico

constituyendo los flujos turísticos de ida y vuelta (Santos, 1996). Después, el turismo se enfoca en la descripción de los tipos de flujos turísticos (Pearce, 2003), describiendo la demanda de residentes, turistas nacionales e internacionales. Por último se incorporan los elementos geográficos representados por el origen, el destino y las rutas de tránsito, considerando a los turistas protagonistas del sistema (Leiper, 1979).

Por otro lado, los modelos teóricos de enfoque sistémico son los que buscan expresar los elementos constitutivos del turismo, sus interrelaciones y su relación con el medio externo (Petrocchi, 2001; Beni, 2001; Cooper *et al*, 2001; Hall, 2001; Oliveira Santos, 2007; Luhmann, 1998). En lo particular, considero que el enfoque sistémico del turismo introduce el ambiente natural, el cultural y el socioeconómico, y por ser y estar interrelacionados estos elementos que lo conforman, lo hace un sistema complejo.

Desde la perspectiva de la teoría de los sistemas complejos de Luhmann (1998), se menciona que el desplazamiento físico y la permanencia temporal de personas hacia un ámbito diferente al lugar de residencia, generan en la interacción una forma de comunicación entre presentes que involucra un tipo de relación que puede vincular a personas muy diferentes, como ha sucedido entre turistas del mundo desarrollado y habitantes de poblaciones del mundo en desarrollo.

Análisis de los paradigmas de la investigación turística

“Los grandes físicos del siglo XX fundamentan la revolución de la física sobre la base de que la relación sujeto-objeto cambia la naturaleza no sólo percibida sino real del átomo, lo que confirma la teoría de la relatividad que hace ver que los fenómenos dependen y son relativos al observador” (Martínez, 2006). De acuerdo a numerosos investigadores entre los que se encuentran físicos de renombre como Capra (1992), “la teoría cuántica demuestra que las partículas de todo átomo se componen dinámica-

mente unas de otras de manera autoconsciente y, en este sentido, puede decirse que se contienen la una a la otras, que se definen la una con la otra” (Martínez, 2006). Gracias a las ciencias naturales (física, biología, entre otras), así como también a ciencias como la psicología y la lingüística, las cosas comienzan a cambiar y hoy nadie niega que existan otros paradigmas y otros modos de conocer y de acceder “científicamente” al conocimiento, por lo que podemos decir que actualmente los enfoques cuantitativos de investigación están siendo criticados y que ya están surgiendo nuevos modos de investigar distintos al positivismo empirista que había caracterizado la investigación hasta nuestros días. Este método no tomaba en cuenta que para la solución de la mayoría de los problemas sociales no bastaba con la acumulación de datos y la comprobación de variables que sólo abordan fragmentos de la realidad social e impiden la confrontación de las necesidades de un determinado grupo, obviando el punto de vista del actor social y el contexto donde éste se desenvuelve, lo que ha conducido a un cambio de paradigma en el modo de abordar estos problemas, surgiendo así la aplicación de los métodos cualitativos, que permiten al investigador un contacto con la realidad social a investigar, lo que conlleva a darle mayor espacio a los procesos de comunicación activa y a la participación de la población objeto de estudio en el proceso de transformación social.

El abordaje de los enfoques de investigación en el terreno del turismo debe buscar establecer cuáles son las ópticas que se han desarrollado para concebir y mirar las distintas realidades que componen el orden de lo humano, así como también comprender la lógica de los caminos que se han construido para producir, intencionada y metódicamente conocimiento sobre ellas.

Si entendemos el paradigma de investigación como el conjunto de normas y creencias básicas que sirven de guía a la investigación, podemos establecer algunas diferencias entre el modo de conocer cuantitativo y el cualitativo y, por ende, sobre la forma de investigar con cada uno de éstos. Al respecto, es preciso señalar que los enfo-

ques de corte cuantitativo están más expuestos a la explicación y a la predicción de una realidad social, vista desde una perspectiva externa considerada en sus aspectos más universales, mientras que los de orden cualitativo apuntan más a un esfuerzo por comprender la realidad social como fruto de un proceso histórico de construcción, visto a partir de la lógica y el sentir de sus protagonistas, por ende, desde sus aspectos particulares y con una óptica interna.

Ahora bien, en el caso que nos ocupa, que es la investigación en el ámbito del turismo, un paradigma que ponga limitaciones al estudio de los distintos planos de la realidad humana no es procedente, ya que precisamente si algo tienen de novedoso los estudios del turismo es su interdisciplinariedad, pues es difícil abordar en su totalidad el fenómeno turístico desde una sola ciencia, ya que el turismo, a pesar de ser considerado una disciplina social, necesita de la biología, de la geografía, de la física, de las matemáticas, de la ecología, pero también de la economía, el derecho, la psicología, la sociología y otras ciencias, por lo que en ellas se conjugan perfectamente las naturales y las humanas; por ello es un llamado a un abordaje desde la transdisciplinariedad, lo que se traduce en un rompimiento con el monismo metodológico que privilegió al método experimental y sus derivados como las únicas alternativas de construcción del conocimiento científico.

No obstante, es un hecho que tal como Sergio Molina establecía en 1991, al referirse a los problemas que enfrenta la investigación del turismo, incluso en la actualidad existe un marcado acento en estudiar al turismo privilegiando sus manifestaciones económicas, abusando de las técnicas estadísticas y de una posición positivista de la investigación, sin tomar siquiera en cuenta que el turismo es un fenómeno humano y que, por ello, implica que su investigación se realice a partir de una óptica fenomenológica.

Cabe señalar que abordar el estudio del turismo desde la aportación sociocultural, no quiere decir que se tomen de manera ecléctica diversas terminologías y corrientes metodológicas que muchas veces son incompatibles.

tibles entre sí, sino reconocer que el estudio del turismo debe ser abordado desde diversos ángulos, por lo que se requiere un esfuerzo por teorizar buscando la esencia (en sí misma) del fenómeno turístico; de no ser así, esto conduciría a otro de los problemas señalados por Molina (1991), cuando expresa que existe “dispersión de los resultados y hallazgos de las investigaciones por falta de un marco teórico común o por la carencia de éste” asimismo, existe la inclusión de un cuarto problema, como es la “escasez de recursos financieros, propósitos y estructuras funcionales en las organizaciones turísticas que no favorecen o no contemplan la investigación”.

Al abordar el tema del conocimiento quiero significarles que son tres las condiciones más importantes para producirlo, las cuales muestran las alternativas de una investigación cualitativa: a) la recuperación de la subjetividad como espacio de construcción de la vida humana; b) la reivindicación de la vida cotidiana como escenario básico para comprender la realidad socio-cultural y c) la intersubjetividad y el consenso, como vehículos para acceder al conocimiento válido de esa realidad.

Claro está que para esto suceda es necesaria la aceptación de la premisa, según la cual se asume que la experiencia humana tiene un triple afincamiento: universal (como especie), particular (como parte de una cultura y sociedad particular), y específico (como realidad única e irrepetible, propia de un momento de la historia social y personal). De allí que los invito a reflexionar sobre lo planteado y a considerar la investigación turística, no como un fenómeno objetivo, visto desde fuera, sino como una realidad humana, donde están íntimamente imbricados la naturaleza, la cultura y el hombre. Lo anterior conlleva necesariamente a un abordaje de la realidad turística que privilegie el punto de vista del actor y el contexto donde éste se desenvuelve, donde el investigador tenga un contacto con la realidad a investigar, y proporcione mayor espacio a los procesos de comunicación activa y a la participación de la población objeto de estudio en el proceso de transformación social.

Esto sólo es posible a través de una investigación del turismo concebida desde la perspectiva humana, tomando en cuenta a sus comunidades y respetando su cultura y sus diferencias, lo que lógicamente nos conduce a dejar atrás el modelo “industria turística” y a reemplazar éste por el modelo de “turismo sustentable”, ya que como se afirmó en el Foro Barcelona 2004, “el desarrollo turístico debe fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, culturalmente respetuoso, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales, ya que una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende”.

Ahora bien, ¿cómo lograr este cometido?, a mi modo de ver la única forma es a través de la participación comunitaria, de una participación consciente, solidaria, lo que implica, en primer lugar, un compromiso real y verdadero con uno mismo y con los otros, con el planeta, con la vida, es decir, un compromiso del gobierno, de las transnacionales, de las empresas turísticas, de los inversionistas, de los hombres y mujeres que habitan este planeta, un compromiso con un mundo que nos duela a todos, ya que ésta es la única forma de salvar los destinos turísticos que, como tal, son patrimonio de la humanidad. Así, al hablar de compromiso es pertinente recordar las palabras de Paulo Freire sobre el modo de entender la solidaridad; a saber:

Este compromiso con la humanización del hombre que implica una responsabilidad histórica, no puede realizarse a través de la palabrería, ni de ninguna otra forma de huir del mundo, de la realidad concreta donde se encuentran los hombres concretos. El compromiso como propio de la existencia humana, sólo existe en el engarzamiento en la realidad, en cuyas aguas los hombres verdaderamente comprometidos se empapan.

Por lo demás, el mismo autor señala que: “El verdadero compromiso es la solidaridad con aquellos que, en la situación concreta, están cosificados y no la solidaridad con quienes niegan el compromiso solidario”.

Por consiguiente, este compromiso con la humanización del hombre indefectiblemente nos conduce a la sustentabilidad, o sea, al resguardo, a la conservación de lo que guarda en su verdadero ser, en su verdadero estado, no sólo para nuestro disfrute sino para el de todos; de allí que en la *Carta de la Tierra*, aprobada por la Organización de Naciones Unidas en el año 2000, se exprese: “En medio de la magnífica diversidad de culturas y formas de vida, somos una sola familia humana y una sola comunidad terrestre con un destino común”.

De igual manera, Ramos y Fernández (2002) al realizar un análisis de las consecuencias del proceso de la globalización en la actividad turística, afirma que:

Lo que la actual situación parece confirmar es que el desarrollo mundial del turismo no puede encaminarse hacia la sustentabilidad con las estructuras políticas y económicas fijadas (por decirlo de alguna manera) por la globalización. Para ello es necesario dar valor a la escala local para que juegue un rol particular en la realización de un proyecto concreto de dinamización endógena y políticas participativas. Esto significa que los esfuerzos para aplicar programas turísticos, sociales, ambientales y económicamente sustentables, difícilmente tendrán éxito si no se realizan cambios estructurales profundos en el sistema mundial. Por lo tanto las desigualdades seguirán siendo la característica más importante en este momento de la historia de la humanidad y el turismo sólo logrará profundizarlas.

Al respecto, consideramos que la participación de la comunidad debe comenzar desde la etapa investigativa, lo

que permitirá que se conozca a cabalidad sus necesidades; para ello es preciso hacer investigación, pero no realizada por académicos y subvencionada por entes centralizados, nacionales o internacionales que ven a las comunidades como objeto de la misma, sino a través de la investigación acción participativa, basada en el paradigma crítico, donde la comunidad es objeto y sujeto de la investigación y, por lo tanto, la gestora de su propio desarrollo.

Tal como decía en la reflexión anterior, las respuestas institucionales para el desarrollo turístico no deben, como hasta ahora se ha hecho, depender de un organismo centralizado que fije las pautas y las estrategias a seguir, sino que deben estar dadas por problemas presentados por las comunidades, y estar encaminadas a dar lineamientos y coordinar acciones, tanto gubernamentales como privadas, para facilitar iniciativas de esas comunidades, respetando y valorando el ambiente entendido en su dimensión natural y cultural, respetando la diversidad étnica o de cualquier clase. Este planteamiento es reforzado por la Organización Mundial del Turismo (2001), en el artículo titulado “En busca de un turismo socialmente responsable”, cuando expresa:

La asociación francesa Transverses, que aboga por un turismo responsable, estima que el turismo ya no puede hablar de desarrollo sostenible si sólo responde a las necesidades de los turistas y no tiene en cuenta las repercusiones locales. En la actualidad, la introducción de actividades turísticas es producto de acuerdos celebrados entre los Estados y los líderes del sector, pero jamás se consulta a las poblaciones locales.

De allí que en estas reflexiones privilegiemos una serie de actividades que, a nuestro juicio, deben realizarse en pro de ese desarrollo de la actividad turística, a través del modelo turístico sostenible:

- 1 Investigaciones sobre los efectos ambientales y culturales que estén ocasionando el turismo en las comunidades.
- 2 Apoyo gubernamental y del capital privado para consolidar el desarrollo de estas investigaciones y acciones, que ayuden a definir los niveles apropiados y los tipos de actividad a implementar en cada una de las áreas a desarrollar.
- 3 Desarrollar normativas jurídicas acordes con el modelo de turismo sustentable, que contemplen la evaluación del impacto ambiental y cultural, ocasionado por la actividad turística.
- 4 Diseñar e implementar técnicas y procesos de consulta popular para así comprometer a todos los interesados en la toma de decisiones.
- 5 Desarrollar e implementar nuevos indicadores turísticos que definan la actividad en términos de desarrollo sostenible.
- 6 Desarrollar herramientas y técnicas adecuadas para analizar los efectos de los proyectos de desarrollo turístico o actividades conexas sobre las comunidades locales, como parte de la evaluación del impacto cultural y ambiental.
- 7 Crear consejos consultivos que comprometan a todos los interesados.

Sólo en la medida en que trabajemos unidos por el desarrollo de nuestras comunidades estaremos dando repuesta a lo pautado en los principios contenidos en la Carta de la Tierra (2000).³ Respeto y cuidado de la comu-

3 La Carta de la Tierra es una declaración de principios éticos fundamentales para la construcción de una sociedad global justa, sostenible y pacífica en el Si-

nidad de vida; a saber: Integridad ecológica, justicia social y económica, democracia, no violencia y paz, principios que conforme a la misma Carta de la Tierra pueden traducirse en la siguiente frase: *Vivir, convivir, compartir, cooperar, construir*. Hoy día, podemos decir que la humanidad está abocada al cambio y que éste debe conducir, en materia turística, a la creación de una verdadera conciencia, no sólo en la comunidad sino también entre los empresarios y el sector oficial.

Para concluir estas reflexiones sobre la investigación turística y los nuevos paradigmas de investigación, es preciso recordar que el cambio acontecido en la generación del conocimiento científico, en las sociedades, en la economía mundial, así como en las mentalidades nos posicionan de manera diferente, porque esencialmente los elementos que predominan en la actualidad son la complejidad y la incertidumbre, pero a su vez surge también la complementariedad entre las ciencias, especialmente en las llamadas ciencias sociales, lo que sin lugar a dudas en nuestro objeto de análisis (el turismo) nos conducen a que los procesos de investigación, así como el abordaje de cualquier planificación turística se deben realizar en el

glo XXI. Busca inspirar en todas las personas un nuevo sentido de interdependencia global y de responsabilidad compartida para el bienestar de toda la familia humana, de la gran comunidad de vida y de las futuras generaciones. La Carta es una visión de esperanza y un llamado a la acción, se preocupa especialmente por la transición hacia estilos de vida sostenibles y el desarrollo humano sostenible. La integridad ecológica es uno de sus temas principales. Sin embargo, reconoce que los objetivos de la protección ecológica, la erradicación de la pobreza, el desarrollo económico equitativo, el respecto a los derechos humanos, la democracia y la paz son interdependientes e indivisibles. El documento –que ofrece un nuevo marco ético integral inclusivo para guiar la transición hacia un futuro sostenible- es producto de un diálogo intercultural que se llevó a cabo durante una década a nivel mundial en torno a diversos objetivos en común y valores compartidos. El proyecto de la Carta de la Tierra comenzó como una iniciativa de las Naciones Unidas, pero se desarrolló y finalizó como una iniciativa de la sociedad civil. En el año 2000, se concluyó el documento y la Comisión de la Carta de la Tierra, una entidad internacional independiente, la dio a conocer públicamente como una carta de los pueblos, durante una ceremonia el 29 de junio en el Palacio de Paz, en La Haya, Holanda.

marco de un paradigma complejo siendo la estrategia del mismo la transdisciplinariedad. Sólo de esta manera los equipos conformados entre investigadores y actores locales podrán cambiar su concepción, evolucionando desde su propio conocimiento disciplinar o experiencia hacia un abordaje integral del tema, utilizando todas las herramientas que posibiliten la generación de un producto que será validado por los resultados obtenidos.

Este cambio solo se producirá una vez que todos los actores compartan y respeten los principios de solidaridad, respeto mutuo y participación. Desde luego, el turismo sólo puede concebirse como un producto dentro del contexto donde se desarrolla, lo que significa cambiar las líneas de pensamiento dejando atrás los caminos disciplinares para lograr integrar al objeto de la investigación en su contexto, salvaguardando sus rasgos peculiares, respetando la historia de las comunidades donde se desarrollan, sus relaciones y tradiciones, así como las aspiraciones de mantener los atractivos turísticos, entendiendo éstos como la oferta de actividades que implican el uso de un espacio predeterminado que tiene un valor en sí, pero que se transforma por la acción turística. Por lo demás, ello merece avanzar hacia la puesta en valor de lo local, en un proceso de construcción de la identidad de cada zona, como un fenómeno complementario, o sea, en esencia dialógico y recursivo con respecto al mundo global.

El paradigma de la complejidad y el turismo

Una visión integral del turismo: La teoría general de sistemas

Aunque la Teoría General de Sistemas (TGS)⁴ puede remontarse a los orígenes de la ciencia y la filosofía, sólo en la segunda mitad del siglo XX adquiere características de una ciencia formal gracias a los valiosos aportes del biólogo austriaco Ludwig Von Bertalanffi (1901-1972). Al buscar afanosamente una explicación científica sobre el fenómeno de la vida, Bertalanffi descubrió y formalizó algo que ya había intuido Aristóteles y Heráclito, y que Hegel tomó como la esencia de su Fenomenología del Espíritu: todo tiene que ver con todo.

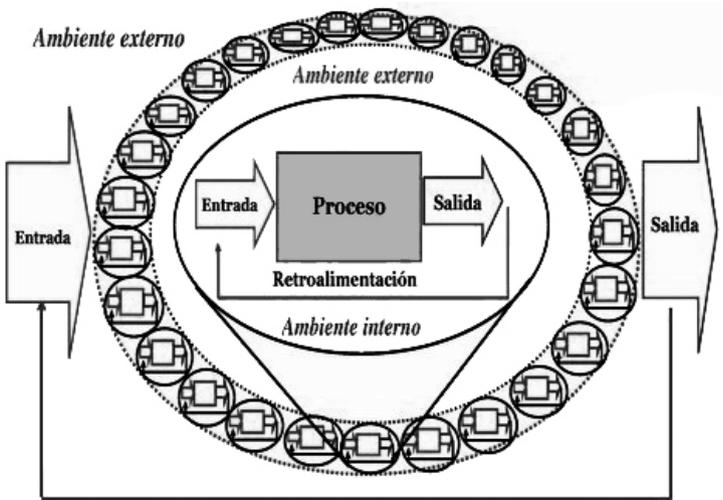
Los logros de Bertalanffi tuvieron el mérito de apuntar al todo y sus partes. Para comprender el funcionamiento de un cuerpo es necesario entender la articulación de sus partes y el rol de éstas en el desempeño global. Así como los sistemas digestivo y endocrino son cruciales para la salud del cuerpo humano, del mismo modo, la ingeniería o las ciencias políticas son cruciales para comprender a la sociedad. Este elemento fue el que sacó a Bertalanffi del eje biológico y lo trasladó al terreno de las organizaciones.

4 La Teoría General de Sistemas (TGS), teoría de sistemas o enfoque sistémico es un esfuerzo interdisciplinario que trata de encontrar las propiedades comunes a entidades llamadas sistemas. Éstos se presentan en todos los niveles de la realidad, pero tradicionalmente son objetivos de disciplinas académicas diferentes.

El austriaco demostró que éstas no son estáticas y que las múltiples interrelaciones e interconexiones les permiten retroalimentarse y crecer en un proceso que constituye su existir. En el continuo de aprendizaje y retroalimentación que mejora las salidas y entradas y perfeccionan el proceso, Bertalanffi desentrañó la vida de las organizaciones.

Fue en el campo organizacional donde las teorías del austriaco lograron sus mayores éxitos. El enfoque sistémico permitió comprender a una organización como un conjunto de subsistemas interactuantes e interdependientes que se relacionan formando un todo unitario y complejo (Figura 1). Cada sistema, subsistema y subsistema desarrolla una cadena de eventos que inicia con una entrada y culmina con una salida. Lo ocurrido entre la entrada y la salida constituye la esencia del subsistema y se conoce como proceso o caja negra y círculo interno.

Figura 1.
Conjunto de subsistemas interactuantes e interdependientes



Como se puede apreciar en la figura 1, las entradas son los ingresos del sistema y pueden ser recursos materiales o humanos, o información. Constituyen la fuerza de arranque de cada subsistema, porque suministran las necesidades operativas. Una entrada puede ser la salida o el resultado de otro subsistema anterior. En este caso existe una vinculación directa. Por ejemplo: bosque → aserradero → depósito de maderas → fábrica → producto final. Nótese que el tratamiento de cada una de las etapas requiere distintos planos organizativos y que todos los productos finales que nos rodean (una mesa o una silla) son el resultado de una cadena de eventos articulados por la acción humana.

El proceso es lo que transforma una entrada en salida, como tal puede ser una máquina, un individuo, un programa o una tarea. En la transformación se debe tener en cuenta cómo ésta se realiza. Cuando el resultado responde plenamente al diseño del programa, tenemos lo que se conoce como caja blanca, en otros casos, no se conoce a detalle cómo se realiza el proceso dado que éste es demasiado complejo. En este caso, tenemos lo que se conoce como “caja negra”.

No se puede pensar en el turismo solamente como una actividad económica o social. Su definición debe abarcar todas sus multidimensiones. De esta manera, en este trabajo, se pretende proponer una nueva división de las teorías sobre el turismo para ayudar a la comprensión de los estudios teóricos realizados sobre este fenómeno característico de la sociedad postindustrial. Con base en la teoría de los paradigmas científicos de Kuhn (2001), es posible identificar tres grupos básicos de autores que buscaron explicar teóricamente el turismo. Sin embargo es necesario señalar que la línea divisoria entre una fase y otra es tan tenue que se hace complejo e incierto clasificar cada una de ellas, ya que muchas veces determinado autor puede estar en una área de transición entre una fase y otra, como es el caso de Krippendorf, quien partiendo del sistemismo avanza en dirección hacia una propuesta más social del turismo; o el caso de Molina, que en sus estudios unas

veces transita por el campo del sistemismo y otras, por el campo de la fenomenología.

La primera fase es la pre-paradigmática; está compuesta por autores que fueron los primeros en sugerir un análisis teórico del turismo sin que estén fundamentados en la Teoría General de Sistemas-TGS. Los nombres más prominentes de este grupo son Luiz Fernández Fuster (1971), Walter Hunziker, K. Krapf (en Fuster 1971), A. J. Burkart y S. Medlik (1974).

Entre la fase pre-paradigmática y la paradigmática hay un área de transición de teorías; es ahí donde se encuentran autores como Salah-Eldin Abdel Wahab (1977) y Raymundo Cuervo (1967), quienes introdujeron la propuesta de analizar el turismo teniendo como base la Teoría General de Sistemas.

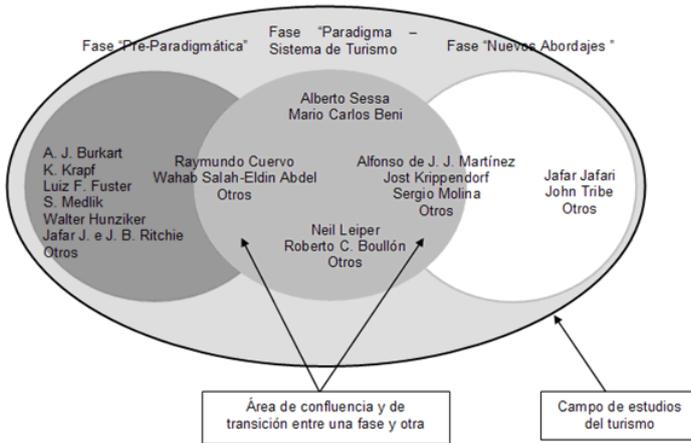
La segunda fase está compuesta por autores que utilizaron la TGS en los estudios turísticos, la cual se constituyó, según se observa, en un paradigma que llegó a ser el llamado Paradigma Sistema de Turismo. Algunos representantes de esta fase son Neil Leiper (1979), Mario Carlos Beni (2001), Alberto Sessa (1985) y Roberto Boullón (2002) entre otros. Se considera que el abordaje sistemático es un paradigma en los estudios turísticos porque la visión sistemática tiene gran difusión, alcance y utilización en los estudios del área e, incluso, en la actualidad es la teoría que mejor explica la dinámica del turismo a pesar de que aún contiene elementos que dificultan la comprensión.

Después de la fase Paradigma Sistema del Turismo existe un área de transición de autores que se sitúan entre la segunda y la tercera fase. Esta área está formada por autores como Jost Krippendorf (1985) y Sergio Molina (1991), quienes están (aún) fundamentando sus estudios en la Teoría General de Sistemas, pero que ya demuestran en sus trabajos propuestas más avanzadas, las cuales se están configurando casi como nuevos abordajes del turismo.

La tercera fase teórica se llama Nuevos Abordajes. Se diferencia de las dos primeras porque propone un análisis diferente e innovador del turismo. Algunos autores de esa fase proponen esquemas e interpretaciones que bus-

can superar el Paradigma Sistema de Turismo, ya sea por medio de la reformulación de la TGS aplicada al turismo, o por medio de la tentativa de recolocar al hombre en el centro de la discusión del turismo. Este grupo está formado por autores como Jafar Jafari (1995) y John Tribe (1997). La figura 2 muestra esas tres fases con las dos áreas de transición:

Figura 2:
Fases teóricas del turismo basadas en la teoría de los paradigmas de Thomas S. Kuhn



La complejidad turística

El turismo como actividad humana es un fenómeno que ha caracterizado al hombre en las distintas etapas de su devenir histórico, pero es a partir de la Segunda Guerra Mundial cuando se ha intensificado su desarrollo, llegando a convertirse en el principal soporte de la economía de muchos países, hecho que ha influido para que haya sido estudiado desde el punto de vista económico, ambiental, social y cultural.

La Revista COTAL (1983) publicó un informe de la Secretaría Permanente de la Organización de Estados Americanos (OEA, 1983:35), sobre el impacto sociocultural del turismo en las Américas, donde expresa que:

El turismo es, entre otras cosas, un elemento tanto de comunicación como de cambio. Aporta nuevas ideas tanto a las sociedades que envían como a las que reciben visitantes, y da impulso a la reestructuración económica y social. Su impacto sociocultural y económico varía mucho, según la medida en que se manifiestan las circunstancias socioculturales, políticas y económicas.

El turismo se ha convertido en México, y especialmente en el estado de Quintana Roo, en un motor importante para el desarrollo de las poblaciones locales y su impacto cultural, social y económico es evidente. Es una actividad que deja una derrama económica significativa, que es empleada para diversas actividades de infraestructura y gestión por parte de los gobiernos nacional y estatal. Podemos señalar que la Organización Mundial del Turismo observa a tal actividad como la industria más prometedora del mundo.

Actualmente, esta actividad aporta el 9% del Producto Interno Bruto (PIB), genera más o menos 7.5 millones de empleos entre directos e indirectos, y es la tercera fuente de ingresos del país. México se encuentra en el décimo lugar en captación de visitantes extranjeros, y en el lugar 19 en cuanto a la derrama. De acuerdo a la base de datos de migración, de enero a diciembre del 2010 hubo un 15% de incremento en el número de visitantes por vía aérea, con respecto a 2009.

Tabla 1
Visitantes vía aérea a México

2008	2009	2010
9.4 millones	8.6 millones	9.9 millones
Variación	- 8%	+ 15 %

Fuente: Instituto Nacional de Migración

Por otra parte, año con año se aprecia el aumento

de los movimientos turísticos tanto internacionales como internos, y se han hecho estudios con resultados positivos que demuestran que si se desarrollan y se gestionan proyectos turísticos de carácter sostenible, amigables con el medio ambiente, se podrían llevar a mejor término y, en consecuencia inmediata, tendrían una contribución significativa al desarrollo económico de las poblaciones en donde se propicien dichos movimientos. El crecimiento turístico del Caribe Mexicano es parte de la expansión de la actividad en el Gran Caribe, donde bajo el modelo masivo de sol y playa, los años ochenta y noventa fueron testigos de un gran crecimiento que generó una competencia entre los destinos. El modelo implica el uso intensivo de los recursos, la inversión primordialmente de cadenas en grandes construcciones y la apropiación del litoral por parte de las mismas (Jiménez y Sosa, 2008).

Los informes de gobierno (2005-2011) señalan que se consolidó al Caribe Mexicano como un multidestino, un gran corredor turístico regional con una diversificada oferta turística a partir de las ventajas comparativas que le otorgan la naturaleza y la historia, fortaleciendo una posición de liderazgo del turismo de naturaleza y del turismo de conocimiento, que abarca los destinos de Cancún, Riviera Maya, Cozumel, Isla Mujeres, Grand Costa Maya, Holbox y Zona Maya. Quintana Roo representa el 13% de la oferta hotelera del país (2010).

Tabla 2
Número de hoteles en el Caribe mexicano

Año	Número de Hoteles
1974	66
1981	178
1987	221
1993	246
1999	509
2005	763

2010	893
2011	908
2012	913
2013	918
2014	917

*Fuente: Secretaría de Turismo de Quintana Roo
(SEDETUR) 2005-2014*

Tabla 3
Número de habitaciones de hotel

Año	Número de Habitaciones
1974	2, 250
1981	8, 492
1987	11, 278
1993	25, 620
1999	39, 922
2005	59, 497
2010	82, 983
2011	83, 236
2012	85, 141
2013	85, 669
2014	86, 874

*Fuente: Secretaría de Turismo de Quintana Roo
(SEDETUR) 2005-2014*

Por otra parte, la complejidad del tema es ampliamente reconocida, así como la necesidad de un enfoque multidisciplinario que permita mejorar el planteamiento formal de su estudio. Graburn y Jafari afirman que “ninguna disciplina por sí misma puede acoger, tratar o comprender al turismo; éste puede ser estudiado solo si se traspasan las fronteras de las disciplinas y si se busca y conforma la perspectiva multidisciplinaria” (Jiménez, 2005). De acuerdo con Gunn (1994), algunas disciplinas en el estudio del turismo son el marketing, los negocios, la administración y las ciencias de

la conducta como la psicología, la antropología, la ciencia política, la planeación, el diseño y el futurismo, entre otras.

El presente siglo trae consigo grandes retos desafiándonos a reconocer la complejidad del territorio en sus diferentes usos. Uno de los retos de este siglo, al trabajar el territorio, es entender la complejidad del desarrollo turístico en cuanto fenómeno social, económico, cultural, ambiental con base sostenible. Reorganizar el territorio considerándolo como espacio para el uso turístico conlleva revalorizar y refuncionalizar los lugares porque se producen nuevas relaciones entre el sistema de objetos y acciones en dichos espacios (Santos, 1996).

De acuerdo con lo expuesto, el reconocimiento de esta complejidad exige trabajar a partir de algunos ejes vertebradores, como lo destacan Botelho, Soares y Ueda (2003), con un enfoque sistémico de las variables físicas, consideradas como soporte natural de los espacios turísticos; el desarrollo de una conciencia crítica que racionalice el uso del territorio y con ello, el uso de los recursos, la base para la planificación y desarrollo sustentable de esta actividad; la investigación y el desarrollo de capacidades que debe concebirse como una labor colectiva y abierta al trabajo interdisciplinar, multidisciplinar y pluridisciplinario y el conocimiento de la organización y funcionamiento de los espacios turísticos a escala local, regional y nacional, como una herramienta alternativa ante el fenómeno de la globalización.

Sin duda, existe una estrecha relación entre el turismo y otros temas, como el económico, el patrimonial, el ecológico y el tecnológico; pero también el carácter dinámico, complejo e incluso dialéctico de la actividad genera que se deba pensar en la construcción de un conocimiento turístico partiendo de un conocimiento no lineal, de allí que es necesario recurrir a lo que Edgar Morín (2001) llama pensamiento complejo, y señala que “es ante todo un pensamiento que relaciona. Es el significado más cercano del término *Complexus* (lo que está tejido en conjunto)”. Este pensamiento complejo, que da origen al paradigma de la complejidad, como expresa Martínez (2006), es un principio de distinciones-relaciones-oposiciones fundamentales entre

algunas “nociones matrices” que generan y controlan el pensamiento, es decir, la constitución de teoría y la producción de los discursos de los miembros de una comunidad científica determinada. Como menciona Martínez (2006),

una transformación fundamental de nuestro modo de pensar, recibir y valorar la realidad”, signada por un mundo global que interconecta pensamientos y fenómenos, sucesos y procesos, y donde los contextos físicos, biológicos, psicológicos, lingüísticos, sociales, económicos, ambientales, son recíprocamente interdependientes.

Las sociedades y los territorios, en tiempos globales, son complejos en tanto se hallan contruidos e interviene en ellos una multiplicidad de elementos y factores de origen natural, social, político, económico, cultural, jurídico, tecnológico, étnico y religioso, entre otros. Gurevich (2005) dice que los procesos complejos son multidimensionales -en tanto abarcan al conjunto de las dimensiones de la vida social y a sus múltiples interrelaciones-, multisectoriales -que implican variadas escalas temporales y espaciales para su análisis y resolución-. También resultan multijurisdiccionales -al requerir normas para la gestión y gobierno de un conjunto amplio de actores, decisiones y regulaciones. Por ello, compartimos la opinión de Panosso Netto (2005) cuando expresa: “Para la creación de una epistemología del turismo es necesario el esfuerzo de incontables investigadores articulados en grupos, debido a la profundidad y complejidad de los problemas que vayan a ser abordados”.

De acuerdo con Castillo y Panosso (2010), es tal la complejidad del turismo que un examen somero de su problemática está íntimamente ligado al principio de incertidumbre. Y así vemos cómo en este contexto al turismo le sobrevive un fenómeno de magnitud internacional que se vincula con su desarrollo: la concentración del poder económico en empresas multinacionales que contro-

lan económicamente su actividad, lo que incide en la toma de decisiones no sólo de las operadoras que dirigen, por así decirlo, el flujo de las corrientes turísticas, privilegiando a uno u otro según sus intereses económicos y políticos, sino en las políticas turísticas de los países receptores que deben adecuarse a las exigencias del mercado, vulnerando en muchas ocasiones su soberanía y autonomía.

Lo anterior, nos lleva a decir que el turismo debe abordarse desde una visión transdisciplinar, pues no sólo se nutre de muchas disciplinas, sino también es experiencia y ésta, como indica Panosso (2005), “no puede ser analizada, desconectada del momento místico y de lo que ‘irá a ser’ del turista, porque el turista tiene conciencia de su ‘yo’, su ser a través del tiempo y de la historia”, por ello la transdisciplinariedad resulta básica para el quehacer turístico; es una visión que permite ubicar al turismo como un producto dentro del contexto, con lo que se lograría integrar el sujeto y el objeto de la investigación salvaguardando sus rasgos característicos, respetando el patrimonio natural y cultural de las comunidades que constituyen la base de los atractivos turísticos, en un espacio predeterminado que tiene un valor en sí mismo, pero que se transforma en el contexto cuando es objeto de la oferta y de la demanda turística.

Un enfoque interdisciplinario del turismo

El turismo ha sido visto desde siempre, como una materia de estudio que requiere acercamientos a partir de múltiples disciplinas. Si bien en la actualidad señala desde diferentes campos, es frecuente que la mayoría de las investigaciones centren sus temas en áreas específicas, haciendo que los resultados se atomicen, dejando de lado la visión holística del fenómeno y evidenciando la carencia de interdisciplinariedad.

Se sugiere que el turismo, como objeto de estudio, tiene enormes posibilidades para convertirse en una materia útil para comprender y explicar muchos de los paradigmas de la actualidad, sin embargo esta oportunidad frecuente-

mente se pasa de largo. El estudio científico del turismo es de naturaleza multidisciplinar e interdisciplinaria, dado que el sujeto-visitante-turista está inmerso en un ambiente dependiente de influencias de diferentes paradigmas y tendencias dentro de la dinámica de un contexto globalizado. El turismo es una multidisciplina movilizadora e integradora, transversal, de otras disciplinas y saberes que se nutren recíprocamente, política, comunicación, ética, arquitectura, geografía, educación, medicina, derecho, ingeniería, psicología, estadística, economía y ecología, entre otras.

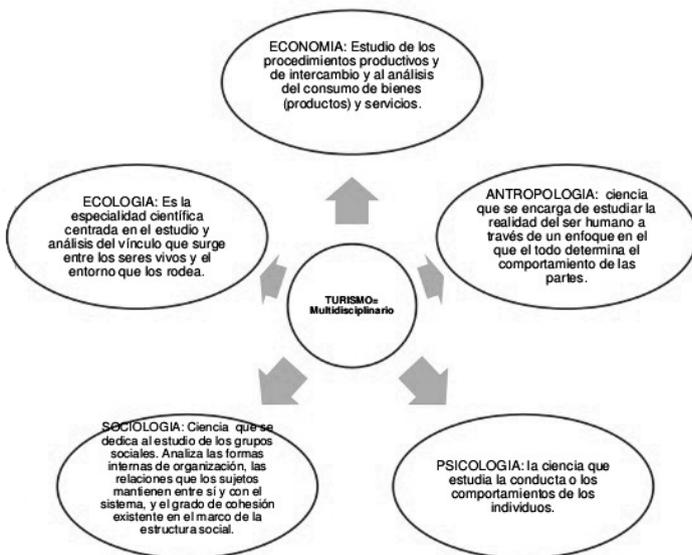
Es importante considerar que la interdisciplinariedad es un término que expresa la cualidad de ser interdisciplinario. Un campo interdisciplinario es un campo de estudio que cruza los límites tradicionales entre varias disciplinas académicas o entre varias escuelas de pensamiento, por el surgimiento de nuevas necesidades o la elección de nuevas profesiones. En principio, el término «interdisciplinario» se aplica en el campo pedagógico al tipo de trabajo científico que requiere metodológicamente de la colaboración de diversas y diferentes disciplinas y, en general, la colaboración de especialistas procedentes de diversas áreas tradicionales. Si bien para algunos el turismo se comenzó a estudiar en los años treinta, no es sino hasta finales de los años setenta cuando se inicia la construcción de un espacio específico en la investigación: desde una aproximación principalmente antropológica y sociológica, diferentes autores planteaban la importancia de su análisis: sea por su fuerte influencia económica y social en las comunidades en que se establece (Cohen, 1984; Nash, 1981), su relación con el viaje, la movilidad y las actitudes que surgen del intercambio entre huéspedes y anfitriones (Butler, 1980; McCannell, 2003) o por lo que algunos consideran su participación en procesos de colonización, “desarrollo” e influencia “metrópolis-periferia” (Nash, 1981).

En los estudios turísticos, la tendencia dominante está representada por los clásicos trabajos estadísticos, econométricos, socio-descriptivos y etnoantropológicos de corte cuantitativo-mensurable. Al respecto, Castillo (2005) plantea que “la búsqueda del disenso, de la con-

tradicción y de la ruptura nos permitirá aprovechar todo aquello que pueda despertar y sugerir la originalidad, eliminar dogmas y edificar nuevas teorías”. Las fronteras disciplinares tradicionales reconocidas por los investigadores están cada vez más en entredicho porque no se corresponden con la complejidad, las ramificaciones y la diversidad que despliegan los científicos.

En la investigación científica, el aumento de las especialidades fisura las disciplinas académicas. Además, entre disciplinas vecinas hay espacios vacíos y terrenos inexplorados en los que puede penetrar la interacción entre especialidades y campos de investigación por hibridación de ramas científicas (Dogan, 1998, en Castillo, 2005).

En ciencias sociales, en general, y en turismo, en particular, no podemos aferrarnos a una idea unívoca respecto a la construcción de conocimiento, pues las fronteras se tornan difusas. El reto estriba en cómo planteamos los objetos de estudio que se reconozcan como turísticos y la participación inter, multi y/o híbrida que le dé un sentido nuevo a lo que se pretenda abordar. Racimos de áreas de



Fuente: Castillo Nechar (2005)

investigación conexas constituyen especialidades a cuyos miembros une un mismo interés por un tipo concreto de fenómeno o método. A su vez, las disciplinas se componen de un racimo de especialidades.

La producción de conocimiento turístico requiere una renovación de lo convencionalmente entendido como turismo. Esta definición debe abordarse de manera interdisciplinaria y multidisciplinaria y basarse en estrategias metodológicas adecuadas. La interpretación y análisis de la relación del turismo con los aspectos socioculturales, se han dado a partir del estudio de escasas variables, debido a su definición tradicional. El modelo convencional desvaloriza las facetas socioculturales del turismo por su criterio estandarizado, masificado y consumista.

Los imaginarios turísticos y el territorio

De los lugares a los no lugares

El lugar es una porción de espacio apropiable para la vida; es vivido, reconocido y posee identidad. Tiene densidad técnica, comunicacional, informativa, normativa, simbólica y turística. El lugar es, en esencia, un producto humano que se crea y reproduce en la relación entre el espacio y la sociedad, entre lo singular y lo colectivo. Esta relación establece las bases para la creación de una identidad propia de la comunidad del lugar. La identidad se da por medio de formas de apropiación que originan otras establecidas por los sujetos. Guarda en sí el movimiento de la vida en cuanto dimensión del espacio-tiempo, pasado y presente. Por lo tanto, la comunicación del lugar tiende a la nominación (Castrogiovanni, 2007). Santos (1996) dice que “el lugar se define como un punto donde se reúnen conjuntos de relaciones, y un nuevo modelo espacial se puede dar sin que las cosas se modifiquen o cambien de lugar”.

El lugar es producto de las relaciones humanas, por lo tanto, del diálogo entre los hombres, entre los elementos de la naturaleza. Este proceso se conoce como relaciones sociales que se materializan en las vivencias garantizando la construcción de una red de significados y sentidos, es decir, de comunicación. El lugar parece ser la unión de los sujetos a través de la complementariedad de las diferencias. El turismo valoriza las diferencias que están legitimadas por ciertos patrones globales. El lugar

existe por ser, al mismo tiempo, local y global. Hay un (re) descubrimiento del lugar a través del turismo. Al parecer, el espacio turístico se confunde con el lugar. Habría que ver si el primero es el lugar turístico.

De acuerdo con lo que señala Santos (2004), cuanto más se globaliza el (los) lugar(es) más singular y específico se vuelve, más único. Esto se debe a la especialización desenfrenada de los elementos del espacio –hombres, empresas, instituciones, medioambiente–, a la disociación siempre creciente de los procesos y subprocesos necesarios para una mayor acumulación de capital, a la multiplicación de las acciones que hacen del espacio un campo de fuerzas multidireccionadas y multicomplejas, donde cada lugar es extremadamente distinto de otro, pero también claramente ligado a todos los demás por un nexo único, dado por las fuerzas motrices del modo de acumulación hegemónicamente universal.

El lugar es un punto del mundo donde éste se concreta. Es parte de un todo, no es el todo pero por su densidad e interactividad social juega un rol importante en el todo y, algunas veces, representa más que el todo. Esta observación lleva a pensar que la menor agitación en el lugar puede sacudir al mundo. El lugar es un conjunto de posibilidades frente al mundo (Santos, 2004).

La producción material de los lugares es causa y consecuencia de la producción inmaterial del turismo. Así, el lugar turístico se vuelve un producto de la ciencia y la tecnología con un contenido informativo e ideológico que es comercializado. Aparecen, de esta forma, elementos del medio técnico-científico-informativo (Silveira 1997).

Augé (2008) observa que entre el visitante/turista y el lugar se produce una ruptura que le impide al primero ver al segundo, al tiempo que intenta llenar este vacío con información. La nominación propia del lugar le impone una obligación desde el otro, o sea, que el turista no participa de esta significación. Los significados por sí solos parecen bastar para producir en el lugar un no-lugar o entre-lugar, ya que transforman los lugares en pasajes simbólicos. Muchas de las intervenciones mediáticas de

los procesos de comunicación al emplear ciertas imágenes y utilizar algunas simbologías referentes al lugar, parecen no contribuir para que el visitante comprenda su historia, sus formas, sus singularidades. Esto se dirige a lo que es la constitución de un no-lugar que, según Augé (2008), puede ser

tanto las instalaciones necesarias para la circulación de personas y bienes (rutas, caminos, vías, aeropuertos) como los propios medios de transporte o los grandes centros comerciales, o hasta los campos de refugiados.

El no-lugar parece ser la simple negación del lugar. El lugar y el no-lugar son polos opuestos: el primero no se acaba completamente, y el segundo nunca se realiza totalmente. El no-lugar se diferencia del lugar no sólo por su forma en su proceso de constitución. Ambos son fruto de construcciones sociales, pero el no-lugar está hecho a medida de la época. Habría que probar o no si el turista al negar el lugar construye inmaterialmente un no-lugar turístico.

Augé (2008) observa que el espacio es un lugar donde se cruzan fuerzas motrices. Son los sujetos que circulan los que transforman el espacio con su forma geoméricamente definida por el urbanismo propuesto en el lugar. El no-lugar es, por lo tanto, la ausencia del lugar en sí mismo. La falta de formalización específica que da existencia al lugar crea el entre-lugar. El lugar existe también por las propias contradicciones que encierra en sí. El no-lugar parece ser un estado donde la realidad del lugar se esfuerza para reproducir la ficción de la inexistencia de las contradicciones. Su lógica responde a que los sujetos no se detienen. El entre-lugar parece ser el lugar visitado por el turista en un cierto tiempo, es decir, hay una apropiación parcial del mismo.

Existen espacios donde el sujeto se coloca como espectador sin que la naturaleza del espectáculo le importe realmente. Como si la posición del espectador formara parte de la esencia del espectáculo, como si el espectador en posición de espectador fuese su propio espectáculo.

Para Augé (2008), “el espacio del viajero sería el arquetipo del no-lugar”, ya que el viaje construye una relación ficticia entre el mirar y el paisaje. Esta relación que ocurre a partir de formas simbólicas como fenómenos, acciones, rituales, manifestaciones verbales significativas, crea otro espacio intermedio producido y empleado por sujetos inmersos en una temporalidad. Este espacio intermedio que se establece entre el lugar y el sujeto parece ser no un no-lugar sino un tercer espacio, un entre-lugar.

Marc Augé (2008) permite reflexionar sobre los no-lugares que no existían en el pasado. Son espacios propiamente contemporáneos de confluencia anónimos, donde personas en tránsito deben instalarse durante algún tiempo de espera, sea a la salida del avión, del tren o del metro. Apenas permiten un furtivo cruce de miradas entre personas que nunca más se encontrarán. Los no-lugares convierten a los ciudadanos en meros elementos de conjuntos que se forman y deshacen al azar y son simbólicos de la condición humana actual y más aún del futuro. El usuario-turista mantiene con esos no-lugares una relación contractual establecida por el billete de tren, de avión o crucero y no tiene en ellos más personalidad que la documentada en su tarjeta de identidad. Con este enfoque, Augé abre nuevas perspectivas para una antropología de la sobre modernidad, que podría ser también una etnología de la soledad de la condición humana contemporánea.

El imaginario turístico

Los imaginarios turísticos requieren definiciones multidimensionales, que tengan en cuenta el conjunto de la cadena de producción turística. Si sus definiciones se refieren fundamentalmente a un imaginario de lugares geográficos en los que se desarrolla la actividad turística, esto implicaría un error al descuidar los imaginarios ligados a las prácticas o a los actores turísticos.

Los imaginarios turísticos representan una parte específica de la visión del mundo por parte de los individuos o de los grupos sociales, tanto en lo que concierne

a los lugares distintos a su residencia principal como en lo referente a contextos en los que podrían desarrollarse ciertos tipos de actividades de ocio. Muy a menudo estos imaginarios de otros lugares y de otros pueblos están profundamente arraigados, derivados de las primeras e íntimas experiencias en el seno de la familia, o de visiones del mundo, de los pueblos y de los lugares aprendidas desde la enseñanza primaria (Graburn, 2000). Así, los imaginarios pueden ser a la vez idiosincráticos o familiares, compartidos culturalmente. Pueden ser inculcados a una edad tan temprana que formen parte de las actitudes inconscientes que Bourdieu (1984) denomina *habitus*.

Los imaginarios de un lugar o de un circuito se forman a partir de la lenta sedimentación de imágenes construidas a veces desde los orígenes del desarrollo turístico de esos espacios. Panorámicas, grabados, relatos de viajes han participado desde los comienzos del turismo en la consolidación de los lugares turísticos. Producidos por artistas, eruditos, científicos e intelectuales en un principio, y destinados a élites internacionales antes de ser asumidos por los discursos populares, los imaginarios se hallan siempre en el origen de sus representaciones mentales, caracterizando los destinos turísticos, y no sólo parcialmente.

Por otro lado, el análisis de la temporalidad puede ser de gran valor para el estudio de los imaginarios, puesto que sitúa en el centro de atención los elementos que intervienen en su modelado y reorientación de forma deliberada, sea de manera instrumental o no. Este análisis identifica permanencias y rupturas, coincidencia y disonancias, el impacto de los nuevos actores que intervienen progresivamente en el escenario turístico: las mismas poblaciones, los intermediarios, los grandes personajes locales, las figuras del exterior.

Finalmente, el análisis de los imaginarios y de sus fundamentos ideológicos, estéticos, filosóficos y políticos permite seguir la trayectoria turística de cualquier lugar: ¿Cómo ha llegado a ser turístico? ¿Cómo evoluciona en los imaginarios de los viajeros? ¿Cómo, por el contrario, permanece estancado en su imaginación, incluso cuando se han producido importantes cambios? ¿De qué manera

un mismo destino es representado mentalmente por las diferentes culturas nacionales? O ¿Cómo lo es dentro de una misma nacionalidad por las diferentes clases sociales, sexos o grupos de edad?

Para Hiernaux (2012), el turismo presenta cinco imaginarios dominantes y gracias a ellos (o a la mezcla de ellos), la actividad recreativa es una pieza clave en el engranaje de la sociedad contemporánea. El primer imaginario es el deseo por regresar a la naturaleza y a los ambientes prístinos, en donde los paisajes de valor ambiental son demandados por los turistas. Este deseo por conquistar lo natural encuentra en el mar o la montaña espacios privilegiados para la práctica turística.

El segundo imaginario se vincula al ‘sol y playa’, una modalidad de heliotropismo que favorece el turismo masivo bajo el argumento del descanso, lujo, glamour y placer, mezcla de aspiraciones que favorece el éxodo a las costas con el ánimo de recuperar el paraíso perdido. Esta modalidad, en entredicho recientemente, sigue siendo recurrente entre las preferencias de los viajeros y paseantes.

El imaginario de la ‘buena vida’ constituye la tercera modalidad de práctica recreativa. Los viajeros se desplazan para disfrutar de las mejores creaciones de la humanidad, ya sea en la gastronomía, arte, degustación enológica, consumo en prestigiosas casas comerciales, y traslado en lujosos medios de transporte. Así, el turista aspira a acceder a esa buena vida aunque sea en fracciones de tiempo y espacio, gracias a la masificación de la industria recreativa global. Este imaginario lúdico es altamente selectivo, se aspira a la distinción y exclusividad encontrando nuevos nichos de mercado en donde la demanda conduce a la oferta.

El cuarto imaginario del turismo se refiere a la competencia, al espíritu de renovación de bienes y productos. Es por ello que los hoteles se clasifican en “estrellas” o los restaurantes adquieren categorías diferenciadas en la prestación del servicio. Entre los turistas contemporáneos existe un ánimo de clara competencia en donde lo relevante ya no es el viaje más caro, sino el más lejano. Este exotismo geográfico atrae a miles de viajeros, quienes buscan llegar a la montaña

más apartada, a la playa más virgen o al mismo espacio sideral, como ya lo aventura el incipiente turismo espacial.

Finalmente, el quinto imaginario se refiere al redescubrimiento de lo urbano como atractivo exótico. Esta vivencia cultural genera que los turistas disfruten de museos, ópera, teatro, recorridos entre barrios singulares y comercio en tiendas especializadas. Al respecto, se vuelve a mencionar el caso de París, un destino cuya base económica no es esencialmente turística, pero que cada año recibe a millones de paseantes deseosos de caminar por sus calles, fotografiar sus símbolos y deambular por los escenarios icónicos imaginados.

Como se ha argumentado en párrafos anteriores, el turismo es la actividad esencial para cumplir los sueños y fantasías de los viajeros. En el caso de los sueños, más que un estado de reposo se refiere a uno de conciencia, un “soñar despierto” para navegar en otros sitios, evadiendo el mundo material, buscando construir espacios virtuales, oníricos en entornos imaginados. Las fantasías se refieren a las experiencias de recorrer el mundo, plasmadas en elaboraciones mentales que recrean los estados de vida deseables. Este concepto ha sido un motor clave en el fortalecimiento de la vocación del turismo, ya que el ser humano desea vivir dimensiones de ficción para hacer llevadera la monotonía de la vida cotidiana.

Los viajeros construyen múltiples elaboraciones mentales que alientan los imaginarios y se enriquecen con ellos. Para calibrar la importancia del turismo, vale la pena incorporar la dimensión subjetiva de la actividad recreativa con el ánimo de comprender sus múltiples facetas en la sociedad actual. “El estudio geográfico de los signos, de las representaciones, de las imágenes solo tiene efecto si, de hecho, plantea los mecanismos de la territorialidad y del espacio vivido” (Séneca, 1992).

El imaginario turístico es productor de lugares turísticos que se convierten en símbolos territoriales a partir de los cuales cristaliza la identificación colectiva nacional. En efecto, la política turística de uso y aprovechamiento del litoral quintanarroense, protegido bajo diferentes estatutos,

debe ser considerada como el fruto de la estrategia para el desarrollo del turismo, caracterizada por la producción y la difusión de representaciones y de una retórica articulada en torno a la noción de imaginario turístico, punta de lanza del proceso de calificación del territorio, que garantiza la inscripción de la nación en un lugar valorizado y valorativo, y contribuye a especializar y materializar una identidad. El imaginario turístico está, de esta manera, en el corazón del proceso de apropiación y de delimitación del espacio. Así que podemos señalar que:

- 1 La construcción del imaginario del turismo es compleja, subjetiva, intervenida por la transferencia tanto de impresiones subjetivas captadas a través de experiencias de vida, como de datos recogidos de otra persona o medios de comunicación.
- 2 Las construcciones de imaginarios turísticos entre sociedades centrales y periféricas son totalmente distintas.
- 3 Cada sociedad construye sus imaginarios turísticos a partir de su historia, su experiencia social, su economía, sus relaciones internacionales y sus contextos internos.

En primer lugar, como aproximación más inmediata, se hace evidente la trascendencia de esta relación ante la importancia esencial que alcanza la variable territorial en todo el desarrollo de la actividad turística, en tanto que el disfrutar de la “experiencia de vida” en espacios diferentes al propio resulta su fin último.

Territorio y turismo

Los elementos territoriales constituyentes del destino turístico (clima, relieve, medio ambiente, núcleos urbanos y tipologías arquitectónicas, sistema de articulación, paisa-

je, patrimonio, etc.) representan los recursos primordiales para la conformación de productos turísticos.

Asimismo, la calidad de dichos elementos territoriales resulta básica para establecer el grado de competitividad de los diferentes destinos, tendencia que se ha visto acentuada durante los últimos años por la propia evolución de la actividad turística. Efectivamente, y sin ser éste el momento de plantear la cuestión en toda su extensión, el sector experimenta en la actualidad un profundo cambio en las claves esenciales que definen su modelo de funcionamiento (Marchena, 1998). Esta evolución presenta como uno de sus rasgos más característicos el reforzamiento de aspectos con un notable componente territorial, como serían la calidad ambiental en sentido amplio, la oferta dotacional, el paisaje, la escena urbana, el diseño de rutas turísticas que superen la inmovilidad del turista pasivo tradicional, etc.; en definitiva, la búsqueda de lo genuino y diferenciado, de la “autenticidad territorial” que distinga a un espacio-destino frente a la estandarización de otros.

Esta relación de los aspectos territoriales con el nivel de competitividad alcanza una manifestación más sensible en el caso de la superación de la capacidad de carga o acogida de los espacios turísticos. Es ya ampliamente reconocido que si se supera un límite sostenible en el consumo de los recursos de ese territorio (suelo, agua, paisaje, espacios naturales, entre otros), se produce la degradación del propio espacio turístico, entrando en el círculo vicioso de la obsolescencia del destino: pérdida de segmentos de demanda cualificados -reducción de ingresos-, búsqueda de mayor número de turistas aunque de menor nivel -incremento de la presión y degradación-, pérdida aún mayor de competitividad.

Para caracterizar específicamente el territorio turístico conceptual nos serviremos del procedimiento para racionalizar la conformación del espacio, según Lefebvre (1991), cuando lo pautó en tres procesos: las prácticas espaciales, las representaciones del espacio y los espacios de representación. La primera se refiere a las formas en que generamos, utilizamos y percibimos el espacio, y tiene que ver con los

procesos de sedimentación; la forma en que la experiencia ha identificado el espacio concreto. Estas prácticas espaciales están asociadas a las experiencias de la vida cotidiana y las memorias colectivas respecto a formas de vida diferentes, más personales e íntimas actuando de potencial de resistencia de cara a la invasión de nuevos espacios concretos, de procedencia o influencia exógena.

El segundo, las representaciones del espacio, se refieren a los espacios concebidos y derivados de una lógica particular y de saberes técnicos y racionales, un espacio conceptualizado, el espacio de científicos, urbanistas, tecnócratas e ingenieros sociales (Lefebvre,1991:38). Estos saberes están vinculados con las instituciones de los poderes dominantes y con las representaciones normalizadas generadas por los sistemas y subsistemas de la sociedad, representados por espacios legibles como, por ejemplo, mapas, estadísticas u ofrecimientos del mercado y su presentación publicitaria, en un ejemplo apropiado para el interés de esta comunicación.

En tercer lugar, Lefebvre llama espacios de representación a las resistencias que se levantan contra las representaciones del espacio, descrito en la pauta segunda. De modo que los espacios de representación que se oponen a la presión de los sistemas y subsistemas son los espacios vividos que refieren formas de conocimiento local y menos formal; son dinámicos, simbólicos y saturados de significados construidos y modificados en el transcurso del tiempo por los actores sociales.

La esquematización de este proceso de racionalización del espacio en las tres pautas descritas, se reconoce en paralelo con el espacio/territorio de nuestra proposición. La primera pauta, el proceso de racionalización espacial y, por tanto, de caracterización del espacio, tiene que ver con la generación y proyección de nuestras preferencias, nuestras motivaciones; estará relacionado con la caracterización de ese espacio concebido que llamaremos “territorio turístico conceptual”. La segunda pauta, las representaciones del espacio, se reconoce en ese sistema de relaciones institucionales, de ofrecimientos y ofertas del mercado que buscará ajustarse a las motivaciones de la

persona, centro generador del espacio y territorio turístico conceptual. Por último, lo que Lefebvre llama espacios de representación, en el sentido de las resistencias a las representaciones del espacio, aquí las podemos reconocer desde las propias resistencias íntimas, prejuicios o malas informaciones o experiencias anteriores, hasta la irrupción de mercados o nuevos espacios o territorios conceptuales competitivos.

Así pues, el territorio turístico como constructo mental que tratamos de conceptualizar, se explica desde la esquematización funcional de Lefebvre: la motivación o interés turístico genera una expectativa mental que se vislumbra posible en un espacio conceptual; viene delimitado por las relaciones objetivas en ese espacio mediante la oferta de posibilidades de cumplir las expectativas; y finalmente, las resistencias que actúan modulando la acción del viajero se concretan en la síntesis de experiencias pasadas, en el plano interior, y en la vitalidad de las ofertas competidoras, por lo que respecta al plano exterior, en el sentido de la incidencia que éstas tendrán sobre la decisión final del turista en emprender el viaje.

El geógrafo británico Richard Sack (1986), por su parte, propuso definir la territorialidad como “el intento por parte de un individuo o grupo de afectar, influenciar o controlar personas, fenómenos y relaciones, a través de la delimitación y el establecimiento de un control sobre un área geográfica”. Esta definición de territorio implica, de entrada, el despliegue de estrategias y, también, una cierta movilidad ya que, a su vez, un lugar puede ser territorio en un momento dado y en otro no. Añade Sack, “los territorios requieren un esfuerzo constante para su establecimiento y mantenimiento y, consecuentemente, son el resultado de estrategias para afectar, influenciar y controlar personas, fenómenos y relaciones”.

Si aceptamos esta argumentación, el territorio adquiere sus límites cuando éstos son utilizados para afectar el comportamiento, mediante el “control de acceso” que se realiza por parte de una “autoridad” que demarcaría límites con el fin de modelar, influenciar o controlar actividades.

Desde nuestro punto de vista, el control de acceso se traduce, por un lado, en el campo de las motivaciones del turista en diseñar su territorio turístico conceptual de elección, aquella tipología de turismo que desea practicar y, desde el otro lado, el control de acceso se produce cuando las ofertas de tipologías turísticas crean los límites del territorio turístico conceptual capaz de motivar al turista para que se movilice.

No estaría lejos esta visión de la teoría de Sack, cuando se refiere a que en la medida en que la territorialidad humana posee un carácter estratégico, se ubica en el contexto de las motivaciones y objetivos humanos. Este concepto apunta a incluir tanto las perspectivas de los controlados, como de aquellos que ejercen el control en una misma jerarquía de territorialidad; siendo así que la definición formal de territorialidad sugiere tanto el “qué es” como lo que “puede hacerse”. Y desde esta afirmación cabe esquematizar tres líneas de relación que muestran su lógica y efectos significativos.

En primer lugar, la territorialidad debe incluir una forma de clasificación por área, ya que no se define el control por las cosas que controla sino por el área bajo control que incluye cosas. En nuestra particular proposición, eso se traduce porque el territorio conceptual turístico se define por la motivación que moviliza al turista para disfrutar de aquellas cosas que se dan en su marco territorial (conceptual), no sólo por aquello que buscaba cuando definió, en un principio, su campo de interés.

En segundo lugar, por definición, la territorialidad debe contener una forma de comunicación (puede incluir una marca o señal, como en un límite, también una persona puede crear un límite al señalar con el dedo). El límite territorial, para Sack, puede ser la única forma simbólica que combina una proposición sobre la dirección en el espacio y una proposición sobre la posesión o la exclusión. En nuestra consideración, la forma de comunicación es el lenguaje publicitario; la imagen de marca que se haya generado y que representa y simboliza ese territorio conceptual.

En último lugar, Sack plantea que cada caso de territorialidad debe incluir un intento de reforzar el control

sobre el acceso a un área, o a cosas dentro de esa área o a cosas fuera de ella, través de la retención de las que están dentro. También, en esa tercera pauta de definición territorial, se reconoce la identidad aplicada al territorio turístico conceptual. En efecto, la marca de nuestra oferta turística, la singularidad de esa especial oferta trata de mostrarse exclusiva, privativa, identificando a turistas y a mercados.

Lopes de Souza (1995) desarrolla la teoría del territorio como el espacio determinado: “relaciones de poder que definen un límite y que operan sobre un sustrato referencial”. El territorio es definido por relaciones sociales que adoptan tres categorías bien diferenciadas: El territorio puede estar relacionado y queda definido por la implantación en él de estructuras jurídico-políticas, culturales-simbólicas y económicas. Aquí nos interesa resaltar las dos últimas. En efecto, a la hora de definir un territorio turístico conceptual nos van a afectar las relaciones culturales-simbólicas, es decir, la información y la percepción que llega a quien define, en una relación biyectiva, ese marco territorial conceptual turístico y esa realidad territorial desde el punto del mercado. Vemos, pues, que la conceptualización de territorio que tiene Lopes de Souza nos sigue permitiendo manejar ese concepto referido a la proposición del discurso que se sigue.

En su trabajo sobre territorio y globalización, Haesbaert y Limonad (2007) retoman a Castells al referir que “el territorio puede ser una noción más amplia que lugar y red, pero también confundirse con ellas y que una red puede ser tanto una forma de expresión/organización del territorio como un elemento constitutivo de él” (Castells, 1987). Continúan indicando “que un lugar, en tanto espacio caracterizado por la contigüidad y por eso de copresencia (inmediatez, desde la intención de nuestro propósito), es una manifestación del territorio, y un lugar donde se privilegian”.

Efectivamente, por un lado, la noción de territorio puede aplicarse a otros ámbitos más allá del físico o el virtual, el campo conceptual; por otro, que territorio pue-

de expresarse por su estructura formal, la motivación o el mercado de las distintas tipologías del turismo que se organizan en estructuras reconocibles y, por último, que es un lugar donde se privilegian los flujos y las redes. Análogamente, en la conceptualización de territorio turístico se dan interacciones entre los diversos agentes, sujeto turista, sujetos mercados, condicionantes periféricos y circunstancias ajenas que ejercen determinadas presiones.

Coincidente con Harvey (1989), Haesbaert y Limonad (2007) hablan de territorios conferenciados por las relaciones políticas, culturales, sociales y económicas, de las esferas locales, regionales, nacionales e internacionales, que se asocian constantemente a dinámicas que implican simultáneamente procesos de desterritorialización y reterritorialización. Sugiriendo que, al mismo tiempo que ciertos actores pierden poder sobre ciertos ámbitos geográficos, otros van construyendo sus espacios de ejercicio de dominio político y económico, de manera que muchas veces se yuxtaponen las prácticas de los distintos actores políticos y/o económicos. Eso implica, también, la desestabilización de anteriores jerarquías escalares, de manera que los territorios (ahora nos referimos a nuestra propuesta conceptual) se definen por una categorización indeterminada que, además, es inestable, mudable y sujeta a múltiples interferencias, provenientes de territorios contiguos de similar escala, de mayor o menor jerarquía o rango.

Haesbaert y Limonad (2007), así como otros autores, destacan que “tanto el capital como las prácticas sociales –estrategias de comunicación-, construyen sus geografías en forma de red... se organizan a través de unos nodos y arcos de transmisión materiales e inmateriales. A través de la red circula información, personas, mensajes y valores” (Santos, 1996). Pero, la red que rompe con la contigüidad espacial establecida entre lugar de relaciones sociales y espacio físico, lejos de romper con las referencias espaciales se asienta en ellas cuando requiere de una georreferencia que personaliza al sujeto que capitaliza la acción. También, nuestra definición de territorio conceptual comparte con el territorio-red su no contigüidad espacial entre el campo

de relaciones sociales/motivaciones e interés y el espacio físico, y la “red” se asienta en el espacio físico, donde se produce la satisfacción de la motivación del viaje; donde se concreta la oferta, el mercado.

Otros autores, como Castro *et al* (1995), llaman a esto “de red” o territorio-red. En términos gráficos, los territorios continuos podrían ser caracterizados por superficies y los discontinuos por puntos. En estos últimos, los espacios son presentados en diferentes escalas o niveles de análisis. De modo que un territorio es un conjunto de puntos en red en una escala determinada, donde cada punto representa un “territorio continuo”, con forma y estructura propias y en una escala de una menor dimensión (Schneider, 2006). Ese territorio virtual, expresado como territorio red en la cita, se asemeja a nuestra proposición de territorio turístico conceptual porque, como aquél, exige una georreferencia de ambos centros (emisores y receptores), turistas motivados y ofertas de destinos; y, como los espacios red, cabe comprenderse desde escalas diferentes, nodos y supernodos.

En definitiva, los territorios conceptuales, como los territorios-red, serían discontinuos porque no poseerían contigüidad conceptual, ya que cada categoría o tipología definiría territorios distintos; ni espacial, desde la consideración que el asiento o georreferencia de cada cual sería espacialmente diverso. Pero cada territorio conceptual podría ser considerado como “puntos red”, en una escala determinada, donde cada punto representa un territorio continuo, con forma y estructura propias y en una escala de una menor dimensión, mientras que en su conjunto conforma un territorio de mayor escala.

Recopilando esta idea, utilizando el razonamiento de la geógrafa Iná Elías de Castro, “los territorios-red (en nuestra proposición, territorios turísticos conceptuales), serían articulaciones entre espacios de diferentes escalas, en que en la escala local está la información factual (el campo de las motivaciones), la valorización de lo vivido, la tendencia a la heterogeneidad, los datos individuales o desagregados, los fenómenos manifiestos; del otro lado,

en la escala regional o global, (el mercado) está la información estructurante, la valorización de lo organizado, la tendencia a la homogeneización o la diversificación, los datos agregados, los fenómenos latentes” (Castro *et al*, 1995).

Interesante es el punto de vista de Pred (1984), quien sostiene que “los lugares nunca se acaban; más bien siempre se transforman. Lugar es lo que acontece sin cesar, lo que contribuye a la historia en un determinado contexto, a través de la creación y utilización del entorno físico. En un sentido similar dice Massey que en lugar de pensar en lugares como áreas con límites circundantes, se pueden imaginar como momentos articulados en redes de relaciones y afinidades sociales” (Cresswell, 2004:69, citado por Lemos, 2008:4), “siendo, verosímil pensar que la sociedad de la información produce nuevos territorios: territorios informativos que pueden entenderse como áreas en las que el flujo de información en la intersección entre el ciberespacio y el espacio urbano se controla digitalmente” (Lemos, 2008:5) Por territorio informativo, Lemos entiende el área de control del flujo (o a ser controlada) de información digital en su intersección con un área física; para nuestro discurso, consideramos territorio turístico conceptual al área de control del flujo de motivaciones/oferta turística en su intersección con los puntos físicos donde esa motivación/oferta se satisface.

Con relación a la aplicación del concepto de territorio, André Corboz (2001) sostiene que existen tantas definiciones de territorio como disciplinas vinculadas a él, por lo que “el territorio no es un dato sino que es el resultado de diversos procesos, de manera que el territorio hace las veces de construcción; es, en esta manera, un producto” (Corboz, 2001:20, citado por Cueto, 2009). Y esa construcción, en su presentación en la red electrónica es, sin duda, móvil y puntual; como dice Aarón Kellerman (2006), “los individuos llevan consigo sus propios territorios: Esto es patente a través del uso creciente de los teléfonos móviles, portátiles y memorias móviles, que permiten transportar toda la biblioteca, y tener acceso y

comunicación inmediatos sin que importe la localización” (Kellerman 2006:64, citado por Lemos, 2008); y, aplicado a nuestra proposición de territorio turístico conceptual, también se dan características de movilidad y puntualidad, pues las motivaciones que originan un viaje y las ofertas del mercado son elásticas en función de múltiples variables que se relacionan con las diferentes ubicaciones físicas, tanto de la oferta como de la demanda.

Todo ello nos lleva a la convicción de que es acertado categorizar de territorio a esa conceptualización y proceso de motivación/mercado para referirnos al campo del desarrollo de la actividad turística. En efecto, las aportaciones de Habermas, al situar la noción de espacio en la zona de la percepción, nos permitieron conceptualizar dos planos, el turista que controla con su motivación/elección el territorio o campo de apetencia, y el mercado, que determina los límites de ese territorio conceptual turístico. La referencia luego a Milton Santos nos introducía en el proceso y en la funcionalidad, en la interacción entre las dos partes de la conformación territorial: El sujeto/motivado, el turista, y el mercado/oferta, mostrándose como relaciones directivas, de *feedback* donde cabe diferenciar como elementos fijos, a los turistas y a los lugares de destino, y como flujos, a la variabilidad de la estructura que organiza el mercado, todo ello conformando redes territoriales que aparecen como vectores de exclusividad o singularidad, pero también sujetas a la masificación como “el turismo de masas”. Citábamos también a Castells, que ha descrito profusamente el espacio informacional, y aplicábamos que el territorio turístico conceptual es el momento, el planteamiento temporal, desde que se toma la iniciativa del viaje hasta que concluye en el regreso a la propia residencia.

La racionalización del espacio de Lefebvre y las razones de definición territorial de Sack en que define la territorialidad como lo “qué es” y también como lo que “puede hacerse”, anotan la oportunidad de nuestra proposición de un territorio conceptual turístico que puede configurar zonas de progresión, permitiéndonos proyec-

ciones de crecimiento y, por tanto, simulaciones y decisiones de futuro. Los trabajos de Haesbaert y Limonad, al referir que los territorios conferenciados por las relaciones sociales se organizan en red, nodos y arcos, nos ayudan a caracterizar y a describir cómo se comportan esos territorios que, por paralelismo con el plano conceptual, validan a nuestro entender la proposición de territorio conceptual turístico. En esa dirección, de Castro y Lemos, citando a otros también, al referirse a los territorios-red como puntos discontinuos que conforman con otros un territorio de la misma o mayor escala, y las aportaciones de Cresswell y Kellerman, respecto a la momentaneidad de las relaciones en la red-informática, nos permiten acotar la identidad de territorio turístico conceptual.

Así, éste se ajustaría a la idea de marco conceptual donde se plantea y desarrolla la actividad turística; comprendiendo los actores que se movilizan (viajeros y oferentes), las variables (precios, modas), y su configuración en malla a través de nodos (puntos de enlace con otros, y otras escalas), arcos (relaciones directivas, entre nodos interactuando,) y super nodos (relaciones con otros territorios turísticos conceptuales, pertenecientes a escalas distintas). Por su parte, Santos (1996) asimila los territorios con ‘actores imaginarios’, pues considera que tienen una potencialidad intrínseca para generar procesos sociales que enfrenten la marginación social resultante de la “globalización perversa”. Y, refiriéndose a ella agrega:

La versión política de esta globalización perversa es justamente la democracia de mercado. El neoliberalismo es el otro brazo de esa globalización perversa. Ambos brazos -democracia de mercado y neoliberalismo- son necesarios para reducir las posibilidades de afirmación de las formas de vida, cuya solidaridad se basa en la congruidad, en la vecindad solidaria, es decir, en el territorio compartido (1996).

La cuestión esencial se centra en el modo en el que el enfoque territorial del turismo se desarrolla en la teoría y en la práctica. De acuerdo con Vera et al (2011), la clave de esta cuestión está en cómo territorializar los sistemas turísticos, un modo operativo de hacerlo es a través de la escala territorial, de tal manera que es posible diferenciar tres magnitudes escalares básicas:

- 1 El turismo como uso de los complejos de articulación de la globalización económica y mundialización territorial en la geografía internacional.
- 2 El turismo como agente en la configuración de espacios en competencias a escala nacional y regional; analizando el grado de especialización de estados y regiones en la actividad turística.
- 3 El turismo como estrategia de desarrollo y transformación/ordenación del territorio en los ámbitos intermedios (entre región y municipio), locales y urbanos.

Si el tratamiento escalar de los sistemas turísticos puede ser el primer paso en la territorialización, el siguiente sería el de la determinación de la dimensión espacial y temporal de dichos sistemas; esto es:

- La distancia geográfica entre el espacio emisor y el espacio receptor.
- Las características de la demanda turística: uso y contenido del tiempo libre dedicado al turismo.
- La tipología y rasgos de la conectividad y del viaje turístico.
- El espacio turístico de destino que, de forma primaria, permite diferenciar entre entorno litoral, natural, rural y urbano.

- Las características temáticas del turismo y su territorialización: turismo de itinerario, deportivo, de parques naturales, monumental, de congresos, etc.

Es un hecho que el análisis territorial y ambiental del turismo –en tanto geográfico- debe reflejar una síntesis con referentes escalar y espacial del sistema turístico y de la variedad de ellos cuando éstos se territorializan en su conjunto, sin despreciar, sino recogiendo las aportaciones que desde la economía, la ecología, la sociología, el derecho y la urbanística se han realizado sobre el fenómeno turístico, considerando el grado de complejidad que guarda.

Costa Maya, Mahahual: en busca de ser un destino turístico

A lo largo de los últimos cuarenta años, la península de Yucatán se ha convertido en una de las regiones turísticas más importantes de México. La fórmula compuesta por las majestuosas zonas arqueológicas mayas y las paradisíacas playas del Caribe, constituye la base del éxito de un sector turístico alimentado por más de 13 millones de visitantes al año. El desarrollo del turismo, principalmente en la costa norte del estado de Quintana Roo, a partir de los años setenta, significó una ruptura definitiva con el aislamiento secular y el retraso que caracterizaba a esta región, teniendo una repercusión económica y demográfica en toda la península.

Dentro de la serie de efectos sociales y económicos derivados del desarrollo turístico en la costa del Caribe, nos interesa destacar la formación de nuevos centros de población como la región Costa Maya, Mahahual. Por ello es importante que en este apartado consideremos algunos términos que nos permitan entender el proceso de transición y transformación que se está generando en dicha región.

Destino y región

Un destino turístico es un lugar con infraestructura y equipamiento que es frecuentado por población no residente, de tal manera que es la presencia de visitantes la que justifica su existencia y su funcionamiento. Es un espacio definido como tal por los agentes turísticos que lo configuran,

con una imagen establecida y percibida también por los mercados potenciales.

Por su parte, el concepto de región se define como un área de superficie terrestre que presenta unos rasgos naturales o culturales relativamente homogéneos, con una unidad interna significativa que la distinguen de otras áreas. Aplicado al turismo, en general se acepta que la noción *región turística* responde a un área de características más o menos homogéneas, con cierta densidad de frecuentación turística y, sobre todo, con una imagen que la caracteriza e identifica (Lozato-Giotart, 1990).

La planeación

En materia de recursos naturales debemos buscar una planeación del desarrollo que propicie su aprovechamiento responsable, para minimizar los impactos ambientales; también, que valore y contribuya a la conservación de los ecosistemas y ofrezca opciones de ingresos diversificados e integrales para la población local.

El Plan Estratégico de Desarrollo Integral 2000-2025 menciona en cuanto a planeación territorial, que debemos encontrar una distribución equilibrada de centros de población y actividades económicas que manejen adecuadamente los recursos naturales y promuevan el bienestar social de su población, con una planeación consensuada para promover el uso adecuado del territorio bajo un marco jurídico necesario.

El Plan Estatal de Desarrollo 2005-2011 visualiza a Quintana Roo como líder en la restauración, protección, conservación y aprovechamiento racional de sus recursos naturales, donde el desarrollo económico, turístico y urbano se lleve conforme a reglas claras y precisas establecidas en los programas de ordenamiento ecológico territorial y en los planes de manejo de la áreas naturales protegidas. Dicho plan sexenal establece como una de sus estrategias el fortalecimiento de los instrumentos de planeación y política ambiental que garantice el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales.

Asimismo, uno de sus objetivos estratégicos es consolidar a Quintana Roo como un multidesestino turístico líder, con empresas altamente competitivas que oferten productos de alta calidad, con pleno respeto a los entornos naturales, sociales y culturales, donde el estado tiene el papel de facilitador para generar las condiciones favorables para la inversión privada. Resulta fundamental que los desarrollos turísticos prevengan y mitiguen los posibles desequilibrios ecológicos que se presentan desde la etapa de construcción hasta la de su mantenimiento, de tal forma que se compaginen éstos con la protección y conservación de los recursos naturales.

El *Programa Nacional de Turismo 2001-2006* promueve tres Programas Turísticos Integrales (PTI) en el país, uno de ellos es el de Costa Maya, con un enfoque de desarrollo sustentable del turismo. De acuerdo a lo expresado en este plan federal, el desarrollo debe de ser limpio, preservador del medio ambiente y reconstructor de los sistemas ecológicos, hasta lograr la armonía de los seres humanos consigo mismos y con la naturaleza.

El *Plan de Desarrollo Municipal 2005-2008* de Othón P. Blanco manifiesta que esta zona requiere integrarse de manera sólida como un nuevo polo de desarrollo económico del estado, aprovechando el potencial que le brinda la apertura de “Grand Costa Maya” y su potencial natural para diversificar nuevos segmentos turísticos, como determinante para consolidar un turismo sustentable en Othón P. Blanco. Se espera que sea el principal motor del desarrollo mediante una dinámica integradora de los demás sectores de la economía, pretendiendo generar fuentes de empleo y desarrollo social con base en la apertura de oportunidades empresariales, aprovechando la fortaleza de la biodiversidad local como potencial para nuevos segmentos turísticos, y la condición de zona estratégica en la cuenca del Caribe y frontera con los países de Centroamérica.

Como lo estipula la Ley del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente del Estado de Quintana Roo, el ordenamiento ecológico deberá estar dirigido a planear, programar y evaluar el uso del suelo y el manejo de los re-

cursos naturales en el territorio, determinando como uno de sus objetivos el ordenar la ubicación de las actividades productivas y de servicios de acuerdo con las características de cada ecosistema o región, así como de la condición socioeconómica de la población. Se busca favorecer los usos del suelo con menor impacto adverso ambiental y el mayor beneficio a la población, sobre cualquier otro uso que requiera la destrucción masiva de los elementos naturales del terreno, buscando ante todo el mayor beneficio social, tomando siempre en cuenta las características y aptitudes de cada área:

- En ese ámbito, los términos de referencia elaborados por la SEMARNAT, que son la base para la conformación del presente Programa, mencionan que el ordenamiento ecológico es un instrumento de desarrollo regional que propone formas de aprovechamiento del territorio, pretende orientar las actividades productivas y diseñar políticas institucionales que fomenten procesos económico-productivos que utilicen los recursos naturales sin depredarlos.
- De esta manera se consideraron para la realización de este ordenamiento ecológico diversos instrumentos de planeación de los tres órdenes de gobierno, que coinciden en que se requiere consolidar el corredor turístico Costa Maya para que se detone la dinámica económica trascendental para el municipio de Othón P. Blanco y, más aún, de la zona sur de nuestro estado, teniendo al turismo como el eje económico conductor del desarrollo que genere procesos económicos, ecológicamente responsables.
- La región denominada Corredor Costa Maya, localizada en la franja costera de Punta Herrero a Xcalak, en el municipio de Othón P. Blanco, presenta ecosistemas

de gran biodiversidad susceptibles de ser aprovechados para el desarrollo sostenible de las actividades productivas.

- La zona de Costa Maya constituye una región de gran importancia para Quintana Roo, y en razón de sus condiciones naturales requiere un equipamiento e infraestructura turística instrumentada bajo un marco de criterios ecológicos que propicien su conservación.
- El despegue económico de la región Costa Maya se basará en la implementación exitosa de algunos proyectos detonadores, que generarán efectos significativos en las actividades económicas y productivas asociadas, tanto en su interior, el área de influencia inmediata y el contexto regional.
- El 6 de octubre del 2000 el gobierno del estado de Quintana Roo publicó en su periódico oficial el decreto por el cual se establece el Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial de la Región Costa Maya (Gobierno del Estado de Quintana Roo, 2000).

1. Contexto geográfico de la Costa Maya

Medio físico natural y antecedentes del proyecto

La región de la Costa Maya se encuentra localizada en la costa sur de Quintana Roo y tiene una superficie de 140,530 ha. El corredor Punta Herrero-Xcalak está comprendido entre dos penínsulas. En el vértice norte, la península Punta Herrero está rodeada por la Bahía de la Ascensión al oeste y norte, mientras que al este se encuentra el mar Caribe. En el vértice sur, la península de Xcalak está limitada al oeste por la bahía de Chetumal, en la parte sur se conecta con el mar Caribe mediante el canal de Bacalar Chico que marca el límite territorial entre México y Belice (Rosado *et al*, 1998).

Las características físicas del corredor turístico son: clima cálido subhúmedo, con lluvias en verano e invierno [Aw (x')]. La precipitación media varía de 1300 a 1500 mm. La temperatura promedio es de 26.5°C (máxima de 28.3 en junio y mínima de 24.2 en diciembre). El relieve montañoso es casi nulo, con pequeñas elevaciones que fluctúan entre los 5 y 10 m (Romero, 1997). En la zona del proyecto Costa Maya entre Mahahual e Xcalak se localiza un escurrimiento hacia el mar Caribe conocido como Río Huach, con una longitud de 1.5 km y una anchura de 6 m. Existen también varios cuerpos de agua, algunos intermitentes y otros permanentes como Mosquitero, Tampalam, Puerto Chico, Uvero, Xcalak, etc. Existen, además, incontables corrientes subterráneas de poca profundidad que afloran naturalmente a la superficie y reciben el nombre de aguadas (Rosado et al, 1998).

En casi toda la costa se presenta una laguna arrecifal, protegida por el arrecife coralino. El Arrecife Mesoamericano y del Caribe es el mayor sistema arrecifal en el Atlántico, se extiende aproximadamente 700 km desde el extremo norte de la península de Yucatán, en México, hasta las Islas de la Bahía, adyacentes a la costa de Honduras, siendo único en el hemisferio occidental no sólo por su tamaño, sino también por la abundancia y diversidad de corales (casi 60 especies) y su condición prístina. Esta área constituye un hábitat crítico para muchas especies, incluyendo especies amenazadas de mamíferos marinos, reptiles y tortugas. También provee de zonas de desove y anidamiento, reproductivas, de forrajeo, de reclutamiento de larvas y de rutas migratorias para una amplia variedad de animales costeros y marinos. La barrera arrecifal que se encuentra frente a la Costa Maya es de las que más se acercan a la costa entre Mahahual e Xcalak, donde la distancia fluctúa entre los 100 y los 1000 m. La laguna arrecifal tiene una profundidad que no excede a los 4 m. Después de la barrera se encuentra una profundidad de 15 a 30 metros que da un abrupto cambio hasta llegar a los 800 m. en la zona del canal de Yucatán (Romero, 1997).

Con base en el estudio realizado por la Universidad de Quintana Roo (Rosado et al, 1998), puede decirse que en la zona terrestre las unidades de cobertura vegetal en la región de la Costa Maya son las siguientes:

- Duna costera: vegetación localizada a lo largo del litoral desde Punta Herrero hasta el sur de Xcalak.
- Matorral costero: esta vegetación se localiza en la zona costera formando parte de la duna.
- Manglar: este tipo de vegetación está constituido por especies arbóreas de 8 a 15 m. de altura que se desarrollan sobre terrenos inundados por aguas salobres.
- Selva baja subcaducifolia: en la Costa Maya, este tipo de selva se encuentra ampliamente distribuida.
- Selva baja subperennifolia: esta vegetación es la más abundante y se distribuye, paralelamente, a la línea de costa al oeste de la selva baja subcaducifolia. Los componentes de este tipo de vegetación presentan una altura entre los 10 y 15 m.
- Petenes: islas circulares donde las diferentes asociaciones vegetales se distribuyen en círculos concéntricos. Estos islotes se distribuyen entre los terrenos secos internos y las marismas.
- Sabana: grandes extensiones de terreno bajo donde predomina la vegetación de gramíneas, con suelos que se inundan en épocas de lluvias y durante la época de secas se agrietan.

- Asociaciones de hidrófitos: una serie de asociaciones que posee plantas arbustivas, que se encuentran en suelos inundables temporalmente.
- Vegetación secundaria: en la región Costa Maya, este tipo de flora se encuentra en diferentes estadios sucesionales entre los demás ecosistemas que conforman el área, principalmente en zonas que han sido perturbadas.
- Cocales: distribuidos a lo largo de la línea costera que separa el mar del manglar, en suelos arenosos, siendo la palma de coco (*cocos nucifera*) la especie dominante.

En estos distintos ecosistemas se encuentra el hábitat ideal para una gran variedad de especies animales. La fauna de la costa sur de Quintana Roo no puede ser referida por unas cuantas especies debido a la gran diversidad de hábitats presentes y el buen estado de conservación de los ecosistemas. Con relación a los vertebrados terrestres estudiados (mamíferos, aves y reptiles), se mencionan los siguientes:

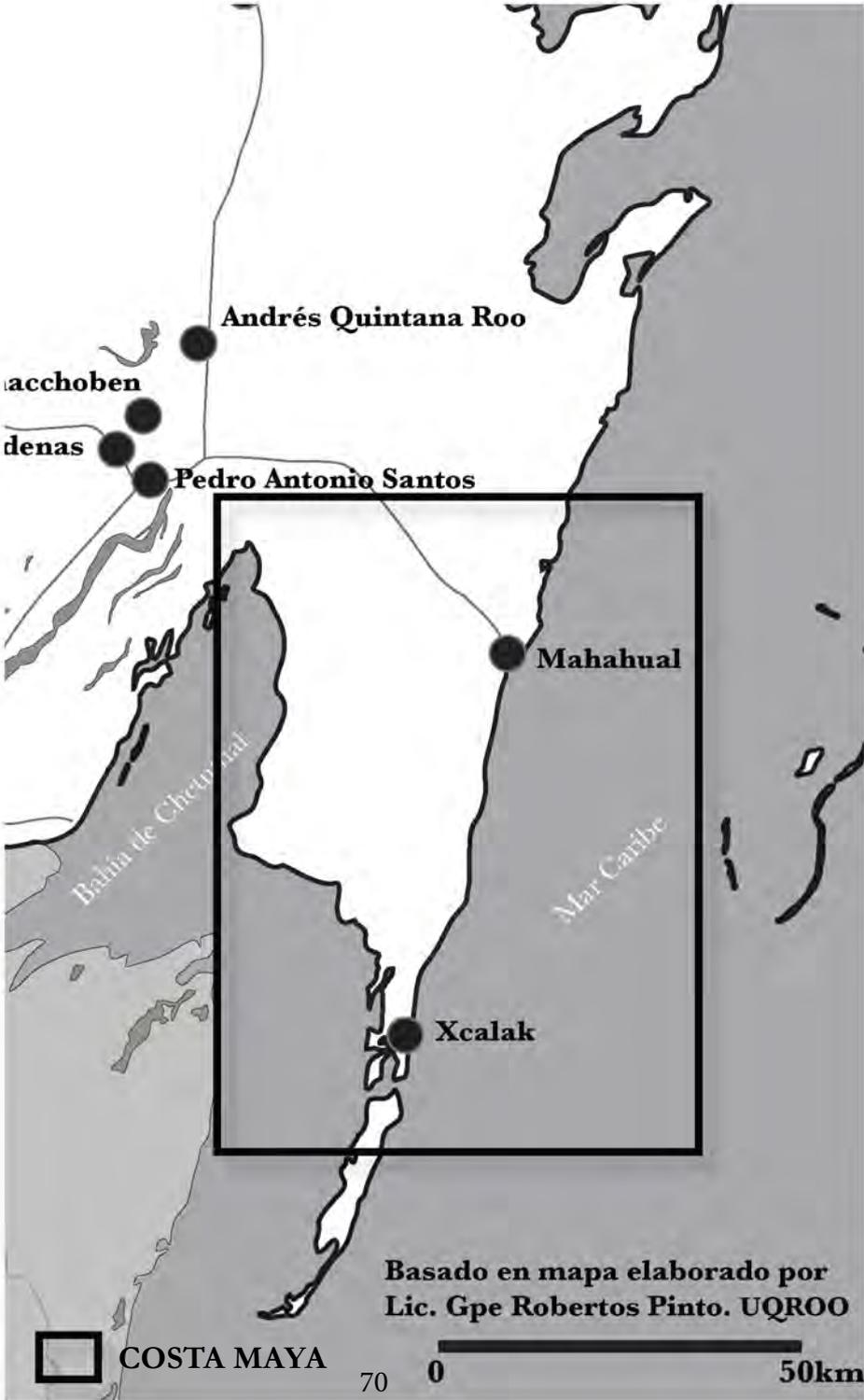
- Aves: en la Costa Maya están bien representadas las aves acuáticas. Las más comunes son el pelicano, el rabihorcado, el águila pescadora y gran variedad de garzas. En la selva baja y acahuales son comunes las chachalacas, pericos y carpinteros. En la selva, las especies dominantes son los zopilotes, cheles, luises, ceniztonle tropical, etcétera.
- Mamíferos: los diferentes tipos de vegetación en Costa Maya ofrecen hábitats para un gran número de especies de mamíferos como son zorras, ardillas, tejones, jabalí de collar, jabalí de labios blancos, venado cola blanca, mapache, jaguarundi, tepezcuintle, sereque, jaguar, tigrillo, tapir, entre otros.

- Reptiles: en la selva es común encontrar a las iguanas o garrobos y el *tolok*. En las lagunas abundan cocodrilos, en la zona costera se han reportado tortuga caguama, tortuga carey y tortuga blanca, serpiente de cascabel, culebra ratonera, entre otros.

La región tiene características peculiares, especialmente por la interconectividad de ecosistemas terrestres como la selva baja inundable con los manglares y éstos a su vez con los cuerpos de agua, incluyendo lagunas, bahías y el mar. La distribución de la vegetación permite que el equilibrio de agua dulce y agua de mar sea dinámico y a la vez frágil, es decir, que los ecosistemas guardan un frágil equilibrio entre ellos. Los lagunares-estuarinos son considerados una zona de transición entre dos ecosistemas definidos, tal como lo son el manglar y la laguna arrecifal, por lo que han sido denominados ecotonos, con una interesante complejidad biológica.

Costa Maya está rodeada de áreas naturales protegidas de carácter federal y estatal (o en su caso las incluye parcialmente), tan importantes como la Reserva de la Biosfera de Sian Ka'an, Reserva de la Biósfera Banco Chinchorro y la Zona Sujeta a Conservación Ecológica "Santuario del Manatí, Bahía de Chetumal", en donde sus respectivos programas de manejo regulan las actividades en estas zonas y en su conjunto abarcan 922,159.3 hectáreas. Adicionalmente, en este modelo se cuenta con una superficie con política de protección de 56,266 hectáreas, con política de conservación 38,948 hectáreas, y con política de aprovechamiento 1,662 hectáreas, por lo que podríamos concluir que la superficie con política de aprovechamiento representa únicamente el 1.7% del total de las 97,347 hectáreas que regula el Ordenamiento Ecológico de la Región Costa Maya.

El proyecto Costa Maya se ubica en el territorio del municipio de Othón P. Blanco, aproximadamente a 23 km al noroeste del poblado de Mahahual. El Fondo Nacional de Fomento al Turismo promueve dicho proyecto, que



comprende el desarrollo de infraestructura turística en una superficie de 61.81 ha de predios costeros.

El proyecto tiene dos actividades primordiales, la primera es la lotificación de la propiedad de 8 lotes destinados a albergar hoteles y tres lotes, de uso comercial y de servicios, todos ellos para ofertar su venta a inversionistas; la segunda tiene como propósito la introducción de los servicios urbanos de vialidad, agua potable, drenaje, electricidad y telefonía. El proyecto Costa Maya reivindica las pretensiones de los tres niveles de gobierno, para promover el desarrollo de esta zona, aprovechando el gran potencial turístico que tiene, justificándolo como el equilibrio que se necesita para compensar el desequilibrio entre el norte y centro con el sur del estado respecto al ámbito social y económico.

En el proyecto Costa Maya se pretende seguir un desarrollo apegado a la sustentabilidad, que integre el componente social, ambiental y económico, de modo que todos se beneficien con la actividad turística y, simultáneamente, ofrecer un servicio de calidad. Sin embargo, la falta de coordinación entre prestadores de servicios y habitantes genera la problemática más usual que se desarrolla en el destino: la confusión entre los objetivos del programa, enfocándose solamente en la comodidad y diversión de los turistas, basando los análisis de calidad en medir lo que se dio por llamar la calidad total, en concreto la satisfacción de los turistas con los hoteles, cruceros, agencias, servicios de entretenimiento y aspectos similares. El problema radica en hacer a un lado a la gente de la comunidad, provocando inconformidad, olvidándose de las necesidades y requerimientos en servicios públicos básicos y calidad de vida. Lo anterior puede resumirse en que si no se tiene en cuenta a los lugareños, al final el turismo acabará decayendo, debido a que la sociedad es el soporte de esta actividad, ya que presta servicios de diversa índole.

El presente siglo trae consigo grandes retos, uno de ellos es reconocer la complejidad del territorio en sus diferentes usos. Otro es abordar el territorio, entendiendo

la complejidad del desarrollo turístico en cuanto a fenómeno social, económico, cultural y ambiental. Costa Maya se encuentra en un proceso de reorganización de su territorio, considerándolo como espacio para el uso turístico, mismo que conlleva a revalorizar y refuncionalizar el lugar porque se están produciendo nuevas relaciones entre los sistema de objetos y acciones en dichos espacios (Santos, 1996).

Es un hecho que la actividad turística alimentada por el capitalismo seduce como objetivo de vida, desde la práctica profesional hasta la utopía de conocer el mundo; entender este movimiento supone conocer el territorio para poder ordenar sus diferentes usos de forma sistémica y sustentable. No es posible ver el turismo de forma genérica; por ende, es necesario realizar estudios multidisciplinarios y que se dé una mayor contribución de diferentes ciencias, destacándose las experiencias de otros campos de conocimiento como la geografía, antropología, historia, economía, comunicaciones, entre otros. De acuerdo a Castro Giovanni (2007), “conocer el significado del espacio turístico y la manera en que está construido es cada vez más difícil”.

Aspectos sociodemográficos

Por sus playas y por la cercanía del arrecife, Mahahual ha sido un sitio tradicional de paseo de los vecinos cercanos (por ejemplo, de Chetumal). A partir del inicio de las operaciones del muelle en 2001, se disparó la oferta de actividades turísticas y de empleos y, con ello, se aceleró la inmigración. Según el Censo de Población del INEGI de 2005, Mahahual tenía 283 habitantes (cifra muy cercana a los 228 registrados en 2000). No obstante, de acuerdo al número de votantes en el proceso electoral de 2006 y a estudios previos realizados en el área,⁵ es posible estimar

5 Aun tomando como base los 283 habitantes registrados por el Censo, encontramos datos que muestran la problemática del crecimiento acelerado y

que 600 personas residían ahí a finales de 2006. Según los resultados electorales de ese año, de un padrón de 676 personas, votaron 240, de lo que puede inferirse un número mayor de habitantes. Las estimaciones de la delegación municipal coinciden con el dato de 600 habitantes en 2006. La población de Mahahual la integran actualmente los antiguos habitantes, principalmente pescadores, y los inmigrantes nacionales y extranjeros que han elegido el sitio para vivir y que son empleados de alguna empresa u operan un negocio propio. Hasta el 2010, el 52% de la población se encontraba económicamente activa, 5.6% se encontraba ocupada y solamente el 1.6% se reportaba desocupada.

Resulta notoria la integración de extranjeros (cuyo número no se registra oficialmente en el Censo de 2005 ni en otros estudios) que ya representan un porcentaje importante de la población estimado entre el 20 y el 25%. Su procedencia es muy diversa: italianos, alemanes, holandeses, sudamericanos, norteamericanos y canadienses.⁶ Otro sector poblacional lo integran quienes acuden desde otros centros turísticos cuando arriban los cruceros al lugar, como ocurre con gran parte de los vendedores de artesanías que toman a Mahahual prácticamente como un campamento.

La geografía poblacional divide a Mahahual en varios sectores plenamente identificados: parte de la po-

la inmigración: el alto índice de masculinidad derivado del 56% de hombres en el total de la población mayor de edad según el INEGI, o el 65% que reporta el Atlas de Costa Maya (UQROO, 2003); y la alta concentración de la población en edad productiva, puesto que apenas un 2% de la población es mayor de 65 años, frente al 6% a nivel nacional (INEGI, 2006). La Asociación Amigos de Sian Kaan reporta una población de 360 habitantes para el 2003. La Universidad de Quintana Roo también desarrolla algunas investigaciones que coinciden con el cálculo de 600 habitantes para finales de 2006.

- 6 Una parte sólo son residentes, mientras que la mayoría trabaja en el turismo como prestador de servicios, empleado o propietario y administrador de sus empresas. Este proceso se presentó también en Playa del Carmen, sin embargo, la menor dimensión de Mahahual y su mayor proporción de extranjeros hace más visible esta característica.

blación se ubica atrás de la línea costera (algunos, habitantes originarios), aldeaña a una zona ya sujeta a un movimiento inmobiliario que ha disparado los precios de la tierra. De los inmigrantes, otra gran parte habita en la nueva zona residencial llamada “Las casitas”, a unos kilómetros del poblado y la costa, desarrollada por el mismo proyecto propietario del muelle; se trata de un fraccionamiento de viviendas de interés social, en cuyos terrenos aldeaños se ubican casas construidas por sus propietarios. Alejada un kilómetro más, se observa una tercera zona de viviendas que, a diferencia de la anterior, no corresponde a un fraccionamiento, no tiene servicios y se ha venido poblando a partir de la venta irregular de terrenos. Los residentes son quienes no tienen capacidad de compra o de alquiler en el fraccionamiento mencionado y construyen palapas rústicas o casas de bloques para vivir, y también hay casas de quienes desean “invertir” en una propiedad que no ocuparán por el momento, algunos de los cuales no son residentes de Mahahual.

Según las personas entrevistadas, una de las problemáticas más visibles de la población es el alto consumo de bebidas alcohólicas e incluso de drogas, que se deriva de la falta de opciones de esparcimiento o recreación, la condición de aislamiento por encontrarse lejos de las familias y la ausencia de una estructura comunitaria que establezca límites sociales. Es decir, el acelerado poblamiento de Mahahual derivado del crecimiento de la actividad turística —por el turismo tanto de cruceros como de estadía—, conforma una “comunidad” de características peculiares que no facilita la participación de la población en la toma de decisiones: las personas están en proceso de integración, deben resolver sus necesidades cotidianas ante la inestabilidad de la actividad derivada de los cruceros y por tanto de sus ingresos, y desconocen la legislación y reglamentación de la participación social, así como las instancias correspondientes.

Infraestructura y servicios

Mahahual cuenta con 806 viviendas en 2010, de las cuales 800 eran particulares,⁷ lo que permitió que esta localidad se clasificara, de acuerdo con el INEGI, como una comunidad rural.⁸

En la localidad, los servicios educativos se brindan a través de diversos planteles: una escuela preescolar, una primaria, una telesecundaria y un bachillerato de reciente creación. Por su parte, los servicios de salud son ofrecidos por una clínica de la Secretaría de Salud ubicada cerca de la costa y zona turística, pero los servicios ofrecidos son los básicos, de control y seguimiento de algunas enfermedades y algún tipo de urgencias. Los pacientes que requieran una atención médica especializada deberán trasladarse a otro sitio, como la ciudad de Chetumal, distante a 120 km. En ella podrán acceder también a servicios hospitalarios. Los registros censales hablan de que el 51.7% de la población no tenía acceso a los servicios de salud en instituciones públicas o privadas, mientras que el 45% sí contaba con dicho acceso.

La energía eléctrica fue instalada en el lugar en mayo del 2002, sin embargo, los pobladores del Kilómetro 55 contrataron este servicio en mayo del 2013. El censo 2010 señala que hay 221 viviendas particulares que disponen de este servicio, y que solamente 68 no cuentan con él. En lo que respecta al agua entubada, 200 viviendas reportaron contar con ella, y 90 no. Por su parte, 275 hogares disponen de sanitario, de los cuales la mayoría, 267, cuenta con drenaje.

7 En el 2001, las viviendas habitadas se contabilizaron en 299, mientras que en el 2005 únicamente ascendieron a 90.

8 De acuerdo con el INEGI, una población se considera rural cuando tiene menos de 2500 habitantes, mientras que la urbana es aquella donde viven más de 2,500 personas.

La urbanización, arquitectura e identidad

La traza urbana de Mahahual es el resultado de procesos de urbanización reciente. Sus construcciones pueden traducirse como manifestaciones de la identidad colectiva. Dentro de este proceso se reconoce lo siguiente:

- Una arquitectura institucional que suele ser un medio de expresión de la identidad mexicana o regional.
- Una arquitectura popular, heredera de la tradición vernácula, que asimila materiales y elementos de origen industrial.
- Una arquitectura turística, de carácter funcional pero que al mismo tiempo recupera elementos constructivos regionales en busca de originalidad.

Entre estas tres prácticas constructivas existe una retroalimentación permanente, en donde se confunden la cultura identitaria nacional o regional con las tendencias de la arquitectura académica internacional, las exigencias del turismo de masas y las necesidades particulares de la población en el ámbito doméstico.

Las formas constructivas son el resultado de los procesos sociales, culturales, económicos e históricos asociados al origen y evolución de una ciudad. A través del análisis de la tipología constructiva es posible detectar los elementos que definen la identidad arquitectónica de una ciudad, a partir de continuidades y rupturas en la evolución del tejido urbano. A continuación, analizaremos solamente el caso de los subgéneros de la arquitectura para el turismo y la arquitectura popular.

Mahahual y su plan de desarrollo urbano

Al ser el centro geográfico del corredor Costa Maya, Mahahual se visualiza como el principal centro integrador de

servicios hacia los nodos más pequeños conformados por las poblaciones de Pulticub, al norte, y Xahuaxol e Xcalak al sur. Mahahual será el centro urbano más importante de la zona a partir del cual se organizará la ocupación del territorio. Cuenta con un programa de desarrollo urbano que garantiza la adecuada distribución de la población y su crecimiento gradual y ordenado. El proceso de elaboración inicial de un ordenamiento ecológico territorial se describe a continuación:

1. *Caracterización.* Este proceso o etapa se constituye en el principal aporte de información en cada uno de los tres subsistemas: natural, social y económico.

2. *Diagnóstico por sistema.* Consistente en la integración por sistema de la información recabada y la construcción de una serie de imágenes que permiten describir de manera sucinta el espacio a ordenar.

3. *Diagnóstico Integrado.* Consiste básicamente en la construcción de una imagen integrada del territorio en el estado y momento actual que posteriormente será contrastada con la imagen objetivo resultante de los talleres de consulta con expertos y con representantes de los diferentes actores sociales que concurren en el espacio a ordenar.

4. *Construcción del modelo de ordenamiento.* Consiste en la revisión y emisión de un modelo de uso y aprovechamiento del territorio que favorezca dentro de las posibilidades que el mismo territorio y los recursos naturales permitan el alcanzar dentro del plazo establecido en el horizonte de planeación la imagen alternativa que resulta de la expresión de lo posible de la imagen objetivo con las potencialidades

detectadas en el territorio sin detrimento sensible o permanente de los recursos naturales.

En Costa Maya, como en la mayoría de las regiones costeras del estado de Quintana Roo, la demanda de nuevos espacios para el aprovechamiento se está incrementando rápidamente. Las intenciones de desarrollo se planean sobre tierras aún cubiertas con selvas, manglares, dunas y matorrales costeros, pastizales, etc., por lo tanto, es una exigencia que el uso de los recursos naturales corresponda a esquemas sostenibles que favorezcan el equilibrio entre el aprovechamiento y la conservación.

Dadas las características naturales de la región, las actividades primarias como la agricultura y la ganadería son actualmente casi inexistentes y, de acuerdo con el diagnóstico fisiográfico y ecológico, la fragilidad de los sistemas nos indica que dichas actividades resultarían altamente agresivas para los ecosistemas y para el mantenimiento de las condiciones hidrológicas. Por su parte, las actividades pesqueras, si bien en la actualidad se encuentran deprimidas, son una actividad primaria que de tener un mercado cercano que permita la inserción de los productos, podría resultar rentable, en particular si las explotaciones se realizan sobre un abanico de especies en lugar de una sola de ellas, y cuidando que la actividad no lesione la integridad del sistema arrecifal que origina y mantiene las poblaciones de especies explotables en el frente marino de la zona. Debe quedar bien claro, sin embargo, que la fragilidad de los sistemas en ambos ambientes, tanto el terrestre como el marino, apuntan a un uso básicamente de conservación y contemplación de la naturaleza.

Empero, el panorama económico y productivo de la Costa Maya está cambiando. Desde la perspectiva de los pobladores locales, existe un cambio de visión respecto a la actividad pesquera, optando por ocuparse en la actividad turística que promete mejores beneficios económicos y requiere menos esfuerzo físico. Por un lado, existe un cambio en cuanto al tipo de presión que se ejerce en los recursos. Por otro lado, la visión del desarrollo que se

tiene por parte del sector gubernamental y empresarial, es el de impulsar desarrollos integralmente planeados que funcionen como la punta de lanza para atraer inversiones. Actualmente, el desarrollo turístico alcanzado en la región se encuentra en un punto intermedio entre la etapa de descubrimiento y la de intervención y desarrollo, dentro del ciclo de vida del destino (Butler, 1981, citado en Goncalves y Aguas, 1997).

La oferta turística actual de la Costa Maya está compuesta por establecimientos que se han construido o adecuado para el fin turístico. Constituyen pequeñas unidades económicas, generalmente familiares o de pequeñas sociedades manejadas por sus propios dueños, principalmente de origen extranjero. Estas unidades están poco conectadas con mayoristas internacionales, salvo los casos de pesca deportiva, kayak y buceo.

En sí, la Región de la Costa Maya tiene un gran potencial y es considerada como prioritaria para ser impulsada en los diferentes planes y programas de gobierno, pero este desarrollo debe ser ordenado para no poner en riesgo las actividades tradicionales de los pobladores de la región. Para ello es necesario establecer políticas para potenciar la complementariedad de la pesca y el turismo. Más que desaparecer alguna de las actividades, promover su competitividad y mejorar su desempeño respecto a otras regiones para inducir un desarrollo paralelo y complementario de ambas. Como destino, Costa Maya depende, en gran parte, de la identidad que los pobladores locales muestren a los turistas, esto hace necesario revalorar el papel que juega la población local y, consecuentemente, el área donde se asienta y las actividades que tradicionalmente han realizado.

En este contexto fue decretado el Programa de Ordenamiento Territorial Costa Maya (POET-CM) en 2000, como un elemento que permite regular las actividades y el desarrollo en la zona; a la fecha son pocos, pero significativos, los cambios que se han dado. El principal detonador al respecto ha sido la Terminal Marítima de Mahahual, que ha originado un crecimiento demográfico importante. Por otro lado, a lo largo de la zona costera, colindando con la

playa, existen algunas edificaciones livianas que son usadas como viviendas temporales por vacacionistas y visitantes de fin de semana. Hacia el norte y sur de Mahahual también se han construido algunos servicios de hospedaje turístico conformados por cabañas de diferentes calidades en su construcción, pero ninguna ha llegado a formar un asentamiento humano de tamaño considerable. Un avance significativo respecto al equipamiento y la infraestructura de Mahahual es la introducción del tendido eléctrico para uso doméstico y alumbrado público. En marzo del 2005, se decretó el Programa de Desarrollo Urbano de Mahahual en el que ya se incluye la totalidad de la Unidad de Gestión Ambiental (UGA) destinada a este uso. En el caso de las demás áreas destinadas a este uso no se ha elaborado el Programa correspondiente por lo que, el desarrollo de los centros de población de Costa Maya es un asunto que todavía requiere atención.

Costa Maya, Mahahual y su modelo de desarrollo

A la luz de las condiciones prevalecientes y el hecho de que actualmente el desarrollo de la región aún no ha consolidado un ritmo de crecimiento suficiente como para detonar las actividades económicas de la región, las autoridades de los tres órdenes de gobierno han expresado la voluntad política de dar un impulso mayor a la zona. En este sentido, los elementos de diagnóstico generados con respecto al ordenamiento decretado en 2000, indican que los patrones de crecimiento difuso del desarrollo originalmente planteados para Costa Maya no son totalmente compatibles con las metas de desarrollo actualmente aceptadas, tanto por la población de la región como por los otros actores sociales del desarrollo en la zona, siendo necesario reevaluar el modelo de desarrollo planteado originalmente a modo de adecuarlo, dentro de los límites permisibles por las características de la región, a las nuevas demandas que establece la sociedad en su conjunto.

Sin embargo, la reestructuración de un modelo de desarrollo no puede obedecer de manera exclusiva a elementos de orden político, ni puede considerar de manera

definitiva las aspiraciones ideales del grupo social o las restricciones ideales de la conservación, la combinación equilibrada de los diferentes componentes es solamente la vía para determinar la forma en la cual se pueden expresar de manera cristalizada las voluntades consensuadas de los diferentes actores de una región. Considerando la dificultad manifestada por el sistema para establecer los mecanismos necesarios para impulsar el desarrollo en la región con un frente tan amplio, el modelo deberá ajustarse en función de la concentración de los esfuerzos, los recursos económicos y humanos en sitios estratégicos que permitan aprovechar y armonizar los recursos que lleguen para crear polos concentradores de la inversión pública y privada y que, al mismo tiempo, al funcionar como centros de atracción de población, induzcan una mayor dinámica en las actividades económicas y productivas de la región.

Dados estos elementos, el modelo de desarrollo que se plantea para su instrumentación incluye, en esta revisión, elementos de orientación que permitan establecer los mecanismos de vinculación necesarios para mantener el ritmo de desarrollo de Costa Maya en armonía con el de las regiones aledañas, particularmente aquellas que ya cuentan con algún instrumento de planeación semejante. Describimos a continuación el modelo:

Al interior la zona se dividirá en tres regiones: la central, que abarca Mahahual y los desarrollos costeros cunurbanos más cercanos. Actuará como centro de atracción poblacional primario, concentrando la mayor parte de la población establecida y canalizando un elevado porcentaje de las transferencias tanto de turistas como de bienes y servicios móviles hacia las dos zonas restantes. Sus funciones como centro concentrador y distribuidor de bienes y servicios requerirán de vías de comunicación modernas y expeditas. Hacia la región central fluirán los insumos necesarios para mantener en operación los desarrollos de las otras dos regiones, de modo que será necesario proveerle de espacios adecuados para el acopio, manejo y transferencia de mercaderías y personal.

La segunda región, la del norte, se caracterizará en su desarrollo por estar constituida de un solo núcleo hacia el cual se concentrarán de entrada tanto los turistas como los bienes y servicios, su ubicación entre Mahahual y Pulticub la convierten en un centro de distribución de turistas hacia los sitios en la porción norte de la costa. La tercera región, la del sur, se deberá caracterizar por un desarrollo más difuso en la zona costera, en tanto que las concentraciones habitacionales al interior, con una densidad económica menor a los desarrollos del norte, proveerán de las facilidades turísticas de alojamiento para sectores más amplios con menor poder adquisitivo que sus contrapartes del norte. Dada su cercanía con Xcalak, la región del sur deberá poner una mayor atención en conservar la identidad cultural de las poblaciones locales de pescadores, con el fin de establecer un nicho de mercado ligeramente diferente al ofrecido por el norte de Costa Maya.

De esta manera, al tener tres opciones diferentes, una predominantemente urbana, otra con fuerte influencia de los atributos culturales y antropológicos de la región, y una más con atributos de mayor exclusividad, se pretende captar amplios sectores del mercado turístico de la región. Para complementar la oferta de atractivos del destino será necesario establecer una fuerte y continua vinculación con las zonas adyacentes a Costa Maya mediante la promoción de sus recursos naturales como atractivos de índole distinta a los ofrecidos en Costa Maya. En este sentido, Bacalar y Chacchoben se deberán perfilar en los aspectos de arqueología e historia, en tanto que los desarrollos sobre la laguna de Bacalar se abocarían más a sitios de recreo y disfrute de las bellezas naturales.

En este esquema, uno de los aspectos importantes para reducir los costos de operación de los nuevos centros de población y polos de desarrollo está en la promoción de las actividades de producción primaria y secundaria en las regiones cercanas a Costa Maya como Pedro A. Santos, Limones y Lázaro Cárdenas que tienen recursos y potencial para las mismas, siendo entre Pedro A. Santos y Limones que tendrían que localizarse las facilidades para el depósi-

to, manejo y transferencia de los bienes hacia Costa Maya, al igual que se convertiría en el centro final de acopio de los desechos sólidos de Costa Maya para transportarlos de ahí a los sitios de disposición final.

De este modo, la zona del entronque Cafetal se constituirá en el nodo fundamental de transferencia de todo tipo de bienes y servicios así como de personal entre Costa Maya y el resto del sur del estado. En esta región se deberán impulsar las actividades agrícolas, ganaderas y artesanales, entre otras, para que provean de insumos a la actividad turística de la Costa Maya; para ello se requiere el mantenimiento de la red carretera e impulsar las actividades productivas primarias de la región.

Para lograr la armonización de estos elementos se tomaron, entre otras, las siguientes medidas: se separan los conceptos de casa habitación unifamiliar, servicios de hospedaje (hotelería) y servicios asociados a la actividad turística, es decir, se considera como actividad turística o relacionada con ella todas las actividades, que sin implicar servicios de hospedaje, brindan directa o indirectamente un servicio al turista que llega a la región estableciendo que “el turismo no es solamente hotelería”. Los criterios de densidad de cuartos hoteleros se aplican únicamente a aquellos servicios dedicados de manera predominante al hospedaje y actividades directamente relacionadas con el mismo.

Se abre la posibilidad de establecer vivienda unifamiliar o patrimonial no urbana en todas las unidades con el uso de suelo compatible o condicionado de asentamiento humano, quedando en las unidades para desarrollo de Centros de Población la determinación de las características de las mismas, en tanto que para las viviendas en áreas no urbanas, se establecen en el ordenamiento los lineamientos básicos para su construcción y desarrollo.

Se elimina la condicionante de densidad de cuartos hoteleros para el establecimiento de servicios asociados a las actividades turísticas como son clubes de playa, restaurantes, agencias de viajes y tours, entre otros. La instalación de vivienda unifamiliar no urbana y los servicios

vinculados a la actividad turística deberán cumplir, sin embargo, una serie de requerimientos ambientales en términos del manejo de los impactos que producirán en el sitio de instalación y ecosistemas aledaños como son manejo de residuos sólidos y líquidos, aprovisionamiento de agua potable, de energía eléctrica, etc.

Estas medidas posibilitarán la instalación de servicios y el doblamiento paulatino del área con una inversión menor y sobre todo con menos restricciones administrativas en tanto se cumpla con las condicionantes para evitar el deterioro ambiental. En este sentido, se deberá poner especial atención en los indicadores de desarrollo de la región para poder anticipar las necesidades que irán surgiendo en cuanto a modernización o ampliación de la infraestructura como consecuencia del desarrollo. En el mediano plazo, las necesidades más acuciantes serán las relacionadas con el mantenimiento de la red de carreteras en la Costa Maya, así como, la introducción de servicios públicos, etc.

Es importante señalar que para lograr todo lo anterior, se debe dar un fuerte apoyo del gobierno en sus niveles federal, estatal y municipal, ya que sólo mediante la implementación de políticas públicas complementarias y coordinadas, será posible dar el impulso necesario al desarrollo socioeconómico de la zona sur del estado.

Complejidad, imaginarios e identidad

Es claro que la complejidad es un paradigma, un método y un proceso que rearticula, reordena y redefine la aproximación de un conocimiento en el ámbito de los estudios del turismo; no surge de la evolución o desarrollo de los contenidos ni de la acumulación de conocimientos en el área, sino que emerge como una nueva racionalidad y un nuevo pensamiento sobre la producción o consumo del espacio turístico.

Costa Maya, por ejemplo, posee un ciclo evolutivo: origen, crecimiento, estancamiento y rejuvenecimiento o decrecimiento; y para ello, se da una organización espacial don-

de se configuran redes sociales, productivas, políticas, articulación territorial, todo ello influye en la distribución espacial de la población y el empleo. Desde luego, surge un producto social, complejo, polifacético, donde el turismo genera una apropiación del espacio (el llamado espacio turístico).

Reconocer la complejidad en la Costa Maya, en su uso turístico, requiere identificar y analizar los movimientos que se dan para la organización y funcionalización del territorio a partir de la actividad turística, reconociendo ésta como un fenómeno social, económico, cultural y ambiental. Considerando que:

- 1 Toda relación social ocurre en un territorio como Costa Maya.
- 2 El territorio Costa Maya es un espacio de poder, de gestión y de dominio del Estado, de individuos, de grupos y organizaciones, empresas locales, nacionales y multinacionales.
- 3 En la región, la actividad espacial (turística) de los actores es diferencial, y por lo tanto, desigual.
- 4 En Costa Maya se sobreponen distintas territorialidades locales, regionales, nacionales y mundiales, con percepciones, valoraciones y actitudes diferentes; que generan relaciones de complementación, de cooperación y de conflicto.
- 5 Los imaginarios de los lugares, destinos y viajes son producidos y consumidos por las diferentes poblaciones del globo a través del papel creciente de los medios de comunicación y de las oportunidades de viaje.

El objeto de este trabajo es identificar cuáles son los componentes del imaginario turístico y analizar el impacto de este imaginario en la creación material y simbólica del

espacio y del territorio. Se trata así de demostrar en qué medida el imaginario turístico es instaurador y productor de territorialidad. Los aspectos del imaginario en el origen de las prácticas turísticas de Costa Maya son múltiples: búsqueda de un espacio geohistórico, de la naturaleza que simboliza el Caribe mexicano y de una conciencia “sostenible” de lo socioambiental. El análisis de los componentes del imaginario turístico se articulará en torno a nociones de representaciones y de retórica.

Teniendo en cuenta la diversidad de los actores considerados (instituciones públicas, sector profesional, medios de comunicación, turistas), el estudio será realizado tanto a través de las etapas de creación, de difusión, como de consumo de este imaginario –considerando por otra parte que pueden ser simultáneas (el caso de turistas, que en el marco de la práctica fotográfica, consumen y crean a la vez este imaginario).

Más allá de la emergencia de lugares turísticos, se han constatado cambios en el seno de la sociedad quintanarroense, en busca de una identidad turística caribeña. La imagen de las ciudades turísticas planificadas se diseña para satisfacer las expectativas del turista que busca cierto exotismo que justifique el costo del desplazamiento y al mismo tiempo un nivel de confort asociado a las instalaciones propias de la arquitectura moderna. El exotismo deriva en la reproducción de formas y detalles constructivos propios de la arquitectura vernácula. Debido a que la imagen turística de las ciudades mexicanas, difundida por los medios masivos de comunicación a nivel internacional, corresponde en gran medida a la de las poblaciones coloniales del altiplano central (o bien a los sitios arqueológicos), entonces en los nuevos centros turísticos ubicados en las franjas costeras se ha difundido el uso de la teja de media caña, los muros encalados y la cantera labrada, adicionados de cubiertas de palma, aun cuando ninguno de los primeros materiales existía en las costas del Caribe o en la regiones del norte desértico, en el caso de la palma.

Un ejemplo emblemático de la materialización de la imagen turística difundida por los medios de comunicación

es Puerto Vallarta, en donde un grupo de promotores locales decidió recrear la imagen de un “pueblito mexicano” para satisfacer las expectativas del turista norteamericano y competir al mismo tiempo con la modernidad que caracterizaba el paisaje de Acapulco en los años cincuenta.

En los centros de playa que surgen de manera más informal también se reproducen en el conjunto del paisaje urbano los elementos propios de un lugar de descanso que son transmitidos masivamente por los medios: sol, playa, palmeras, etc. Ante el arraigo de estos íconos del esparcimiento contemporáneo, las ciudades coloniales (alejadas de las costas), que también compiten por un fragmento del mercado, se ven obligadas a complementar su oferta cultural, con festivales, vida nocturna e incluso acceso a deportes de aventuras en sus alrededores.

De esta manera, en el paisaje de los centros turísticos se encuentra un diálogo sui géneris de formas arquitectónicas contemporáneas, interpretaciones y reinterpretaciones de elementos de la arquitectura vernácula, adicionados de los recursos propios de la arquitectura popular auto-producida. Las características del espacio construido que resulta de este intercambio, constituyen la expresión tangible de una identidad urbana contemporánea, situada entre lo global y lo local (Quiroz, 2009).

La región Costa Maya representa para la zona sur de Quintana Roo la esperanza y la confianza en un desarrollo turístico que posibilite el deseado equilibrio y el empleo en toda la costa sur de la entidad. La historia de la región y su impacto está íntimamente relacionada a tres actividades económicas que le han dado sentido de permanencia a los pobladores originarios y a los procesos migratorios: la actividad coprera a través de ranchos particulares, la pesca tradicional y la agricultura. Sin embargo, es a partir de las inversiones que los propios lugareños generaron en infraestructura hotelera como se empezó a desarrollar la actividad turística en la región, en especial, a partir de la construcción de la carretera en 1982, que propició la conexión de la comunidad y la costa hacia el interior del estado.

La dinámica turística se ha visto respaldada por la inversión en otros servicios, principalmente por el muelle internacional construido en el año 2000, al que arriban cruceros de grandes dimensiones. Los turistas en los cruceros consumen de alguna manera el espacio local.

La imagen de la infraestructura urbana se ha visto modificada a través del tiempo por dos acontecimientos trascendentales, el golpe de los huracanes y el turismo. El horizonte visual de hoy se debe a la inversión generada por el Estado a partir de la devastación que ocasionó el huracán Dean en agosto de 2007. Antes, Mahahual era un pueblo con tres calles de arena, sin señalización y con una calle principal en donde se colocaban vendedores de artesanías, además de que encontrábamos servicios como los restaurantes, que ofrecían productos locales a un precio accesible, incluso para los lugareños.

De una imagen paradisíaca (como muchos refieren “de postal”), se convierte en un centro moderno, con construcciones especializadas de restaurantes y hoteles que varían en la calidad del servicio, pero que en varios de los casos son de propiedad o copropiedad con extranjeros. Por el crecimiento económico y el desarrollo de ciertas actividades fundamentalmente del sector terciario, se genera un circuito de trabajadores que de forma diaria o semanal se desplazan a la comunidad y a la región para realizar los diversos trabajos, básicamente estamos hablando de hombres y mujeres jóvenes y solteros. Además, encontramos a migrantes que han decidido permanecer en la comunidad y establecer su vivienda, los cuales ven en el turismo una forma de vida.

En Quintana Roo, la actividad turística es el eje rector de la economía, aunque podemos mencionar que ha sido una actividad un tanto depredadora de la calidad socioambiental, ya que la controlan los objetivos financieros. Otro factor es que el turismo impulsa procesos de aglomeración y concentración de capitales, trabajo y energía, que al conjugarse someten a los ecosistemas a una presión que supera su capacidad de soporte. En el caso de las zonas costeras, estos sitios naturales son las áreas de playa,

justamente las de mayor complejidad ecológica y sujetas a fuerte presión por parte de las actividades humanas.⁹

La identidad turística de Costa Maya se evidencia a partir de su imagen de “paraíso”, como un corredor que se caracteriza por la extraordinaria calidad en atractivos naturales. La región está rodeada por áreas naturales protegidas que incluyen ecosistemas terrestres, como humedales o selvas, y ecosistemas marinos tales como arrecifes y atolones. Entre estas dos grandes unidades se extiende una franja de playas de casi 130 kilómetros de largo.

El ordenamiento ecológico territorial contempla establecer 30,000 cuartos de hotel y se espera un crecimiento de población de 160 mil habitantes, distribuidos en diversas áreas de asentamientos regulares como el Kilómetro 55, el fraccionamiento Costa Maya y el área turística.¹⁰ De acuerdo con los últimos datos estadísticos de la Secretaría de Turismo (Sedetur), de enero-abril del 2013 arribaron al muelle Costa Maya 73 cruceros, con un movimiento de 197,255 turistas. Están en operación 39 hoteles, con 343 cuartos.

2. Procesos de urbanización y producción social del espacio

La urbanización turística hace referencia a los procesos a través de los cuales se han desarrollado áreas urbanas con la finalidad fundamental de producir, vender y consumir servicios y bienes que producen placer a residentes tem-

9 Las áreas costeras contienen importantes recursos naturales y económicos que en muchas regiones del mundo no se utilizan o son utilizados de tal forma que los beneficios económicos no son optimizados a su máximo potencial. Los principales recursos costeros son arrecifes coralinos, ecosistemas de manglar, sistemas de playa, estuarios y lagunas y lechos marino, estos sistemas costeros generan beneficios ecológicos y económicos que proveen al hombre. Véase a Campos (1996).

10 Actualmente, la población en la región es de menos de 1000 habitantes (Mahahual con 921 e Xcalak con 321).

porales. Simbólicamente estos espacios suelen ser considerados extraordinarios por parte de los usuarios.

La constitución de estos espacios ha proporcionado la oportunidad de generar ingresos a través de la urbanización turística. En un contexto de producción industrial, de crecimiento de rentas y de mejora técnica, el convencimiento de la necesidad de hacer vacaciones son los motivos que provocan la multiplicación de centros turísticos de playa en todos los espacios bañados por el sol, situados en la periferia de las principales concentraciones urbanas e industriales del mundo (Antón y González, 1997).

Múltiples ejemplos de todo el orbe demuestran que la funcionalización turística del espacio ha tenido como consecuencia más relevante la creación de estructuras urbanas y regionales de características singulares que no son otra cosa que la expresión específica, al nivel de las formas espaciales, del modo de producción de una sociedad de tiempos divididos como es la contemporánea (véase por ejemplo, en esta línea, una interpretación de los efectos del actual proceso de cambio de la dinámica turística en la propia configuración del espacio turístico como es el caso de la Costa Maya. Podemos decir que Mahahual ya es un espacio de soporte de las actividades turísticas y, a la vez, es recurso y factor de los procesos de producción y consumo turísticos).

Los centros turísticos constituyen excelentes ejemplos de los procesos de urbanización reciente si consideramos al turismo de masas como un fenómeno característico del siglo XX. A principios de esa centuria existían balnearios y sitios de veraneo alrededor de las principales ciudades mexicanas. A partir de la segunda mitad del siglo pasado, la expansión del turismo de masas contribuyó a la transformación de aquellas regiones a este nuevo mercado en expansión. Ante esta perspectiva, a finales de los años cuarenta se observan en México las primeras intervenciones estatales a gran escala dentro del sector turístico. Destaca el caso de Acapulco –antiguo puerto colonial fundado en el siglo XVI– como el primer centro turístico moderno del país. Posteriormente, en la década de los setenta, el go-

bierno adoptó un programa de impulso al turismo basado en la creación de polos de desarrollo ubicados en regiones marginadas. Para la realización de estos proyectos, se creó el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) encargado de coordinar la concesión de créditos para el desarrollo y consolidación de la actividad turística, así como de construir y administrar la infraestructura de los centros integrales. Con base en estos antecedentes se reconocen dos modalidades de localidades turísticas:

- Los centros turísticos planeados que forman parte de ambiciosos planes de desarrollo regional promovidos por el Estado, como Cancún, Ixtapa-Zihuatanejo, Los Cabos, Loreto o Bahías de Huatulco.
- Las localidades que se consolidaron como balnearios de forma espontánea en atención a la demanda regional, como Puerto Vallarta, Puerto Peñasco, San Felipe B.C., Puerto Escondido o Playa del Carmen.

Desde la perspectiva geográfica, la gran mayoría de estas ciudades se localiza sobre las franjas costeras, aunque existen excepciones muy interesantes como Valle de Bravo, Palenque o Creel.

Por último, cabe mencionar que los polos turísticos (y las ciudades fronterizas) presentan las tasas de crecimiento más elevadas dentro del país. En este sentido, los casos de estudio pueden considerarse excelentes ejemplos de la dinámica urbana actual que incluye la producción de una arquitectura asociada a la identidad mexicana contemporánea.

En este apartado, vamos a considerar la producción social del espacio como un paso necesario e inmediato, en cuanto a la reivindicación de la construcción de lo que Lefebvre (2013) señaló como una teoría unitaria, es decir, durante largo tiempo se ha tenido por costumbre presentar el espacio como un receptáculo vacío e inerte, como un espacio geométrico, euclidiano, que sólo posteriormente sería ocupado por cuer-

pos y objetos. No hay relaciones sociales sin espacio, de igual modo, no hay espacio sin relaciones sociales.

El espacio debe considerarse, por tanto, un producto que se consume, que se utiliza, pero que no es como los demás objetos producidos, ya que él mismo interviene en la producción. Organiza la propiedad, el trabajo, las redes de cambio, los flujos de materias primas y energías que lo configuran y que a su vez quedan determinados por él. Cada sociedad produce su espacio. En el caso, en la sociedad capitalista, es la ciudad, gran protagonista de los últimos siglos. La urbanización de la sociedad, su expansión en las periferias y nuevas ciudades es un proceso continuo. Lo urbano es entendido así como proceso, horizonte y práctica; no obstante, se confunde con demasiada frecuencia con aquello que Lefebvre denomina “el tejido urbano”, es decir, el escenario de la proyección y planificación.

El mundo se urbaniza a la vez que las poblaciones y los territorios se segregan. El espacio es colonizado por formas parceladas, medibles, cuantificables y vendibles: Asistimos así a una de las grandes contradicciones producidas por el capitalismo: la coexistencia y combinación de la homogeneización y la fragmentación del espacio, su totalización y su atomización. El espacio dominante del capitalismo es el espacio abstracto, el espacio instrumental. Éste se aleja de la complejidad de la realidad social y se presenta, bajo discurso pretendidamente clarificador y coherente, como producto acabado, lo que hace que se muestre desgajado de los procesos de producción, dominación y explotación. Lefebvre elabora en *La Producción del Espacio*, una triada conceptual compuesta por las prácticas espaciales, las representaciones del espacio y los espacios de representación. A cada una de estas dimensiones corresponde, respectivamente, un tipo de espacio: el percibido, el concebido y el vivido.

Espacio, mercancía, urbanismo y competitividad

Costa Maya es un espacio geográfico que representa el medio por el que se desarrolla la actividad del hombre, la

acción humana y social, esto es, el marco de toda acción, relación, articulación o suceso en el que participa como variable el espacio físico y en el que se desarrollan su vida y su actividad los hombres (Sánchez, 1991).

La forma que adopta el espacio turístico -tomando el caso de la región que nos ocupa- representa un conjunto productivo del espacio del destino turístico, en donde los consumidores directos y los intermediarios de consumo completan junto con la administración -en sus diferentes niveles- el sistema de elementos que interviene en su definición y en su atribución de valor. En general, la relación de todos estos agentes genera una nueva realidad territorial y ocasiona problemas ambientales, conflictos de uso, insuficiencia de infraestructura y, en definitiva, producen las contradicciones características del urbanismo turístico, mismas que se están manifestando en todo el litoral del estado de Quintana Roo y, de manera particular, en Costa Maya, Mahahual.

Costa Maya se presenta como espacio abstracto-instrumental, como representación de un espacio que se muestra puro, original, natural, punto cero de la realidad humana, espacio en sí que nos aleja del análisis de las relaciones sociales implicadas en la producción y reproducción, velando tras el signo de la coherencia espacial la existencia de un determinado orden social con beneficiados y excluidos, ocultando, por consiguiente, las profundas contradicciones y desigualdades que genera. De este modo, afirma Lefebvre (2013), “el espacio de un orden se oculta en el orden del espacio”. Es así que Costa Maya, Mahahual se convierte en una entidad fundamentalmente visual: parcela, fachada: “construimos sobre informes y planos; compramos a través de imágenes”. El espacio visual reduce y sintetiza a través del recorte y el montaje la realidad que representa y hace pasar por legible lo que ante todo es enmascaramiento. La producción del espacio de Costa Maya busca la continuidad y la intercambiabilidad de todas y cada una de sus partes.

El sector inmobiliario y, en general, el de la construcción en los destinos turísticos, se intensifican para dar

soluciones espaciales que responden a la expansión capitalista, y Costa Maya se convierte en una región dinamizadora -acumulación y circulación de capital- de la economía mundial del sector turístico, como lo es por ejemplo, la Riviera Maya. Por ello, el ámbito urbanístico-inmobiliario, acompañado de leyes propicias y/o falta de control político, cuando no de la connivencia de los legisladores, ha resultado ser un excelente sector para la acumulación de capital; y con ello se refuerza que Costa Maya se convierte en un espacio de valor de cambio, como porción de suelo intercambiable: el espacio es reducido a simple mercancía, aun siendo espacios habitados, como esta región que, sin duda, sufrirá las consecuencias de las políticas especulativas de la inversión turística.

Cada actividad productiva ejerce una forma particular de incidencia espacial en la medida que requiere recursos distintos, necesita de una base territorial y de espacios complementarios particulares y se dirige hacia sectores y mercados diferenciados. Así, Costa Maya, vista desde lo global,¹¹ es un área territorial delimitada, en donde convergen distintas dinámicas territorializadoras por cada actividad que se presente en ella, en función a su vez del peso de cada una en su relación con el espacio como factor particular de ese territorio.

Costa Maya, Mahahual se convierte en un espacio social resultado de un territorio considerado funcionalmente para una actividad como lo es el turismo. Actividad económica que presenta un uso intensivo territorial variable en relación a la fuerza de trabajo ocupada y al valor económico obtenido por unidad de superficie, dentro de bloques de residencias, hoteles, comercios, etc., ligada a la situación climática que da su forma estacional de la fuerza de trabajo, lo que hace que el turismo se convierta en un sector productivo.

11 Ésta es una palabra compuesta por global y local. El término “economía global” se refiere a un proceso de internacionalización y regionalización de la economía, y a una tercerización creciente, descentralización, interrelación y privatización de las actividades económicas.

Sin duda, la utilización del espacio de ocio (turismo) implica una actividad económica que lo transforma en mercancía capaz de ser usada. Desde esta perspectiva, el turismo se plantea como un sector de producción económica. Queda claro que hablar de ocio y turismo es entender que se dan desplazamientos en el espacio ocupado por personas, con el fin de servirse de otros espacios como lugares de ocio, o bien de los recursos y atractivos naturales diferenciales que ofrece el territorio al que se acude; en el caso de Costa Maya ya se da un uso temporal de un espacio distinto a la residencia habitual, donde se pretende desarrollar un conjunto de actividades en relación con el espacio: en primer lugar, y en sentido más estricto, se da un turismo que no establece vínculos territoriales permanentes con el espacio de ocio y, en segundo lugar, encontramos un turismo permanente en el uso del mismo espacio, lo cual habrá dado lugar a alguna forma de vínculo territorial psicosociológico, generándose como residencia secundaria.

Podemos decir que Costa Maya, Mahahual ya es un espacio de soporte de las actividades turísticas y, a la vez, es recurso y factor de los procesos de producción y consumo turísticos. El espacio es soporte, recurso y factor por su condición geográfica: naturaleza material y tangible, magnitud espacial y atributos de carácter cualitativo. Es así que Costa Maya cuenta con características geográficas que tienen un valor intrínseco –natural o cultural-, además del derivado de la valoración cualitativa que le otorga la sociedad en cada momento histórico. Esta valoración social conduce a la adecuación de los recursos o atractivos y a su conversión en oferta y producto, objeto de la venta y consumo turísticos (Vera *et al*, 2011).

Toda actividad turística se apoya en un recurso, y se entiende por recurso turístico la base sobre la que se desarrolla la actividad turística, es todo elemento tangible o intangible que tiene capacidad potencial, por sí mismo (recurso básico) o en combinación con otros (recursos complementarios), de atraer visitantes a un determinado espacio por motivos de turismo, ocio y recreación. Y la complejidad del producto

turístico es un hecho derivado del propio fenómeno y de su singular significado como actividad económica; es decir, no se compone de un solo elemento, sino que comprende un conjunto de bienes, servicios y entornos que percibe o utiliza el visitante durante su viaje y estancia en los destinos a los que acude para satisfacer sus motivaciones de ocio y de valoraciones (Bosch, 1993).

De esta manera surgen las “ciudades turísticas” como Mahahual, que tienen en cuenta que el elemento central del turismo es el consumo de un tipo de bienes y servicios cuyo principal objetivo es la consecución de bienestar en un entorno espacial diferente del habitual; a diferencia de las ciudades desarrolladas durante los siglos anteriores, la urbanización de las ciudades turísticas tiende a dar respuesta —teóricamente— a la necesidad de satisfacer la voluntad de consumo superfluo de las personas —el ocio— en lugar de sus necesidades de consumo colectivo. Es con base en este razonamiento que se puede admitir que su funcionalidad, su hábitat y su dinámica tienden a ser substancialmente diferentes en origen al del resto de las formas de poblamiento. Para el caso español, Vera Rebollo (1989) ha destacado, por ejemplo, tres singularidades de las ciudades turísticas:

- Tienen enormemente atenuada la movilidad trabajo-residencia a consecuencia del predominio de las actividades de ocio y del carácter de la estructura urbano-turística como ciudad producto.
- Pierde interés la lógica de la centralidad y ganan interés otros elementos como las perspectivas sobre el mar o el paisaje.
- El hábitat de ocupación no permanente incorpora otras dimensiones que ponen de manifiesto la función del ocio y pierden significado algunos equipamientos característicos de la vida urbana convencional

(docentes, culturales, etc.) en beneficio de otros (deportivos, recreativos y sanitarios).

Se puede definir la urbanización turística contemporánea como una forma singular de urbanización que tiene los siguientes elementos distintivos:

- a. es espacialmente diferente porque es socialmente diferente;
- b. es simbólicamente distintiva, con símbolos urbanos que actúan como cebos para los turistas; se distingue por un rápido crecimiento de la población y de la fuerza de trabajo;
- c. se distingue por un sistema de producción flexible que es consecuencia del postfordismo;
- d. se distingue por una intervención pública que es de carácter incentivador;
- e. la urbanización turística se distingue por formas de consumo de ocio de masas y se distingue por una población residente socialmente distintiva, ya que la urbanización es socialmente diferente.

El territorio turístico se caracteriza, pues, por el hecho de que su organización satisface la demanda de un uso diferencial del tiempo y el consumo de unos tipos específicos de bienes. Por tanto, a pesar de la generalización de amplios conjuntos urbanizados, puede entenderse que la turística tiende a responder a una práctica urbana singular, diferenciada funcional y estructuralmente de la ciudad convencional. Así, en los espacios de destino turístico, el suelo, en tanto que mercancía, se ha usado o consumido de manera directa cuando se ha ocupado para la instalación de infraestructuras, o de manera indirecta, cuando se ha utilizado como reclamo externo de la propia infraestructura turística, con la finalidad de configurar un imaginario particular.

3. La innovación turística y las agendas de competitividad

Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) en el turismo

El turismo es una industria que no produce bienes, pero ofrece servicios a distintos tipos de personas. Es una combinación de varias industrias y comercios interrelacionados, como la industria alimentaria o la del transporte, entre otras. Es un negocio complejo debido a que involucra múltiples actividades socioeconómicas como la atracción de personas a un destino, transportación, hospedaje, alimentación y entretenimiento, etc. Este proceso implica una mejora de infraestructura significativa y contribuye con el desarrollo de la región.

Actualmente, el turismo es una industria extremadamente híbrida e incorpora distintas características de la sociedad de la información. A pesar de que el producto básico de esta industria son los servicios físicos, producidos y consumidos en el mundo físico, éstos son generados y alcanzados a través de servicios de información basados en las TIC's.

La integración entre los servicios físicos y de información es uno de los principales retos de la industria turística. En consecuencia, el desarrollo del turismo resulta ser en gran parte un producto de la información. La sociedad de la información actual ha convertido al turismo en una industria intensiva en información, conforme las TIC's tienen un impacto potencial sobre los negocios turísticos que no puede ser subestimado, debido a que son herramientas fundamentales para poder responder a las demandas de la sociedad actual, basada en el intercambio de información. Los principales usos de las TIC's en la industria del turismo se pueden observar con la integración de herramientas y sistemas automatizados para hoteles, restaurantes y aerolíneas comerciales.

Las TIC's han facilitado las transacciones entre negocios en la industria por medio de la creación de redes con los socios comerciales, la distribución de productos y servicios,

además de proveer información a los consumidores. Por otro lado, los consumidores también utilizan aplicaciones en línea para interactuar con la industria turística. El uso de sistemas automatizados en el sector turístico se implementa principalmente para comunicación con potenciales clientes, permitir interactividad con consumidores, mejorar la administración de inventario, maximizar las ganancias, reducir costos de operación y mejorar su rendimiento.

La implementación de Sistemas Computarizados para Reservaciones (de sus siglas en inglés CRS, Computer Reservation Systems) y Sistemas de Gestión de la Propiedad (de sus siglas en inglés PMS, Property Management Systems) permite a los hoteles y otros negocios turísticos mejorar la capacidad de gerencia y la efectividad de las operaciones, facilitar el control de inventarios, controlar y monitorear las reservaciones, ofrecer capacidades de rendimiento administrativo, además de proveer un mejor acceso a las base de datos de clientes.

El turismo está sufriendo una auténtica revolución debido a la incorporación de las TIC's y, sobre todo, el uso de internet, provocando la transformación del propio sector. En el futuro próximo todo parece indicar que las tendencias actuales sobre la comercialización, promoción en línea, ofrecimiento de información y utilización de sistemas automatizados serán las fuerzas que sigan cambiando el turismo.

Es un hecho que en la era de la economía y de la sociedad del conocimiento ha cobrado gran ímpetu la idea de que éste y la innovación son factores clave para el desarrollo. Se ha abierto una amplia discusión en torno a su papel, no sólo dentro de los procesos económico-productivo, sino en torno al mejoramiento del bienestar de los grupos sociales, en la solución de necesidades básicas para mejorar la calidad de vida de la población y la construcción de procesos sociales más participativos que ayuden a generar un desarrollo incluyente.

La innovación y el desarrollo de la actividad turística se ha ido difundiendo ampliamente con la idea de que el conocimiento y la innovación son factores estratégicos

para el crecimiento integral y el bienestar sociocultural, así como favorecer un desarrollo sustentable y fomentar la competitividad en los destinos turísticos.

El turismo desempeña un papel relevante en la economía de muchas naciones, ya que contribuye al desarrollo de las regiones, impulsa la infraestructura y es un importante generador de divisas, ingresos y empleos.¹² Organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo (OMT), la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el Banco Mundial (BM), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Comisión de las Comunidades Europeas (EUROSTAT), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), entre otros, se han preocupado por generar propuestas de desarrollo basadas en la industria turística.

De acuerdo a la OMT, en los últimos 50 años, el turismo ha experimentado un crecimiento sostenido, ya que a nivel mundial pasó de 25 millones de turistas internacionales, a más de 1,000, cifra alcanzada a finales del año 2012. Por su parte, la contribución económica del turismo al Producto Interno Bruto Mundial, se estima en alrededor del 5%, lo que significa el 7% de empleos directos en el mundo. Esta situación seguirá presente las próximas décadas (OMT, 2013).

Para el Caribe Mexicano, resulta del todo clara su vocación turística que lo convierte en el principal aportador de divisas que México genera por ese concepto, en un orden del 30%. El estado de Quintana Roo tiene su principal fuente de ingresos y captación de inversión extranjera directa en este sector; según cifras del INEGI, el comercio y servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas representan aproximadamente el 17.9% del PIB estatal. Pero que si se contemplan otros sectores correlacionados al turismo como los servicios inmo-

12 Por ejemplo, México ocupa el 13° lugar de llegadas de turistas internacionales, y el lugar 24 en entrada de divisas por el turismo internacional a escala mundial.

biliarios (10.1% del PIB estatal), la construcción (10.1% del PIB estatal) y el transporte (8.6%), se puede considerar que el turismo participa con alrededor del 45% del PIB estatal (SEDETUR, 2013).

La innovación en turismo se ha convertido en una de las áreas de mayor potencial de crecimiento en ciencia y tecnología. Se ha venido trabajando en diversas disciplinas desde las tecnologías de la información y las comunicaciones, el software y aplicaciones, la arquitectura, las ciencias ambientales, el marketing o el desarrollo de experiencias turísticas.

Por otra parte, el sector turístico está experimentando cambios muy drásticos; se ha vuelto dependiente de un tratamiento intensivo de la información y está estrechamente relacionado con los sistemas de información. Las Tecnologías de la Información (TI) rebasaron su papel al pasar de simples herramientas que facilitaban la operación en las empresas, a establecerse como factores estratégicos y críticos de éxito para una organización. En una industria donde, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), tan solo en 2009, más de 800 millones de turistas de todo el planeta salieron de sus países y representaron una derrama de 852 mil millones de dólares (SIHIMI, 2010), las TI han facilitado los procesos de negocios de los actores grandes y chicos que compiten por una rebanada del pastel. Las TI han sido un factor fundamental para el desarrollo de ventajas competitivas y el cambio en la forma de competir, y han modificado las fuerzas que afectan la competencia dentro del sector turístico.

En el caso particular de la Costa Maya el uso y aprovechamiento de la innovación y el uso de las TIC's turísticas son evidentes en sitios Web: Mahahual Móvil App/www.tumahahual.com, Map of Costa Maya, México, Things to do in Costa Maya, Grand Costa Maya <http://www.grandcostamaya.com>.

El análisis de distintas experiencias permite establecer que, aunque con efectos limitados, los destinos turísticos que han incorporado innovaciones tecnológicas tienen

ventajas competitivas con respecto a los demás. De ahí que la innovación haya pasado a formar parte de las agendas de competitividad de los destinos turísticos a diferentes escalas, y que para el caso mexicano y de manera particular el Caribe Mexicano, es ya un documento estratégico de planificación del turismo.

La puesta en marcha de un Proyecto Agenda de Competitividad por Destinos Turísticos (PIB) corresponde a una nueva política nacional turística, que tiene como propósito diagnosticar su situación y emprender un programa de acciones, en coordinación estrecha entre la federación y los gobiernos locales, para aprovechar el potencial turístico de México y generar una mayor derrama económica en el país. Las PIB se alinean a la Estrategia 4.11.2 del Plan Nacional de Desarrollo (PND), relativo a “Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico”.

Este instrumento de planeación designado “Agendas de Competitividad por Destinos Turísticos (PIB)” para 44 destinos claves del país, surge con el propósito de diagnosticar su situación y de emprender un programa de acciones, en coordinación estrecha entre la federación y los gobiernos locales, con la participación de los demás actores del propio destino.

La Agenda de Competitividad Turística de un Destino surge con el propósito de impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector. La Secretaría de Turismo del gobierno de la República supervisará la instrumentación de la Agenda en coordinación de la Secretaría Estatal de Turismo del Gobierno de Quintana Roo y las universidades, ello, alineado al Eje 4 del Plan Nacional de Gobierno, México Próspero: “Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país”.

La Agenda de Competitividad es un instrumento analítico con alto perfil de contenido, que diagnosticará la situación por la que atraviesan los destinos turísticos del país. Su desarrollo se llevará a cabo mediante una planeación participativa, bajo la coordinación de la Secretaría de

Turismo en lo general, y la Coordinación de Turismo del Gobierno del Estado, en particular, con la participación de las universidades públicas. Será una base sólida para promover un desarrollo turístico local sustentable del destino, lo que permitirá conocer el comportamiento de la competitividad de las localidades.

Es por lo anterior que la Agenda de Competitividad del destino buscará fortalecer la investigación y generación del conocimiento turístico, la calidad de los servicios y productos turísticos, así como diversificar e innovar la oferta de productos y consolidar destinos en el Caribe Mexicano. Tiene como objetivo:

Contar con un conocimiento del estatus que guarda la competitividad en la localidad para delinear una estrategia o agenda realista, práctica y viable para el destino, que servirá de base para la toma de decisiones posteriores, así como su incorporación en la Agenda de los Destinos Turísticos, y para la construcción del Índice de Competitividad de los Destinos Turísticos.

Para efectos del estudio propuesto, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- 1 Conocer en qué etapa de desarrollo está el destino turístico.
- 2 Conocer las potencialidades, debilidades, amenazas y oportunidades del destino turístico a través de un análisis de las Fortalezas-Oportunidades y Debilidades –Amenazas (FODA).
- 3 Llevar a cabo una revisión de las condiciones económicas, sociales y ambientales, utilizando la información cualitativa y cuantitativa, para destacar las estructuras y tendencias de desarrollo empresarial local, considerando el ámbito regional o estatal.

- 4 Establecer sistemas de manejo de indicadores, para su futuro uso en trabajos de monitoreo y evaluación.
- 5 Comparar los destinos para generar un tablero de control de gestión de destinos.

Conclusiones

Este libro nació como una necesidad de reflexionar sobre los estudios turísticos y en torno a la producción de conocimiento científico sobre la temática, misma que requiere de nuevos modelos de análisis. Creo que todavía nos seguiremos preguntando ¿qué es el turismo?, ¿cómo y quiénes están produciendo el conocimiento en el área del turismo?, ¿qué bases fundamentan el conocimiento en turismo?, ¿es una ciencia?, ¿es complejo?, ¿por qué?, ¿quiénes son los turistas y cuáles son sus preferencias?, ¿a qué destinos van?, ¿qué tipos de turista y productos turísticos existen? éstas y muchas otras preguntas requieren y exigen respuestas que nos llevan a reflexionar sobre el quehacer del turismo.

Es necesario que los interesados en esta temática profundicen en la noción de los imaginarios turísticos, y propongan metodologías; los imaginarios turísticos requieren definiciones multidimensionales que tengan en cuenta el conjunto de la cadena de producción turística.

El turismo, como objeto de estudio, demanda una estrategia de investigación que sume el esfuerzo por el análisis crítico y reflexivo a partir de concebir la importancia del problema epistemológico en la construcción de su conocimiento; la identificación de condiciones esenciales que caractericen los fenómenos en cuestión; los elementos básicos sobre los que se deba intervenir para dirigir y operar sus múltiples manifestaciones; el derivar contenidos académicos para planes de estudio en la formación de profesionales del turismo, retroalimentar y vincularse con los diversos sectores relacionados con el fenómeno turístico para consolidar teórica y prácticamente el desarrollo integral de su actividad. Actualmente, es necesario que las escuelas de turismo de nivel superior incursionen, decididamente, en la investigación mediante la constitución de cuerpos y claustros académicos que integren a alumnos,

tesistas y egresados interesados tanto en los retos del desarrollo teórico y metodológico en esta área de estudios a nivel superior, como preocupados en proveer alternativas de desarrollo local, social y regional del turismo en los lugares donde se ubiquen los desarrollos.

Es un hecho que el recurso territorial turístico como la región Costa Maya, Mahahual, se transforma y se convierte en oferta y en producto turístico, se consume allí mismo donde se produce y, además, no desaparece. Como podemos constatar, el consumo turístico es intangible con relación al recurso y al producto. Por otra parte, el recurso/factor, la materia prima, no se desplaza, se desplaza el turista, el consumidor. Es así que todos estos hechos hacen del turismo un fenómeno particular y, por ello, en su especialización, influirán factores específicos, diferenciados en comparación con los generales que explican la localización de las actividades económicas.

El turismo es visto por científicos y políticos como la salvación para las economías más frágiles y para la protección y mantenimiento del patrimonio natural y cultural. Pero, también, es de gran interés académico la importancia de la urbanización en el cambio social, especialmente bajo condiciones de acumulación y relaciones sociales capitalistas (Harvey, 2007). Esta valoración la podemos enfocar a la actividad turística, donde los procesos de urbanización modelan las condiciones y las circunstancias de la acumulación del capital.

Podemos decir que la región Costa Maya, Mahahual a través del turismo ocasiona la transformación del suelo en mercancía, la aparición de nuevos usos en el espacio, la adaptación de las estructuras territoriales preexistentes a nuevas y diferentes funciones y la transformación de la base productiva local y regional. Implica, por lo tanto, la creación de un espacio particular que se puede denominar «espacio de destino turístico» y, por la propia naturaleza receptiva de la actividad, la configuración de estructuras urbanas que, funcional y morfológicamente, pueden considerarse singulares. Implica, en definitiva, la configuración de un espacio-territorio que es objeto de transformación,

y la creación de un espacio-red, que es resultado de las necesidades y condiciones productivas, fuera del propio espacio de destino, del sistema productivo localizado en el espacio-territorio. La forma que adopta el espacio turístico es resultado de la interacción entre los agentes que intervienen en su producción. Los propietarios, los promotores urbanos y los empresarios turísticos forman el conjunto productivo del espacio de destino turístico. Los consumidores directos y los intermediarios de consumo completan, junto con la administración (en sus diferentes niveles), el sistema de elementos que intervienen en su definición y en su atribución de valor (Sánchez, 1991).

En la actualidad, Mahahual es una pequeña comunidad de pescadores asentada a la orilla del mar Caribe, y es el centro geográfico del corredor Costa Maya. Su población, en el año 2000, era aproximadamente de 228 habitantes; en 2013, ascendió a 925 habitantes, según el censo realizado por personal de la alcaldía. Las características predominantes de esta zona son la escasa población, el aislamiento, la falta de infraestructura y la alta vulnerabilidad a la ocurrencia de huracanes y a sus efectos (mareas de tormenta, etc.), pero también la belleza y riqueza de su sistema natural y la alta potencialidad para el desarrollo turístico proyectado que harían de Mahahual un centro integrador de servicios al turismo en el corredor Costa Maya desde Xcalac a Pulticub y también para las comunidades rurales cercanas.

En la planeación, que se maneja para el Centro Integralmente Planificado (CIP) de Costa Maya y dentro del Programa Estatal de Desarrollo Urbano, Mahahual será el centro urbano más importante de la zona, a partir del cual se organizará la ocupación del territorio. Si se detonara el proyecto de desarrollo turístico que se tiene proyectado, la región Costa Maya, Mahahual deberá prepararse para acoger una población de 15,000 habitantes en el 2005; 60,000 en el 2010, y 100,000 en el 2025, considerando también 2,500 cuartos hoteleros de media y baja densidad repartidos en el corredor Costa Maya, y los cerca de 9,500 que estarían ubicados en Mahahual.

Indudablemente, lo anterior representa un desafío a la capacidad de respuesta adecuada, que se traduce, primero, en compatibilizar los estudios efectuados por el Programa de Ordenamiento Ecológico del Territorio y la distribución de las actividades en el corredor con la planeación urbana; en minimizar los efectos de la ocurrencia de huracanes sobre Mahahual y, luego, en la proposición de acciones que no vulneren el medio natural, provisión de reservas de suelo para los distintos usos, provisión de infraestructura y equipamiento, etc., y también en la formulación de las estrategias, programas e instrumentos que hagan viable el desarrollo de Mahahual y su área de influencia.

En la actualidad, la región presenta un estado de muy baja intervención antrópica, aunque ya se ha construido un muelle para cruceros en Mahahual que trae visitantes con mayor frecuencia, y cuenta con aproximadamente 222 cuartos de hotel (en general, cabañas de distintas categorías).

Mahahual está llamado a ser uno de los principales polos de desarrollo en la zona sur del estado. Sus recursos naturales lo perfilan con amplias perspectivas de desarrollo económico, social y urbano sustentado, principalmente, en las actividades turísticas, debido a su ubicación estratégica en la región Costa Maya. Mahahual se debe considerar como un centro integrador de servicios, tanto para el turismo como para los habitantes de las comunidades aledañas.

Sin duda, la innovación resulta ser una estrategia para la competitividad del destino Costa Maya, Mahahual, ya que con la presencia de pequeñas y medianas empresas se genera el uso de las tecnologías de la información y comunicación que le han ido otorgando un papel central entre los nuevos retos que un destino tiene que gestionar.

Bibliografia

- Antón, Salvador y Francesc González (coords.)
1997 *Planificación territorial del turismo*, UOC, Barcelona.
- Augé, Marc
2008 *Los no lugares, espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Gedisa, Barcelona.
- Beni, Mario
2001 *Análise estrutural do turismo*, Senac, Sao Paulo, Brasil.
- Bosch, R.
1993 “Turisme i medi ambient: la relació entre els agents del sector i l’administració pública”, en *Perspectives del medi ambient als municipis del litoral*, Diputació de Barcelona (Estudis i Monografies 15), Barcelona.
- Boullón, Roberto
2002 *Planejamento do espaço turístico*, EDUSC, Bauru-SP.
- Bourdieu, Pierre
1984 *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Routledge, Londres.
- Burkart, A. J. y Medlik, S.
1974 *Tourism: Past, Present and Future*, Heinemann, Londres.
- Butler, R. W.
1980 “The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for the Management of Resources”, en *Canadian Geographer*, 24: 5-12.

Capra, Fritzjof

1992 *El Punto Crucial*, Troquel, Buenos Aires.

Campos, Bonnie

1996 *El turismo alternativo como estrategia de integración entre Xcalac, Quintana Roo y San Pedro, Belice. Antecedentes y perspectivas*, El Colegio de la Frontera Sur, México, tesis de maestría.

Castells, Manuel

1987 *Capital multinacional, estados nacionales y comunidades locales*, Siglo XXI, México.

Castillo, Marcelino

2005 *Inter, multidisciplinaria y/o hibridación en los estudios socioculturales del turismo*, Universidad Autónoma del Estado de México, México.

Castillo Marcelino y Panosso Netto, A.

2010 *Epistemología del Turismo, Estudios Críticos*, Trillas-Turismo, México.

Castro, Iná de, P. da Costa y R. Lobato Corrêa (eds.)

1995 *Geografía: conceptos e temas*, Bertrand Brasil, Rio de Janeiro.

Cohen, Erik

1984 "The Sociology of Tourism: Approaches, issues and findings", en *Annual Review of Sociology*, vol. 10, enero-marzo de 1984.

Cooper, Chris *et al*

2001 *Turismo: principios e prática*, Bookman, Porto Alegre.

Cuervo, Raymundo

- 1967 “Un método para evaluar condiciones que afectan la decisión sobre el otorgamiento de la 5ª libertad en el tráfico aéreo internacional”, en *El turismo como medio de comunicación humana*, Departamento de Turismo, México.

Cueto Alonso, Gerardo

- 2009 “Reutilización turística del patrimonio minero en Cantabria”, en *Cuadernos de Turismo*, n. 23, 69-87.

De Grazia, Sebastian

- 1963 “Tres conceptos antiguos en el mundo moderno: el trabajo, el tiempo, el ocio”, en *Revista de Estudios Políticos*, 131, septiembre-octubre, 5-20.

De la Torre Padilla, Óscar

- 1980 *El turismo: fenómeno social*, Fondo de Cultura Económica, México.

De Oliveira Santos, G.E.

- 2007 “Modelos teóricos aplicados al turismo” en *Estudios y perspectivas del turismo*, vol.16, n. 1.

Fernández Fuster, Luis

- 1971 *Teoría y técnica del turismo*, Alianza, Madrid, tomo 1.

Gobierno del Estado de Quintana Roo

- 2000 *Decreto mediante el cual se reforma el programa de ordenamiento ecológico territorial de la Región Costa Maya*, Gobierno del Estado de Quintana Roo, México.

Goncalves, Victor y Paulo Aquas

1997 “The Concept of Life Cycle: An application to of the Tourist Product”, en *Journal of Travel Research*, Vol. 36, n. 2.

Graburn N.

2000 “Learning to Consume: What is Heritage and When is it Traditional?”, en Nezar AlSayyad (ed.), *Consuming Tradition, Manufacturing Heritage*, Routledge, Londres, 68-89.

Gunn Claire

1994 “A perspective on the Purpose and Nature of Tourism Reserach Methods”, en J. R. Brent Ritchie y R. Charles Goeldner, *Travel Tourism and Hospitality Research*, John Wiley and Sons, Hoboken, NJ.

Gurevich, Raquel

2005 *Sociedades y territorios en tiempos contemporáneos*, FCE, México.

Haesbaert, R. y E. Limonand

2007 “O territorio em tempos de globalizacao”, Revista Etc, espaço, Tempo e Crítica”, *Revista Eletronica de Ciencias Sociaes Aplicadas e Outras Coisas*, 2-4 (1), 39-52.

Hall, Colin M.

2001 “Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos”, en *Contexto*, São Paulo.

Harvey, David

1989 *The Condition of Postmodernity*, Oxford, Reino Unido.

2007 *Espacio del capital, Hacia una geografía crítica*, Akal, Madrid.

Hiernaux, Daniel

2012 “Renovadas intersecciones: la espacialidad y los imaginarios”, en Lindon, A. y D. Hiernaux (eds.), *Geografía de los imaginarios*, Antrophos, Barcelona.

Jafari, J.

1995 “Structure of tourism: three integrated models”, en Witt, S. F. y Moutinho, L. (eds.), *Tourism Marketing and Management Handbook*. Prentice Hall International, UK.

Jiménez Martínez, Alfonso

2005 *Una aproximación a la conceptualización del turismo desde la teoría general de sistemas*, M. Á. Porrúa, México.

Jiménez Martínez, Alfonso y Pricila Sosa

2008 “Coktail Cancún: reflexiones sobre los impactos sociales del turismo en la comunidad local”, en *Perspectivas, Entorno del Turismo*, vol. 3, UAEM, México.

Krippendorff, Jost

1989 *Sociologia do turismo: Para uma nova compreensão do lazer e das viagens*, ALEPH, Rio de Janeiro.

Kuhn, Thomas

2001 *A estrutura das revoluções científicas*, Perspectiva, São Paulo.

Lefebvre, Henri

1991 *The production of space*, Blackwell, Oxford.

2013 *La Producción del espacio*, Capitan Swing, España.

Leiper, Neil

1979 “The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry”, en *Annals of the Tourism Research*, Vol. 6, n. 4, pp. 390-407.

Lemos, André

2008 Mobile communication and new sense of places: a critique of spatialization in cyberculture, *Revisita Galáxia*, Sao Paulo, n. 16, pp. 91-108.

Lopes de Souza, M.

1995 “O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento”, en De Castro, I.; P. Costa Gómez y R. Lobato Correa, *Geografía: conceptos e temas*, Bertrand Editorial, Río de Janeiro.

Lozato- Goitard, Jean P.

1990 *Geografía del turismo*, Masson, Barcelona.

Luhmann, Niklas

1998 *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*, Anthropos-Pontificia Universidad Javariana, Bogotá.

Lundberg, Donald, E.

1986 *Manual de organización y administración de turismo*, Centrum, Barcelona.

- Marchena Gómez, Manuel J. (ed.)
1998 *Turismo urbano y patrimonio cultural. Una perspectiva europea*, Turismo de Sevilla, Sevilla.
- Martínez Miguel
2006 *Ciencia y arte en la metodología cualitativa*, Trillas, México.
- McCannell, D.
2003 *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Melusina, Barcelona.
- Molina, Sergio
1991 *Conceptualización del Turismo*, Limusa, México.
2005 *Fundamentos del Nuevo Turismo*, Trillas, México.
- Molina, Sergio y Sergio Rodríguez
2005 *Planificación integral del turismo, un enfoque para Latinoamérica*, Trillas, México.
- Morín, Edgar
2001 *Introducción al pensamiento complejo*, Gedisa, Barcelona.
- Nash, Dennison
1981 "Tourism as an Anthropological subject", en *Current Anthropology*, n. 5, pp. 461-481.
- Organización de Estados Americanos (OEA)
1983 "Informe de la Secretaría Permanente de la OEA sobre el Impacto Sociocultural del Turismo en América", en Revista COTAL.
1985 *Informe Anual: Enero-Diciembre de 1985*, OEA, Washington, D.C.

Organización Mundial de Turismo (OMT)

2001 *Cooperación entre sectores público y privado, mejorando la competitividad turística*, OMT, España.

Panosso Netto, A.

2005 *Filosofia do turismo*. Teoria e epistemologia. Aleph, São Paulo.

Pearce, Douglas G.

2003 *Geografia do turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens*, Aleph, São Paulo

Petrocchi, Mario

2001 *Gestão de pólos turísticos*, Futura, São Paulo.

Pred, Allan

1984 *El lugar como proceso históricamente contingente*, Polity Press, Barcelona.

Quiroz Héctor R.

2009 “Turismo, arquitectura e identidad urbana. El caso de tres ciudades en la Península de Yucatán, México”, en *Topofilia: Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora Volumen I, n. 4, México.

Ramos, Aldo G. y G. Fernández

2002 “Turismo, patrimonio cultural y desarrollo sustentable”, en *Caminhos de Geografia*. 3 (7) Out./2002. Revista On-Line Programa de Pos-Graduação em Geografia. Instituto de Geografia. Universidad Federal de Uberlândia. Brasil

Romero M. Rafael

- 1997 “Dilemas del turismo ecológico en el Caribe mexicano, tenencia de la tierra y participación social en el corredor turístico Costa Maya”, en *Revista Mexicana del Caribe*, año II, no. 4.

Rosado M. Francisco *et al*

- 1998 *Programa de ordenamiento ecológico de la región Costa Maya, Q. Roo. Informe final*. Universidad de Quintana Roo. Gobierno del Estado de Quintana Roo, México.

Sack, Robert D.

- 1986 *Human Territoriality: Its theory and History*, Cambridge University Press, Cambridge.

Sánchez Joan-Eugeni

- 1991 *Espacio, economía y sociedad*, Siglo XXI, España.

Santos, M.

- 1996 *A Natureza do Espaço. Técnica e Tempo, Razão e Emoção*, Hucitec, São Paulo.

Santos, Milton

- 2004 *Por otra globalización: del pensamiento único a la conciencia universal*, Convenio Andrés Bello, Bogotá.

Secretaría de Turismo

- 2013 *Informe de Labores*, Gobierno del Estado de Quintana Roo, México.

Séneca

- 1992 “La verdadera nobleza está en la filosofía”, en *Tratados filosóficos y cartas*, Porrúa, México.

Sessa, Alberto

1985 *System science for tourism development*, Agnesotti, Roma.

Silveira, María Laura

1997 “Da fetichização dos lugares à produção local do turismo”, en Adyr Balastrieri Rodrigues (ed.), *Turismo. Modernidade. Globalização*, Hucitec, Sao Paulo.

Tribe, John

1997 “The indiscipline of tourism”, en *Annals of Tourism Research* 24 (3), pp. 638-657.

Vera Rebollo, J. F., López Palomeque y S. Antón

1997 *Análisis Territorial del Turismo*, Ariel, Barcelona.

Vera Rebollo, J.F.

1989 “Turismo y territorio”, en *XI Congreso Nacional de Geografía*, volumen IV, Ponencias y relatorías, Universidad Complutense, Madrid.

Vera J. Fernando *et al*

2011 *Análisis territorial del turismo y de destinos turísticos*, Tirant lo Blanch, Valencia.

Wahab, Salah-Eldin

1977 *Introdução à administração do turismo*, Pioneira, São Paulo.

Referencias electrónicas

Botelho, D., Soares, P. y Ueda, V.

2003 “Nuevos escenarios y nuevos actores en el turismo: pensar y actuar desde una perspectiva sostenible”, en http://www.naya.org.ar/turismo/congreso2003/ponencias/nuevas/Vanda_Ueda.htm.

Carta de la Tierra: www.earthcharter.org

Castillo Nechar, Marcelino

2005 Transcripción de Interdisciplina-Multidisciplina-Hibridación, en <http://es.slideshare.net/claugnoriega/investigacion-interdisciplinaria-1-er->

Castrogiovanni, Antonio Carlos

2007 “Lugar, no-lugar y entre-lugar: Los ángulos del espacio turístico”, en Estudios y perspectivas del Turismo, vol.16, n. 1 [citado 2015-01-22], pp. 5-25 . Disponible en <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000100001&lng=es&nrm=iso>. ISSN 1851-1732.

Sistema de Información de Mercados Turísticos

2010 www.siiimt.com. (SIIMT).

*Repensar el turismo a partir de los nuevos
paradigmas de la investigación turística*
se terminó de imprimir el 25 de febrero de 2015,
en los talleres de Groppe Imprenta,
ubicados en la calle Hospital 2295A, Col.
Ladrón de Guevara, Guadalajara, Jalisco.

En la actualidad, a nivel global, el turismo ha llegado a alcanzar una considerable importancia no sólo por su papel en la economía mundial, sino también por las repercusiones sociales y ambientales que trae consigo. Si bien éste ha sido un proceso paulatino, en las últimas décadas se ha acrecentado debido a diversos factores. Este libro se ocupa primordialmente de ello, de tratar de explicar, a partir de la sistematización de las investigaciones realizadas en torno al tema, cómo el turismo ha llegado a ese punto de desarrollo. Por tanto, este texto se convierte en un importante apoyo para estudiantes e investigadores, no sólo por la discusión que sobre las diversas corrientes teóricas se hace a través de sus páginas, sino porque abre nuevos espacios de reflexión y discusión.

Bonnie Lucía Campos Cámara es profesora investigadora de la Universidad de Quintana Roo. Licenciada en Antropología, maestra en Estudios del Caribe y Doctora en Geografía, actualmente es coordinadora general del Centro de Innovación y Desarrollo del Turismo (CIDETUR), así como docente en la Maestría en Planeación y en el Doctorado en Geografía, en esa misma casa de estudios.

ISBN: 978-607-9015-96-1



9 786079 015961



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO