



**CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DE ESTUDIOS AVANZADOS  
DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL**

**UNIDAD MÉRIDA  
DEPARTAMENTO DE ECOLOGÍA HUMANA**

**La turistificación de nuevos territorios y la comercialización de la cultura en el marco  
de la expansión capitalista: el caso del ecoturismo comunitario de Señor, Zona Maya  
de Quintana Roo.**

**Tesis que presenta:**

Francesco Onnis

**Para obtener el grado de**

Maestro en Ciencias en la especialidad de Ecología Humana

**Directora de la Tesis:**

Dra. Julia Elena Fraga Berdugo

*Here we may reign secure, and in my choyce  
To reign is worth ambition though in Hell:  
Better to reign in Hell, then serve in Heav'n.*

John Milton

A Ariadne,  
Contigo todo es más bello

A mi familia,  
Que me ha apoyado en esta nueva aventura

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos

## **AGRADECIMIENTOS**

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por la beca de posgrado otorgada para realizar mis estudios de Maestría en la especialidad de Ecología Humana.

Al Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional (CINVESTAV-IPN), Unidad Mérida, Departamento de Ecología Humana, por brindarme apoyo durante estos dos años para la realización de mis créditos de escolaridad e investigación.

A mí Directora de Tesis, la Dra. Julia Fraga Berdugo, cuyos conocimientos, enseñanzas y consejos han sido fundamentales para la realización de esta Tesis, así como por haberme guiado, a través de un continuo intercambio de opiniones, en este recorrido de maduración personal e intelectual empezado mucho antes del comienzo del Programa de Maestría.

A los integrantes del Comité Asesor, el Dr. Miguel Ángel Munguía Rosas y el Dr. Carlos Ibarra Napoleón Cerdeña, ambos del Departamento de Ecología Humana, y al lector externo Dr. Yuri Balam Ramos de la Universidad de Quintana Roo, cuyos valiosos consejos, comentarios y sugerencias me han dado oportunidad y confianza para terminar con éxito el presente trabajo.

A la Coordinación Académica del Departamento de Ecología Humana, por su constante apoyo, calidez y trato amable a lo largo de estos dos años, así como a todo el personal técnico y administrativo de dicho Departamento, por la disponibilidad y competencia.

Al equipo de trabajo del Laboratorio de Antropología Marítima y Costera del CINVESTAV Unidad Mérida: M. en Arq. Rocío Saide Albornoz, Dra. Amina El Mekaoui, Dr. Ezequiel Zárate Toledo, Lic. José Julián Cruz Cortés, por el apoyo otorgado a nivel técnico y de formación académica.

A todos los investigadores del Departamento de Ecología Humana, por sus valiosas aportaciones, sugerencias y críticas que han fortalecido mi formación académica y personal.

A la Dra. María del Carmen Valverde Valdés, por haberme permitido realizar una estancia de investigación en el Centro de Estudios Mayas en el Instituto de Investigaciones

Filológicas de la UNAM, México, D.F., a través de la cual he podido enriquecer mi bagaje académico y personal.

Al Dr. Sergio Sarmiento, del Centro de Investigaciones Sociales de la UNAM, quien he tenido el privilegio de escuchar en una conferencia durante mi estancia en la UNAM y que amablemente me ha ofrecido parte de su escaso tiempo para intercambiar opiniones y reflexiones sobre temas relacionados con mi trabajo de tesis.

Al M. en C. Juan Enrique Mendoza Martínez del Laboratorio de Producción Primaria de CINVESTAV Unidad Mérida, y al Dr. José Manuel Sánchez Gamboa y a la pasante de Lic. Krista Zafra del Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Urbano Sustentable de la UNAM, por el apoyo con el diseño de mapas.

Al Dr. Salvador Montiel Ortega, al Dr. Agustín Santana Talavera, a las Profesoras Beatriz Comendador, Nidia Echeverría, Silvia Barbosa, y Margarita Navarro, y al M. en C. David Gómez, quienes en algún momento me han apoyado y ayudado en la realización de esta tesis.

A todos mis amigos y compañeros del CINVESTAV, que me han acompañado a lo largo de estos dos años.

A los socios y ex socios de la Cooperativa Xyaat de Señor, Marcos, Zandy, Clementino, Santos y Jorge y a los "abuelos" Don Crescencio, Don Abundio y Doña Teodosia, así como a todas aquellas personas y amigos de Señor, Felipe Carrillo Puerto y Cancún, los verdaderos protagonistas de este trabajo, que amablemente y pacientemente me han recibido y aceptado en sus comunidades.

## RESUMEN

El turismo es una actividad que en las últimas décadas ha experimentado un crecimiento sostenido. A partir de los años 80's del siglo pasado, surgieron nuevas tipologías de turismo adscribibles bajo el nombre de turismo alternativo, que rompieron con el modelo de turismo masivo y homogéneo esencialmente de sol y playa, proponiendo un nuevo acercamiento al viaje, más enfocado al respeto y protección de la naturaleza así como al contacto con las poblaciones anfitrionas.

En el Estado de Quintana Roo, después del boom turístico de Cancún y la sucesiva creación de la Riviera Maya, ahora las miradas de la industria turística se han dirigido hacia tierra adentro, a la Zona Maya de Quintana Roo. Ejemplo de lo anterior es la implementación de varios proyectos de ecoturismo comunitario, entre ellos nuestro caso de estudio, la comunidad de Señor y la cooperativa turística Xyaat. Por lo anterior, esta investigación documenta entonces cómo a través de un proyecto turístico comunitario algunas expresiones del patrimonio cultural y natural de Señor y de la Zona Maya de Quintana Roo se han convertido ahora en un atractivo turístico, tomando en cuenta los actores involucrados así como las nuevas dimensiones valorativas de la cultura y de la naturaleza.

La metodología utilizada fue la etnografía glocal, que consistió en el estudio de la comunidad de Señor y de su cooperativa turística a través de la dimensión horizontal, incluyendo varias localidades relacionadas con Señor, y vertical, poniendo énfasis en las formas intrincadas a través de las cuales lo local se conecta con escalas regionales, estatales, nacionales y globales, abarcando también una dimensión multitemporal, es decir longitudinal o histórica. Para realizar lo anterior se llevó a cabo entrevistas semiestructuradas, exhaustivas y a profundidad, complementadas con observación participante.

Los resultados evidenciaron que el pueblo de Señor y la Zona Maya de Quintana Roo se encuentran inmersos en una "tercera etapa del capitalismo" que ha generado nuevas dinámicas culturales a través del turismo. Por un lado, la crisis del campo y la contemporánea oferta de puestos de trabajo asalariados representada por la Riviera Maya, han desencadenado un proceso migratorio diario de decenas de personas hacia dicha Riviera y, por ende, una terciarización de su economía y abandono de la agricultura. Por otro lado, la cooperativa ecoturística, a través de la puesta en valor de las expresiones culturales y su mercantilización, representa el punto de conexión entre el mercado global y la cultura local, ahora convertida en un recurso y, por ende, considerada en términos de rentabilidad y capacidad de generar ganancias, reproduciendo un modelo que responde a las dinámicas del mercado turístico. Desde un punto de vista de gestión, los resultados indicaron que este emprendimiento turístico no puede incluirse dentro del turismo comunitario; además, las alianzas comerciales, la inserción en marcas turísticas y el tipo de visitantes han determinado una tendencia hacia la elitización del turismo en Señor. En definitiva, la constitución de la cooperativa, su trayectoria y el producto ofertado son el resultado de procesos de producción muy complejos, y representan formas de "arreglo temporal, espacial y ambiental" para satisfacer el apetito del capital nacional y transnacional y su intrínseca naturaleza de expandirse e incorporar nuevos territorios.

## ABSTRACT

Over the past few decades, tourism has experienced a sustained growth worldwide. From the 80's of the last century onwards, different types of tourism have emerged to break with the model of mass tourism and its almost monothematic offer of sun and sea. Included under the expression of alternative tourism, these new forms of tourism enclose a different approach which favors the encounter with host population as well as a new concern for the environment.

In the State of Quintana Roo, after de touristic boom of Cancun and the following creation of the Riviera Maya, the tourist industry began to take a closer look at the inner part of the State, the Mayan Zone of Quintana Roo. An example of the above is the launch of different projects of community-based ecotourism, among them our case study, the community of Señor and the tourist cooperative Xyaat. Consequently, this research documents how some cultural expressions and some elements of the natural heritage of the Mayan Zone of Quintana Roo, have been turned into a tourist attraction through a project of community-based tourism, taking into consideration the different actors involved in it as well as the new value dimension of the culture and the environment.

We used a methodology called glocal ethnography, which means the study of the community of Señor and its tourism cooperative through the lens of the scale out dimension, including other places linked to Señor, and the scale up, placing great emphasis on the intricate forms through which the local relates to regional, state and global scales, also encompassing a multi temporal dimension, that is longitudinal or historical. In order to achieve such purpose, we conducted a set of semi-structured extensive and in-depth interviews, supplemented by participant observation.

Results show that the town of Señor and the Mayan Zone of Quintana Roo are in the middle of a "third phase of capitalism", which has generated new cultural dynamics through tourism. On one hand, the crisis of the agricultural sector, together with the simultaneous supply of wage-earning employment represented by the Riviera Maya, has triggered daily migrations to the aforementioned Riviera, which are causing an important process of a switch to the tertiary sector together with the abandonment of agriculture. On the other hand, the ecotourism cooperative, through the commodification of cultural expressions, represents an important bridge between the global market and the local culture, now turned into a resource and therefore regarded according to its profitability and economic return, and reproducing a model that responds to the dynamics of the tourist market. From a management point of view, results show that this tourism enterprise cannot be included in the category of community-based tourism; besides, due to business partnerships, its integration into tourism brands and the type of visitors that the cooperative has received, the tourism in Señor has become increasingly elite. Eventually, the establishment of the cooperative, its pathway, and its products are the result of very complex processes of production, as well as they represent forms of "temporal, spatial and environmental fixes" to satisfy both national and transnational capital insatiable appetite and its very nature of expanding and incorporate new territories.

## ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS .....	i
RESUMEN .....	iii
ABSTRACT .....	iv
ÍNDICE.....	v
ÍNDICE DE FIGURAS .....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
LISTA DE ABREVIATURAS.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES.....	7
1.1 Marco contextual histórico de Quintana Roo .....	7
1.1.1 La Zona Maya de Quintana Roo y sus habitantes: los mayas <i>macehuales</i> o <i>cruzoob</i> .....	8
1.1.2 Siglo XX en Quintana Roo y en la Zona Maya .....	10
1.2 Años 70's. Conversión económica de Quintana Roo al turismo.....	13
1.2.1 Expansión del turismo: boom demográfico y terciarización de la economía .....	17
1.2.2 Los años 80's y 90's: Mundo Maya y Riviera Maya .....	19
1.2.3 Desde los años 90's hasta la actualidad: el turismo en la Zona Maya .....	20
1.3 El INI: políticas indigenistas y su impulso al turismo .....	22
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	26
2.1 El turismo y sus dos grandes vertientes: el turismo masivo y el turismo alternativo .	26
2.2 La relación entre el capital, la cultura, el mercado y el turismo .....	30
2.3 La relación entre capital y medioambiente: la capitalización de la naturaleza.....	35
2.3.1 Turismo, capital y conservación .....	37
2.4 Turismo Comunitario.....	40
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....	46
3.1 Diseño del estudio.....	46
3.2 El trabajo de campo y la selección de los participantes.....	48
3.3 Técnicas e instrumentos.....	50
3.3.1 Observación participante .....	50
3.3.2 Entrevistas semiestructuradas .....	51

3.3.3 Microbiografías.....	52
3.3.4 Entrevistas exhaustivas .....	53
3.4 Análisis de los datos .....	54
<b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS .....</b>	<b>56</b>
4.1 Origen de Señor .....	57
4.1.1 Demografía .....	57
4.1.2 Colonias .....	59
4.1.3 Autoridades.....	60
4.1.3.1 Alcaldía.....	60
4.1.3.2 Juez tradicional.....	61
4.1.3.3 Órganos de Representación ejidal .....	61
4.1.4 Situación sanitaria.....	62
4.1.5 Educación formal y su impacto en la comunidad .....	63
4.1.6 Religión.....	65
4.1.7 Fiesta tradicional.....	67
4.2 Ser Maya en la Zona Maya .....	68
4.2.1 La maya.....	68
4.2.2 La vestimenta.....	70
4.3 Ejido X-Mabén y Anexos: fundación y toponimia.....	71
4.3.1 Tenencia de la tierra y el Programa PROCEDE .....	72
4.4 Dinámica económica en Señor .....	73
4.4.1 Actividades del sector primario: la milpa .....	73
4.4.2 Apicultura .....	74
4.4.3 Ganadería y animales de traspatio .....	75
4.4.4 Otros cultivos en Señor.....	75
4.4.5 Aprovechamiento forestal.....	76
4.4.5.1 El Chicle .....	77
4.4.6 Otras actividades económicas.....	77
4.4.7 Actividades económicas "informales" .....	79
4.5 Dificultad en acceder a proyectos productivos .....	80

4.6 Crisis del sector primario y disminución de la milpa: <i>"ahora la milpa ya no te da, es pura inversión no más"</i> .....	82
4.6.1 Causas a raíz de la disminución de la milpa: ecológicas .....	83
4.6.1.1 PROCAMPO .....	84
4.6.2 Causas sociales, culturales y económicas .....	85
4.7 Nuevas dinámicas socioeconómicas: migración laboral a la Riviera Maya .....	86
4.7.1 Todo lo que brilla no es oro: la otra cara de la moneda del turismo y de las migraciones laborales hacia la Riviera Maya .....	89
4.8 El ecoturismo comunitario en Señor .....	90
4.8.1 Antecedentes del ecoturismo comunitario en Señor: la breve historia del proyecto ecoturístico "Laguna Azul" .....	90
4.8.2 Constitución de la cooperativa de ecoturismo comunitario Xyaat .....	94
4.8.2.1 Actores turísticos y partes interesadas involucrados en la creación de Xyaat.....	94
4.8.3 Nace el turismo cultural en Señor .....	96
4.8.4 ¿Qué es el turismo cultural comunitario? .....	97
4.8.5 Yo creo que si nos gusta, porque hay dinero por de medio, <i>¿solo por contar esa historia me vas a pagar?</i> .....	98
4.8.6 Evolución de la cooperativa y del turismo cultural comunitario .....	99
4.8.6.1 El escaso número de visitantes .....	99
4.8.6.2 Adaptación de la oferta a la demanda.....	100
4.8.7 La oferta cultural hoy en día .....	102
4.8.8 El tour cultural .....	104
4.9 Problemas y conflictos de la cooperativa .....	116
4.9.1 Conflictos con la autoridad ejidal .....	116
4.9.2 Conflictos entre socios.....	118
4.9.3 Conflictos con abuelos.....	120
4.10. Turismo comunitario: ¿Existe una real integración entre Xyaat y la comunidad de Señor?.....	122
4.10.1 Turismo comunitario: ¿Revitalización cultural?.....	124
4.11 Xyaat y la Riviera Maya .....	127

4.11.1 Festival de Tradiciones de Vida y Muerte en el parque Xcaret.....	127
4.11.2. El parque Xcaret en el imaginario colectivo de los habitantes de Señor .....	128
4.11.3 Xyaat y la participación en el festival.....	129
4.11.4 Opiniones contrastantes sobre la participación al festival .....	130
4.12 Acontecimientos recientes de la cooperativa: Xyaat y las marcas turísticas .....	135
4.12.1 Paraísos Indígenas.....	135
4.12.2 Maya Ka'an y la Red de Turismo Comunitario de la Zona Maya de Quintana Roo .....	137
4.12.3 Maya Ka'an como región .....	144
4.12.4 Maya Ka'an y el papel fundamental de las cooperativas para la conservación ...	145
<b>CAPÍTULO V. DISCUSIÓN Y REFLEXIONES FINALES .....</b>	<b>147</b>
5.1 Terciarización de la fuerza laboral en Señor.....	148
5.2 La Zona Maya como nueva región turística y su atractivo principal: la cultura maya.....	151
5.3 La oferta turística en Señor .....	153
5.4 La inserción de Señor en el turismo.....	156
5.5 Turismo comunitario.....	158
5.6 Expansión territorial de la cooperativa .....	159
5.7 ¿Turismo alternativo? .....	161
5.8 Conservación capitalista y el papel de las comunidades de la Zona Maya .....	162
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>168</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>179</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa del Estado de Quintana Roo y su división política. ....	7
Figura 2. Polos, regiones y corredores turísticos del Estado de Quintana Roo.....	16
Figura 3. Incremento poblacional de Quintana Roo, 1910-2015. Fuente Censos Generales de Población del INEGI.....	18
Figura 4. Letrero en la Carretera Federal 295/México 295. ....	22
Figura 5. Zona de estudio. ....	47
Figura 6. Habitantes en Señor y crecimiento poblacional 1990-2016. Fuente: INEGI y CONAFE*. ....	59
Figura 7. Croquis del pueblo de Señor y sus colonias. Fuente: Oficina de Obras públicas de Felipe Carrillo Puerto, 2014. ....	60
Figura 8. Demostración de hilado de henequén. ....	105
Figura 9. El "tirahule" de henequén.....	106
Figura 10. Participación activa de los visitantes en las experiencias turísticas.....	106
Figura 11. El recuento de historias Mayas en la casa de un lugareño y socio de la cooperativa Xyaat. ....	108
Figura 12 A y B. Visita a una casa con sembradío de plantas medicinales y explicación de las propiedades curativas de algunas de ellas.....	111
Figura 13. Gastronomía de la Zona Maya. ....	114
Figura 14. Jobones de abeja melipona.....	115
Figura 15. Poster comercial del Festival de Tradiciones de Vida y Muerte en Felipe Carrillo Puerto. ....	132

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución Población Económicamente Activa (PEA) en Quintana Roo por sector económico.....	18
Tabla 2. Número y tipologías de tiendas en Señor. Diario de campo. ....	78

## LISTA DE ABREVIATURAS

<b>AC:</b>	Asociación Civil
<b>ASK:</b>	Amigos de Sian Ka'an
<b>BID:</b>	Banco Interamericano de Desarrollo
<b>BM:</b>	Banco Mundial
<b>CDI:</b>	Comisión Nacional para el Desarrollo de Pueblos Indígenas
<b>CIQROO:</b>	Centro de Investigaciones de Quintana Roo
<b>CINVESTAV:</b>	Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional
<b>COMPAC:</b>	Programa Comunidad y Participación
<b>CONACYT:</b>	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
<b>CONAFE:</b>	Consejo Nacional de Fomento Educativo
<b>CONAFOR:</b>	Comisión Nacional Forestal
<b>CONANP:</b>	Comisión Nacional de Áreas Naturales protegidas
<b>CIP:</b>	Centros Integralmente Planeados
<b>DEFRA:</b>	Department for Environment, Food & Rural Affairs
<b>FMAM:</b>	Fondo para el Medio Ambiente Mundial
<b>FMCM:</b>	Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza
<b>FONAES:</b>	Fondo Nacional de Apoyo a Empresas de Solidaridad
<b>FUNDEMEX:</b>	Fundación del Empresariado en México
<b>INAES:</b>	Instituto Nacional de la Economía Social
<b>INEGI:</b>	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
<b>INI:</b>	Instituto Nacional Indigenista
<b>IVA:</b>	Impuesto al valor agregado
<b>MARTI:</b>	The MesoAmerican Reef Tourism Initiative
<b>MIQRO:</b>	Maderas Industrializadas de Quintana Roo
<b>OMT:</b>	Organización Mundial del Turismo
<b>ONG:</b>	Organización no gubernamental
<b>PACMYC:</b>	Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias
<b>PIB:</b>	Producto Interno Bruto
<b>PNUD:</b>	Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo
<b>PRI:</b>	Partido Revolucionario Institucional
<b>PRD:</b>	Partido de la Revolución Democrática
<b>PROCAMPO:</b>	Programa de Apoyos Directos al Campo
<b>PROCEDE:</b>	Programa de Certificación de Derechos Agrarios
<b>PRONATURA:</b>	Asociación Mexicana Pro Conservación de la Naturaleza
<b>RBSK:</b>	Reserva de la Biosfera de Sian Ka'an
<b>SECTUR:</b>	Secretaría de Turismo
<b>SEDESOL:</b>	Secretaría de Desarrollo Social
<b>SEDETUR:</b>	Secretaría de turismo de Quintana Roo
<b>SEMA:</b>	Secretaría de Ecología y Medio Ambiente
<b>SEMARNAT:</b>	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
<b>UE:</b>	Unión Europea
<b>UQROO:</b>	Universidad de Quintana Roo
<b>UNORCA:</b>	Unión Nacional de Organizaciones Regionales Campesinas Autónomas

**UNESCO:** Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura  
**WWF:** World Wildlife Fund

## INTRODUCCIÓN

El turismo se ha posicionado como uno de los negocios más importantes y lucrativos del mundo. Las últimas estadísticas proporcionadas por la OMT (2017), indican que las llegadas de turistas internacionales en el año 2016 han registrado la cifra record de 1.235 millones, con un aumento de 3,9% con respecto al año anterior, mientras que por lo que refiere a los ingresos, en 2015 se había alcanzado un total de 1.232 miles de millones de dólares. La organización estima una expansión del turismo internacional en las próximas décadas, hasta llegar a alcanzar los 1.800 millones de turistas internacionales para 2030, lo cual corresponde a una tasa de incremento promedio anual del 3,3%, por un total de 43 millones de nuevos turistas internacionales cada año (OMT, 2017).

Para absorber semejantes flujos y satisfacer las solicitudes y deseos de los turistas, la industria turística necesita cada vez más nuevos territorios y poblaciones, para expandirse hasta los rincones más recónditos del planeta. Uno de estos es representado por la Zona Maya de Quintana Roo.

Históricamente, esta área ha sido objeto de marginación social y económica. Sus habitantes, los mayas vivos *macehuales* o *cruzoob*, descendientes de los mayas "rebeldes" que combatieron durante la Guerra de Castas, 1847-1901, en defensa de sus territorios y autonomía, han sufrido, a la par de muchas otras poblaciones indígenas, una discriminación cultural tendiente a la aniquilación de su propia cultura, lengua y costumbres, consideradas un obstáculo a erradicar para el progreso del país y la imagen de unidad nacional.

Sin embargo, dicho territorio, a partir de finales del siglo pasado se ha visto inmerso en dinámicas completamente distintas de su índole campesina y que están a la base del relativamente nuevo proceso de turistificación de esta región tierra adentro. Se han empezado a desarrollar los primeros emprendimientos ecoturísticos comunitarios de la zona, uno de ellos en Señor, en el municipio de Felipe Carrillo Puerto, en el tentativo de ofrecer alternativas económicas favorables para las comunidades en el marco del desarrollo sustentable ahora en boga a través de la puesta en valor de las expresiones culturales y naturales de la zona para el consumo turístico mundial, y con las mismas comunidades locales que desempeñan un papel activo al compartirlas con los visitantes.

Al considerar el turismo como uno de los vectores principales para llevar a cabo la expansión del capital, entonces la incorporación de la Zona Maya al turismo, así como de muchísimos más lugares en el mundo, no puede ser entendida sin considerar la voracidad del sistema capitalista en su afán de multiplicarse y convertir cualquier expresión y territorio en una nueva fuente de ganancias.

La tesis está dividida en cinco capítulos. En el primero, los antecedentes, se ofrece un marco contextual de esta investigación, a través de una amplia perspectiva histórica y económica del estado de Quintana Roo y de la Zona Maya. En específico, se quiere ayudar al lector a comprender las fuerzas de penetración y de expansión del capital en dicho territorio desde el siglo XIX, así como los impactos en las comunidades locales, poniendo énfasis en el proceso de turistificación empezado en los años 70's del siglo pasado. De ahí que se consideró importante introducir al lector sobre cómo las fuerzas o factores de producción, en un territorio escasamente poblado y replegado al interior, fueron absorbidas por procesos de globalización de la economía que dieron lugar a dos grandes etapas de expansión del sistema capitalista en dicho territorio. En los últimos años, estos procesos han encontrado otros elementos explotables, aquellos aspectos "positivos" y aceptables, y por ende fácilmente vendibles, de la cultura maya por parte de la industria turística mundial. Lo anterior es un indicador de que Quintana Roo y la Zona Maya se encuentran ahora en una tercera fase más de ese capitalismo, que se expande cada vez más a profundidad en dichos territorios y que será el hilo conductor de nuestro marco conceptual.

¿Cómo opera el capital? ¿Cómo logra, a través del turismo, penetrar y expandirse en nuevos territorios, entre ellos Quintana Roo y la Zona Maya? En el capítulo dos se presenta el marco conceptual y el posicionamiento teórico que, través de cuatro grandes tópicos, ayudan en la respuesta a dichas preguntas, superando el modelo de simple descripción de Ecología Humana porque, a partir de un estudio de caso, se incursionó en otras disciplinas como la Economía Política de un segmento del turismo, la Ecología Política y la Teoría Social Crítica.

El primer tópico es la renovación de la industria turística, que a empezar de la década del 1980 ha modificado su oferta, hasta aquel entonces homogénea y estandarizada de tipo masivo, para abrir un abanico de posibilidades para los turistas bajo la expresión de turismo alternativo, haciendo hincapié en los nuevos deseos de vivir experiencias auténticas en un

marco de sustentabilidad social, económica y ambiental. El segundo tópico es representado por el nuevo rol adquirido por la cultura a empezar de los últimos años del siglo pasado, ahora convertida en un recurso explotable y capaz de generar nuevas ganancias a nivel mundial. En este contexto, la diversidad cultural, sobre todo aquella de las poblaciones y territorios indígenas, que por años han sido marginadas y objeto de tentativos de aniquilamiento, de repente representa ahora la nueva forma de obtención de ganancias por la industria turística, uno de los vectores por excelencia del sistema capitalista global. Así, la cultura se encuentra inmersa en una fase "neoliberal avanzada" de expansión del capital sobre los procesos culturales. Así como la cultura, también la naturaleza adquiere una nueva dimensión valorativa. Este es el tercer tópico del marco conceptual, quizás el que puede generar más controversias, pero que, sin embargo, resulta muy fascinante y ofrece una lectura diametralmente opuesta del concepto de sostenibilidad ambiental. Al respecto, el posicionamiento teórico se basa en lineamientos de autores del campo de la Ecología Política, quienes interpretan la nueva racionalidad y uso sostenible de la naturaleza como una invención del sistema capitalista para mantener inalterado su proceso de expansión y reproducción, convirtiendo la naturaleza misma en un stock del capital y evitando así la segunda contradicción del capitalismo. De ahí que la naturaleza ha entrado en un circuito de políticas conservacionistas capitalistas y neoliberales, lideradas por bancos internacionales, corporativos, empresas multinacionales, en síntesis, una conservación por y a través del capitalismo, que convierte a los territorios de los países en vía de desarrollo en contenedores para absorber el surplus de capital e inversiones productivas para asegurar la reproducción continua del capital. El cuarto y último tópico es el turismo comunitario, una de las relativamente nuevas tendencias turísticas mundiales, sobre todo en los países subdesarrollados. Esta tipología de turismo es un condensado de los apartados anteriores, y por ende representa un amarre y un cierre del marco conceptual. Los nuevos turismos comunitarios intentan responder a la necesidad de satisfacer la creciente demanda de ocio, sobre todo del mundo occidental, que se caracteriza por la búsqueda de entornos prístinos, experiencias exóticas y vivencias posiblemente autenticadas por las culturas locales en los contextos en los cuales se producen. La diversidad cultural antes destinada al olvido es ahora más brillante y atractiva que nunca, el todo enmarcado en la retórica de la sostenibilidad ambiental y el respeto cultural. En la última parte de este apartado, se

cuestiona la efectiva sostenibilidad de este modelo de turismo, indicando cómo es más probable que nos encontremos frente a un instrumento de la industria turística mundial para abrir nuevas brechas en territorios todavía no alcanzados por los grandes flujos turísticos mundiales, en suma una nueva forma de reproducción del capital bajo una luz cada vez más lábil y tremulante del turismo sustentable.

Todo lo anterior ha sido clave en el planteamiento del problema del cual se deriva el presente trabajo que mira a encontrar respuestas a la siguiente pregunta de investigación:

¿Quiénes? ¿Cómo? y ¿Por qué comercializan el patrimonio cultural y natural de la comunidad de Señor, en el ámbito de la complementariedad productiva y del turismo alternativo?

El esfuerzo investigativo se ha así enfocado en alcanzar los siguientes objetivos:

### **Objetivo general**

Analizar, a partir de un estudio de caso de una comunidad de la Zona Maya de Quintana Roo, la comercialización del patrimonio cultural y natural en el ámbito de la complementariedad productiva y del turismo alternativo.

### **Objetivos específicos**

1. Caracterizar socioeconómica y productivamente la comunidad de Señor.
2. Caracterizar la trayectoria de la cooperativa turística Xyaat y la relación con actores turísticos y partes interesadas en el marco de las nuevas tendencias turísticas mundiales.
3. Caracterizar la participación comunitaria en el proyecto de ecoturismo comunitario Xyaat.
4. Analizar e interpretar, en base a los resultados etnográficos, las formas de comercialización que asume el patrimonio cultural y natural de la comunidad y de la Zona Maya, en el marco de las nuevas dinámicas de acumulación capitalista e incorporación de territorios.

La justificación y relevancia de este estudio reside en entender lo que está ocurriendo con el turismo en la Zona Maya de Quintana Roo y con sus habitantes, los mayas *macehuales* contemporáneos, verdaderos herederos de una cultura milenaria y actuales portadores de la cultura viva. Las propuestas de turismo comunitario, donde la misma población local juega un papel fundamental y clave en la propuesta y realización de esta actividad, a menudo se han considerado como modelos desde abajo, cuyos funcionamientos y objetivos son diametralmente opuestos a la grande industria turística masiva. Sin embargo, con base en el marco contextual y conceptual anteriormente mencionados, este estudio puede ayudar a conocer las reales dinámicas que se encuentran a la base de este proceso de turistificación, así como los intereses que realmente mueven apetitos turísticos y que engañosamente se esconden o enmascaran detrás de la cortina de la sostenibilidad, del respeto cultural y del desarrollo. Asimismo, es importante conocer las posibles implicaciones que esta nueva actividad turística conlleva, tanto para las poblaciones locales como para las expresiones culturales y naturales puestas en valor para el consumo turístico.

Para poder alcanzar los objetivos antes mencionados, el estudio fue diseñado partiendo de la propuesta de Salazar (2010), la etnografía glocal, que se describe ampliamente en el capítulo tres. Esta metodología permitió gozar de las ventajas de un estudio etnográfico y al mismo tiempo ir más allá de las escalas etnográficas convencionales consideradas superadas, integrando otros lugares en el estudio así como enfatizando la relación de un contexto local con escalas de dimensiones más amplias.

En el capítulo cuatro se proponen los resultados del trabajo etnográfico. Se quiere remarcar que, si bien los antecedentes son un marco contextual muy general para comprender el estado de Quintana Roo, el propósito de los resultados ha sido dirigirse hacia una comunidad que en ese contexto recibe intervenciones a través de un modelo de turismo alternativo y más precisamente comunitario. El lector entonces encontrará un detalle minucioso de una comunidad de la Zona Maya donde los que hablan son los participantes, los entrevistados, reforzado a través de la combinación con fuentes documentales. Por lo tanto, por medio de una etnografía densa que justifica la aproximación glocal de la cual parte el estudio para entender estos procesos, se ofrece un panorama lo más fiel posible de

la comunidad y de las dinámicas que se han generado en torno a la cooperativa turística glocal Xyaat.

Finalmente, en el quinto capítulo se discuten los resultados y se proporcionan reflexiones finales. La discusión se divide en dos grandes secciones, la primera está relacionada con un tema emergente, las migraciones laborales, que fue un tema crucial y parte del descubrimiento durante el trabajo de campo y que encaja dentro del primer objetivo específico del presente trabajo; en la segunda sección se pone énfasis en la interrogación entre los resultados y el marco teórico-conceptual. En este capítulo se encuentra gran parte de la reflexión y de la síntesis que llevó a plantear el objetivo específico cuatro, que se desprende del esfuerzo de conjugar el ámbito local con lo local. El capítulo termina dejando al lector algunos interrogantes y nuevas posibles líneas de investigación que se desprenden de este trabajo, a manera de amarre del pensamiento entre lo abstracto y lo concreto que llevó a la redacción de esta tesis.

## CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

### 1.1 Marco contextual e histórico de Quintana Roo

Al mencionar el Caribe mexicano hoy en día, inmediatamente se asocia Quintana Roo a Cancún y a la Riviera Maya con sus destinos turísticos conocidos a nivel internacional. Muy raramente se considera el territorio de Quintana Roo como un territorio desaparecido y vuelto a crear, en el cual han convergido luchas políticas, chicle, madera, poblaciones indígenas (Careaga, 2010). Al respecto, Quintana Roo (figura 1), representa un caso único en México.

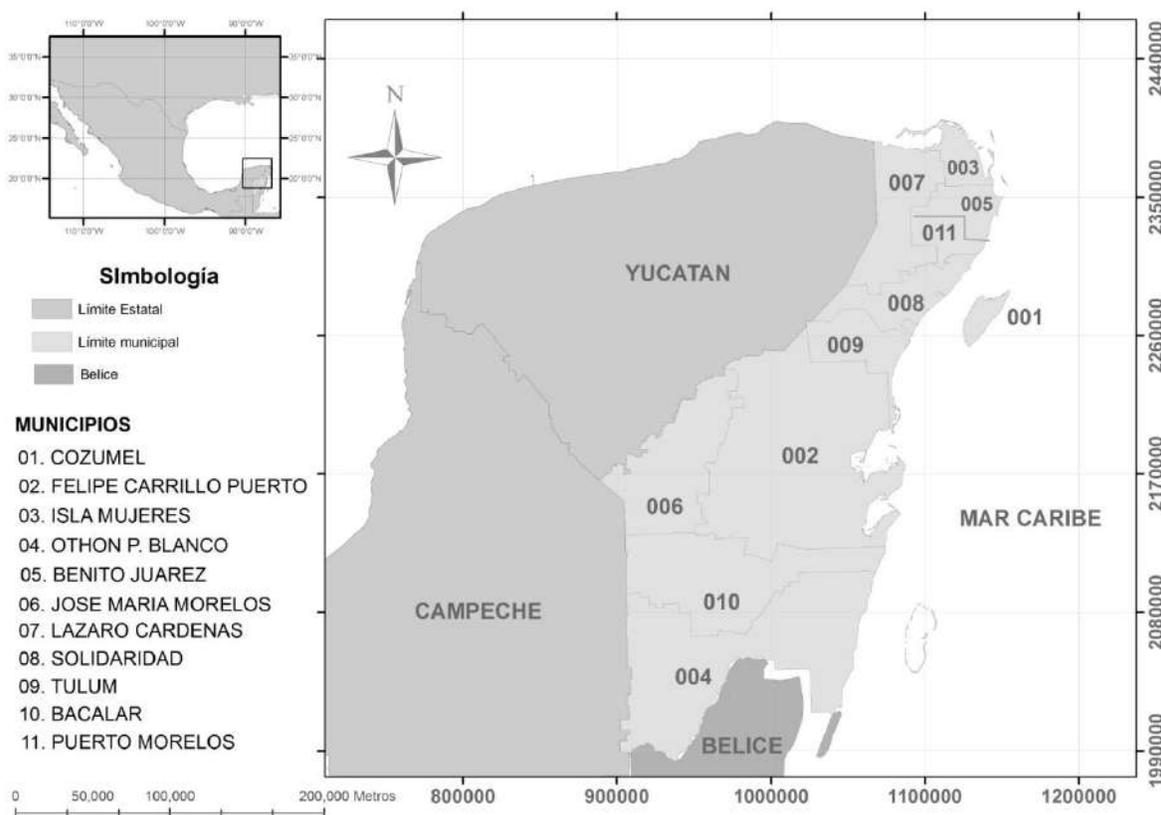


Figura 1. Mapa del Estado de Quintana Roo y su división política.

Este territorio federal<sup>1</sup>, anteriormente perteneciente a Yucatán, nace en el año 1902 por decreto del gobierno del presidente Porfirio Díaz (Macías, 2007). La creación de esta

<sup>1</sup> Se define Territorio Federal porque era una entidad dirigida desde el centro (César y Arnaiz, 1990). A través de la Secretaría de Gobernación, la presidencia de la República controlaba directamente el estatuto territorial que se mantuvo en vigencia hasta el 8 de octubre de 1974, cuando se constituye definitivamente como Estado libre y soberano por decreto del

nueva entidad federativa, cuya capital en ese entonces era Chan Santa Cruz, la actual Felipe Carrillo Puerto, fue esencialmente una consecuencia administrativa (Macías Richard, 2007), impuesta por la necesidad, por un lado, de terminar con la violenta rebelión campesina maya<sup>2</sup> en defensa de sus tierras que estalló en 1847 y tomó el nombre de Guerra de Castas (Bartolomé, 2001; Dumond, 2005); y por el otro, explotar los recursos forestales en esas tierras, así como intentar conectar la zona y fomentar su colonización (Pérez, 2014).

De ahí que se fue reduciendo el territorio de los mayas rebeldes y el territorio federal se fue conformando en tres grandes regiones: a) la zona norte, llamada chiclera, la más desarrollada ya que se encontraba cerca del área más poblada de Yucatán y que se repobló sin violencia ya que los mayas de allí eran considerados "los indios pacíficos del norte". Las grandes empresas de Yucatán emprendieron sus negocios en la zona, creando haciendas, ranchos ganaderos e infraestructura de transporte. La zona Sur o forestal se empieza a poblar de migrantes mayas provenientes de Belice, quienes desde la Guerra de Castas con sus descendientes allí habían buscado refugio, así como de militares de las fuerzas expedicionarias. Finalmente, la zona centro o maya chiclera fue habitada por los mayas que quedaron libres y fue nombrada como Zona Maya, la reserva india de Quintana Roo (César y Arnaiz, 1990).

### **1.1.1 La Zona Maya de Quintana Roo y sus habitantes: los mayas *macehuales* o *cruzoob***

La Zona Maya de Quintana Roo es compuesta fundamentalmente por los municipios de José María Morelos y Felipe Carrillo Puerto (Bartolomé, 2001; Bartolomé y Barabas, 1977). Sin embargo, en varias ocasiones se suele incluir también a los municipios de

---

presidente Luis Echeverría (Bartolomé, 2001; Dumond, 2005; Macías Richard, 2007; Pérez, 2014). Durante ese tiempo hubo dos periodos de interrupción: el primero de ellos va de 1913 a 1915, cuando el Primer Jefe Venustiano Carranza dispuso la incorporación a Yucatán y Campeche (César y Arnaiz, 1990). Siempre en 1915 la capital del territorio se traslada a Payo Obispo, la actual Chetumal. El segundo, fue por orden del presidente Pascal Ortiz Rubio, quien en diciembre de 1931 decretó anexar la parte centro norte a Yucatán y la sur a Campeche. Fue el presidente Lázaro Cárdenas quien restableció los límites anteriores el 11 de enero de 1936 (Bartolomé, 2001; Dumond, 2005; Macías Richard, 2007; Pérez, 2014).

<sup>2</sup> Dumond (2005:11) define la Guerra de Castas como un "movimiento violento de campesinos quienes eran predominante, pero de ningún modo exclusivamente, indios según lo definía la ley de Yucatán". Sin embargo, hemos preferido adoptar la postura de Bartolomé (2001:98 y 99), quien explica que "algunos de los intelectuales y sectores contestatarios de la sociedad local negaban el carácter étnico de la guerra, calificándola como una rebelión campesina para poder enmarcarla dentro de la lucha de clases. Aquella gente con la que yo convivía en Señor, X-Cacal o Yaxley era entonces descendiente degenerada de los mayas o rebeldes campesinos. Sin embargo, a mí me parecían mayas: hablaban maya, tenían un sistema político propio, dialogaban con antiguos dioses en las milpas y en su propia iglesia, practicaban multitud de rituales y en su memoria histórica se entrelazaban el mitificado recuerdo de Juan de la Cruz junto con el primordial linaje de los itzáes".

Solidaridad y Lázaro Cárdenas, albergando en total 699 localidades rurales que siguen manteniendo tradiciones y costumbres de hace dos siglos (Castillo, *et al.*, 2007). Esta zona tardó bastante en integrarse al nuevo territorio de Quintana Roo ya que los mayas, pese a que la Guerra de Castas ya había terminado, no dejaron la resistencia armada hasta el año 1939, aunque en los últimos años está se dio de forma ocasional (César y Arnaiz, 1990).

Sus habitantes pertenecen al grupo maya autodenominado *macehualob*, los descendientes de los rebeldes de la Guerra de Castas (Bartolomé, 2001). Con el estallido de la guerra y el desarrollo del culto a la Cruz Parlante, que a través de un intérprete entregaba mensajes verbales a los mayas rebeldes, definidos como pueblo elegido, los *macehualob* se separaron del grupo etnolingüístico maya de la Península, reestructurándose como grupo organizacional diferenciado y creando y recreando un sujeto e identidad colectiva maya *macehualob* o *cruzoob*<sup>3</sup>. Los *cruzoob* lograron constituir un nuevo tipo de sociedad basado en una teocracia militar formada por varios funcionarios a cabo de los cuales estaban los sacerdotes o *tatiches*; el núcleo territorial, alrededor del cual se extendía un sistema radial de comunidades, era el Pueblo Santo *Noh Cah de Chan Santa Cruz Balam Nah* (Morada de lo Sagrado), donde las compañías-linajes militares custodiaban la Cruz Parlante. Este tipo de sociedad y también de unidad política fue inclusive reconocido por el gobierno yucateco y el naciente Estado-Nación como formación independiente (Bartolomé, 2001), pese a que era incompatible con la idea de estado nacional que había pensado el sector criollo cuando tomó el poder en el país (Barabas, 2000; Bartolomé, 2001).

En el ámbito comercial, ya antes del estallido de la Guerra de Castas los mayas habían establecido fuertes relaciones comerciales con los ingleses que desde el siglo XVIII ocupaban el territorio de Belice, proporcionándoles caoba para la construcción de vagones de ferrocarril y en la segunda mitad del siglo palo de tinte y otras maderas preciosas y de construcción como el cedro. Así, a cambio de los permisos de explotar los bosques de la zona sur y oriental, los ingleses procuraban armas, municiones, mercancías y dinero a los mayas, que de esta forma lograron continuar con la resistencia (Villalobos, 2006).

---

<sup>3</sup> "La autodenominación grupal más frecuente es la de *macehualob*, nahuatlismo pluralizado en maya (*ob*), que alude a una condición popular campesina y que fuera introducido en Yucatán durante la Colonia. El término *cruzo'ob*, "los de la cruz", es en realidad un concepto más acuñado por la literatura que utilizado por la gente, aunque eventualmente puede ser aceptado por los miembros del culto a la Cruz" (Bartolomé, 2001:101). Para este trabajo, con excepción de las citas de otros autores, se adoptó la versión castellanizada de ambos términos, *macehuales* y *cruzoob*.

Con el fin de aflojar la resistencia de los mayas y ocupar su territorio, en las últimas décadas del siglo XIX el gobierno central mexicano y el estatal yucateco estratégicamente empezaron a dar concesiones forestales en la zona oriental de la península, (Villalobos, 2006). Asimismo, la formación social maya independiente descrita, representaba un obstáculo a la soberanía territorial estatal, sobre todo en el área fronteriza. De ahí que en 1901, para poder terminar con la autonomía maya, el ejército federal ocupó la ciudad santuario de Chan Santa Cruz, cambiándole el nombre en Santa Cruz de Bravo, en honor al general al mando del ejército ocupante (Bartolomé, 2001; Villalobos, 2006). Bartolomé (2001) definió la ocupación como ritual, porque a pesar de que no hubo resistencia los mayas no perdieron totalmente su autonomía y control político sobre sus comunidades, así como siguieron con su resistencia armada. En 1915 el general Salvador Alvarado devuelve la ciudad a los mayas, quienes se vuelven a establecer en ella a pesar de considerarla profanada (Bartolomé, 2001).

### **1.1.2 Siglo XX en Quintana Roo y en la Zona Maya**

Hasta la mitad del siglo XX se desarrolla una nueva etapa de explotación forestal en el centro y sur del Estado que se denomina "enclave forestal", pero ahora por otra materia prima de exportación: el chicle. Atraído por su alto precio, el gobierno central dirige la mirada hacia los recursos peninsulares (César y Arnaiz, 1990).

En 1915 se registraron las primeras llegadas de empresas chicleras privadas, principalmente procedentes de Veracruz, Chiapas, Yucatán y Belice, que penetraron en el ya perjudicado sistema político territorial maya (Bartolomé, 2001; Lozano y Olivares, 2011). Al respecto, en el ámbito del proceso de integración territorial, la clave de vuelta es representada por el nombramiento a general del jefe de los mayas rebeldes, Francisco May, quien obtiene también la promesa de no intromisión del gobierno en la Zona Maya (César y Arnaiz, 1990, Redclift, 2004), al mismo tiempo que se le otorga una concesión de 20 mil hectáreas para la explotación chiclera libre de impuestos (Lozano y Olivares, 2011). Así, May organiza y centraliza la explotación comercial del chicle en la Zona Maya y se convierte en el primer cacique o agente de la *indirect rule* de las empresas chicleras, gestionando las relaciones políticas con el gobierno y la economía de la zona (Bartolomé y Barabas, 1977; César y Arnaiz, 1990). De esta forma, May incorporó a los mayas en la producción chiclera, explotándolos e integrándolos al mercado capitalista: el chicle fue, en

suma, lo que venció la resistencia maya y se tradujo en el sometimiento mercantil de los mayas *cruzoob*, ahora incapaces de hacer frente a la monetarización procurada por la penetración de la economía chiclera (Pérez, 2014; Redclift, 2004; Villa Rojas, 1987). En ese entonces, la decisión de los jefes mayas de dejar la hegemonía política, jurídica y social al gobierno a cambio del control de los recursos naturales de su territorio, procuró la separación de los mayas: por un lado, el grupo tradicionalista y contrario a esas decisiones, que decidió establecerse en un nuevo santuario, el *Noh Cah* (Pueblo Santo) X-Cacal Guardia, por el otro, los grupos de Chumpon y Chan Santa Cruz, acusados de haber traicionado la causa maya (Bartolomé, 2001; Dumond, 2005; Villa Rojas, 1987).

La crisis económica mundial de los 30's provoca una caída de los precio del chicle y la rebelión de los mayas que deponen a May (César y Arnaiz, 1990), y entre los mayas y el gobierno post revolucionario sigue esa relación de incomprensión cultural y desprecio étnico, al mismo tiempo que los *macehualob* no habían abandonado sus ideas de independencia y autonomía (Bartolomé, 2001). Lo anterior se inscribe en un discurso más amplio que remonta al siglo XVIII, cuando se identificaron los valores y mitos que estarían a la base de la identidad mexicana en el siglo XIX. Prácticamente, se revalorizaron las culturas indígenas prehispánicas y la clase criolla se empoderó de su historia asumiéndola como parte de su pasado, mientras que los indígenas vivos acabaron de existir formalmente, ya que la ley los asimiló al estatus de mexicanos (Barabas, 2000). Con la constitución del Estado Nacional, Bartolomé (2001) habla de "ruptura cronológica" entre los mayas de antes y de ahora, señalando que los mayas de antes son motivo de orgullo y parte de aquellas "culturas civilizadas" capaces en el pasado de construir obras arquitectónicas imponentes, mientras que los vivos solamente son flojos, borrachos y convertidos en bárbaros, sobre todo aquellos rebeldes que resistían ante las demandas de sus territorios por el gobierno (Barabas, 2000). De ahí que los mayas salvajes con su guerra habían puesto en riesgo la "civilización" y esa ruptura cronológica permitía entonces justificar ideológicamente las relaciones de dominación (Bartolomé, 2001).

A finales de la década de los 30's la política del gobierno empezó a perseguir el objetivo de integrar la Zona Maya al país desde un punto de vista económico-territorial, promocionando cooperativas chicleras para evitar intermediarios (César y Arnaiz, 1990; Lozano y Olivares, 2011; Romero, 2014), permitiendo así alcanzar un nuevo auge

económico (Lozano y Olivares, 2011). Al mismo tiempo el gobierno puso en marcha la reforma agraria con el fin de crear ejidos y repartir las tierras y los derechos legales sobre ella, bajo la promesa de que los mayas se beneficiarían de ella al mismo tiempo que limitarían el acceso a sus recursos (César y Arnaiz, 1990). Al principio los mayas no aceptaron la repartición, ya que se consideraban dueños de esas tierras sin que nadie les otorgara el derecho de posesión, aún menos cuando se trataba del gobierno central; sin embargo, en 1937, por intermediación de Alfonso Villas Rojas, un grupo de mayas en el cual estaba incluida la comunidad de Señor, solicitó y obtuvo tierras ejidales, aunque la repartición siguió los criterios de las autoridades federales (Villa Rojas, 1987).

El tentativo de integración de la Zona Maya en la década de los 30's se dio también desde un punto de vista educativo y cultural (César y Arnaiz, 1990; Villa Rojas, 1987). A nivel nacional, ya en 1911 se había promulgado la Ley de Instrucción Rudimentaria con el fin de impulsar la educación y castellanización de las comunidades indígenas a través de escuelas, internados y misiones culturales. En los 30's se define la política indigenista, puesta en marcha por personas no indígenas, para finalmente resolver el problema de los indios en México (Warman, 2003). El objetivo era conseguir la homogeneización cultural para consolidar la unidad nacional, de ahí que las culturas indígenas quedaron excluidas del proceso de formación nacional. Los millones de indígenas se convirtieron así en una carga económica, política y cultural, así como sus formas de vida y valores se consideraban inferiores y un obstáculo hacia la completa realización de un modelo ideal unicista de Estado Nación (Barabas, 2000). En el contexto de la Zona Maya, a pesar de las resistencias, las misiones culturales fueron muy exitosas, logrando incorporar a los mayas a un proceso educativo estructurado desde arriba (César y Arnaiz, 1990; Villa Rojas, 1987).

Aunado a todo lo anterior, la integración territorial se dio a través de la construcción de vías de comunicación para mejorar el acceso a esa región, ya que hasta los años 30's solamente contaba con algunos caminos de herradura y veredas (Macías, 1997). Esta situación había permitido a la Zona Maya quedarse aislada y mantener homogeneizadas la cultura, creencias y formas de vida del grupo maya por más de medio siglo (César y Arnaiz, 1990). La primera gran carretera pavimentada se terminó casi a finales de los 50's y conectaba Peto, Yucatán, a Felipe Carrillo Puerto. Diez años más tarde se concluyó otra que unía Valladolid siempre a Felipe Carrillo Puerto, atravesando el área de los mayas

*cruzoob*. Si es cierto que los mayas al principio se opusieron a la obra considerándola una amenaza a su autonomía, sucesivamente, atraídos por los altos ingresos económicos que podían obtener empleándose como peones en la construcción, cambiaron su actitud e inclusive muchos abandonaron sus milpas para dedicarse exclusivamente a ese nuevo trabajo, así como empezaron a entrar en la dinámica del consumo ya que la mayor disponibilidad económica les consintió acceder a bienes o artículos que antes ni siquiera conocían. De ahí que empezaron a surgir nuevas dinámicas en la zona que favorecieron el incremento poblacional de aquellas comunidades cercanas a la carretera como el caso de Señor (Villa Rojas, 1987).

Desde la década de los 50's en Quintana Roo la presencia del gobierno federal fue paulatinamente aumentando a través de distintas instituciones oficiales (Villa Rojas, 1987), y tendrá un rol determinante en la planificación y ejecución de programas de desarrollo que llevan consigo nuevos intereses e ideas sobre el territorio (Estrada, 2005). Sin embargo, como señala Dumond (2006), pese a todo lo anterior, el culto a la Cruz y el afecto hacia los ingleses por los mayas *macehuales* seguían más vivos que nunca.

A finales de los 50' y en los 60's, con la crisis del chicle y de la copra (César y Arnaiz, 1990; Lozano y Olivares, 2011), el estado entra en una fase de transición que terminará con el cierre del enclave forestal y el comienzo de una nueva reorganización de su territorio. La pesca se convierte en una actividad económica importante y se crea la empresa MIQRO, con el fin de explotar y transformar industrialmente la caoba en triplay o tablas destinadas al mercado nacional e internacional (César y Arnaiz, 1990, Marín, 2008).

## **1.2 Años 70's. Conversión económica de Quintana Roo al turismo**

El impulso para el desarrollo de la actividad turística en la Península de Yucatán es el resultado de una nueva valoración estética y simbólica de este territorio.

En el año 1843 el diplomático norteamericano John L. Stephens publicó el libro *Incidents of Travel in Yucatán*. A través de esta obra el autor describe la fastuosidad de la cultura maya y abre el camino para futuros estudios antropológicos y para la actividad turística en la península (Maerk, 2009; Marín, 2008). Al respecto, en la segunda mitad del siglo XIX y en la primera mitad del siglo XX, varios investigadores y antropólogos extranjeros, entre ellos Sylvanus Morley, quien estuvo a cargo del Proyecto Chichen Itzá

entre 1923 y 1941, visitaron la península y empezaron a producir etnografías sobre los mayas (Sullivan, 1989). Poco a poco, la península empezó a ser visitada por viajeros deseosos de conocer las ruinas y la historia de aquella civilización tan misteriosa (Marín, 2008). De esta forma, aquellas actividades académicas controladas por el estado, "produjeron e inventaron la cultura maya y su civilización" a través de procesos de poder e imaginación cultural que involucraron los ámbitos indígena, nacional y global (Castañeda, 1996), al mismo tiempo que el desarrollo de la industria turística en la segunda mitad del siglo pasado se considera como una extensión y producto de las mismas (Maerk, 2009).

Además, cabe mencionar que el Caribe hasta aquellos años no gozaba de gran importancia, debido a su lejanía del resto del país y a sus condiciones climáticas que no favorecían los asentamientos humanos excepto por los grupos nativos (Romero, 2014). Sin embargo, ese territorio empezó a ser concebido ya no como un espacio insalubre y peligroso, sino como un espacio paradisíaco apto para actividades recreativas, asociado a un entorno prístino e incontaminado (Marín, 2008). En efecto, las primeras ocupaciones de las costas del estado remontan a los años 50's, cuando se aplicó la estrategia "Marcha al mar", con el fin de repoblar las amplias costas casi completamente vacías (Romero, 2014).

En los años 60's entonces empieza a tomar vigor la economía turística, y los destinos que reciben gran cantidades de visitantes son Cozumel e Isla Mujeres (Maerk, 2009; Romero, 2014). En 1968 se pusieron en marcha los proyectos que irían a conformar el futuro estado de Quintana Roo: el progreso económico y la modernización que el país registraba en aquella época fueron la base de la concepción del turismo como fuente de riqueza nacional y vector de desarrollo económico y social de algunos territorios deprimidos. De ahí que comienza una política de turismo nacional impulsada por el gobierno federal que, a través de INFRATUR y el financiamiento del BM y del BID, llevará en pocos años a la ejecución de cinco CIP, entre ellos Cancún (Lozano y Olivares, 2011; Marín, 2008; Romero, 2009). En pocos años este centro turístico creado de la nada, una ciudad fundada por pioneros visionarios, se erigió como uno de los destinos más visitados por el turismo internacional (Careaga, 2010).

La fase económica que empieza con Cancún puede ser considerada de tipo conglomerado turístico: concentraciones geográficas de compañías e instituciones interconectadas entre sí en un campo específico (Porter, 1998), en el caso de Quintana Roo

el turismo, actividad muy dinámica y capaz de desencadenar grandes repercusiones también en el ámbito social (Baños y Castañeda, 2007). La economía tipo conglomerado impulsa nuevas oportunidades de negocios en áreas cercanas debido a las limitaciones del mercado local (Porter, 1998): paulatinamente, Cancún extendió su influencia sobre todo el estado, creando nuevos destinos como parte del proceso de exportación de *clusters* turísticos (Baños y Castañeda, 2007). De ahí que, hacia la mitad de los 80's, en la zona costera al sur de Cancún empezó un todavía inacabado proceso de desarrollo turístico denominado al principio "corredor Cancún-Tulum" para luego convertirse en la Riviera Maya, 130 kilómetros en los cuales se dio continuidad al incremento irrefrenable de construcción de infraestructura hotelera ya empezado en Cancún (Balam, 2009; Maerk, 2009; Baños y Castañeda, 2007). En los 90's estos destinos se consolidan, al mismo tiempo que el sur del estado empieza a ser visto como la nueva posible zona territorial de los desarrolladores turísticos. Así, en 1995 surge el Proyecto Costa Maya, que se extiende por 130 kilómetros entre los pueblos de Xcalak y Punta Herrero, abarcando parte de los municipios de Felipe Carrillo Puerto y Othón P. Blanco. Finalmente, hacia finales del siglo pasado, se desplaza nuevamente la frontera turística, y esta vez el turismo empieza a desarrollarse en la zona centro del estado o Zona Maya de Quintana Roo (Baños y Castañeda, 2007; Maerk, 2009) (figura 2).

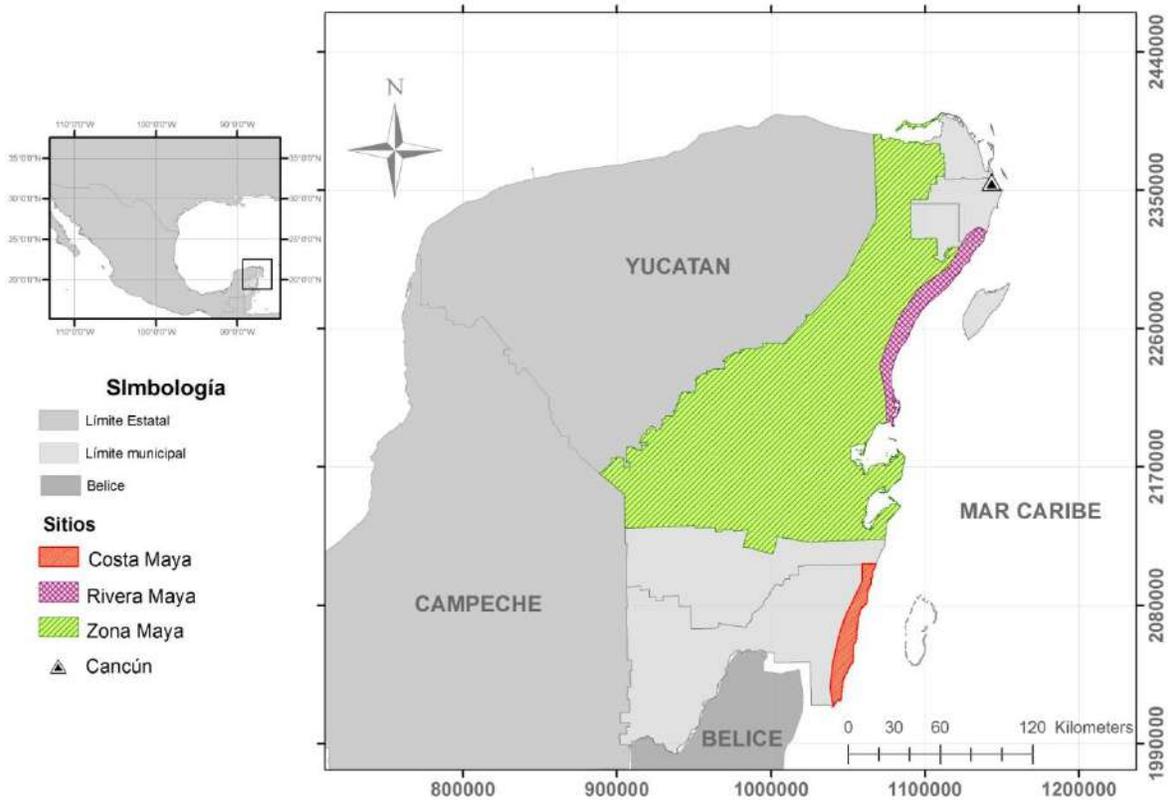


Figura 2. Polos, regiones y corredores turísticos del Estado de Quintana Roo.

Los resultados de un estudio del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey sobre la gran visión acerca de la perspectiva de desarrollo económico del estado para el 2025, indicaron que Quintana Roo confirmará su vocación turística y el turismo podría consolidarse e integrarse en la marca "Caribe Mexicano", diversificándose, modernizándose y manteniendo el rol de sector económico líder de Quintana Roo (TEC, 2005). La diversificación prevé la división en ocho Regiones Turísticas, cada una de las cuales indicada como un *cluster* turístico especializado, con características propias estrechamente vinculadas a su entorno natural y geográfico "diferenciada por el tipo de turismo y actividades que ofrece, con conceptos diferentes para mercados turísticos específicos, pero conservando su integración grupal, lo que le da un dinamismo de competitividad global" (TEC, 2005).

### **1.2.1 Expansión del turismo: boom demográfico y terciarización de la economía**

La importancia de este nuevo tipo de economía turística se ve primariamente reflejado en las llegadas de visitantes que la Península ha ido recibiendo durante la segunda mitad del siglo pasado y las primeras dos décadas del siglo actual. Si en 1960 la Península de Yucatán recibía 10 mil visitantes, y en 1970 poco más de 50 mil, para 2015, solamente en Quintana Roo llegaban 13,265,882 turistas, que representan el 41,3% de las llegadas totales a México, 32,1 millones, que han permitido al país posicionarse en novena posición mundial (Datatur, 2017).

De igual forma, con la creación de Cancún y el sucesivo impulso de la Riviera Maya, el sector terciario, relacionado directamente con la actividad turística, se convierte predominante en la economía del estado (César y Arnaiz, 1990; Lozano y Olivares, 2011; Marín, 2008; Baños y Castañeda, 2007). A principio de los 70's el sector primario, integrado por la explotación forestal, pesquera y agrícola representaba el 33.5% del PIB del estado; en los años siguientes este fue paulatinamente disminuyendo, hasta posicionarse y mantenerse alrededor o debajo del 1% para 2015. Asimismo, el sector secundario ha registrado una descenso constante y los datos de 2015 indican un porcentaje de 11.8%. En contraste, el sector terciario se ha dinamizado enormemente, incrementando desde el 51.89% en el año 1970, hasta el 87.5% en el año 2015 (César y Arnaiz, 1990; INEGI, 2017; Lozano y Olivares, 2011). En este escenario, a raíz de la disminución del sector primario se encuentra también la nueva fase de explotación forestal que Quintana Roo empezó a principios de los 80's. Esta miraba a un aprovechamiento racional y a la conservación de los bosques, en parte debido a que los ejidos forestales no apoyaban la renovación de las concesiones forestales a la MIQRO, y sobre todo porque la marcada deforestación del pasado estaba en antítesis con la imagen turística que el estado quería promocionar e impulsar (Merino, 1996).

El alto número de visitantes, aunado a los migrantes en busca de empleo en la industria hotelera, fueron la base de una expansión demográfica desmesurada (Balam, 2009; Baños y Castañeda, 2007) (figura 3), determinando que los nativos o locales se convirtieran en el grupo minoritario del estado (César y Arnaiz, 1990). Asimismo, el sector de producción campesina fue paulatinamente deteriorándose, y el estado fue testigo de la transición de una economía agrícola a una terciaria (Baños y Castañeda, 2007). Lo anterior

se puede ver en la tabla 1, en la cual se aprecia el descenso del porcentaje de la ocupación del sector primario, al cual se opone el crecimiento del sector terciario.

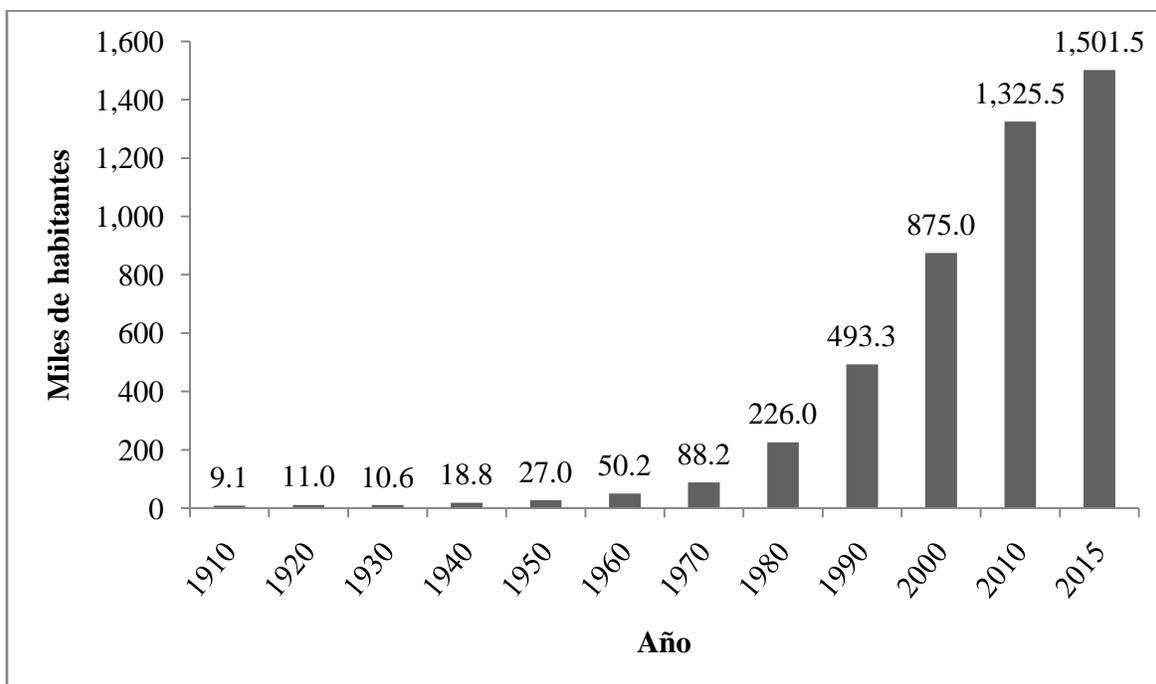


Figura 3. Incremento poblacional de Quintana Roo, 1910-2015. Fuente Censos Generales de Población del INEGI.

Tabla 1. Distribución Población Económicamente Activa (PEA) en Quintana Roo por sector económico

<b>Año</b>	<b>Sector primario</b>	<b>Sector secundario</b>	<b>Sector Terciario</b>	<b>No especificado</b>	<b>Total población activa</b>
1970	53.5	11.9	30.4	4.2	25,019
1980	29.2	11.9	34.2	24.7	79,341
1990	19.4	15.3	58.0	7.3	163,190
2000	10.4	16.0	70.5	3.1	348,750
2005	6.75	16.85	76.4	-	519,400
2010	6.4	14.0	79.6	-	656,070
2015	6.1	16.4	77.5	-	776,043

Fuente: Anuario Estadístico del INEGI, Baños y Castañeda, 2007.

### **1.2.2 Los años 80's y 90's: Mundo Maya y Riviera Maya**

En 1988, por efecto de las nuevas dinámicas que caracterizan el turismo a nivel mundial nace el Proyecto Mundo Maya<sup>4</sup>, un acuerdo turístico entre los países de El Salvador, Honduras, Guatemala, Belice y México (incluye los estados de Tabasco, Campeche, Yucatán, Chiapas y Quintana Roo), auxiliados por consultores privados internacionales como National Geographic, e instituciones internacionales como la UE y la OMT (Maerk, 2009). A través de este proyecto se buscaba integrar a las comunidades locales al turismo, a través de un desarrollo turístico sostenible cuyo fin es la protección del medio ambiente y la salvaguarda del patrimonio cultural e histórico de esa área (Hernández, 2003). Sin embargo, este tipo de turismo es sinónimo de apertura de un nuevo ámbito explotable y rentable representado por aquellas áreas todavía vírgenes y menos comunicadas del país (Machuca, 1999). El proyecto ha demostrado una estrategia empresarial para la creación de una marca comercial y de un instrumento de mercadotecnia gestionado por grandes consorcios turísticos y grupos de poder (Marín, 2008). Al respecto, la participación de los pueblos mayenses es escasa o nula, al mismo tiempo que el proyecto ha creado "paisajes culturales", para fines turísticos, diseñando, espacializando y resignificando la cultura maya, a través de una nueva concepción y ordenación del espacio: de ahí que lo que se conoce como el Mundo Maya es un territorio profundamente cambiado después de su incorporación a la industria turística, que adquiere una nueva coherencia turístico-comercial, a través de mapas donde sin embargo quedan excluidos los símbolos verdaderamente importantes para los mayas (Brown, 1999). En particular, la organización territorial, los paisajes, ciudades, playas y zona arqueológicas han tenido que adecuarse a los que son las narrativas culturales, infraestructuras, rutas y tiempos turísticos, dando lugar a una organización fractal del espacio donde los atractivos y los sitios de la cultura maya encajan ahora en el territorio bajo la lógica de un parque temático (Uribe, 2011).

El corredor Cancún-Tulum, es uno de los proyectos más ambiciosos de Mundo Maya (Mantecón, 2010). Siguiendo los nuevos lineamientos del turismo mundial, entre ellos el turismo sustentable, el ecoturismo, el turismo cultural, este corredor modifica su nombre en Riviera Maya desde el año 1994 (Marín, 2008). Sin embargo, lejos de sus

---

<sup>4</sup> National Geographic propuso inicialmente el nombre Ruta Maya. En 1990 pasó a llamarse Mundo Maya y en 1992 se oficializó a través de un convenio internacional y la creación de un organismo operativo conocido como Organización Mundo Maya (Marín, 2008).

planteamientos iniciales, esta nueva región se ha revelado un producto empresarial o proyecto económico creado *ad hoc* por políticos, empresarios y planificadores para la privatización y el aprovechamiento de sus recursos, los paisajes exuberantes caribeños y, por supuesto, la cultura Maya, ahora elementos sumamente valiosos para la industria turística (Mantecón, 2010; Marín, 2008). Sin límites bien definidos y siguiendo una lógica mercantil del territorio, la Riviera Maya ha absorbido en su interior también a pequeñas localidades mayas tierra adentro, incorporadas como espacio de consumo y visitables a través de circuitos turísticos organizados por tour operadoras (Marín, 2008). La Riviera Maya ha sustituido el antiguo País Maya, y sus habitantes legítimos, además de haber perdido los territorios por los cuales lucharon, se han visto expropiados también de su propio pasado<sup>5</sup>, ahora una nueva mercancía para el consumo turístico (Bartolomé, 2001; Dumond, 2005). Por otro lado, poco logran en términos de sostenibilidad y participación en la toma de decisiones y de apropiación del proceso de producción de bienes y servicios turísticos; al contrario, la imagen de los mayas de esta región es uno de los atractivos más de los recorridos turísticos, a menudo a través de maquillajes folclorizantes (Mantecón, 2010). Para la autora, es evidente como por un lado se exalta al indio prehispánico muerto a la vez que el indio vivo es marginado, explotado y mantenido en condiciones de pobreza.

### **1.2.3 Desde los años 90's hasta la actualidad: el turismo en la Zona Maya**

Desde el comienzo de la actividad turística en Quintana Roo, la población indígena se ha paulatinamente involucrado en ella sobre todo como mano de obra (barata) en los varios polos turísticos, generando movimientos migratorios temporales o bien permanentes. (Maerk, 2002, 2009). Sin embargo, pese a las previsiones que indicaban que en los próximos años el destino de la Zona Maya era quedarse como área marginada de mínima diversificación económica y condenada a ser el reservorio de fuerza de trabajo para la economía turística en el norte del país (TEC, 2005), ya a finales de los 90's empiezan algunos proyectos a través de los cuales las comunidades, además de expulsora de mano de obra hacia la costa, se proponen como receptora de una nueva tipología de turismo: el

---

<sup>5</sup> Prueba de eso es por ejemplo la expropiación y conversión en atractivo turístico del centro ceremonial de Tulum constituido por la antigua ciudad prehispánica: prácticamente, todo el mundo visita esta zona excepto por los mayas, quienes se rehúsan en pagar para acceder a la ciudad que en realidad a ellos pertenece (Sullivan, en Bartolomé, 2001). Por otro lado, Balam, (2010) señala que existen diferentes percepciones entre los dos Tulum: el Tulum ahora para los turistas, la Zona Arqueológica, y el Tulum pueblo, donde al contrario, mayas contemporáneos refuerzan procesos de identidad.

eco/etnoturismo. Así, la periferia se convierte en el nuevo polo de atracción: el turismo ecológico y cultural (Maerk, 2002, 2009). En una entrevista publicada en el periódico *La Jornada*, el 24 de abril de 1995, Sigfrido Paz Paredes, el entonces subsecretario de Turismo afirmó: "La oferta del turismo mexicano comienza a quedarle chica a la demanda de los visitantes extranjeros, porque no se han explotado lugares como las zonas coloniales y arqueológicas, además de que las playas comienzan a perder interés como único lugar de descanso". En el mismo artículo, la secretaria de Turismo Silvia Hernández, indicó que lo anterior implicaba que además de seguir impulsando el turismo de sol y playa también se quería empezar a promocionar el etnoturismo en el mundo maya. Años después, en 2011 en la página internet *go.galegroup.com* se publicó un artículo con entrevista a la secretaria de Turismo de Quintana Roo, Sara Latife Ruiz Chávez, la cual anunció: "La región indígena de Quintana Roo, conocida como Zona Maya, será lanzada, en la próxima edición de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) de España". Añadió que "la Zona Maya formará parte de la marca DTC (Destino Turismo Cultural) que implementa la Secretaría Estatal de Turismo (Sedetur), y que, será dirigido al mercado del "turismo cultural". Además: "Cancún, Riviera Maya, Isla Mujeres y Cozumel, tendrán en la Zona Maya ese valor agregado que viene siendo el turismo cultural, que hoy en día es el que se está demandando, el que está buscando el mercado europeo. Finalmente concluyó: "Entre otros atractivos, el nuevo destino de la Zona Maya, incluirá sitios y monumentos de la Guerra de Castas y la Ruta de la Iglesias, además de la Reserva de la Biósfera de Sian Ka'an, en los municipios de Felipe Carrillo Puerto y Tulum" (*go.galegroup.com*, 2011).

Prácticamente, los mayas *macehualob* han pasado de un régimen de coerción militar a uno de cooptación: como señala Dumond (2005), ahora son visibles en las carreteras las señales que indican en provocativo español "Bienvenidos a la Zona Maya" (figura 4).



Figura 4. Letrero en la Carretera Federal 307.

Asimismo, en un estudio financiado por el Fondo Mixto CONACYT-Gobierno del estado de Quintana Roo, emerge que en la zona se encuentran importantes vestigios de la Guerra de Castas que, aunados a los atractivos naturales, pueden ser convertidos en elementos turísticos con el fin de impulsar el desarrollo económico y social en el marco del desarrollo sustentable. También, se menciona que a pesar de que ya existan señales indicantes la Ruta de la Guerra de Castas, la promoción no ha sido adecuada para que se incrementara el flujo de visitantes y el beneficio económico (Guillén y Carballo, 2008).

### **1.3 El INI: políticas indigenistas y su impulso al turismo**

Maerk (2002 y 2009) señala, el papel decisivo del INI, la actual CDI, en el impulso de esta nueva tipología de turismo. A partir de su fundación en el año 1948, y contando con el apoyo y guía de algunos de los más famosos antropólogos mexicanos, entre ellos Alfonso Villas Rojas, Alfonso Caso, Gonzalo Aguirre Beltrán y Julio de la Fuente, empieza una política dirigida hacia los pueblos indígenas que Barabas (2000) define indigenismo de

integración. El objetivo era empoderar y modernizar a los indígenas con el fin de incorporarlos a la cultura nacional o mestiza pero apoyándolos también, aunque escasamente, para recuperar sus culturas originarias (Van den Berghe, 1995)<sup>6</sup>. En esta etapa, las expresiones culturales constituidas por costumbres y tradiciones de las culturas indígenas consideradas "positivas" y rescatables, es decir no ofensivas para los "civilizados", entre ellas algunos productos artesanales, danzas y música, empezaron a ser respetadas, promovidas, y convertidas en elementos lucrativos, ya que se orientaron hacia un mercado turístico que solicitaba la diferencia cultural domesticada o folklorizada. Sucesivamente, entraron a hacer parte del patrimonio cultural "civilizable" también la medicina tradicional, la memoria oral y la narrativa (Barabas, 2000). Aquí hay que hacer hincapié en que la autora menciona que los rituales de ciclos vitales o prácticas mágicas se habían quedado fuera de esa nueva dinámica, sin embargo, podemos afirmar que hoy en día ellos también constituyen parte activa de ese patrimonio "positivo" y lucrativos.

Hacia finales de los 80's se empieza a hablar de un indigenismo de participación, que teóricamente aceptaba el pluralismo cultural y el etnodesarrollo (Barabas, 2000). Sin embargo, fue después de la insurrección zapatista de 1994 que el INI cambia la política institucional: ya no de aculturación sino de desarrollo a partir de los usos y costumbres de las poblaciones indígenas (Van den Berghe, 1995), aunque el fomento de programas y la gestión raramente responden a las necesidades y expectativas de las comunidades (Barabas, 2000). Según la autora, de todos modos, se fue construyendo un nuevo imaginario indígena convenientemente compatible con las expectativas de la sociedad civilizada, y por lo tanto apropiado para la actividad turística y la imagen del país, ya que la existencia de manifestaciones culturales indígenas sigue vinculada a una condición de "positividad" que normalmente coincide con el hecho de que puedan ser turísticamente atractivas. La autora concluye así: "el imaginario colectivo del *buen salvaje*, que coloca al indio como modelo de democracia, no propiedad, igualdad, vida pura ligada con la naturaleza, relación armoniosa con el medio ambiente, conocimiento místico, esperanza de salvación para la

---

<sup>6</sup> Se empezaron a utilizar los idiomas maternos en los primeros años escolares para mejorar el aprendizaje del castellano (Barabas, 2000), publicar textos en los idiomas originarios, dotar los pueblos indígenas de infraestructura, promover cooperativas y en los 70's, en el ámbito del resurgimiento étnico y contestaciones indígenas al gobierno, una nueva organización con el fin de captar votos para el partido oficial, el PRI, y orientar así las demandas de los mismos indígenas y controlar los sectores contestatarios (Barabas, 2000; Van den Berghe, 1995).

deteriorada sociedad actual, etcétera; cuenta con más adherentes en esta época que nunca antes" (Barabas, 2000:18).

A lo anterior hay que añadir que en la última década del siglo pasado la sustentabilidad empezó a tener un papel central en los discursos gubernamentales y en la actividad turística, de ahí que las nuevas ofertas del turismo mundial y en particular de la nueva tipología llamada alternativo se enfocaron hacia los territorios conservados y las culturas autóctonas (López y Palomino, 2008). En México, aunque el modelo turístico tradicional de sol y playa sigue siendo el más impulsado por autoridades e inversionistas privados, gracias al operado de diferentes oficinas gubernamentales, entre ellas el INI y luego CDI, la SEDESOL, FONAES, SEMARNAT, CONAFOR, CONANP, y a organizaciones civiles conservacionistas como PRONATURA Y FMCN, en el ámbito del diseño de estrategias para la conservación de los recursos naturales y de programas económicos para el desarrollo económico con el fin de diversificar las actividades productivas de las zonas rurales y disminuir la pobreza, estalla el "boom" del ecoturismo a principio de los 90's. De ahí que empezaron a surgir toda una serie de programas, rutas y empresas, en los cuales participan campesinos, ejidatarios y población indígena en calidad de anfitriones ofreciendo servicios ecoturísticos o de turismo alternativo. En 1989 se pusieron en marcha los primeros ocho proyectos ecoturísticos entre las comunidades indígenas a través del Proyecto Pueblos Indígenas, Ecología y Producción para el Desarrollo Sustentable del INI, con el fin de combinar los recursos y conocimientos de los pueblos indígenas para ofertarlos turísticamente y lograr un desarrollo rural y cultural adecuado y amigable con el medio ambiente (López y Palomino, 2011). Sucesivamente, a partir del año 2000 el INI y luego la CDI volvieron a impulsar y financiar nuevos proyectos ecoturísticos, con una inversión de 119.8 millones de pesos para la creación de 246 actividades que involucraron a 39,742 indígenas en 23 estados del país (López y Palomino, 2005).

De acuerdo a los datos más recientes, en ocasión de la segunda Expo Pueblos Indígenas 2015, en la cual participaron 119 productores de 22 estados y las 14 Redes Turísticas Indígenas que integran 68 empresas de Campeche, Chiapas, Hidalgo, Michoacán, Quintana Roo, Veracruz y Yucatán, que forman parte de la marca "Paraísos Indígenas", SECTUR y la CDI destinaron 250 millones de pesos para financiar 205 proyectos de

turismo de naturaleza en 17 entidades del país. Con lo anterior se quiere subrayar como el turismo constituye una oportunidad de desarrollo regional que permite construir condiciones de bienestar y cohesión social en las comunidades indígenas del país, según señaló el subsecretario de Planeación y Política Turística de la SECTUR, Salvador Sánchez Estrada (Concanaco Servytur, 2016).

En Quintana Roo el etnoturismo todavía no se ha expresado en todo su potencial (Maerk, 2009). Los primeros proyectos eco/etnoturísticos en la Zona Maya remontan a finales de los 80's, cuando el INI impulsó el eco/etnoturismo en el municipio de Lázaro Cárdenas, en las comunidades de Pacchen, Tres Reyes y Punta Laguna. Se decidió impulsar ese turismo en la zona norte porque cercano al corredor Cancún-Tulum, y porque esa zona fue poblada por migrantes mayas yucatecos, más "dóciles" y fácilmente asimilables en las nuevas actividades turísticas. En la zona maya alrededor de Felipe Carrillo Puerto, debido al carácter rebelde de sus habitantes, ha sido escasamente penetrada por este nuevo tipo de actividades económicas (Maerk, 2009), y es solamente hasta principios del nuevo siglo que algunas comunidades de aquella zona se involucraron en proyectos ecoturísticos comunitarios, entre ellas como Señor (González, 2008) y Kantemó, en el municipio de José María Morelos (López y Palomino, 2011). Cabe destacar que en el estudio del CONACYT y del Gobierno de Quintana Roo anteriormente mencionado emergió que la Zona Maya de Felipe Carrillo Puerto cuenta con un elevadísimo potencial para desarrollar el eco/etnoturismo, ya que posee ventajas comparativas y competitivas únicas en el mercado turístico de Quintana Roo, sobre todo considerando el concepto social e histórico de la Guerra de Castas y tradiciones y costumbres. El 90% de los encuestados fue favorable a enseñarlas a los turistas, y el 80% a participar en su realización, ya que sería una forma de fortalecer y dar a conocer su cultura al mundo. La participación activa comunitaria desde las etapas iniciales de este tipo de turismo es beneficiosa para amplias porciones de la misma comunidad, sobre todo a la luz de las condiciones de pobreza en la que se encuentran las comunidades de la zona. Y para obtener un desarrollo ecoturístico comunitario plenamente sustentable es imprescindible el apoyo de los tres niveles de gobierno, del sector privado, del mundo académico y de la sociedad civil (Guillén y Carballo, 2008).

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

*Moloch whose mind is pure machinery!  
Moloch whose blood is running money!  
Moloch whose fingers are ten armies!  
Moloch whose breast is a cannibal dynamo!  
Moloch whose ear is a smoking tomb!  
Moloch whose eyes are a thousand blind windows!  
Moloch whose skyscrapers stand in the long streets like endless Jehovahs!  
Moloch whose factories dream and croak in the fog!  
Moloch whose smokestacks and antennae crown the cities!  
Moloch whose love is endless oil and stone!  
Moloch whose soul is electricity and banks!  
Moloch whose poverty is the specter of genius!  
Moloch whose fate is a cloud of sexless hydrogen!  
Moloch whose name is the Mind!*

Allen Ginsberg

El presente apartado se articula en cuatro grandes líneas temáticas: la primera refiere a la idea de turismo y a la diversificación de la oferta turística, tomando en cuenta la creación de nuevos mercados de sensaciones y experiencias; la segunda pone en evidencia el nuevo papel adquirido ahora por la cultura y la diversidad cultural, como nuevos recursos explotables para el mercado turístico y, por ende, la expansión del capital a nivel global; en la tercera parte se deconstruye el concepto de la sostenibilidad ambiental, que desde la perspectiva de la ecología política ha llevado a la creación de un capitalismo ecológico preocupado por la salvaguarda de la naturaleza como medio para asegurar su reproducción a nivel mundial; finalmente, la última sección presenta los lineamientos teóricos del turismo comunitario como nueva tipología de turismo alternativo, tomando en cuenta la sostenibilidad social a él asociada y las nuevas tendencias de este tipo de turismo. Eso, nos permitió amarrar este tema con los anteriores y proporcionar un cuadro completo de nuestro posicionamiento teórico, para explicar la turistificación de territorios nuevos y la mercantilización de la cultura material y simbólica.

### **2.1 El turismo y sus dos grandes vertientes: el turismo masivo y el turismo alternativo**

El turismo es un fenómeno que ha mostrado un crecimiento sensacional e ininterrumpido a partir de la segunda mitad del siglo pasado (OMT, 2017), convirtiéndose en un modelo

característico del proceso de globalización y como una actividad moderna dentro del marco del desarrollo capitalista mundial (Castro y Fonseca, 2015; Cordero, 2006), capaz de ofrecer condiciones excepcionales para la movilización de mercancías y personas, atrayendo "capitales como los imanes al hierro" y convirtiéndose en una enorme fuente de ganancias excepcionales (Cordero, 2006). Con el paso del tiempo el turismo ha logrado la capacidad de ser renovable y consolidarse, y ha sido asimilado a una cadena productiva capaz de incorporar los territorios y recursos naturales y culturales de todo el mundo como materia prima y aquella parte de humanidad con disponibilidad económica como cliente potencial (Santana, 2003b).

Para la finalidad de este estudio, el turismo puede ser definido como "parte de un sistema complejo que puede ser comprendido mediante la identificación de actores y agentes involucrados en una red de interrelaciones que puede ser entendida como una estructura jerárquica de mediación de la producción de espacios-mercancías; una red de relaciones sociales que va desde lo global hasta lo local y una estructura jerárquica de mediación sumamente compleja, que involucra a una serie de instituciones y grupos de actores que operan desde distintas escalas, con diversas posiciones estratégicas e incluso con intereses encontrados" (López y Marín, 2012:217).

En casi todo el mundo el turismo se ha originado y desarrollado siguiendo patrones similares: uno de ellos es el modelo basado primariamente en actividades propensas de ser masificadas y representadas por productos de sol y playa, nieve y montaña y patrimonio cultural. Este modelo derivó de los acontecimientos de la posguerra, aunque un papel determinante lo tuvieron los cambios tecnológicos y sociales en los años 60's y principios de los 70's, en la que ha sido definida la "década del desarrollo": tarifas promocionales, vuelos charters, bajo costo del petróleo, crecimiento económico inspirado en las teorías keynesianas, paz mundial y prosperidad económica en los países desarrollados, vacaciones pagadas (Jiménez, 2005). Debido a su gran capacidad de generar beneficios económicos y aunado a su implantación reiterada alrededor del globo, se define como modelo de turismo convencional o tradicional (Castro y Fonseca, 2015), o bien fordista o industrial, que se caracteriza por ser un sistema productivo de cadena y centrado en la cantidad más que en la calidad (Osorio, 2010). Es un modelo que se rige por criterios de estacionalidad temporal y concentración espacial, proponiendo productos turísticos escasamente diferenciados en

forma, tiempo y territorio, lo cual se refleja en un abanico limitado de actividades para un consumo masificado de inmensos segmentos de mercado, quienes se conforman y desarrollan una actitud pasiva, de descanso y simplemente de observación (Cordero, 2006; Osorio, 2010).

En las últimas dos décadas del siglo pasado, se asiste a cambios paradigmáticos en la filosofía de producción, con una transición hacia un modelo de acumulación flexible o "especialización flexible" (Cordero, 2006; Harvey, 1989), caracterizado por priorizar la producción en pequeños lotes privilegiando la calidad, objetivando distintos nichos de mercado y adaptándose a distintas demandas en lugar de una sola y homogénea (Cordero, 2006; Debbage, 1998). El turismo se ha entonces adecuado a dichos cambios, caracterizándose ahora por su heterogeneidad y diversificación de las estrategias anteriormente limitadas a productos homogéneos (Cordero, 2006). El cambio en la sociología y las preferencias de los consumidores y turistas, en el uso del tiempo libre y en los ingresos, así como en los patrones del viaje a partir de finales de los 80's y principios de los 90's, provocaron un proceso de búsqueda y desarrollo de productos turísticos innovadores que encajaran en la sostenida demanda de ocio occidental (Santana, 2003b). Empezaron así a surgir y crecer otras tipologías de turismo que pueden incluirse bajo la expresión de turismo alternativo, (turismo comunitario, rural, étnico, ecoturismo etc.). Este, caracterizado como posfordista o posindustrial, abarca toda una serie de formas de turismo que son coherentes y respetuosos de los valores naturales, sociales y comunitarios, y que permiten un intercambio de experiencias positivas y significativas entre los visitantes y la población anfitriona (Smith y Eadington, 1992). Además, promueve tipologías de viajes que se realizan en espacios naturales, urbanos o rurales, particularmente en los países subdesarrollados, reconociendo e incorporando a la población local como un actor social indispensable en la nueva organización turística (Osorio, 2010).

Además de la heterogeneidad, hay otro elemento que juega un papel muy importante: la atención se desplaza del objeto proporcionado por la industria turística a una negociación y construcción subjetiva del significado como elemento clave de la experiencia turística. Este es el resultado del surgimiento, en contraposición a la economía de los servicios, de la economía y sociedad de la experiencia (Avila y Barrado, 2005; Pine y Gilmore, 1999) y de la Sociedad del Ensueño (Jensen, 1999). En particular, este último

autor señala como en el siglo XX, en la sociedad que se caracterizaba por valores como el racionalismo, análisis, pragmatismo y el dominio científico, empieza a tomar fuerza y vigor el análisis simbólico, a través del cual se vuelven centrales dimensiones como las historias, las emociones, las narrativas y los valores. Lo que sugiere la Sociedad del Ensueño es que el mercado de las sensaciones que oscurece al mercado de los productos tangibles (Jensen, 1999). De ahí que el viaje se convierte en una reivindicación de experiencia de vida individual, con una tendencia hacia la personalización (Bordas, 2003; Santana, 2003b), en la cual se entremezclan la conservación del entorno natural y cultural, el regreso a la naturaleza, la nostalgia de la memoria junto a la demanda de autenticidad como descubrimiento de la historia, de las culturas y civilizaciones y de aquellas sociedades rurales y étnicas todavía no alcanzadas por la modernidad, que habitan en muy diversos medios ecológicos y se encuentran asociadas a representaciones de la vida bucólica, que desde luego alimentan las formas de consumo (González-Varas, 2015; López y Marín, 2012; Marín, 2015; Mowforth y Munt, 2009). Prats y Santana (2011) señalan que hoy en día la visita a un lugar ya no es satisfactoria, ya que lo que los visitantes buscan es que su desplazamiento o estancia se convierta en una experiencia única. Los turistas quieren vivir los destinos integrando todo tipo de experiencia, comprando historias, vivencias, sentimientos y sensaciones, de preferencia autenticadas por la cultura autóctona, incluyendo un acercamiento más personal al patrimonio (Álvarez, 2007; Bordas, 2003; Prats y Santana, 2011). Lo anterior encuentra su justificación en el hecho de que "la autenticidad y la singularidad, para manifestarse realmente como tales, deben vivirse in situ, intrínsecamente vinculadas al contexto en el que se producen y que las explica" (Prats y Santana, 2011:2).

De ahí que para dar respuestas a esta demanda, se asiste a la proliferación de numerosos destinos cuyos atractivos son productos supuestamente auténticos y singulares, y que en la mayoría de los casos se encuentran tierra adentro o en áreas escasamente aprovechadas por los operadores turísticos tradicionales y globales (Prats y Santana, 2011). Los productos se caracterizan por poseer valores añadidos basados en las características diferenciales del territorio, patrimonio, paisaje, culturas y señas de identidad de las comunidades anfitrionas, al mismo tiempo que los turistas empiezan a tener un rol activo,

enriquecedor, sensitivo y emocional en el descubrimiento del "otro" y "de lo otro" y el ambiente (Rivera, 2013).

El simbolismo de estos nuevos productos turísticos alternativos es muy importante para satisfacer el deseo de reencuentro con el pasado y la autenticidad por parte de los turistas; a través de ellos se venden una serie de emociones y de valores ecológicos y románticos que están presentes en el inconsciente del turista mismo y que el posmodernismo intenta rescatar a través del nuevo proceso de socialización provocando cambios importantes en la actividad turística (Álvarez, 2007).

## **2.2 La relación entre el capital, la cultura, el mercado y el turismo**

En este contexto, no puede pasar desapercibido el cambio en el interés hacia la cultura en sí. A partir de la década de los 80's, su significado convencional se ha abundantemente vaciado, adquiriendo una dimensión utilitaria, un recurso progresivamente pensado desde la perspectiva comercial/económica para la producción de rédito y mejorar el ámbito sociopolítico y económico (Szpilbarg y Saferstein, 2014; Yúdice, 2002). Yúdice (2002) define el resultado de este cambio como "economización de la cultura". Este, va más allá de la necesidad de cubrir un mercado concreto o de un proceso de mercantilización de la cultura misma, sino refiere al uso y justificación de la cultura como una herramienta capaz de proporcionar beneficios medibles, ya sean sociales, políticos o económicos. Así que, todo tipo de institución que discute proyectos en los cuales están involucrados el desarrollo local y la cultura, entre ellos la UNESCO, el BM, la sociedad civil globalizada de las fundaciones internacionales y las ONGs, han pasado de entender el concepto cultura a lo que se hace en su nombre, considerándola como cualquier otro recurso y por ende un ámbito crucial para la inversión (Yúdice, 2002). Sin embargo, considerar la cultura en sí, cualquiera sea esta, nunca recibirá algún tipo de financiamiento, a menos que sea capaz de producir una forma indirecta de ganancia (Santana, en Yúdice, 2002). De ahí que uno de los usos de la cultura en el contexto de la globalización es en forma de atractivo "para promover el desarrollo del capital y del turismo, como el primer motor de las industrias culturales y como un incentivo inagotable" (Yúdice, 2002:16): los rituales y las prácticas estéticas cotidianas, entre ellas canciones, cuentos populares, cocina, costumbres y otros

usos simbólicos, son ahora movilizados también como recursos en el ámbito turístico y en la promoción de industrias que explotan el patrimonio cultural (Yúdice, 2002).

Aquí hay que hacer hincapié también en la relación entre el turismo y la promoción del desarrollo, particularmente evidente en los países del sur del mundo o emergentes, tanto que el turismo fue considerado como la panacea para solucionar los problemas económicos (Castro y Fonseca, 2015; De Kadt, 1991; Zuñiga, 2013). En los últimos años, bajo la economía neoliberal, los gobiernos nacionales, regionales y locales (Castro y Fonseca, 2015), aunados a las grandes corporaciones multinacionales del turismo y a los organismos financieros que determinan el orden económico global, entre ellos el BM y el BID, se alinearon a esa idea, apostando a la turistificación de dichos países como estrategia primaria y motor del crecimiento económico, lo cual se traduce en la relevancia que ha tenido la afirmación del modelo económico capitalista contemporáneo (Flores y Nava, 2016; Oehmichen, 2013). Lo que es importante destacar aquí, es que a partir de la última década del siglo pasado el pensamiento común ha aceptado la asociación entre desarrollo y el valor de la diversidad cultural y de la participación democrática. Si hasta aquel entonces los beneficiarios de los proyectos de desarrollo eran los pobres y subdesarrollados, cuya cultura era ignorada o considerada un obstáculo a la modernización, en cambio ahora se apunta a la valorización de las poblaciones rurales, cuyos bienes son considerados activos tangibles e intangibles y su valor cuantificado a precios de mercado (Machuca, 2012; Pérez, 2008). Al respecto, el presidente del BM, James D. Wolfensohn, en 1999 así se expresó: «La cultura material y la cultura expresiva son recursos desestimados en los países en vías de desarrollo. Pero pueden generar ingresos mediante el turismo, las artesanías y otras actividades culturales». «El patrimonio genera valor. Parte de nuestro desafío conjunto es analizar los retornos locales y nacionales para inversiones que restauran y derivan valor del patrimonio cultural, trátense de edificios y monumentos o de la expresión cultural viva como la música, el teatro y las artesanías indígenas» (World Bank, 2000).

De ahí que la expansión turística ha incorporado las culturas originarias, sus expresiones culturales tradicionales y sus espacios testimoniales en forma de recursos culturales y como elementos fundamentales para la producción de mercancías culturales de consumo turístico procurando la transformación de todo tipo de lugar en escenarios de consumo (Flores y Nava, 2016; Hernández, 2012). Así, la diversidad cultural se ha

convertido en una "marca-símbolo" a través de la cual los aspectos culturales más visibles de los grupos étnicos están ahora al servicio de la industria turística (Comaroff y Comaroff, 2011), al mismo tiempo que las singularidades culturales son ahora el elemento estratégico de la oferta en el mercado (Machuca, 2012).

A través del turismo, considerado como una de las múltiples expresiones del capitalismo contemporáneo por su predisposición a asimilar cualquier cosa susceptible de convertirse en un producto (Zuñiga, 2013), el patrimonio adquiere un nuevo uso y significado: "de una construcción histórica y social que da cohesión e identidad a diferentes pueblos y sociedades" (Zuñiga, 2012:240), se pasa a concebir el patrimonio cultural únicamente por su rentabilidad, valor económico y fuente de ganancia (Machuca, 2012). El resultado es la patrimonialización o apropiación turística de un sin fin de expresiones culturales y naturales de las cuales obtener un valor agregado positivo que determina un interés hacia su uso o conocimiento, y finalmente una transformación en atractivo turístico (Zuñiga, 2012).

Lo anterior se puede inscribir en la naturaleza del capitalismo que en su expansión no elimina las culturas tradicionales sino se apropia de ellas para reestructurarlas y reorganizar el significado y la función de sus objetos, creencias y prácticas (García Canclini, 1982). Al respecto, como bien afirma Díaz-Polanco (2006), es importante considerar el desarrollo del capitalismo en su fase globalizadora. A pesar de haber sido asociado a la disolución de la diversidad y por ende a la homogeneización cultural, la evidencia indica que, por el contrario, ha favorecido el florecimiento de las identidades. La propia lógica globalizadora del capital y la actual mundialización se rigen a través de mecanismos complejos que, sin abandonar los propósitos integrantes del capital, intentan alcanzarlo por otros medios, abandonando programas y acciones tendientes al aniquilamiento de las culturas de los grupos étnicos, y apostando al efecto absorbente y asimilador de las distintas fuerzas del sistema mediante la atracción, la seducción y la transformación de las mismas culturas populares (Díaz-Polanco, 2006). De ahí que el autor acuña el concepto de "etnofagía", un nuevo mecanismo del capitalismo que a través de la globalización "ha encontrado la manera de aprovechar la diversidad sociocultural en su favor (saciando el incontenible apetito del capital por la ganancia). En ese trance, el capital globalizante y etnófago "exalta" la diversidad, mediante la ideología multiculturalista y

como nunca antes busca convertir la pluralidad de culturas en un puntal de su reproducción y expansión" (Díaz-Polanco, 2006:156).

En suma, la etnofagia conceptualiza la imagen de "boca abierta" que representa "el apetito de diversidad, digestión o asimilación de lo comunitario, engullimiento de lo "otro" (Díaz-Polanco, 2006:160). En lo anterior, se ve reflejada la lógica de la ideología capitalista: "primero te agredo (no me importan tus peculiaridades culturales), después te despojo, y con lo poco que te dejé, diría Marx -en pellejas-, puedo volver a acercarme a ti, al fin y al cabo, puede ser que aún me dejes ganancias." (Olivo, 2012:266).

A la base de este proceso etnofágico se encuentran cambios ideológicos importantes. Por un lado, hay ahora una manifestación de "respeto o indiferencia" frente a la diversidad, al mismo tiempo que se exaltan los valores indígenas, con el Estado que asume el rol de garante o "defensor" de los valores étnicos. Por el otro, los mismos grupos étnicos son exhortados a participar, determinando su conversión a promotores de la integración "por propia voluntad" (Díaz-Polanco, 2006).

Con lo anterior, ha sido determinante empezar a pensar la diversidad cultural desde una lógica empresarial o financiera: la "inversión" cultural de los organismos internacionales es considerada simplemente como una de las nuevas formas de explotación capitalista desde la diversidad cultural (Olivo, 2012). En este sentido, es necesario hacer hincapié en el rol de otra grande institución mundial, la UNESCO, que fomenta la promoción turística enfocada al patrimonio cultural en cuanto medio para fortalecer las economías locales (Chaves, *et al.*, 2014). Para esta institución, la cultura se ha convertido en el pilar del desarrollo sustentable, estableciendo una relación entre turismo sustentable y patrimonio cultural, basada en el interés por la preservación, conservación y salvaguarda del patrimonio cultural, natural e inmaterial (Flores y Nava, 2016). En específico, este último ha adquirido importancia tras la declaración de la UNESCO en 2003, que lo define como:

"... los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas—junto con los instrumentos, objetos, artefactos, y espacios culturales que le son inherentes—, que las comunidades, grupos, y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. [Este patrimonio incluye...] tradiciones orales, artes performativas, prácticas sociales, rituales, eventos festivos, conocimiento y prácticas relacionadas con la naturaleza y el universo, o el conocimiento y habilidades para la producción de oficios tradicionales" (UNESCO, 2003).

La generalidad de esta definición ha llevado a Villaseñor y Zolla (2012) a preguntarse qué tipo de actividad humana no podría incluirse en ella, y de ahí cuál es el fin último de patrimonializar aquello que la antropología y científicos sociales habían llamado cultura. Olivo (2012:270) señala que esta definición representa un falso concepto, ya que se basa en la "fragmentación de la totalidad social concreta, primero en comunidades, luego en grupos, y finalmente en un individuo, este último; aislado, fragmentado, incomunicado, (pensamiento motor del capitalismo actual)", ocultando una dimensión puramente idealista y enajenante de la producción cultural del hombre y de su pasado, ya que de factor de desarrollo sustentable se ha convertido en una otredad mercantilizada y "activo económico" (Olivo, 2012).

No es un caso que, pese a que la UNESCO opere desde criterios dentro de un marco multiculturalista, entendido como visión positiva y promoción de la diversidad cultural, exaltación de la tolerancia y de la diferencia, y la defensa de expresiones de pueblos histórica y políticamente excluidos, en realidad es predominante un criterio de utilidad económica. De ahí que se privilegian aquellas prácticas con potencial de reforzar la identidad de los Estados-Nación y proyectar su imagen al extranjero, así como posibilidades de generar desarrollo económico, entre ellas la Celebración del Día de Muertos en un país como México (Villaseñor y Zolla, 2012), sin modificar la estructura del modelo económico neoliberal o transformaciones políticas por lo que refiere a la distribución del poder y a la organización del Estado (Díaz-Polanco, 2006).

Esta nueva forma de concebir el patrimonio es el resultado de una conceptualización tradicional y de sus vicios, entre ellos la visión esencialista del patrimonio, su apropiación material y simbólica por parte de grupos hegemónicos y el intento de conservar la autenticidad de acuerdo a posiciones externas respecto a los reales productores del patrimonio (Villaseñor y Zolla, 2012). Los autores indican que la inclusión de ciertas prácticas culturales como parte del patrimonio inmaterial así como las declaratorias oficiales, no solamente representa un acto de conservación o instrumento de salvaguardia, sino que determina toda una serie de procesos (económicos, políticos y culturales) y juegos de poder que implican una reubicación de las mismas dentro de un conjunto de estructuras políticas, económicas y simbólicas que van más allá de los ámbitos de la cultura local en

los cuales normalmente se desarrollan, por la intermediación de agentes e intereses procedentes de diferentes ámbitos y niveles gubernamentales nacionales e internacionales o de la industria turística. De esta forma, estas prácticas culturales se ubican en otros discursos y formas de representaciones, que les otorgan nuevos significados y valores (corriendo el riesgo de ser modificadas y folclorizadas), a la vez que son jerarquizadas de acuerdo a criterios diferentes a los que tienen en su ámbito local, al mismo tiempo que el discurso patrimonialista corre el riesgo de convertirse en un instrumento de dominación utilizado por instituciones culturales tanto nacionales como internacionales que pueden llegar a la apropiación simbólica o material de dichas expresiones (Villaseñor y Zolla, 2012).

### **2.3 La relación entre capital y medioambiente: la capitalización de la naturaleza**

Al hablar de las nuevas formas de turismo hoy en día es imprescindible considerar su relación con la sustentabilidad ambiental, de ahí que una contradicción que se debe abordar al realizar una investigación sobre turismo es sin lugar a dudas la que enfrenta la economía como tal con la naturaleza. Las teorías clásicas de economía política propuestas por Ricardo y Smith, y las críticas a ellas realizadas por Marx y Engels, pusieron énfasis en la contradicción entre el desarrollo de las fuerzas productivas y la naturaleza: la razón moderna estaba enfocada hacia la maximización eterna del desarrollo económico sin importar de la naturaleza (Cordero, 2006).

Sin embargo, el triunfo de la razón económica conllevó a toda una serie de consecuencias negativas sobre el medio ambiente (Cordero, 2006). De ahí que, sobre todo a partir de los 60's del siglo pasado, a nivel social empieza a desarrollarse una conciencia sobre la degradación ambiental que culminará con el emerger de los primeros movimientos de defensa del ambiente con base en la evidencia de un modelo insostenible que procuraba un agotamiento de los recursos del planeta cada vez más rápido, al mismo tiempo que incrementaba las desigualdades a nivel global (Díaz, *et al.*, 2015; Leff, 2016). Bien pronto sin embargo, la base crítica que caracterizaba la preocupación social por el medio ambiente se transformó en un ambientalismo institucionalizado como recurso político para defender y respaldar los planeamientos socioeconómicos y la maximización de las ganancias del capitalismo avanzado (Ojeda, 1999),

Para entender eso hay que considerar que todo tipo de crisis cada vez más representan oportunidades para la expansión del capital (Büscher, *et al.*, 2012). Al respecto, O'Connor (1991) señala un tipo particular de crisis del sistema capitalista a raíz de la cual está la subproducción de capital impuesta por la disminución o degradación ecológica de las condiciones naturales de producción: los crecientes costos ecológicos son un factor que incide en la rentabilidad del capital y llevan a una crisis de acumulación. Este proceso es definido por el autor como la segunda contradicción del capitalismo (O'Connor, 1991). De acuerdo a Martin O'Connor (1993), la adaptación a ella ha procurado un cambio a 360° de la índole capitalista, ejemplificada por los nuevos conceptos como de ecodesarrollo y sucesivamente del desarrollo sostenible (Cordero, 2006; Díaz, *et al.*, 2015). El capital se erige así a salvador del planeta acuñando una nueva expresión para autolegitimarse: el uso racional y sostenible de la naturaleza (O'Connor, 1993). Para el autor, lo anterior se inserta en una nueva dinámica que él define "capitalización de la naturaleza" y que comporta una mutación lógica en el modus operandi del capital. Los medios biofísicos o naturaleza, después de haber sido simple fuerzas productivas inagotables y explotables en un ámbito externo a la producción, en esta "fase ecológica" del capital se convierten en bienes escasos que se introducen en el campo de los valores como reserva o stock del capital, es decir una propiedad apta a ser comercializada en el mercado y ser *gestionada racionalmente* como una empresa productiva para evitar la crisis ecológica anteriormente mencionada (O'Connor, 1993). La naturaleza es convertida entonces en un bien objetivable y definitivamente rentable (Díaz, *et al.*, 2015), de ahí que la dinámica primaria del capitalismo pasa de una "acumulación y el crecimiento alimentados en el exterior de lo económico a ser una forma ostensible de autogestión y conservación del *sistema de naturaleza capitalizada* encerrada sobre sí misma" (O'Connor, 1993:16). Ahora bien, si el capital es naturaleza y la naturaleza es capital, se podría decir que las dos expresiones son intercambiables y que entonces "la reproducción del capital es sinónimo de salvar la naturaleza" (O'Connor, 1993). Sin embargo, el resultado de la identificación de patrimonios, reservas y capitales en "peligro", es el pretexto para alinear la naturaleza dentro del ámbito del crecimiento (O'Connor, 1993) y paralelamente crear condiciones para una más amplia expansión del capital (Büscher, *et al.*, 2012). El valor monetario de cambio asignado a la naturaleza, indica el precio a pagar para conservarla y representa entonces la

necesidad de encontrar nuevas arenas para los mercados y la circulación del capital y no solamente intentar preservar los ecosistemas (Büscher, 2012).

En suma, la conversión del capital en "verde" o "ecológico" es el resultado de su naturaleza camaleónica, de ahí que la expansión de los mercados es la solución a las crisis y desastres ambientales producidas por otras fuerzas de mercado (Büscher, *et al.*, 2012; Cavanagh y Benjaminsen, 2017; Leff, 2016). Lo anterior es definido como un proceso de *expansión semiótica del capital*, que desde el punto de vista de este último facilita su más alto valor de uso, a la vez que las comunidades locales, movimientos sociales son involucrados en el juego de la "conservación", seducidos a cooperar y haciéndolos aparecer como los custodios de los capitales sociales y naturales cuya gestión sostenible es ahora su responsabilidad como de la economía mundial (O'Connor, 1993).

### **2.3.1 Turismo, capital y conservación**

A menudo se ha considerado el turismo como una expresión o vector de la expansión capitalista. Al respecto, como bien afirman López y Marín (2012), el impulso a nuevas tipologías de turismo como el ecoturismo se encuentra dentro de un discurso de geopolítica del desarrollo sustentable, y bajo la influencia de la industria turística a nivel global. Para estos autores, hay que considerar esfuerzos y discursos de planificación social, conservación ambiental y comercialización, que son el resultado de políticas sugeridas por distintas instituciones internacionales de los sectores financieros y comerciales así como del desarrollo, y que los distintos niveles de gobierno hasta las comunidades locales terminan adoptando. De ahí que es importante entonces señalar la relación que se ha venido creando entre turismo, conservación de la naturaleza y capitalismo.

Aquí, habría que partir de una premisa fundamental: el capital ha transformado las cuestiones ambientales en un gran negocio (Harvey, 2014), y los defensores del crecimiento económico indican que este es mutuamente compatible con la naturaleza: hoy en día existen un sin fin de oportunidades de enriquecimiento a través de servicios y bienes relacionados con la naturaleza, y de los mercados que protegen los servicios ambientales (DEFRA, 2011). Para Adams (2017), la preocupación para el deterioro del medio ambiente ha sido transformada por el neoliberalismo, de ahí que la naturaleza solo puede salvarse sometiéndose al capital (Büscher, *et al.*, 2012). Así, los programas de conservación

medioambiental neoliberal, caracterizados por un acercamiento basado en el mercado (Adams, 2017), "han cambiado su enfoque pasando del uso de la naturaleza por y a través de la expansión del capitalismo a su conservación por y a través la expansión del capitalismo"<sup>7</sup> (Büscher, *et al.*, 2012:4; traducción propia). En este sentido, lo que ahora se define como economía verde conceptualiza los países en vía de desarrollo como "lavabos", es decir lugares aptos para absorber el surplus del capital, las inversiones productivas y redituables necesarias para continuar con la reproducción del capital (Cavanagh y Benjaminsen, 2017).

Aquí interviene el turismo, industria capaz de ofrecer los que Harvey (1989) define "arreglos espaciales y temporales", para absorber los excesos de capital en el sistema y prevenir las crisis de sobreproducción (Fletcher, 2011). Los arreglos espaciales implican la exportación del exceso de capital a nuevas áreas geográficas en donde puede ser invertido en formas de desarrollo innovadoras (Harvey, 1989). El desarrollo del turismo internacional es un medio ideal, sobre todo a través de las nuevas formas de hacer turismo de naturaleza y su búsqueda de áreas relativamente subdesarrolladas (Fletcher, 2011). Los arreglos temporales, refieren al desplazamiento de los excesos de capital en ganancias futuras, mediante la reducción de la velocidad a través de la cual los inversionistas obtienen sus ganancias (Harvey, 1989). Para el autor, una forma de realizar lo anterior es dada por la venta de un evento temporal o transitorio que es consumido instantáneamente y por ende permite reducir los tiempos de obtención de ganancias. De ahí que las experiencias turísticas que ofrece actualmente el turismo son consumidas completamente en el momento en el que se acaban, y hay que volver a comprarlas para volverlas a vivir otra vez (Fletcher, 2011). A estos, las nuevas formas de hacer turismo ofrecen otro arreglo definido ambiental: la expansión del capitalismo ecológico encuentra explicación en las formas de conservación convencional de los recursos naturales, las cuales permiten la creación de valor económico de los recursos dejados *en situ*, más que a través de su extracción y procesamiento, y sucesivamente mercantilizando espacios y cosas que anteriormente no habían sido evaluados en términos monetarios (Brockington, *et al.*, 2008; Escobar, 1995). La promoción del ecoturismo, pese a que sea indicado como una forma de oponerse a la

---

<sup>7</sup> Shifts the focus from how nature is used in and through the expansion of capitalism, to how nature is conserved in and through the expansion of capitalism.

explotación capitalista de los recursos por el turismo masivo, abarca elementos del capitalismo neoliberal y es parte de aquella industria turística que juega un papel importante dentro de la misma expansión capitalista (Fletcher, 2011). En particular, el autor señala como el ecoturismo representa un ejemplo de mecanismos neoliberales, entre ellos la privatización, la mercantilización y la liberalización en su énfasis de proponer un turismo con base en la naturaleza, así como una fuerza para el crecimiento económico localmente dirigido que se fundamenta en formas empresariales individuales a través de la asignación de valores monetarios a los recursos *in situ*, generando a la vez un mercado y un incentivo para el manejo sustentable de los mismos (Fletcher, 2011). De esta forma, generar capital a través del consumo en situ de los recursos naturales a través del ecoturismo, es considerado como un medio para resolver la segunda contradicción del capitalismo mencionada anteriormente y ofrecer un crecimiento económico sustentable y en este sentido, el turismo sustentable puede proveer un arreglo ambiental (Castree, 2008).

A lo anterior, es necesario añadir que en los años 90's del siglo pasado, las ONGs del sector de la conservación empezaron a tener un papel cada vez más importante en el turismo, ya que los intereses ambientalistas, de cooperación y justicia social son ahora parte de ello. En el proceso de conservación de la naturaleza por y a través la expansión del turismo y del capitalismo, en los últimos años han entrado en juego también sólidas alianzas y compromisos entre corporaciones, ONGs para la conservación y bancos internacionales (Adams, 2017; Brockington y Duffy, 2010; Gupta y Ferguson, 2002). Si por un lado Gupta y Ferguson (2002) señalan que en lugar de ONG su verdadero nombre sería BONGO, Bank Organized Non Gubernamental Organizations, (Organizaciones no Gubernamentales Organizadas por Bancos) debido al apoyo y respaldo que gozan de las grandes instituciones financieras mundiales, al mismo tiempo el nuevo marco de acción, especialmente de las grandes ONGs internacionales, entre ellas Conservation International, World Wide Fund for Nature, Nature Conservancy, Wildlife Conservation Society y African Wildlife Foundation, cada vez más está enfocado al reclutamiento de corporativos en apoyo a programas de conservación alineados a una hegemonía neoliberal (Adams, 2017; Brockington y Duffy, 2010). Asimismo, en el mundo neoliberal, el poder de los gobiernos parece haberse desplazado a un segundo plano con respecto al poder de las corporaciones: los primeros son cada vez menos capaces de empezar programas de

salvaguarda de la naturaleza, de ahí que las únicas soluciones a los problemas ambientales consisten en llevar la conservación de la naturaleza a los mercados y a las inversiones privadas (Büscher, 2012). Así, se delinea un modelo estratégico en el cual las organizaciones locales, regionales e internacionales, en su afán de salvar ecosistemas y seres vivos incluso al hombre, inciden obstinadamente en los territorios y en sus comunidades actuando como marcos transnacionales de gubernamentalidad siguiendo un estilo parecido al Estado, por lo que refiere a la regulación y a la distribución de los recursos (Gupta y Ferguson, 2002; Mowforth y Munt, 2009).

## **2.4 Turismo Comunitario**

En las nuevas formas de turismo alternativo que persiguen generar recursos económicos en las comunidades locales mediante una diversificación de sus actividades, buscando garantizar la preservación y sostenibilidad medioambiental y cultural (Ibáñez, *et al.*, 2010; Pérez, 2008), se encuentra el turismo comunitario, finalizado a ofrecer un acercamiento turístico diferente y único de acuerdo a las nuevas necesidades de los turistas (López-Guzmán, *et al.*, 2011; Valverde, *et al.*, 2015).

El modelo turístico de tipo tradicional o masivo, normalmente origina desarrollos de tipo exógenos en los cuales casi no existe una interacción entre turistas y comunidades receptoras (Ibáñez, *et al.*, 2010), y las poblaciones originarias raramente se han beneficiado o participado en el control cultural de este desarrollo turístico, así como este modelo acarrea efectos negativos como la mercantilización de extensos territorios, el desplazamiento de poblaciones y la transformación de sus espacios de vida y trabajo (Coronado, 2014; Palomino, *et al.*, 2016). Al contrario, cuando se habla de modelos de planeación participativa o de desarrollo turístico integrado, se considera el rol activo y dinámico de las comunidades locales por lo que refiere a una oferta de tipo alternativo y sobre todo sustentable (Ibáñez, *et al.*, 2010).

Lo anterior ha favorecido por un lado la creación de una oferta turística en lugares que no habían sido incorporados en los circuitos turísticos tradicionales, a través de estrategias que persiguen promover la participación de la mayoría de la población local organizada en cooperativas u otras formas de asociacionismo; por el otro, el turismo

relacionado con las riquezas culturales y naturales de las comunidades es una premisa necesaria para fortalecer el desarrollo de las comunidades mismas. El todo pero no puede prescindir del hecho de que es la comunidad la que debe impulsar la iniciativa del aprovechamiento turístico de sus recursos naturales y culturales (López-Guzmán y Sánchez-Cañizares, 2009; López-Guzmán, *et al.*, 2011).

Palomino *et al.* (2016) señalan que en el desarrollo de esta nueva oferta ha jugado un papel clave la crisis del sector agropecuario y la falta de propuestas políticas válidas para poner un freno a esta situación. Lo anterior ha determinado el deterioro de la calidad de vida de las comunidades rurales, las cuales se han visto obligadas a tomar en consideración actividades económicas alternativas para complementar los ingresos y mejorar la situación laboral. De ahí que el turismo se ha convertido en una estrategia emergente para el desarrollo, y específicamente la modalidad de turismo comunitario ha sido una de las más impulsadas por organizaciones internacionales y de ayuda al desarrollo y pueblos indígenas, gobiernos y ONGs, considerada por muchos como la panacea del desarrollo turístico desde abajo y cuyos protagonistas son ahora aquellas comunidades anteriormente objetos antes que sujetos del desarrollo (Ruiz, *et al.*, 2008).

El turismo comunitario es una tipología de turismo relativamente nueva. El concepto de CBT, *community-based tourism* en inglés, apareció por primera vez en el trabajo de Murphy de 1985 titulado *Tourism: A community approach*. El autor hacía un análisis de los impactos del turismo sobre las comunidades locales de países en vía de desarrollo (López-Guzmán, *et al.*, 2011). Murphy sucesivamente desarrollará el concepto para referirse a la creación de productos turísticos basados en los recursos de las comunidades y de su participación en ellos (López-Guzmán y Sánchez-Cañizares, 2009). Para la finalidad de este estudio la definición de turismo comunitario indica aquellos emprendimientos productivos en los cuales las comunidades rurales, específicamente aquellas conformadas por grupos indígenas y campesinos, por medio de diferentes modelos de gestión comunitaria, entre ellas las asambleas, participan de manera protagónica en su desarrollo, gestión y control, y por ende en los beneficios socioeconómicos que eso brinda (Cañada y Fandiño, 2009; Palomino, *et al.*, 2016; Pérez, 2008; Scheyvens, 1999; Valverde, *et al.*, 2015).

El turismo comunitario propone un uso diferente del territorio y de sus recursos, a través de prácticas de valoración ambiental *in situ* que fomentan valores de manejo adecuado y de conservación del medio ambiente (Palomino, *et al.*, 2016; Pérez, 2008; Ruíz y Solís, 2007). Además, es un instrumento que relaciona los visitantes a la comunidad desde una perspectiva intercultural de calidad (García, 2016), lo cual representa una oportunidad de enriquecimiento cultural y conlleva una valorización del patrimonio cultural tanto material como inmaterial, arquitectura, trabajos, gastronomía, música, bailes etc., de las comunidades anfitrionas, ya que el turismo pone en valor elementos cotidianos de las comunidades que implican reconocimiento y autoestima; además las comunidades pueden ver revalorizarse sus bienes y recursos comunitarios, lo cual va a constituir una defensa ante las presiones del mercado para su venta, es decir una mayor capitalización de su territorio en manos de la población local (Cañada, 2010). Es entonces un turismo más consciente e integrado, lo cual se traduce en una posibilidad de endogeneizar y distribuir de forma más equitativa los recursos que se producen en su escala local. De todos modos Ruiz y colaboradores (2008) y López y Marín (2012) señalan que básicamente la actitud de cualquier tipo de actividad turística se propone como sensible hacia la cultura y con la naturaleza y al principio muchos proyectos se presentan como comunitarios. En realidad, son parte de empresas particulares foráneas gestionadas persiguiendo intereses privados y las comunidades finalmente dependen de ellos (López y Marín, 2012). Asimismo, la falta de referentes culturales que ayuden a las comunidades en el desarrollo seguro y autónomo del turismo, representan un obstáculo a la apropiación de la propuesta por parte de la comunidad, a la vez que los proyectos fácilmente se conviertan en dependientes de agentes externos y orientadores (Cañada, 2011). Así, para hablar de verdadero turismo comunitario es imprescindible la organización y gestión comunitaria: "es la comunidad en el turismo y no tanto el turismo en la comunidad lo definitorio en el CBT" (Ruiz, *et al.*, 2008:400).

Uno de los retos más importantes al cual se enfrentan los proyectos de turismo comunitario es su viabilidad económica. Alcanzarla, no necesariamente significa especializarse o convertir las iniciativas comunitarias en empresas exclusivamente turísticas, ya que esto implica vulnerabilidad y dependencia hacia dinámicas externas fuera del control de las mismas comunidades. Por ende, el turismo comunitario se inserta en una estrategia de diversificación productiva en el ámbito de planes de desarrollo comunitario

que no se centren en un solo rubro, sin sustituir las actividades agropecuarias tradicionales sino complementándolas (Cañada, 2010; Cañada y Fandiño, 2009; López-Guzmán, *et al.*, 2011).

Por todo lo expuesto anteriormente el turismo comunitario es parte de los que se define turismo sustentable. Sin embargo, ya a mediados de la décadas pasada empiezan a surgir dudas sobre la efectiva sustentabilidad de este modelo (Beeton, 2006; Blackstock, 2005), y para entender eso nos auxiliamos del análisis del concepto de desarrollo sustentable propuesto por Foladori (2002). El autor indica que es un concepto holístico que incluye tres dimensiones: económica, ambiental y social, aunque el énfasis recae a menudo sobre las primeras dos dimensiones dejando un papel secundario o subordinado a la tercera, la cual es la más compleja debido a la asociación teórica con otros conceptos como la participación social, empoderamiento, gobernanza y aumento de las potencialidades y cualidades de las personas para construir un futuro más justo (Foladori, 2002). Para el autor el desarrollo sustentable sigue anclado dentro de "las reglas del juego del sistema de mercado capitalista sin cuestionar las relaciones de propiedad y apropiación capitalista que generan pobreza, diferenciación social e injusticia" (Foladori, 2002:635). De ahí que, debido a su carácter político socializador o comunalista, la sustentabilidad social representaría un peligro, para el mismo "sistema", que a través del desarrollo sustentable quiere mantener inalterado el orden económico capitalista y sus bases: la propiedad privada y la estructura jerárquica y asimétrica; por lo tanto, el modelo de turismo comunitario está limitado al plano local o micro para ofrecer soluciones en un entorno geográfico muy delimitado, evitando así empoderamientos colectivos regionales y nacionales que pudieran ofrecer alternativa para erradicar problemas sociales como la pobreza y la explotación a nivel meso o macro, los cuales son generados por la misma sociedad que promueve el desarrollo sustentable (Fernández, 2011; Foladori, 2002).

Con base en lo anterior, el turismo comunitario no es más que una forma de maximizar la estabilidad económica de la industria turística y su legitimación a través de un desarrollo turístico que supuestamente se considera bajo el control de la comunidad y para la comunidad (Blackstock, 2005). Para la autora, erróneamente se considera a las comunidades como grupos homogéneos, de ahí que son cooptadas mediante la ilusión de un poder compartido y un supuesto empoderamiento, aunque en realidad dependen de

grupos de intereses, entre ellos las grandes empresas corporativas o transnacionales, exponentes del contexto macro y de una sociedad clasista y desigual, y las políticas nacionales que respaldan a las primeras en su proceso penetrativo en el territorio, impidiendo de hecho una participación social auténtica y verdadera expresión de la tanta deseada sustentabilidad social (Blackstock, 2005; Fernández, 2011). Al contrario, todo se queda suspendido en un halo de romanticismo, ingenuidad e inviabilidad (Fernández, 2011), al mismo tiempo que formas de participación mejores no serán en grado de modificar estas presiones externas las cuales, en cambio, tienen el poder de direccionar el destino de las comunidades mismas (Gramming y Freudenberg, 1990).

Cañada (2011) señala como las últimas tendencias de turismo comunitario, bajo la regía de distintos actores, entre ellos algunas ramas de la cooperación internacional, grandes empresas y organismos públicos, están dirigiéndose hacia aquellos sectores de mayor poder adquisitivo. Esto implica una adaptación a las exigencias de "calidad" solicitadas mediante nuevas infraestructuras muy diferentes respecto a las condiciones habituales con las que cuentan las iniciativas comunitarias. Los proyectos entonces empiezan así a ser dependientes de recursos externos, y eso da lugar a dos escenarios: el fracaso del proyecto o bien un éxito, aunque ahora insostenible, y la elitización de esta actividad y de los territorios turísticos, con un aumento de precios que de hecho excluyen el acceso a aquellos sectores de bajos ingresos a espacios en su propio país e incluso en la propia comunidad.

Por un lado, esta situación afecta negativamente la supuesta sostenibilidad ambiental a la base del turismo comunitario. Los turistas con alto poder adquisitivo son parte de un segmento de mercado internacional que cubre largas distancias en avión. Por ende, impulsar un turismo comunitario que dependa de ese medio de transporte insostenible está en antítesis con los principios éticos y sostenibles de este modelo. Además, el incremento de turistas internacionales es el pretexto para grupos de intereses vinculados a los grandes capitales turísticos-inmobiliarios para la construcción de nuevas infraestructuras, justificando la mejor conectividad con un beneficio supuesto a aquellas poblaciones rurales involucradas en el turismo comunitario (Cañada, 2011).

Por otro lado, los turistas de altos ingresos se vinculan más fácilmente a estructuras empresariales de grandes dimensiones que no a empresas de turismo comunitario, quienes

en pocas ocasiones han logrado una comercialización eficaz para captar clientes regularmente. Sin embargo, el exotismo o forma de experiencias vivenciales únicas a través del contacto directo con las comunidades representan un atractivo para las grandes empresas. De ahí que, la vinculación con las grandes empresas puede resultar atractiva, aunque las políticas de comercialización propuestas por otros sectores empresariales procuran que la oferta de turismo en áreas rurales vinculado a las comunidades se convierte en complementaria y aún peor dependiente de las grandes empresas turísticas. Las diferencias existentes entre las iniciativas comunitarias y los grandes grupos de empresas determinan una relación de subordinación de las primeras a las segundas, cuya finalidad es el interés estratégico del gran capital a costa del verdadero desarrollo de las comunidades que se quedan al margen de los beneficios económicos (Cañada, 2011). Asimismo, la vinculación del turismo comunitario a las grandes empresas resucita la condición de los campesinos rurales como “nobles salvajes”, para ser intervenidos por las empresas corporativas en su afán de ganarse un lugar nacional e internacional como socioambientalmente responsables, otra condición de rentabilidad a través de la cultura en el capitalismo terciario (Fraga y Khafash, en prensa), construyendo consenso social en torno a ellas y distraer la atención ante los problemas ambientales, económicos y sociales procurados por procesos de desposesión en los territorios rurales (Cañada, 2011).

## CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

### 3.1 Diseño del estudio

El presente estudio se inscribe dentro de la metodología cualitativa, y se puede definir como observacional, descriptivo e interpretativo, ya que se basa en una lógica y proceso inductivos que se materializan en la experiencia, la exploración profunda y la descripción de un entorno social (Hernández, *et al.*, 2010) en el cual el investigador se ha mantenido al margen del desarrollo de los acontecimientos (Manterola y Otzen, 2014).

Para realizar el estudio se eligió el método etnográfico glocal propuesto por Salazar (2010); por un lado, se caracteriza por tener la naturaleza fenomenológica o émica del método etnográfico (Murillo y Martínez, 2010), por el otro, brinda la posibilidad de repensar las escalas etnográficas convencionales consideradas ya superadas (Clifford 1999), así como describir e interpretar las estructuras, características e interconexiones de un grupo sociocultural en un contexto natural pero insertado en un marco global mucho más grande y con una multitud de actores que en él actúan (Salazar, 2010). Desde un punto de vista crítico, este autor rechaza la dicotomía artificial entre lo global y lo local propuesta por las teorías de la globalización. De ahí que, lejos de considerar lo global como algo abstracto relacionado con el cambio y el capital, y lo local como algo concreto asociado con el trabajo y la tradición, Salazar (2010:190; traducción propia) postula que la "globalización siempre ocurre en algún lugar, al mismo tiempo que lo local se produce y reproduce en la circulación global de productos, discursos e imaginarios"<sup>8</sup>. El turismo representa un ejemplo excelente de como los procesos y las dinámicas que en él se desarrollan son tanto globales como locales, ambas socialmente y culturalmente particulares pero al mismo tiempo capaces de generar interacciones a nivel mucho más amplio (Salazar, 2010).

Con base en lo anterior, en el estudio profundo de Señor<sup>9</sup> y de su cooperativa turística, así como del proceso de puesta en valor del patrimonio cultural y natural para la

---

<sup>8</sup> Globalization always takes place in some locality, while the local is (re)produced in the global circulation of products, discourses and imaginaries.

<sup>9</sup> El pueblo de Señor se encuentra en el municipio de Felipe Carrillo Puerto, Estado de Quintana Roo. Se ubica en los 19°50'37" de latitud norte y 88°08'04" de longitud oeste a una altitud de 25 metros sobre el nivel del mar. El pueblo está conectado con las ciudades de Valladolid, Yucatán, y la cabecera municipal Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo, mediante la Carretera Federal 295. Sus límites son: norte, Santa Rosa; Sur, Pino Suárez, Oeste, Tixcacal Guardia y Yaxley.

comercialización de experiencias turísticas, ha sido imprescindible considerar la dimensión vertical o "scale up" y la dimensión horizontal o "scale out" (Salazar, 2010), poniendo énfasis, respectivamente, en las formas complejas mediante las cuales lo local se conecta con escalas regionales, nacionales y globales, incluyendo una dimensión multitemporal, es decir longitudinal o histórica; y considerando más de una localidad en el estudio: el pueblo de Tixcacal Guardia, donde se encuentra uno de los cinco centros ceremoniales Mayas del Estado de Quintana Roo, y las ciudades de Felipe Carrillo Puerto y de Playa del Carmen, respectivamente cabecera municipal y capital cultural de la Zona Maya de Quintana Roo, y corazón pulsante del turismo en la Riviera Maya (figura 5).

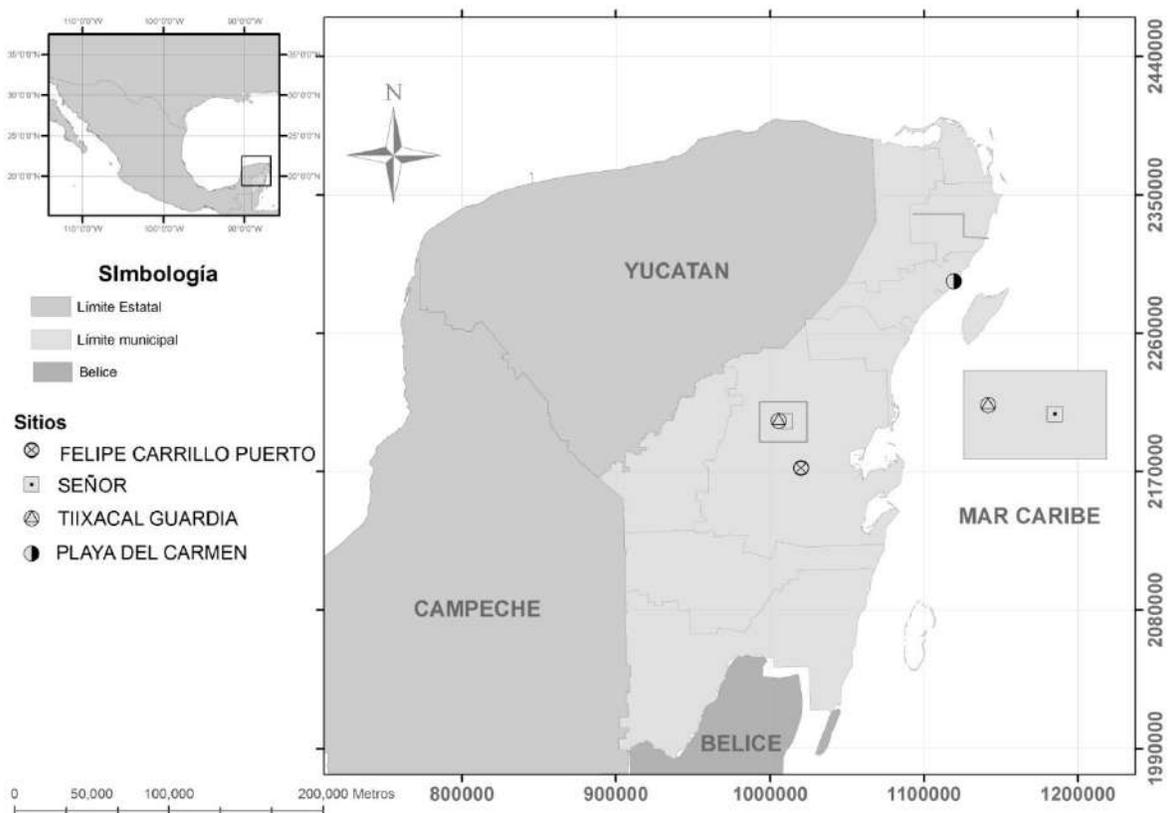


Figura 5. Zona de estudio.

### **3.2 El trabajo de campo y la selección de los participantes**

El periodo de trabajo de campo se realizó a partir del último fin de semana del mes de agosto de 2016 hasta finales de noviembre del mismo año, a través de un proceso de inserción a la comunidad lento y gradual. Quizás el reto principal con el cual nos enfrentamos fue el idioma, ya que la maya es la lengua que los habitantes de Señor utilizan en la casi totalidad de las interacciones sociales y cotidianas. Debido a lo anterior se decidió tomar un curso básico de lengua maya en Felipe Carrillo Puerto para establecer y desarrollar las relaciones de confianza necesarias para trabajar con la comunidad. Conocer elementos básicos de la lengua nos permitió empezar a asimilar importantes rasgos culturales de la zona, y constituyó una herramienta importante en la fase de interpretación de los resultados.

La elección de los participantes fue intencional, acorde a su experiencia y conocimiento para contribuir a generar una teoría y responder a nuestra pregunta de investigación. Nuestro primer contacto con la comunidad fue una plática con el presidente de la cooperativa turística Xyaat sobre los objetivos de nuestra investigación. En esa ocasión recibimos una invitación para el día siguiente a asistir a una experiencia turística ya previamente planeada en la ciudad de Playa del Carmen en la Riviera Maya. Este primer acercamiento por un lado favoreció nuestra inserción a la comunidad y a algunas de sus dinámicas; por el otro, nos facilitó la participación en varias actividades relacionadas directamente con la oferta turística de la cooperativa, tales como la participación en tres tour turísticos que se realizaron en el mes de octubre de 2016; y en actividades inherentes a la parte de planificación y organización de la actividad turística dentro de un marco que rebasa los límites de la comunidad para insertarse en un contexto global, tales como la asistencia a dos reuniones de la Marca Turística Maya Ka'an con las cooperativas en ella involucradas, una reunión entre la CDI y algunos socios de la cooperativa, y finalmente la presentación de un proyecto productivo que tuvo lugar en la sede de la cooperativa Xyaat en noviembre del mismo año.

En los primeros días de nuestra estancia también nos presentamos a las autoridades locales y realizamos recorridos por el pueblo con la finalidad de adquirir visibilidad en la comunidad y empezar a interactuar con las personas locales, las cuales en la mayoría de los

casos se demostraron bastante abiertas y disponibles a la conversación pese a que la presencia de un extranjero en el pueblo sigue siendo considerada como un evento raro que genera mucha curiosidad. De esta forma se localizaron los primeros participantes al estudio, algunos de los cuales se convirtieron en participantes clave gracias al conocimiento de la problemática objeto del estudio. La selección de los demás participantes fue un proceso continuo que se realizó recurriendo al método de bola de nieve, a través de algunos participantes logramos que nos indicaron a otros (Taylor y Bogdan, 1987), que nos permitió construir una extensa red de contactos y regresar con algunos de ellos en varias ocasiones para profundizar las temáticas relevantes. Como anteriormente mencionado el carácter multisituado de nuestro estudio nos llevó a incluir en la presente etnografía otras localidades del Estado como Tixcacal Guardia, Felipe Carrillo Puerto y Playa del Carmen. Esto nos permitió movernos entre diferentes entornos sociales e interactuar con personas cuyos roles iban desde un alto cargo político-religioso maya hasta gerentes de empresas turísticas internacionales, pasando por responsables de Marcas turísticas y campesinos mayas.

En síntesis, para realizar la etnografía completa de la comunidad de Señor y sus relaciones con el contexto global se seleccionaron 20 participantes, entre ellos autoridades y miembros de la comunidad y de Felipe Carrillo Puerto que pudieron brindar un conocimiento exhaustivo de la organización interna, educación, situación sanitaria, actividades productivas y dinámicas económicas y socioculturales. Asimismo, para analizar la cooperativa turística Xyaat y la red de actores locales y globales que están a la base de la turistificación de un entorno local y de su patrimonio natural y cultural seleccionamos 12 participantes, entre ellos socios, ex socios, prestadores de servicio y representantes de Marcas turísticas.

Queremos remarcar aquí que en la redacción de los resultados se dio amplia voz, sin aportar modificaciones, a las palabras de los participantes locales y miembros de la cultura maya (perspectiva emic), para resaltar los giros lingüísticos que son propios de la forma de hablar de los informantes. Esto nos ha permitido mantener la espontaneidad, peculiaridad y riqueza de su forma de considerar la realidad y los fenómenos y acontecimientos que la componen. Además, para mantener el anonimato de los participantes, en los extractos de las

entrevistas en la sección de los resultados, los nombres de los participantes fueron sustituidos por nombre ficticios.

### **3.3 Técnicas e instrumentos**

En los estudios cualitativos el investigador recopila la información mediante el auxilio de diferentes fuentes. En este trabajo se utilizó una variedad de técnicas como la observación participante, las entrevistas semiestructuradas, las caminatas y diálogos semiestructurados, las microbiografías y las entrevistas exhaustivas.

#### **3.3.1 Observación participante**

Como afirman Taylor y Bogdan (1987) con esta técnica el investigador interactúa con los participantes en su ambiente natural para obtener datos de manera sistemática y no intrusiva. Para nuestro estudio la observación fue una estrategia para conocer como los individuos perciben la realidad y como su mundo está estructurado y organizado (Goetz y Lecompte, 1984).

Esta técnica fue elegida para obtener primariamente una idea de la situación sociocultural y del contexto natural de los participantes, así como de sus prácticas cotidianas, empezando de forma gradual, descriptiva y general. Sucesivamente, tras la obtención y el análisis de los primeros datos, la observación se hizo más selectiva y enfocada a los objetivos de la investigación (Spradley, 1980). Para registrar las observaciones y las 44 entrevistas o conversaciones informales que se realizaron a lo largo del trabajo de campo nos auxiliamos del diario de campo, del cual emerge la riqueza y la descripción vívida de los escenarios y eventos, así como las impresiones del investigador. Al final del trabajo de campo se transcribió todo el diario de campo utilizando el programa Word y la información fue analizada para buscar temas emergentes, y encontrar relaciones entre ellos.

De acuerdo a la clasificación propuesta por Spradley (1980) sobre los roles que un observador puede tomar, optamos por dos diferentes tipos de participación según el momento o contexto: la participación moderada, el investigador observa las actividades en el escenario sin participar completamente en ellas, y pasiva, la observación de las

actividades no está acompañada por la participación en ellas. Empleamos la primera en diferentes ocasiones:

a) Participación como turistas en tres tours turísticos en Señor, interactuando con algunos socios y guías locales e internacionales. Esto nos permitió conocer los recorridos turísticos que oferta la cooperativa, el grado de participación de los socios y de los prestadores de servicios y el tipo de trabajo que desempeñan en la comercialización de las experiencias turísticas, la relación entre ellos y los turistas.

b) Participación en las caminatas a una milpa secundaria, a la zona de extracción de chicle del árbol del chicozapote y a un apiario.

La segunda fue elegida en las siguientes ocasiones:

a) Asistencia a ceremonia religiosas como “los finados” (día de muertos).

b) Asistencia a ceremonias religiosas distintas a los finados, por ejemplo una boda local.

c) Asistencia a festivales culturales y conferencias en la ciudad de Felipe Carrillo Puerto, principalmente una relacionada al mito de la “*Xtáabay*”.

d) Visita al centro ceremonial Maya de Tixcacal Guardia a 5 kilómetros de Señor.

e) Reuniones entre representantes de la Marca turística Maya Ka'an y algunos socios de algunas de las cooperativas involucradas en ella en Felipe Carrillo Puerto.

### **3.3.2 Entrevistas semiestructuradas**

Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de preguntas a las cuales el entrevistador es libre de añadir otras adicionales para aclarar conceptos o profundizar el conocimiento de algunos temas (Hernández, *et al.*, 2010).

Para la selección de los participantes a entrevistar se empleó la técnica del muestreo teórico propuesta por Glaser y Strauss (1967). Estos autores refieren que nuevos casos para el estudio serán seleccionados e incluidos por el investigador solo cuando puedan ampliar la comprensión teórica del fenómeno. Por lo tanto, cuando el investigador detecta que ya no emergen nuevas categorías o conceptos de las entrevistas entonces se ha llegado al punto de saturación teórica y otra información sería redundante (Dixon, *et al.*, 2011).

Con el fin de conocer la dimensión histórica, sociocultural, demográfica y productiva de la comunidad de Señor, además de caracterizar la participación de la comunidad local en el turismo comunitario, se diseñó una guía de entrevista y se aplicó a 17 miembros de la comunidad, autoridades locales, trabajadores de la Riviera Maya, médicos, campesinos, restauranteros, entre otros. Para profundizar el tema del contexto económico productivo principal de la comunidad, las dinámicas actuales del sector agrícola y forestal, y cómo hoy en día los habitantes de la comunidad se relacionan con el monte, se realizaron tres caminatas (Gelfius, 2002) a una milpa secundaria, a una zona de extracción de chicle del árbol del chicozapote y a un apiario, acompañados respectivamente por un milpero, un chiclero y un apicultor. En las tres ocasiones se aplicó una guía de diálogos semiestructurados (Gelfius, 2002) para complementar la información obtenida con la observación participante. Con el objetivo de obtener información acerca de quiénes son los socios y prestadores de servicio involucrados y cuáles son sus motivaciones en participar en la actividad turística, reconstruir la trayectoria de la cooperativa turística Xyaat y conocer cómo se emplean los conceptos de sustentabilidad y turismo comunitario, así como identificar los actores turísticos y partes interesadas involucrados con la cooperativa y la compleja red de relaciones comerciales que la cooperativa ha ido desarrollando y fortaleciendo a lo largo de su vida para una inserción en un contexto de turismo global, se diseñó y aplicó una segunda guía de entrevista semiestructurada a tres socios de la cooperativa, dos ex socios de la misma, un prestador de servicio local, un guía turístico local maya y un biólogo.

### **3.3.3 Microbiografías**

Como señalan Gómez y colaboradores (s/f), las biografías representan un enfoque plural que permite al investigador recoger y trabajar datos de los participantes sociales con la finalidad de historiar y presentar la vida de algunas personas como casos individuales o colectivos de un fenómeno social.

Las biografías se caracterizan por centrarse en el pasado de los participantes, en la perspectiva dinámica-diacrónica acerca de sus trayectorias vitales, sus experiencias y vivencias personales para entender el presente; el investigador busca la relación entre un individuo y la sociedad, con el fin de obtener visiones sistemáticas acerca de un

determinado grupo social (Pujadas, 1992), ya que es a través de la propia voz de un individuo y la narración de su vida que la sociedad o parte de ella y la cultura nos están hablando (Gómez, *et al.*, s/f).

Con base en lo anterior y con el fin específico de reforzar los antecedentes históricos de la comunidad y obtener una reflexión retrospectiva sobre el contexto sociocultural de comunidad, y de ello profundizar el conocimiento de algunos artefactos de la cultura local ahora convertido en experiencias turísticas, reconstruimos las microbiografías<sup>10</sup> de tres participantes maduros o de la tercera edad a través de la aplicación de una guía de entrevista semiestructurada. Se realizaron tres encuentros a distancia de una semana entre ellos y de la duración de una hora y media con cada uno de los tres participantes; la información obtenida fue soportada por la observación de las actividades que ellos desempeñaban (en una ocasión se visitó el campo de un participante donde él tiene plantas de henequén; en otra ocasión una sesión de entrevista se realizó en el pueblo de Tixcacal Guardia, donde un participante realizaba su turno de guardia en el Centro Ceremonial Maya); y la consulta de material documental proporcionado por los mismos participantes. Los tres participantes fueron elegidos de acuerdo a criterios de antigüedad en la participación en la actividad turística, así como por ser las experiencias que ellos ofrecen las más solicitadas por los turistas y visitantes<sup>11</sup>.

### **3.3.4 Entrevistas exhaustivas**

La entrevista exhaustiva se usa para obtener información muy detallada de forma directa, personal y no estructurada. Se realizan de persona a persona con el fin de conocer motivaciones, creencias, actitudes y sentimientos implícitos sobre un tema (Malhotra, 2004).

Para obtener información acerca de los últimos acontecimientos en la historia de la cooperativa Xyaat que han contribuido a darle una dimensión cada vez más "glocal", tales como la creación de las marcas turísticas Maya Ka'an y Paraísos Indígenas y la participación de la cooperativa en ellas, realizamos dos entrevistas exhaustivas a un encargado de la CDI y a un representante de la marca turística Maya Ka'an. Las entrevistas

---

<sup>10</sup> Se utilizó la expresión microbiografía porque el fin último de esta técnica era conocer y reconstruir solamente algunos aspectos específicos de la vida de los participantes.

<sup>11</sup> Las experiencias turísticas en cuestión son: la demostración del hilado de henequén, las historias mayas y la medicina tradicional.

empezaron con una pregunta general, para seguir sin seguir un formato estructurado o guía de entrevista, sino dirigiendo la entrevista y formulando las preguntas de forma específica y en secuencia acordes a las respuestas del participante, dejando fluir la información y ahondando en los conceptos a medida de que avanzaba la entrevista misma (Malhotra, 2004). Esto también perseguía reforzar el hilo conductor de la tesis sobre la comercialización de la cultura maya.

La totalidad de las entrevistas y microbiografías fueron registradas con grabadora portátil previo consentimiento de los participantes, y transcritas el mismo día o, a más tardar, el día después de la entrevista. La simultaneidad de las transcripciones nos permitió empezar enseguida el proceso de análisis y codificación de la información obtenida, así como decidir qué información buscar en las entrevistas siguientes y dónde encontrarla, para reforzar la teoría emergente (Glaser, 1978).

### **3.4 Análisis de los datos**

Para el presente estudio, el proceso de análisis de la información se ha desarrollado siguiendo diferentes etapas. Primariamente, se han reunido todas las entrevistas transcritas, las observaciones en el diario de campo y los documentos, para identificar temas generales, los más significativos, sean por su representatividad o su oscuridad. De ahí, la lectura repetida de la información, que nos ha llevado a un conocimiento casi de memoria de la misma, y consecuentemente a una pre categorización de la información (Schettini y Cortazzo, 2015), mediante la creación de categorías macro o de unidades temáticas alrededor de las cuales se asocian grupos de datos que obedecen al significado implícito en ella (Amestoy de Sánchez, 1996).

De las unidades temáticas se ha procedido a la búsqueda de otros temas que de ellos se desprenden, definidos categorías analíticas, y que aportan información significativa sobre los temas principales. (Schettini y Cortazzo, 2015). De ahí que se han codificado las categorías, asignándoles términos o expresiones referentes a la idea central de cada una de ellas (Rodríguez, *et al.*, 1996). Este ha sido un procedimiento de tipo inductivo, ya que las categorías, a medida que avanzaba el proceso de codificación, han sido consolidadas, modificadas, suprimidas o agrupadas creando así nuevas categorías, mediante la

comparación entre los datos incluidos en una misma categoría o la comparación con datos agrupados en otras categorías. El sistema de categorías resultantes fue entonces el producto mismo del análisis, el eje vertebral de los conceptos que se desprenden de la información analizada a manera de un mapa de significados reflejo de toda la estructura (Rodríguez, *et al.*, 1996).

El procedimiento de categorización ha sido complementado por la triangulación de la información, yuxtaponiendo los diferentes puntos de vista que cada actor o sujeto percibe del fenómeno en estudio, así como cualquier información que se obtenga por diferentes medios para profundizar y aclarar la comprensión del contexto y de los participantes, así como aumentar la confianza de los resultados (Mayz, 2009).

Finalmente, la fase interpretativa de los datos anteriormente categorizados nos permitió extraer significados, mostrar las interconexiones existentes entre categorías a través de comparaciones y la construcción de marcos creativos (Fernández, 2006; Rodríguez, *et al.*, 1996). Los instrumentos utilizados para realizar lo anterior han sido los gráficos que, además de presentar datos permiten también descubrir relaciones y su estructura profunda (Wainer, 1992); y los diagramas, representaciones gráficas de las relaciones existentes entre distintos conceptos (Strauss y Corbin, 1990).

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS

A lo largo de esta exposición se hará cada vez más visible un hilo conductor que de alguna forma ayuda a mantener conectadas las varias piezas que componen nuestros resultados: las nuevas dinámicas socioculturales y económicas originadas por la interacción entre una comunidad de la Zona Maya y el turismo en sus dos dimensiones: por un lado, la Riviera Maya como polo de atracción laboral para la comunidad local; por el otro, la cooperativa turística de ecoturismo comunitario que opera en la comunidad local de Señor y desde algunos años también en la misma Riviera Maya. De ahí que Señor representa un caso interesante de comunidad que, lejos de ser considerada como un entorno local aislado y estancado en un inmovilismo temporal y espacial, se encuentra inmersa en contextos muchos más amplios en un juego continuo entre conexiones y fenómenos complejos que van desde lo global hasta lo local y al revés que dan lugar a formas intrincadas de relación a través de las cuales la comunidad y la cooperativa turística se conectan con escalas regionales, nacionales y globales, moldeando y dirigiendo sus dinámicas demográficas, socioculturales y económicas.

Por lo tanto, primariamente se caracterizará detalladamente el pueblo y la comunidad, sus características demográficas, socioculturales y económicas. Sucesivamente, se presentará la trayectoria de la cooperativa turística Xyaat en un recuento que empieza en el año 2000, fecha en la cual nace el primer proyecto ecoturístico de la Zona Maya<sup>12</sup> llamado "Laguna Azul", y se extiende hasta el 2016, pasando por el fracaso de dicho proyecto y la formación de la actual cooperativa, los actores y partes interesadas involucrados en ella, su forma de manejo y gestión, los conflictos internos y externos y, por último, aquellas coyunturas que han permitido a la cooperativa desarrollarse, madurar, lograr una visibilidad internacional y finalmente insertarse en el contexto del mercado turístico internacional y global.

---

<sup>12</sup> EL Programa de Pequeños Subsidios de la Organización de Naciones Unidas (PPS-PNUD) empezó antes del año 2000 a beneficiar a pequeños agricultores con actividades de forestaría, ecoturismo y manejo de abejas nativas. Una evaluación de este programa denominado COMPAC fue encargado a una antropóloga del CINVESTAV en el año 2007 que en conjunto con la UQROO generaron un documento sobre la trayectoria de cinco años del programa (Fraga, J. Comunicación personal).

## 4.1 Origen de Señor

Determinar con exactitud la fecha de fundación de Señor y el proceso de su formación es una tarea bastante complicada: no existen registros etnográficos o fuentes documentales oficiales que puedan respaldar las informaciones obtenidas en campo<sup>13</sup>. Con mucha probabilidad<sup>14</sup>, corría el año 1915 cuando un grupo de personas se mudaron de un lugar cerca para establecerse en lo que es el actual pueblo de Señor:

*"Entonces, 1915, se quitaron primero de un lugar acá cerca llamado Chan Señor y vinieron por acá, antes vivían a lado de su milpa, pero como tenían animales y ellos se comían la milpa se mudaron acá para evitar que los animales coman las plantas, y eran 40 familias en ese entonces. Se mudaron acá para poblar y la milpa la dejaron allá"* (participante 10, traducido por interprete maya).

El término Señor es de considerarse probablemente relacionado con el primer contacto entre los mayas y los españoles y anteriormente se utilizaba (algunas personas siguen utilizándola hoy en día también) como forma de respeto hacia las personas mayores ya que no estaba consentido llamar a los abuelos y en general a las personas de edad avanzada con sus propios nombres (Participantes 3, 6, 10, 11, 20). Algunos de los fundadores de Señor eran de origen chino (Participantes 1, 10, 12), y entre ellos estaba el papá de un participante maduro cuyo apellido era Chin; sin embargo, él modificó el apellido de sus hijos a Yama para evitar que fueran matados por los soldados federales (Participante 12). También, cabe señalar que Señor y los demás pueblos de la zona empezaron a poblarse después de la epidemia de viruela negra que diezmó notablemente a la población maya (Participantes 1,10, entrevistas informales con pobladores locales).

### 4.1.1 Demografía

De acuerdo al último censo de la CONAFE del año 2016, los habitantes actuales<sup>15</sup> son 4.790. Como se aprecia en figura 1, a lo largo de los últimos seis años se ha registrado un marcado incremento demográfico en una medida del 54% (figura 6). Las causas que han

---

<sup>13</sup> Una de las primeras instituciones académicas que generan trabajo etnográfico y documental en la zona fue el CIQROO, que después se transforma en UQROO. Detalles de fechas y formación de ejidos se encuentran en dos tomos denominados Estudios Socioeconómicos de Quintana Roo de 1983, 1984 y 1986.

<sup>14</sup> Se obtuvieron seis versiones distintas sobre el origen del pueblo. Se decidió reportar en el texto la versión que con más frecuencia escuchábamos de los participantes. A estas, va añadida la versión de Aguilar, reportada en la tesis de licenciatura de González, 2005.

<sup>15</sup> La población total real sería de 5,400 habitantes. Sin embargo, el censo de la CONAFE ha excluido del conteo a aquellas personas que salen a trabajar el lunes y regresan el fin de semana.

determinado este aumento se adscriben a un ámbito social más que natural. Últimamente, la intensificación de las migraciones laborales hacia la Riviera Maya ha originado procesos inversos de inmigración por persona de otros Estados de la República, quienes se establecen en Señor para formar su familia aprovechando del bajo costo de la vida (Participantes 1, 2, 6, 7, 11, 12, 16, 17, 19, 20):

*“Es que últimamente...salen las chamacas a trabajar, terminan la secundaria y se van a trabajar, van a Tulum y a Playa, y después de 2 años regresan con una pareja y hasta con un bebé, pues viene...chiapaneco, tabasqueño, y se quedan acá y forman su familia”* (Participante 12).

Otro participante añade:

*"Si tú vives en Cancún o Playa del Carmen la renta es muy cara, en cambio acá hay trabajo en los hoteles, vienen acá, les gusta el ambiente, se quedan y está tranquilo, es más barato, y hay muchos que vienen acá y no hay ningún problema"* (Participante 17).

Si por un lado estos inmigrantes no son personas conflictivas (Participantes 2, 17, entrevistas informales con pobladores locales), inevitablemente su llegada tuvo implicaciones en el entorno sociocultural del pueblo, ya que muchos apellidos ya no son mayas, así como no hablan la maya y no la enseñan a sus hijos (Participante 17). Además, estas personas no están acostumbradas a la vida de Señor y la esposa empieza a seguir las costumbres del marido, olvidándose de lo que sus papas le enseñaron (Participante 2), así como desconocen las viviendas tradicionales de madera y por ello construyen casas de material (Participante 1).

Con base en la observación participante y según los entrevistados, las familias son bastante numerosas. A raíz de ello está el hecho de que con frecuencia los jóvenes se casan pronto, a veces ni siquiera han llegado a la mayor edad, etapa de la vida en la cual son muy fértiles (Participantes 1, 2, 6, 7, 20). Prueba de ello fueron nuestras convivencias con algunas familias locales, algunas de las cuales contaban con cuatro e inclusive cinco generaciones. Sin embargo, un participante involucrado en el Programa Prospera del Gobierno Federal, señaló que el costo de la vida había subido mucho, sobre todo por lo que concierne al cuidado de los niños, por lo tanto se ha difundido el uso de anticonceptivos y de prácticas de planificación familiar en el Centro de Salud (Participante 20).

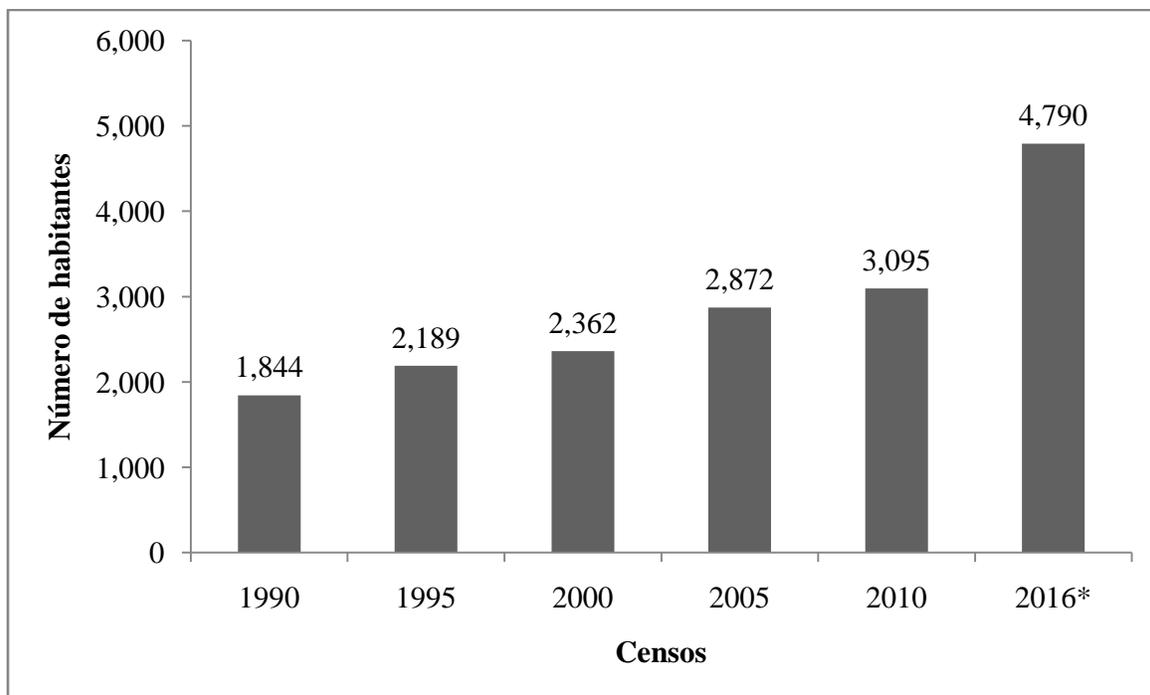


Figura 6. Habitantes en Señor y crecimiento poblacional 1990-2016. Fuente: INEGI y CONAFE\*.

#### 4.1.2 Colonias

El crecimiento físico y el incremento demográfico de Señor fueron a la base de la necesidad de dividir el pueblo en colonias. Este proceso empezó en el año 2002 y actualmente se cuentan cuatro colonias como indicadas en figura 7, y que se enumeran de acuerdo a la antigüedad de formación: Centro, San Olegario, Solidaridad y San Cristóbal (Participante 11). Cada colonia tiene un representante, quien tiene función de intermediario entre las autoridades y la población de la colonia por lo que refiere a la colaboración en la realización de los trabajos comunitarios como por ejemplo las fajinas (participante 11).



Figura 7. Croquis del pueblo de Señor y sus colonias. Fuente: Oficina de Obras públicas de Felipe Carrillo Puerto, 2014.

Es importante mencionar que al incremento poblacional y la expansión física del pueblo, no ha seguido una mejoría de los servicios básicos (observación participante), como nos confirmó un participante y autoridad del pueblo:

*"Hay casas que no puede llegar ni la luz ni el agua potable, y en época de lluvia esas gentes sufren porque se hunde su camino, pero donde llega la pavimentación no hay problema, pero la persona que no está arreglada su calle, donde no llega la obra social se está llevando la freguiza..."* [SIC] (Participante 6).

#### 4.1.3 Autoridades

##### 4.1.3.1 Alcaldía

Hasta el año 2010 el pueblo de Señor era una delegación; empezó a funcionar como alcaldía en el año 2011 cuando la población superó el número de tres mil habitantes (participantes 6, 20). La alcaldía se compone de 10 personas, 5 propietarios y 5 suplentes; el cargo dura tres años y cada propietario tiene su comisión. Además, cuenta con una

tesorera, aunque según nos explicó un participante clave en realidad se considera esto como una pura fachada, en el sentido de que ella no maneja ningún dinero y no hay una partida de presupuesto para la administración; al contrario, el pueblo sigue dependiendo del ayuntamiento de Felipe Carrillo Puerto, lo cual determina una imposibilidad de satisfacer las necesidades reales del pueblo (Participante 6).

En el edificio de la alcaldía se encuentra también una oficina de policía.

#### 4.1.3.2 *Juez tradicional*

Como nos contó el mismo Juez y participante, el pueblo cuenta con esta autoridad desde el año 1970 aproximadamente, para evitar la corrupción ya que los delegados son más sobornables. Todavía él trabaja conjuntamente con el Tribunal de Justicia de Chetumal, que valida los informes que él entrega con respecto a su cargo. Su autoridad se extiende a los pueblos cercanos y su papel es cumplir la ley y resolver problemas principalmente relacionados con los chismes, robos de animales de patio y problemas familiares como el hechizo.<sup>16</sup>

Sin embargo, algunos de los participantes cuestionan el rol de Juez tradicional como autoridad, subrayando su carácter anacrónico. Se considera más como de membrecía, ya que por ejemplo en cuestiones como el hechizo no hay un delito real que perseguir (Participantes 6, 12).

#### 4.1.3.3 *Órganos de Representación ejidal*

Las autoridades ejidales se llaman Órganos de Representación Ejidal, están en cargo por un periodo de tres años (Participante 6). La asamblea ejidal es la autoridad más importante en mérito a las decisiones inherentes a las problemáticas comunitarias, entre ellas controlar y solucionar los controversias ocasionadas por el conflicto de intereses en el uso agrícola de

---

<sup>16</sup> Los participantes nos dijeron que anteriormente, dependiendo del tipo de falta, el culpable no venía enviado a la cárcel sino que podía recibir hasta 50 azotes (Participantes 6, 10, 12, 13, entrevistas informales). Sin embargo, el Juez nos comentó que él hasta ahora no ha dado azotes porque: *"para el cargo que tiene, a pesar de no tener estudios uno necesita mucha cabeza e inteligencia para resolver ese tipo de cosas. Y cuando a él le llevan el caso pues, primero cuestiona a las personas mediante preguntas, luego les empieza a decir que les da una llamada de atención y si no hacen caso a esa llamada entonces sería pasar al castigo o una multa, pero dice él que siempre a la primera se quedaban bien las cosas, nunca se llegaba a ese extremo, a lo de los azotes"* (Participante 10, traducido por interprete maya). En el jardín del museo de Felipe Carrillo Puerto hay una construcción que se llama la "pila de los azotes", lugar en el cual se aplicaba la ley a través de los azotes: *"En aquellos tiempos cuando se dice había la pila de azotes en Carrillo porque no había ley, no había tanta gente, no hay solo entre ellos y les daban los cintarazos. Si el general le dice, según la falta que ha cometido, a fulanito le vas a dar 10 cintarazos, 10 le va dar, pero él tiene que ver si lo hace cumpliendo la orden vaya, o sea que lo pegue normalmente y no le dé despacito, porque en aquellos tiempos dicen: no "hay mano ni parientes", si te dicen que hay que darle 25 palos hay que dárselos, y si no cumple a ti te van a dar"* (Participante 6).

la superficie ejidal y la extracción de sus recursos maderables, además de decidir qué tipo de actividades pueden realizarse en el ejido (Participantes 6, 7, 11, 13, 14, 20, 22).

En la asamblea participan los ejidatarios, 547 pobladores en posesión del documento de derecho agrario que les otorga 130 hectáreas aproximadamente, cada uno; con esta constancia de terreno pueden realizar sus actividades en cualquier punto del ejido (Participantes 6, 11, 13, 14, 20, 22). Los representa el comisario ejidal, quien convoca una asamblea cada dos meses y las decisiones se toman por votación mayoritaria. En caso de asuntos particularmente importantes puede tenerse una asamblea extraordinaria pero sin convocatoria (Participante 11).

Como emergió de las entrevistas, los ejidatarios gozan de un gran poder en la comunidad. Ejemplo de esto es el programa del Gobierno Federal y Estatal de apoyo a las comunidades que consistía en la entrega de casas con baño destinadas a personas de escasos recursos de la comunidad. Sin embargo, la autoridad ejidal lo manejó de forma poco transparente que suscitó indignación en la comunidad, ya que los beneficiarios del apoyo fueron los ejidatarios y sus hijos, inclusive algunos con un nivel socioeconómico alto y ya poseedores o propietarios de una casa (Participantes 7, 16, 17).

#### **4.1.4 Situación sanitaria**

El pueblo de Señor cuenta con un Centro de Salud y el personal atiende también a los pacientes de los pueblos cercanos como Tixcacal Guardia y Pino Suárez (Participante 4).

Las enfermedades más comunes son aquellas del aparato respiratorio, mayormente debidas a una falta de higiene personal y de los artículos de comida diaria. Se han registrado muchos casos de Dengue, un caso de Zika y de tuberculosis (Participante 4). Las mujeres y los niños son los que acuden más al Centro de salud, mientras que generalmente es más la población sana de hombres, posiblemente porque son trabajadores y por lo tanto hacen actividad física y solo acuden al Centro cuando se encuentran muy mal. Al contrario, las mujeres no trabajan a menos que sea necesario, de ahí que acuden al consultorio con problemas de sobrepeso, de obesidad, con un sangrado uterino anormal. El sobrepeso genera otros problemas, infecciones a la garganta debido al humo que respiran durante la actividad de tortear, o más bien con dolores musculares porque hacen hamacas y el bordado (Participante 4).

En general, para los habitantes de Señor la situación sanitaria del pueblo y del Centro de Salud es considerada, para usar un eufemismo, muy insatisfactoria (Participantes 1, 2, 4, 7, 11, 13, 16, 17). Las carencias reflejan la situación del sector sanitario de Quintana Roo (Participante 4) y están asociadas primariamente con la falta de medicamentos: independientemente de la enfermedad que una persona padece se le prescribe siempre el mismo medicamento, paracetamol y naproxeno (Participantes 1, 4, 13, 17). En caso de enfermedades más graves la gente se ve obligada a ir a Felipe Carrillo Puerto, Chetumal e inclusive Mérida para recibir tratamiento adecuado al caso (Participantes 2, 7, 17). Además, varios participantes consideran necesario ampliar el horario de atención al público sobre todo durante la noche cuando el servicio es prácticamente nulo (Participante 1, 2, 16, entrevistas informales con pobladores locales):

*"Te dicen, tal hora es emergencia y si llegas a la una o dos de la mañana y te está muriendo alguien te dicen pues, llévatelo a Carrillo, a menos que te vean con la cabeza en la mano entonces te dicen pásale, pero si no, no hay atención buena" [SIC] (Participante 2).*

Otra cuestión importante es representada por la necesidad de disponer de una ambulancia. Esta ha sido solicitada varias veces por las autoridades debido a la expansión del pueblo anteriormente mencionada (Participantes 6, 11, 13) y los candidatos a la Presidencia Municipal se habían comprometido durante la campaña electoral para la dotación al pueblo. Sin embargo, después de las elecciones la promesa quedó al aire, con el nuevo Presidente que se justificó aludiendo a la imposibilidad del actual Gobierno Municipal de sostener esos tipos de gastos (Participante 6).

#### **4.1.5 Educación formal y su impacto en la comunidad**

La iniciativa de la educación y la llegada del primer maestro a Señor, tal Eleuterio Llanes de Sotuta, Yucatán, remonta al año 1957, gracias a Don Abundio Yamá, quien en aquel entonces era delegado del pueblo (Participante 10). Sin embargo, no fue un proceso fácil: la reminiscencia de la sangrienta Guerra de Castas (1847-1951) y el recuerdo de los atroces sufrimientos padecidos determinaron un cierre por los habitantes de Señor y de las aldeas cercanas hacia personas extrañas o ajenas a la comunidad (Participantes 3, 6, 10). Con las palabras de un participante queremos describir ese particular momento histórico del pueblo de Señor:

*"Al principio era muy difícil para ellos aceptar a los maestros, antes los padres de familia no los aceptaban y el maestro construía su palapita...y la gente era muy mala y despedazaba la palapa del maestro, y aunque si el maestro daba clase con pocos niños los demás hacían sus huelgas, sus asambleas y empezaron a hacerle la gría del por qué aceptó al maestro. Y hubo un tiempo que se fastidió mucho que para que no lo molestaran se fue a dar su título de delegado, pero que no lo aceptaron y preguntaron quiénes eran que estaban levantando a los niños para que vayan a la escuela y digan esas cosas, y hubo una persona...dice que las asambleas que no permitían que los niños fueran las encabezaba un tal Antonio Poot, pero que cuando él fue a entregar su sello a Tiburcio May, el delegado de Carrillo Puerto, él le dijo quién era que encabezaba las asambleas y mandaron a un pelotón de soldados y se llevaron y encerraron a ese señor, y que hasta que fue a verlo lo dejaron libre pero prometió que ya no volviera a hacer juntas en contra de que vayan los niños a la escuela y empezó así la educación" [SIC] (Participante 10, traducido por interprete maya).*

La llegada del primer maestro a Señor representó posiblemente el primer punto de cambio a nivel de conducta social por una comunidad que hasta aquel entonces había permanecido aislada y muy poco conectada con el progreso y la modernidad. Como afirma este participante, la esposa del maestro trajo una vitrola y su equipo de sonido y en las tardes ellos escuchaban música y bailaban. En algún momento empezaron a enseñar varios tipos de bailes a las personas locales, entre ellos la jarana y algún tipo de cumbia y, sobre todo, enseñaron a bailar abrazados. De ahí que las personas empiezan a perder un poco del pudor y a sentirse más abiertas y más despiertas (Participante 10). Asimismo, el mismo participante nos dijo que antes de que llegara la educación la gente hacía pura rogación a Dios para que su milpa le diera cosecha. Con la educación los padres empiezan a dedicarse más a sus hijos, llevarlos a la escuela e ir a buscarlos después, y poco a poco empezaron a dejar la iglesia. Otro participante maduro irónicamente comenta como la educación paulatinamente modificó las características que distinguen a los mayas:

*"Siguen siendo mayas aunque el estudio es para flojos ellos...como estás en la sombra allá entonces con tu libreta escribiendo, por eso es para flojos, para ser un mexicano maya chingón tienes que estar en la milpa y bajo el sol" (Participante 3, traducido por intérprete maya).*

En ese entonces, a pesar de que el delegado quería una educación sin discriminación de género (Participante 10), lamentablemente la visión de los padres de familia era distinta y a las mujeres prácticamente no se les permitía el acceso a la educación, ya que los varones se tenían que encargar de ellas (Participantes 6, 10, 20, 27,

entrevistas informales con pobladores locales). A pesar de que hoy en día la situación haya mejorado notablemente y la enseñanza es más pareja (Participantes 6, 20, entrevistas informales con pobladores locales), algunos participantes nos han señalado que todavía ocurren episodios de discriminación hacia las mujeres, las cuales se ven negadas las posibilidades de frecuentar la escuela. Esto es el caso por ejemplo de aquellas familias de escasos recursos que prefieren apostar a la educación de los varones y relegar a las mujeres al rol de amas de casa (Participante 12, entrevistas informales con pobladores locales). También, una madre con dos hijos chiquitos nos comentó que no habría problema si ellos decidieran estudiar, pero no sería lo mismo si tuviera hijas. Sin embargo, al preguntarle el por qué de esta diferencia, no supo dar una explicación sino reiterar la idea de que las mujeres tienen que quedarse en la casa (Entrevista informal con ama de casa).

De acuerdo a un participante maduro, la primera escuela en Señor fue construida en 1978 por la misma gente local (Participante 3). Hoy en día el pueblo cuenta con dos jardines de niños, Lol-Ha y Cecilio Chi; una primaria con dos turnos, el matutino se llama Plan de Ayala y el vespertino Eleuterio Balam Euan, por un total de 600 niños aproximadamente, una telesecundaria, Zamna, con 300 alumnos aproximadamente; un bachillerato a partir del año 2000 (Participante 12, entrevistas informales con responsables escolares). En general, los participantes consideran que las escuelas en Señor son de buen nivel y que el pueblo ha ido progresando gracias a la calidad de la educación, ya que los chicos y chicas pueden terminar el bachillerato y buscar un buen trabajo (Participantes 2, 3, 6, 7, 14, 16, 20); se considera satisfactoria también la participación de los padres de familia, quienes normalmente acuden a las reuniones y se involucran bastante en las actividades propuestas; además, cabe mencionar que algunos jóvenes optan por seguir estudiando hasta conseguir una licenciatura en Felipe Carrillo Puerto o José María Morelos (Participantes 12, 16, 20, entrevistas informales con responsables escolares).

#### **4.1.6 Religión**

Los mayas de la Zona Maya de Quintana Roo o Centro del Estado tienen una historia diferente respecto a los demás mayas peninsulares ya que fue en esta zona que se creó en el año 1850 la Cruz parlante, la cruz maya con hipil, tomando la cruz europea y modificándola a sus necesidades. De ahí que se denominan Mayas *cruzoob*. A diferencia de

la religión católica, que indicaba en el sufrimiento terrenal la vía para acceder al Paraíso, el significado de la Cruz Maya de los mayas rebeldes era la reivindicación del territorio y el rescate de espacios perdidos por parte de los hacendados opresores, al mismo tiempo que instruía las estrategias militares para recuperar territorios (Participante 26).

En el caso específico de Señor, antes de la llegada de la evangelización, aproximadamente hace 50 años por un religioso de Yucatán llamado Pedro Hau May, los habitantes no podían decirse católicos porque para ellos no se hablaba de religión sino de tradición y de culto a la Cruz como antes reportado:

*"Los santos, la Cruz, ellos ofrecen comida, con tortilla, atole etc. La Iglesia católica no te permite hacer eso, cuando no estaba la iglesia católica era tradición, ellos no adoraban a la virgen, a los santos, nada, solo adoraban a la Santa Cruz y ofrecían ofrendas y lo ponen frente al altar mientras que en la Iglesia católica no lo permiten. Ellos se hincaban rogando a la Santa Cruz, que era su Dios para que les diera más milpa, cosecha etc."* [SIC] (Participante 10).

Hace 25 años dos religiosos de Yucatán, Don Federico y Don Teodoro trajeron la evangelización pentecostés. Hoy en día en Señor<sup>17</sup>, los católicos representan el 60% de la población, y los pentecostales y presbiterianos respectivamente el 25% y el 15%. Sin embargo, según otro participante de religión pentecostés, los no católicos son solamente 500 (Participante 17). El pueblo cuenta con tres iglesias católicas, dos templos pentecostales y un templo presbiteriano.

Los católicos son quienes siguen respetando las tradiciones y costumbres maya, como por ejemplo los rituales de los finados, el *hetzme* o bautizo<sup>18</sup>, el *cha'a' cháac* o ritual de petición de lluvia, que son parte de una serie de ceremonias y prácticas que los mayas realizan para pedir permiso o agradecer las entidades sobrenaturales y dueñas de todo lo que los rodea (Participantes 11, 20, 22, 23, 28, 29, diario de campo). Varios entrevistados católicos nos contaron muchas historias en las cuales emergió el respeto profundo y el temor que ellos les tienen a estas entidades, de ahí que todo tipo de actividad no puede prescindir de una ofrenda o ceremonia para que los Dioses estén de su lado cuidando a la persona, al negocio, la cosecha etc. Al contrario, los pentecostales y presbiterianos no

---

<sup>17</sup> Estudio realizado por Varela, 2015: Diagnóstico comunitario de la población de Señor

<sup>18</sup> Significa llevar de horcadas (entre piernas) al bebe. El o la portadora se convierte en la madrina o padrino oficial del bebe. En muchas comunidades de la Península de Yucatán tiene mucho más valor este rito que el bautizo católico, y está asociado a los trabajos del campo y de la casa.

siguen esas tradiciones y costumbres, leen y se apegan a la biblia dando gracias a Dios pero no practican los rituales y ceremonias antes mencionados (Participante 25).

A los pentecostales y presbiterianos se les considera muy cerrados y se les define como pertenecientes al Cristianismo, así como los católicos los acusan de despreciar y burlarse de las tradiciones y costumbres. Como nos señaló un participante católico, la religión es un tema fuerte que origina diatribas entre las varias corrientes presentes en el pueblo (Participante 2) y personalmente, fuimos testigos de un pequeño "intercambio de opiniones" entre un católico y un pentecostés. Durante una charla con personas locales y algunas ajenas a Señor, salió el tema de las tradiciones, su transmisión a las nuevas generaciones y el papel de los abuelos en ello. El católico dijo: "*Si, la gente que cree en la cultura si, otros que no creen les vale gordo, cosas que no tienen importancia; no todos pensamos lo mismo. Pero ahora ya se están perdiendo*". Sus palabras, como nos comentó algunas horas después, de forma tampoco tan sutil hacían referencia a las personas de otras corrientes religiosas; de hecho el pentecostés, sintiéndose picado por el comentario, intentó "defender" su posición comentando en voz baja que las cosas no estaban así...Para echar agua al fuego una persona externa preguntó algo diferente y el asunto terminó allí (Observación participante).

Polémicamente, algunos participantes dicen que muchos pertenecen a la religión solo en el nombre ya que participan en ocasión de eventos festivos como bodas pero no cuando hay otras ceremonias (Participantes 25, 28). Esto ha sido comprobado durante la estancia, ya que fuimos invitados a asistir al ritual de los finados (día de muertos o *janal pixan*) y realmente fueron muy pocos los miembros de la familia que participaron a la ceremonia. Para reforzar lo anterior, reportamos cuanto nos declaró un participante:

*"Mi mamá es la única que se preocupa de preparar y hacer ese ritual, y dice ella que está convencida de que al día que se va a morir nadie más de la familia lo va a hacer"* (Entrevista informal con un poblador local).

#### **4.1.7 Fiesta tradicional**

La fiesta tradicional en Señor une elementos de la tradición maya y de la religión católica. Se celebra cada dos años del 22 de julio al dos de agosto en la colonia San Cristóbal. Durante las dos semanas los pobladores montan un tablado para la corrida, las personas participan en la procesión de la Santa Cruz acompañada por la música tradicional maya, la

música *maya paax*, llegan a las casas de las personas peregrinando y allí recogen doce platillos de comida anteriormente preparados para llevarlo a la iglesia, rezarlo y luego repartirlo a los presentes. Los bailes se hacen frente a la Iglesia y no se puede cambiar de lugar porque los fieles creen que la Virgen Morena a la cual dedican la fiesta los puede castigar. Las personas locales empiezan a pensar y organizar este evento festivo seis meses antes, se sigue preservando como tal aunque anteriormente duraba siete días. Hoy en día nos dicen que es una "versión más comercial" porque las personas cooperan y traen un buen grupo musical, se vende mucha cerveza y de allí obtienen una discreta ganancia (Participantes 2, 17, 20, 22, 28, entrevistas informales con pobladores locales).

## **4.2 Ser Maya en la Zona Maya**

### **4.2.1 La maya**

Pese a la religión, existen otros elementos importantes con los cuales las personas locales se identifican como maya. Como ampliamente descrito en el apartado sobre la educación, antiguamente no habían maestros y los mayas no tenían educación: de ahí viene también la palabra rebeldes, ellos se regían por sí mismos (Participante 10). El mismo participante nos mencionó que los definen también como *macehuales*, pero eso no es nada más que una clasificación para distinguirlos de otras personas, por ejemplo de los extranjeros, quienes son definidos *ts'uul*, (caballeros de piel blanca) De acuerdo a otro participante, desde 1928 aproximadamente, cuando el último de los líderes firmó el acuerdo de obediencia con el Gobierno Mexicano que le costó ser desconocido y acusado de ser traidor por los otros rebeldes que no querían nada con dicho gobierno, los mayas forman parte de México, son mexicanos pero antes se siguen sintiendo maya y vivos (Participante 26). De hecho, de las entrevistas emergió como las personas locales se sienten orgullosas de ser maya (Participantes 1, 2, 3, 7, 10, 12, 16, 17, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 29, entrevistas informales con pobladores locales). Un participante expresó esto:

*"Es un orgullo ser mayas porque estamos muy felices de ser mayas auténticos como también la gente que estudió es feliz con su estudio, y nosotros también somos felices de ser maya porque hablamos maya"* (Participante 3).

Avergonzarse por sentirse maya y hablar la maya<sup>19</sup> para ellos sería sinónimo de avergonzarse de sus propios padres, de sus abuelos (Participante 12), de su trabajo como campesinos y de sus milpas (Participante 23), en suma, de sus raíces (Participante 7). Casi todos los participantes afirmaron que para ellos es muy importante que sus hijos no pierdan la lengua de los abuelos y por lo tanto enseñan la maya a sus hijos, hablan maya con ellos y con base en la observación pudimos notar que las comunicaciones en ámbito comunitario ocurren casi exclusivamente en maya. Solo un participante, a pesar de hablar maya con toda su familia, nos dijo que prefirió hablar español a su hija cuando estaba chiquita para evitarle problemas de aprendizaje en la escuela (Entrevista informal con un lugareño).

Lamentablemente, algunos participantes señalaron que hoy en día muchos padres de familia no quieren que sus hijos hablen maya hasta inclusive regañarlos al oírlos hablar la lengua de sus antepasados (Participantes 1, 2, 7, 20, 22). En algunos casos, lo anterior no es algo reciente, ya que dos participantes de 30 años nos dijeron que ya sus abuelos y padres prohibían que los hijos escucharan las conversaciones entre adultos en lengua maya (Participantes 4, 5).

En todo este contexto, no puede quedar excluido el papel de la educación y de los maestros en particular, ya que algunos participantes señalan como ambos hayan, eufemísticamente hablando, contribuido a la difusión del español en las nuevas generaciones a costa de la maya:

*"En las escuelas, los maestros también que vienen y hablan español, entonces para nosotros que somos maya hablantes eso nos dificulta un poco, y ahorita con estudios avanzados, los alumnos, los chicos que crecen casi no hablan maya, puro español, se está revolviendo la lengua, ahorita con trabajo hablan la maya...todo en español" (Participante 13).*

Otro participante añade su experiencia personal:

*"Nosotros fuimos marginados hasta de nuestra lengua en la escuela. Yo en la primaria tenía maestros que te decían: hablas en maya, y te aventaban el borrador, acá tienes que aprender el español, y nos obligaban a olvidar nuestra lengua, ¡habla bien tu español! Y ya con esa influencia la gente empezó a decir no quiero usar hipil..." (Participante 20).*

Finalmente, el pueblo de Señor se encuentra hoy en día inmerso en dinámicas y procesos que podemos definir globales, y que de alguna forma están afectando la lengua

---

<sup>19</sup> Esta es la forma de definir el idioma maya en ámbito lingüístico.

maya. Estudiar y conocer nuevas realidades, idiomas distintos es considerado una forma de superarse y mejorarse, una oportunidad de obtener un buen trabajo, sobre todo a la luz de las nuevas oportunidades laborales que ofrece la Riviera Maya; al mismo tiempo pero, lo anterior no debería de prevalecer sobre sus raíces y rasgos culturales, ya que ser maya no es un obstáculo al enriquecimiento cultural y a la formación profesional (Participantes 2, 7, 12, 16, 17, 24, 26, 28). Lamentablemente, el balance entre las raíces y la novedad a menudo se queda disparejo y la báscula tendencialmente pende del lado de la secunda como nos explicó este participante:

*"Actualmente veo que hay mucha gente que si te contesta pero ahora se va perdiendo la cultura porque muchos ya no te quieren contestar en maya, ahora te contestan en español y nuestro idioma se va perdiendo, y si les preguntas si hablan maya te dicen que no, se hacen tontos, y si voy a la zona del turismo tengo que saber otros idiomas, y allí se pierden las tradiciones porque quieren aprender cosas de otros países, y luego regresan acá y se sienten muy chingones porque saben hablar español e inglés. Y es bueno aprenderlo todo, pero tenemos una cultura y no hay que perderla, allí tienes que hacerlo porque es tu trabajo, tienes que aprender de todo en la vida, pero acá naciste, creciste, te cimentaste un poco pero allá te vas a terminar de cimentar, pero con otros términos pero no vas a ignorar como naciste, viviste, y no vas a discriminar a tu gente"* (Participante 28).

#### **4.2.2 La vestimenta**

*"Al momento hay un gran cambio, tenemos sangre maya pero vestimos pantalón, vestimos ropa moderna. Anteriormente se usaba el hipil y ahora ya no"* (Participante 10, traducido por interprete maya).

Efectivamente, por medio de la observación participante, ningún hombre lleva los pantalones, la camisa maya y los huaraches, excepto por un participante maduro que en ocasión de la visita de turistas "refresca" su traje típico. Paseando por el pueblo y participando en eventos como bodas y cumpleaños pudimos observar que también el traje típico femenino, el hipil, es una indumentaria que solamente pocas mujeres ya de edad avanzada llevan diariamente. A raíz de ello, no ha habido una vinculación desde pequeños, a la cual hay que añadir la influencia de las nuevas modas e influencias culturales que proceden sobre todo de la Riviera Maya (Participantes 2, 10, 17, 20, 27, entrevistas informales). Así nos comentó un participante:

*"Pues es malo, dicen que por ejemplo pasa en todas las culturas, cuando sales no quieres traer eso, ya quieres por ejemplo, sale un short bonito allá, lo quieres para ser el primero que lo enseña acá y que te vean a la moda, y cuando llegas acá y lo ven también los demás lo quieren y nadie quiere usar el hipil, y para ir a las fiestas"*

*nadie va en hipil sino todas van en mini shorts, mini falda, o así pantaloncitos y ya...Porque los turistas lo quieren nada más para tenerlo o enseñarlo, es como si yo voy a París un día o algún otro lado y me quiero comprar algo de allá y traerlo para acá y en un día especial ponerlo y hablar de eso" (Participante 17).*

Asimismo, durante un momento de convivencia con una familia local dos señoras empezaron a reírse entre ellas cuando les pregunté el por qué ya no se usaba el hipil; una de ellas me dijo después en español: *"imagínate si yo llevara hipil ¿cómo podría ir en bicicleta?"*. En suma, no es cómodo para ellas y las risas siguieron por un largo rato.

Para finalizar, un participante añadió que el hipil es una indumentaria cuyo uso está restringido a eventos oficiales con autoridades: se usa para que las personas parezcan presentables y sobre todo "maya", y una vez que el evento termina otra vez con vestidos modernos (Participante 17).

#### **4.3 Ejido X-Mabén y Anexos<sup>20</sup>: fundación y toponimia**

Señor es la cabecera del ejido X-Mabén y Anexos. De acuerdo con el Diario Oficial de la Federación<sup>21</sup> de fecha 16 de mayo de 1942, el ejido fue dotado con 73,400 hectáreas, superficie entregada el 15 de octubre de 1955. Esta fecha concuerda con cuanto afirmado por un participante de edad avanzada:

*"Dice que cuando se decretó ejido era el 1954. Su papa y otro señor más, Don Mateo, viajaron a México para ver al presidente y decirle que querían su ejido, sus tierras, y también llegaron los papeles y en Chetumal saben que es ejido de X-Mabén pero en México saben que es ejido de Señor" (Participante 10, traducido por interprete maya).*

La toponimia significa Mamá Benita (x' por ix: locativo, sitio, genitivo femenino, peyorativo de sitios; *ma*: por mamá grande, abuela; *ben*: abreviatura de Benita). Algunos entrevistados confirmaron lo anterior (participantes 3, 6, 11, 13, 20), aunque no está claro si Benita era la esposa o la hija de uno de los antiguos pobladores. Gracias a la memoria histórica de un participante maduro rescatamos también una versión completamente distinta a la anterior:

---

<sup>20</sup> Se define X-Mabén y Anexos porque abarca 23 poblados: El Canto, Chanchén Comandante, Chayo-te, Chun Chulté, Chun Kulché, De Señor, Enegible, Jonsé Ma, Pino Suárez, Km 35, Lankiuk, Punab 2, San Antonio Nuevo, San Fernando, San José, San Lorenzo, Santo Domingo, Señor, Señor II, Tadzbihol, Tampak, Tuzik, Tzitol y Tzucum. Enciclopedia de Quintana Roo (1998).

<sup>21</sup> Enciclopedia de Quintana Roo (1998).

*"El papá le platicaba que a Xmabén le dicen el acto de levantar la ofrenda, y que eso le dijo su papá y que si al contrario era el nombre de una señora se lo hubiera dicho pero nunca le dijo algo así...tiene entendido que el papá decía que Xmabén es el acto de levantar y hacer la ofrenda, el acto en el que el Men, al momento de su rezo, entrega, hace su ofrenda levanta la ofrenda, el acto de levantar y entregar le decían Xmabén. Xmabén es el nombre de una tortilla gruesa que...es que había una ranchería grande antes de que se fundaron Yaxley, Señor y todo esto, entonces que el Men, que dice que el nombre de esa tortilla es Xmabén y es eso lo que ellos ofrecían con la col amarilla, que debido a que era la principal ofrenda que ofrecían entonces dijeron vamos a llamar al ejido como Xmabén"* (Participante 10, traducido por interprete maya).

#### **4.3.1 Tenencia de la tierra y el Programa PROCEDE**

El ejido no está fraccionado y es manejado por "solo derecho sobre tierras de uso común". Hace un año y medio la asamblea ejidal fue llamada a deliberar sobre la decisión de insertarse o no al programa gubernamental PROCEDE, que implicaba la repartición de las tierras ejidales y la certificación de los terrenos a través de títulos de propiedad gratuitos (Participantes 11, 20, 22). La adhesión al programa hubiera implicado que los ejidatarios se establecieran en un punto preciso del ejido de acuerdo a la repartición, generando así nuevos núcleos poblacionales y nuevas vías de comunicación que facilitarían el acceso a tierras fértiles todavía inexplotadas y la reducción de los tiempos de traslado del pueblo hacia Tulum. (Participantes 6, 17, 20, 22). Si por un lado la adhesión al programa hubiera conllevado un beneficio económico importante (Participantes 6, 17, 20, 22, 23), por el otro, varios participantes señalan que la mayoría de los ejidatarios se opusieron, conscientes del perjuicio que acarrearía a la riqueza natural del ejido mismo y a la posible venta de su patrimonio natural como las lagunas (Participantes 20, 22, 23). En específico, en el recuento de un participante emergió el tema de la constante contradicción al encontrarse dos prácticas diametralmente opuestas: el desarrollo (con anexo el crecimiento económico) y la conservación, considerando el programa como parte de una estrategia de planificación territorial por parte de las autoridades Estatales y Federales:

*"Es prácticamente de planeación, como pasó ahorita en el ejido de Chuyanché, ellos entraron el proyecto de PROCEDE y ese ejido tiene un auge económico porque allí se piensa se va a establecer el aeropuerto internacional, Ruta de los Chunes, Cobá, y Chunyá, entonces allí los terrenos son muy caros una hectárea alcanza hasta los \$ 70 mil, \$ 150 mil pesos, y allí ya se fragmentó, entraron con el PROCEDE, se dividieron, abren carreteras y conectan, hay programas por allá, pero si colinda con la Reserva de Sian Ka'an. Ahora el proyecto está estancado*

*pero, ¿quién sabe?, tal vez lo retomen, pero, ¿cuánta destrucción va a haber?" [SIC] (Participante 22).*

Sucesivamente añade:

*"El gobierno nos obliga a entrar al programa, que según para bajar los proyectos necesitas tener títulos de propiedad, entonces el mismo Gobierno te dice conserva, pero al mismo tiempo te limita, no encuentras estabilidad, me dices que yo conserve perfecto, pero que armas me vas a dar para que yo conserve, porque si me dices que si yo no entro en el Procede no me voy a beneficiar de los programas. A la vez va para el desarrollo, pero como lo vemos nosotros, en la península somos los que todavía tenemos reservas verdes, y si hacemos esos proyectos conectamos, hacemos por el progreso del Estado sí, pero cuánta destrucción va a haber...Desgraciadamente nos hacen ver en ese aspecto, el crecimiento, oye la conservación, si perfecto, te concientizan pero del otro lado no puedes, te bloquean ya no puedes, te concientizan y luego te bloquean pero ¿para qué? al fin y al cabo aceptas y ya, si es para el progreso del pueblo, entonces de nada nos sirve porque siempre nos van a fregar" [SIC] (Participante 22).*

#### **4.4 Dinámica económica en Señor**

##### **4.4.1 Actividades del sector primario: la milpa**

Con respecto al sector primario, la milpa representa la actividad económica principal de la comunidad de Señor. Los suelos del ejido X-Mabén no son muy aptos para la agricultura ya que la capa fértil es solamente de 10 centímetros (Participante 21). El suelo es muy rocoso, por lo tanto el tipo de siembra no es por surcos y se llama "peke" [SIC]; además, la característica del suelo impide el uso de maquinarias, las cuales representarían de todos modos un gasto extra para la disponibilidad económica de los campesinos (Participantes 11,21). Se cultivan principalmente productos de temporada (Participantes 11, 14, 21, diario de campo). Utilizando las palabras de este participante:

*"Están a la bendición de Dios, lo que pueden producir y cosechar" (Participante 21).*

Además del maíz, la producción en la milpa abarca calabaza, frijol, sandía, yuca, camote y otros tipos de tubérculos; asimismo, no es raro que los campesinos cacen animales como tepezcuintles, sereques, a veces venados y aves como las chachalacas (Participantes 13, 14, entrevistas informales con pobladores locales, diario de campo).

Las milpas están ubicadas muy cerca de las vías de comunicación, sean carreteras pavimentadas o pura terracería, y normalmente los campesinos no se alejan más de cinco

kilómetros del pueblo. El medio de transporte que utilizan es la bicicleta o el triciclo, para poder así cargar la leña que cortan en el monte (Participante 11). En la sección 4.6 se ahondará más específicamente sobre la producción de las milpas.

#### **4.4.2 Apicultura**

La segunda actividad en orden de importancia y también complementaria a la milpa es la apicultura. Las abejas son de la especie africanizada, y solamente pocos apicultores poseen abejas meliponas, las cuales son consideradas pocos redituables ya que su producción solamente alcanza uno o dos kilos al año (Participantes 20, 22, 28). Un participante señala que los abuelos antiguamente agradecían a Dios, a los dueños del monte cuando encontraban los panales: sacaban la miel, la ponían un poquito en su atole y lo entregaban a Dios para agradecerle, cuidarlos y para que se reproduzcan las abejas (Participante 28).

Según un apicultor y participante, el cambio climático y las sequías están afectando la producción, la cual ha pasado de un promedio de 10-15 kilos a 6-7 kilos máximo por colmena (Participante 22). La casi totalidad de la miel producida se vende a intermediarios en Felipe Carrillo Puerto o Valladolid y se exporta sobre todo a Europa, aunque dichos intermediarios "machetean" [SIC] (regatean) el precio a costa de los productores locales (Participantes 20, 22).

De acuerdo a cuanto establecido por la CDI, la distancia mínima entre apiarios está calculada en 2/3 kilómetros para permitir una alimentación suficiente a las abejas y evitar interferencias. Al respecto, la CDI se ha propuesto capacitar a los apicultores para concientizarlos sobre la forma correcta de trabajar; sin embargo, por falta de organización en el ejido, muchos no asisten a los cursos, carecen entonces de conocimiento adecuado y esto va a reflejarse en una disminución de la producción (participantes 20, 22).

Un participante también señala el papel importante de la apicultura en la conservación de la selva, porque justamente para preservar sus apiarios y conservar un ambiente ideal para las abejas, los apicultores mismos establecen en cuales zonas no es posible la tala de árboles (Participante 22). Sin embargo, la antes mencionada falta de organización y concientización de los demás productores agrícolas genera conflictos, como el que nos describió un participante:

*"Yo tengo mi apiario acá y en la extensión de 2, 3 kilómetros no debe de haber otra actividad, la gente no debe de hacer su milpa, pero no hace mucho tuvimos un accidente con uno de San Antonio, que a pesar de que sabía que yo tenía mi apiario, vino a hacer su milpa acá cerca, como a 150 metros y venía tumbando más monte, entonces para no buscar problemas le dije: ¿Cuánto es el trabajo que hiciste? 2000 pesos, perfecto, aquí te van, déjamela a mí. Pero ellos lo hacen ya con dolo, saben que tumban el monte, y si les escapa el fuego me va a quemar mi apiario, y es una persona de escasos recursos, y si este apiario me lo quema, cómo le dices oye necesito que me lo pagues, lo pasas ante autoridad, ¿qué le va a decir? qué sí lo tiene que pagar pero ¿Cómo? No tiene dinero, entonces mejor que perder \$ 20, 25 mil pesos, te doy los dos mil y ya, te pago el trabajo que hiciste y no hay algún problema" [SIC] (Participante 22).*

#### **4.4.3 Ganadería y animales de traspatio**

La actividad ganadera no está muy desarrollada en Señor, pocas personas tienen borregos. Sin embargo, muchas personas tienen animales de traspatio para consumo personal (Participantes 11, 13, 20, 23, entrevistas informales con pobladores locales). La ganadería no goza de mucho éxito en la comunidad porque el tipo de terreno de la zona no permite obtener un buen pasto (Participante 23); además, el ejido no está parcelado y eso representaría un problema al tener borregos ya que sería muy difícil controlarlos y podrían devastar todo tipo de cultivo, sobre todo los corredores frutícolas (Participante 20).

#### **4.4.4 Otros cultivos en Señor**

A pocos kilómetros de Señor, en dirección norte oeste hacia Tihosuco, se encuentra un corredor frutícola. Está compuesto por pequeñas parcelas en las cuales se siembran cítricos, mayormente naranjas, a veces mangos. Es una actividad reciente y los campesinos que se dedican a ella son ejidatarios y reciben programas gubernamentales de apoyo (Participantes 11, 20). Otro participante señala que recientemente ha llegado un proyecto financiado por la SEDESOL para la siembra de pitahaya, y ahora varios campesinos se están dedicando a ese tipo de cultivo (Participantes 2, 11, 20):

*"Se compra mucha en el mercado es que la pitahaya es cara. La tierra acá es buena por ese tipo de cultivo, acá pega" (Participante 11).*

La producción de pitahaya para la exportación es ahora la actividad principal de un ejido cercano, los Chunes, entonces comenta un participante que probablemente la siembra de este cultivo en Señor está destinada a fortalecer la cadena productiva ya existente (Participante 20).

Otro proyecto de la SEDESOL que se aprobó hace dos años con el ejido es el cultivo de la planta *Jatropha curcas*, cuya semilla se utiliza para la producción de biocombustible (Participante 11). En el proyecto están involucrados 70 ejidatarios y una empresa de la cual nuestro participante no recuerda el nombre. La ventaja representada por esta planta es el alto rendimiento económico que puede generar comparado con el cultivo tradicional de la milpa:

*"la planta va a crecer y da fruto bastante, cuando empieza a dar fruto van a buscar mercados para que se venda la semilla, ahora es la modernidad, se necesitan nuevos combustibles, y esto va a rendir más porque es del fruto, con una mata así te puede dar hasta un kilo de semilla, son siete mil pesos, mientras que con la milpa se necesita un montón"* (Participante 11).

#### **4.4.5 Aprovechamiento forestal**

El ejido X-Mabén ha sido históricamente dedicado al aprovechamiento forestal. Hoy en día el recurso maderable estimado es de aproximadamente 40 mil hectáreas (Participante 21). En los años 80's y 90's del siglo pasado se aprovechaba sobre todo la madera dura, representada por el árbol de la caoba, del cedro, del chicozapote, del ciricote, y destinada a la exportación a Estados Unidos, Alemania, Holanda (Participante 28, diario de campo). Sin embargo, un participante señala que ahora la tendencia es distinta:

*"No se aprovecha tanto porque no hay gente de otro país u de otro estado que venga y diga vamos a utilizar esto, tal cosa, aprovecharlo pero no lo hacen, no hay gente de afuera que opine sobre eso, que nos apoyemos, yo pongo la empresa y por ejemplo, antes había la Paliera, es una industria donde se hace la madera, se hacen tablas, se ensamblan las tablitas delgadas, y los más pequeños que se cortan lo muelen, se ensambla y lo hacen Triplay, eso es lo que vendía la gente para la zona turística pero desapareció, la gente ahora no busca dónde vender eso de la madera preciosa y aparte no hay, se vendió todo"* (Participante 28).

Durante nuestra estancia en campo nos enteramos a través del programa radiofónico "Voces del campo" que la SEMARNAT autorizó un permiso para el aprovechamiento forestal para los próximos siete años, lo cual permitirá a los campesinos obtener otra fuente de ingreso y de sustento económico. Esta información fue corroborada algunos días después cuando se entrevistaron al comisario ejidal (en esa ocasión se conversó también con varios ejidatarios presentes en la sede del ejido) y al representante de la UNORCA, que tuvo un papel importante de mediación y ayuda a los campesinos por lo que concierne prácticas, solicitudes, capacitaciones y asesorías.

#### *4.4.5.1 El Chicle*

La extracción del chicle del árbol del chicozapote ha sido una de las actividades económicas más importante en el pasado. Sin embargo, hoy en día muy pocas personas se dedican a esta actividad ya que el precio del chicle es muy bajo, \$ 65/70 pesos al kilo (Participantes 6, 7, 11). Otro participante nos dijo que a lo largo de los años el ejido vendió casi todas sus maderas preciosas, entre ellas el chicozapote, del cual no quedan muchos ejemplares para garantizar una buena producción (Participante 28). La temporada de extracción del chicle va de agosto hasta noviembre, meses húmedos en los cuales el árbol del chicozapote suelta la resina. Anteriormente, los chicleros se organizaban en grupos de 10 personas, escogían un lugar en el monte y allí se quedaban hasta que los zapotes soltaban toda la resina; sucesivamente cambiaban de sitio hasta que se concluía la temporada. Aproximadamente, llegaban a cosechar 30/40 toneladas de chicle al año (Participantes 6, 11). Históricamente, durante y después la Guerra de Castas los mayas no querían establecer relaciones con los mexicanos y el chicle se vendía a Belice que se encontraba bajo el dominio Inglés, y lo cambiaban por armas como las escopetas (Participante 11). Según nos dijo este participante hasta el año 1947 la extracción del chicle era realizada por personas de Yucatán y Campeche ya que la gente de Quintana Roo no sabía cómo trabajar el chicle y con ellos empezó a aprender (Participante 6).

En el Estado de Quintana Roo se formaron 21 cooperativas chicleras reunidas en la "Confederación de Cooperativas Chicleras del Estado de Quintana Roo". En Señor operaba la cooperativa José María Pino Suárez, la cual contaba con algunas secciones. En cada cooperativa había un "pignorador" [SIC] (intermediario), quien estaba encargado de comprar el chicle y llevarlo a la Bodega Chiclera de Carrillo Puerto y en el año 1955 el chicle alcanzó su apogeo: para las personas locales era considerado oro (Participante 6). En los años 90's hubo un cambio importante: la Confederación de las cooperativas se convirtió en Consorcio chiclero formado por nueve cooperativas que se aliaron con el Licenciado Manuel Terrazas, de hecho excluyendo a todas las demás cooperativas que poco a poco fueron desapareciendo (Participantes 6, 28).

#### **4.4.6 Otras actividades económicas**

En el contexto urbano varios jóvenes de la comunidad de Señor se dedican a la actividad de chofer de mototaxis, de las cuales existen tres compañías. La mototaxi es el medio de

transporte mayormente utilizado por la población local y de las comunidades cercanas, ya que no existe transporte público (Diario de campo).

Otras actividades económicas son la albañilería, aunque los ingresos que genera son mínimos (Participante 17); algunas personas se dedican a la construcción de palapas de madera y palma de huano, aunque ahora mayormente trabajan en la Riviera Maya (Entrevistas informales con un palapero local).

Con respecto al sector del comercio, hicimos un recuento de los establecimientos comerciales en el pueblo, logrando identificar 92 de ellos (Tabla 2).

Tabla 2. Número y tipologías de tiendas en Señor. Diario de campo.

<b>Tipo de tiendas</b>	<b>Unidad</b>
Abarrotes	40
Molinos	6
Mini súper (uno incluye farmacia)	6
Cervecería/bar/cantina	4
Carnicería	4
Cyber	4
Lonchería restaurante	4
Carpintería	3
Diconsa	3
Frutería	3
Novedades y regalos	2
Pollería y taquería	2
Zapatería	2
Casa de empeño	1
Centro de llenado de agua	1
Comercial (ferretería, zapatería abarrotes)	1
Ferretería	1
Nevería y helados	1
Papelería	1
Pastelería	1
Taller mecánico	1
Video Club	1
<b>Total</b>	<b>92</b>

El dato que más llama la atención es el gran número de abarrotes: el primero lo puso un señor de Valladolid hace 50 años, y actualmente varias personas que trabajan en la Riviera Maya tienen un mayor ingreso económico y por lo tanto deciden invertir en estas tiendas para diversificar su economía (Entrevistas informales con campesinos locales).

#### **4.4.7 Actividades económicas "informales"**

Otro rubro importante de la economía comunitaria, aunque quizás la más difícil de cuantificar en términos de ingresos, es representado por el bordado, en específico el vestido típico hipil, y la fabricación de hamacas. Recorriendo el pueblo es fácil encontrarse con artesanas que en el patio de sus casas se dedican a estas dos actividades, a veces con la colaboración de sus maridos (hamacas), quienes las auxilian en las tardes después de haber regresado de sus milpas (Entrevistas informales con campesinos locales).

Las hamacas son producidas con hilo de nylon, que ha prácticamente suplantado la fibra de henequén y, normalmente, una artesana tarda dos meses en completar una, mientras que por el bordado depende del tipo de diseño y del tamaño. Su mercado principal es representado por la Riviera Maya (aunque en algunas ocasiones trabajan también por pedido por las personas locales), en donde intermediarios venden sus productos. Estos últimos compran hamacas e hipiles a un precio respectivamente de \$ 800 y \$ 400 pesos aproximadamente, para luego volver a venderlos a un precio tres veces mayor (entrevistas informales con tejedoras locales y observación participante). A primera vista esto podría parecer un poco absurdo, y nos surgió la pregunta del por qué no eran ellas mismas las que vendían sus productos en la Riviera para obtener mayores ingresos. Sin embargo, conversando con las artesanas emergió como ellas no tienen esa visión y formación empresarial, sino se consideran mano de obra que prefiere quedarse bordando en Señor y salir a vender para ellas significaría perder todo el día. A lo anterior, pese a que las mujeres están empezando a cambiar la mentalidad y salen a trabajar, hay que añadir la forma de pensar machista que tratamos en un apartado precedente, ya que todavía sigue difusa la idea de que el rol de la mujer es estar en la casa y al varón le pertenece la tarea de mantenerla (Entrevistas informales con mujeres locales). Al respecto, un participante y encargado de la CDI nos explicó como la organización ha metido muchos recursos a los pueblos indígenas

pero muy difícilmente los proyectos han detonado porque es muy difícil romper esa cultura y llevarlo a un nivel más:

*"Prefieren no enfrentar ese compromiso, ese reto, prefieren que los vayan a buscar y los llevan y los traen, les dan dos pesos y ya" (Participante 30).*

#### **4.5 Dificultad en acceder a proyectos productivos**

Cuanto expresado por el encargado de la CDI lo vamos a tomar como un anzuelo para proporcionar un cuadro mucho más completo sobre el por qué los proyectos fracasan o no tiene el éxito esperado. Al respecto, los participantes lamentan la dificultad en acceder a proyectos productivos y a raíz de ello señalan varios factores que podemos indicar como internos y externos.

Con respecto a los primeros, en ámbito comunitario los partidos más fuertes históricamente son el PRI y el PRD y existen algunos ejidatarios definidos "líderes" históricos que conocen las necesidades del pueblo y por lo tanto se ocupan de la vida política del pueblo e inevitablemente influyen la vida comunitaria (Participantes 2, 20, 22, 25, entrevistas informales con pobladores locales). De ahí que para una persona que no está alineada políticamente a un partido específico o no "conoce" las personas justas es muy difícil acceder a proyectos productivos (Participantes 24, 25, entrevistas informales). Otros participantes añaden que la envidia, la falta de visión a largo plazo y la ignorancia de los ejidatarios, quienes a lo largo de toda su vida solamente se han dedicado a la milpa, han sido un obstáculo para la puesta en marcha de varios tipos de proyectos productivos y por lo tanto un freno al desarrollo de actividades potencialmente redituables (Participantes 2, 17, 22, 28, 29, entrevistas informales con pobladores locales). Este participante nos dijo:

*"Es que trabajar con el ejido es muy riesgoso, porque el ejido no entiende que si nosotros queremos trabajar podemos trabajar, tenemos planes de trabajo y podemos implementar bien, pero ellos la única ambición que siempre han tenido es dinero, vamos a venderlo, vendemos esto. De hecho acá en el pueblo ha habido muchos proyectos y siempre han terminado mal. Ha habido una cría de engorda de pollos y nada, una organización ganadera igual. En la laguna azul se cultivaba antes la tilapia, igual. Se les puso una quebradora, igual, vendieron toda la maquinaria. También un aserradero, lo mismo. No puedes trabajar con el ejido, por la envidia y los líderes que tenemos ahorita se van en lo económico, a ellos si les caen 50 pesos y es posible dividirlo en 500 personas ellos lo dividen, lo reparten y nunca invierten, esto es el problema de la comunidad" (Participante 22).*

Para reforzar lo anterior, algunos participantes mencionan que hace un año y medio una persona foránea propuso un proyecto ecoturístico en la cercana laguna Azul que preveía la inversión de muchos millones de pesos y la participación activa de los mismos habitantes de Señor (Participantes 2, 11, 12, 17, 23); sin embargo, la asamblea votó en contra y el proyecto no se concretó, privando así el pueblo de una fuente de ingreso importante:

*"A la gente les estaban diciendo que si aceptaran ese proyecto ellos mismos lo iban a trabajar, pero es un proyecto a largo plazo, por lo tanto dicen los abuelos que ese dinero ellos no lo van a disfrutar, y entonces si mi hijo no le va a sacar provecho, yo no le entro, porque le dicen que todos los que van a trabajar son de aquí, pero, ¿quién nos garantice que sea así?" (Participante 12).*

Para factores externos, la complejidad que implica la elaboración de un proyecto, en términos de la documentación a integrar y del lenguaje técnico a utilizar, representan obstáculos casi insuperables para las personas locales cuyos niveles de escolaridad en lo mejor de los casos llegan a la secundaria. Además, acudir a las Instituciones para pedir un proyecto o darle seguimiento implica un sacrificio económico que no siempre las personas están en grado de sostener, de ahí que la mayoría prefiere producir "a la bendición de Dios" y no acceder a los programas (Participantes 1, 21, 28, entrevistas informales con campesinos, diario de campo). Un participante señala que:

*"Metimos el proyecto en otra institución pero ya tiene tiempo, no pasó, hizo falta otras cosas y lo dejaron, la gente no está acostumbrada, no sigue luchando para que te den... Cuando vas allí, te citan otro día y a veces como uno no tiene lo económico dice no voy; hacemos una coperacha, a ver quién coopera con \$ 10 o 20 pesos, y cuando vas allí dos o tres veces y nunca te atienden... ¿Para qué voy?, solo es gastar el dinero, y así piensa la gente de acá, por eso la gente se mal acostumbró y entró esa ideología, por lo tanto cuando uno quiere hacer algo bueno para el pueblo y para ellos le cortan la inspiración y no quiere seguir avanzando, y es una lástima lo que pasa acá. En lugar de que te alienten te desaniman..." (Participante 28).*

En el ámbito de la presentación de un proyecto productivo en la sede de la Cooperativa turística Xyaat un participante aprovechó de la ocasión para hacer una propuesta a los promotores del proyecto:

*"Otra cosa que quiero sugerirles a ustedes que están en el palacio ahora: que nos faciliten o que nos manden asesores, no es fácil que una persona se siente y haga un proyecto. Yo lo he visto con tantos años de esto y un proyectista te pide 40/50 mil u el 20% del costo del proyecto. Bueno, si tuviéramos ese dinero, ¿para qué pides un*

*proyecto? Todos queremos hacer muchas cosas, carpintería, cocina, artesanía etc. pero si no tenemos apoyos de gente que conoce, de letras, y ahora hasta piden actas de todo tipo, lo ponen tan difícil... Y llegan a decir que cómo no hubo gente que puso su proyecto se regresa el dinero... Pues, no hubo porque es tan difícil. ¿Por qué no nos facilitan los recursos aquellos que están en las dependencias?" [SIC] (Participante 1, observación participante).*

Como bien se podía notar en las palabras de un participante que reportamos anteriormente, la situación antes descrita ha generado sentimientos de desánimo y resignación en los pobladores (Participantes 1, 5, 17, 19, 20, 22, 28), para quienes la mejor y tal vez única alternativa es representada por la Riviera Maya y su industria hotelera (Participantes 20, 22).

#### **4.6 Crisis del sector primario y disminución de la milpa: "ahora la milpa ya no te da, es pura inversión no más"**

Como expuesto anteriormente, la milpa representa la actividad económica principal del pueblo. Sin embargo, se está enfrentando a una fuerte crisis en términos de disminución de la producción y un paulatino abandono del campo por parte de la población local. Si en el pasado la milpa era sinónimo de abundancia, casi ni siquiera se llegaba a cosechar todo de tanto producto que daba (Participantes 6, 7, 11, 13, 14, 20, 22, 28), hoy en día la situación ha cambiado drásticamente: a pesar de la gran inversión económica y de horas trabajo que la milpa implica, la cosecha ni siquiera alcanza para el sustento familiar (Participantes 2, 6, 11, 13, 14, 20, 21, 22, 23, 28, 29, entrevistas informales con pobladores locales). Intentando poner lo anterior en cifras, la producción ha disminuido de un 50% o poco menos (participantes 11, 20); las hectáreas cultivadas han pasado de un promedio de 10/15 hectáreas a 1/2/3 hectáreas (participantes 2, 6, 11, 14, 20, 22), y en raros casos se alcanzan las 4 o 5. Según otros participantes, los campesinos locales están intentando diversificar sus cultivos debido a los escasos rendimientos del maíz (Participantes 2, 20, 22, entrevistas informales con campesinos locales). Un participante nos señaló un problema relacionado con la disminución de la milpa que está afectando la biodiversidad y la capacidad regenerativa de los suelos. Normalmente, los campesinos conscientes tienen su milpa tres años y luego la dejan para que la tierra descanse un poco. Sin embargo, muchos campesinos

ya no esperan tres años sino hacen su milpa un año, luego la abandonan y buscan otra zona para poner una nueva milpa y así seguido (Participante 22).

#### **4.6.1 Causas a raíz de la disminución de la milpa: ecológicas**

A raíz de la situación antes descrita están causas que los participantes atribuyen primariamente al cambio climático y calentamiento global (Participantes 2, 6, 11, 13, 14, 20, 21, 22, 28, 29, entrevistas informales con campesinos locales). En particular, ellos refieren que en los últimos 15/20 años se ha asistido a estaciones cada vez más irregulares y se han modificado los patrones de las precipitaciones lluviosas, de ahí que para los campesinos se ha vuelto impredecible seguir el ciclo tradicional de la roza tumba y quema y cuando sembrar (Participantes 6, 11, 14, 22, entrevistas informales con campesinos locales). Varios campesinos señalaron que este año solamente los primeros que sembraron obtuvieron un poco de cosecha, y otro participante refuerza cuanto reportado antes añadiendo que esta situación está procurando desánimo entre los campesinos y se está traduciendo en una desvinculación al campo:

*"Normalmente, hace años atrás, unos 5 o 10 años, los productores tenían fechas en las cuales sembrar, fechas exactas, porque llovía en junio y julio, te caía la lluvia y ellos aprovechaban para sembrar, y en cambio ya ahora no, cuando es tiempo de lluvia ya no llueve, hay más sol y sequía, y esto afecta grandemente la producción de la gente y de los ejidos, y es por eso que ellos se abruma y dejan de cultivar, porque hasta cierto punto es más fácil comprar en la tienda, más que cultivarlos, es mucho más caro" (participante, 21).*

Al variar el ciclo de siembra en las milpas, se añaden también los académicos con los discursos ambientales, quienes alertaron la población local sobre el riesgo de que este tipo de cultivo pudiera inclusive llegar a desaparecer si no se encontraran soluciones alternativas:

*"Dijo una bióloga que vino que hay muchos carros y contaminación, cuando llega el 2020 peor todavía, ahorita no está peor, esto lo habló en el mes de julio, vienen de Mérida, para decirnos que para seguir la vida tenemos que buscar otra forma de trabajar, tenemos que tener pozo, y en lugar de sembrar el mes de julio tenemos que sembrar en marzo y regar, antes que llegue la lluvia ácida el elote ya ha prendido y eso dijo..." (Entrevista informal con campesino local).*

El campesino que nos dio esa entrevista informal sacó a la luz otra cuestión relacionada con los factores ecológicos, la lluvia ácida que los mayas conocen como *choko ja'* (literalmente significa agua caliente), aunque cada quien la definía de forma diferente:

"mala lluvia" (Participante 11) "agua salada, óxido" (Entrevista informal con campesino local), "agua oxigenada" (Participante 23): este tipo de lluvia, deja las hojas del elote amarillas y secas reduciendo el potencial de la planta (Participante 23).

#### 4.6.1.1 PROCAMPO

Relacionado con el tema de la pérdida de la cosecha está el programa PROCAMPO o PROAGRO Productivo como se define ahora, que consiste en un apoyo económico para los campesinos de \$ 1400 pesos aproximadamente, por hectárea al año. Actualmente en Señor se benefician los ejidatarios y los hijos que tienen milpas por un total de 620 personas (Participante 11). Este apoyo permite a los campesinos comprar el fertilizante para sus milpas, ya que generalmente en todos los ejidos de la zona los productores utilizan fertilizantes químicos porque de otra manera los maíces no crecen (Participantes 11, 21). Sin embargo, los participantes señalan que los apoyos no son suficientes ya que el costo de un bulto de fertilizante es muy alto y la mayoría de los campesinos no disponen de recursos económicos para invertir en ello (Participantes 6, 21, entrevistas informales con campesinos locales). Esto es lo que nos comentó un campesino:

*"Yo hasta el día de hoy no he visto nada, ¿cómo voy a fumigar mi milpa? O sea, ya se perdió la cosecha y no nos han dado, esto es lo que pasa en Quintana Roo. Y nos dan como \$ 1400 pesos por hectárea, yo tengo 3 me dan algo como 4 mil. Pero el fertilizante cuesta \$ 700 pesos por bulto, y es muy caro, si compras de kilo, \$ 15 pesos al kilo, y para una hectárea son 60 kilos, y no hay dinero para comprar y nadie te puede prestar, todos somos campesinos y eso es lo que no hace el Gobierno" (Entrevista informal con campesino local).*

Otro entrevistado nos aclaró que el tema de PROCAMPO o PROAGRO es bastante complicado ya que se ha creado un círculo vicioso entre campesinos y Gobierno:

*"Más que una ayuda es un subsidio, y pues desde hace unos años por acá la gente del campo se ha acostumbrado que año por año se le dé un subsidio, estamos hablando de mil pesos por hectárea. Si un productor tiene una hectárea está recibiendo mil pesos al año por perder la cosecha, este apoyo se da cuando uno pierde la cosecha. Pero, como le digo, la gente se acostumbra tanto a este subsidio año por año, meten la solicitud aunque no hayan perdido en su totalidad la cosecha. Entonces es bastante complicado lidiar y cambiar la mentalidad de la gente, entonces es este el dilema en el que se encuentran, y el programa lleva muchos años, no sé exactamente cuántos pero creo 20 más o menos. Los campesinos hacen su solicitud al Gobierno y se le viene su pago de mil pesos por hectárea, y cada año" (Participante 21).*

El mismo participante añade que el Gobierno muy raramente verifica las pérdidas de los campesinos ya que son muchos ejidos y las milpas no siempre son de fácil acceso, entonces resulta más fácil pagar que controlar.

#### **4.6.2 Causas sociales, culturales y económicas**

Según mencionaron los participantes, la milpa ahora se ha convertido en un tipo de trabajo casi exclusivamente individual, muy lejos de aquella actividad solidaria en la cual, años atrás, participaban la familia, los amigos y vecinos (Participantes 6, 11, 13, 14, 20, entrevistas informales con pobladores locales). Ellos añaden que el número de personas que se dedican a la milpa ha disminuido notablemente y, a confirma de lo anterior, en nuestra estancia en campo conocimos a cuatro personas que habían preferido buscar alternativas laborales, sea en el mismo pueblo de Señor o emigrando a la Riviera Maya para trabajar en la industria hotelera (Participantes 12, 14, entrevistas informales con pobladores locales).

En relación al tema constante de la escasa productividad de la milpa, se añade el hecho de que es una actividad que pone a dura prueba la resistencia de los campesinos, quienes están expuestos a todo tipo de condiciones climáticas y cuya ganancia realmente no compensa el intenso esfuerzo físico (Participante 12).

De las entrevistas emerge la relación fuerte que une las personas de edad con esta práctica agrícola y cultural. Los abuelos o personas de edad son los más reacios al abandono del campo (Participantes 7, 11, 14) como hemos podido comprobar durante el trabajo de campo gracias a la observación participante. (Diario de campo, entrevistas informales con campesinos locales). De ahí que son fácilmente distinguibles dos capas poblacionales: la primera, que incluye a los padres de familia, los ancianos o personas de edad, para los cuales la milpa es su vida, práctica cultural, forma de enseñanza; la segunda, las nuevas generaciones abiertas a la modernidad y más expuesta a temas como "el modismo", y por lo tanto escasamente interesadas en la milpa (Participantes 6, 7, 11, 12, 13, 14, 20, 21). Un campesino joven nos dijo:

*"De mi edad casi nadie la hace, se está perdiendo, si, antes hay mucha gente de los adultos pero ya se murieron, de los antiguos casi todos lo hacen, ahora no queda mucho" [SIC] (Participante 14).*

La falta de vinculación al campo desde pequeños, desde la familia, es consecuencia del cambio de pensamiento ya que muchos padres de familia prefieren que sus hijos estudien, encuentren un buen trabajo y tengan un futuro mejor, sin "sufrir" como ellos sufrieron (Participantes 2, 7, 20, 21), dejando la decisión de trabajar o no en la milpa a los mismos hijos (Participante 14).

Finalmente, una de las causas que está relacionada con la pérdida del monte es representada por las migraciones laborales hacia la Riviera Maya que empezaron a principios de este siglo (Participantes 7, 12, 13, 14, entrevistas informales con pobladores locales). Hemos querido hablar de este tema ahora no porque lo consideramos menos importante que los anteriores, al contrario, sino porque nos va a servir de enlace con el siguiente apartado sobre las nuevas dinámicas socioeconómicas en Señor. Según este entrevistado es muy clara la distinción entre capas generacionales que mencionamos antes y la razón por la cual la población emigra a la Riviera Maya:

*"La gente ya grande pues, al campo, la gente joven van a la Riviera Maya, es donde hay dinero, estudian y se van. El monte se empezó a perder cuando empezaron los trabajos de la Riviera Maya, cuando empezó la gente a salir, porque nadie salía a trabajar, cuando empezó la Riviera Maya de Tulum es cuando todo el mundo va"* (Participante 7).

#### **4.7 Nuevas dinámicas socioeconómicas: migración laboral a la Riviera Maya**

Hasta los primeros años del presente siglo, en Señor el tiempo y la vida de las personas estaban enmarcados en los horarios del campo y los ciclos de las tradiciones. Levantarse en la madrugada, ir a la milpa y regresar antes del mediodía, evitando las horas más calurosas del día. No había mucho que hacer en el pueblo, no había teléfono ni internet, llegaron respectivamente en el año 2002 y 2005 (participante 20). Al llegar el atardecer las calles se vaciaban y las cocinas de las casas tradicionales se convertían en el espacio de socialización para las familias (participantes 1, 22, entrevistas informales con pobladores locales). Las historias de los abuelos eran entonces el amarre familiar, la transmisión de sabiduría, conocimiento y enseñanza intergeneracional, la forma de darle sentido y preservar la memoria histórica de los mayas (participantes 1, 10, 22, entrevistas informales con pobladores locales).

De acuerdo a varios participantes (2, 20, entrevistas informales) en ese entonces la comunidad estaba en un estado de pobreza permanente y las personas no tenían gran disponibilidad económica ya que vivían de su milpa para autoconsumo. Un participante definió las personas de Señor como "espantadas", (refiriéndose a personas con miedo y sin una visión para el futuro) (Participante 2). Sin embargo, el año 2002 representó el punto de cambio radical para el pueblo de Señor (Participantes 1, 2, 6, 7, 12, 13, 14, 17, 20, 22): algunas empresas hoteleras de la Riviera Maya en la incesante búsqueda de mano de obra como camaristas, jardineros etc., facilitan oportunidades laborales a la comunidad poniendo a disposición autobuses para el traslado de los trabajadores del pueblo al hotel y regreso. Si anteriormente a ese año muy pocas personas de Señor emigraban hacia la Riviera Maya y Cancún en búsqueda de trabajo en la industria hotelera (Participantes 2, 7, 16), con la llegada de los autobuses comienza un proceso migratorio diario y constante de decenas y decenas de trabajadores, tres veces al día de acuerdo a los turnos laborales en los hoteles, mañana, tarde y noche (Participantes 1, 2, 7, 12, 14, 16, 17, 20, 21, 22, observación participante, entrevistas informales con choferes de autobuses de hoteles turísticos).

Este sistema ha representado una doble ventaja: por un lado, los hoteles se aseguran la máxima puntualidad de los trabajadores; por el otro, estos últimos evitan rentar un cuarto en la Riviera a precios elevados y así mantener su salario intacto (Participantes 2, 12, 17, 20). Por medio de la observación participante corroboramos las entrevistas y pudimos comprobar que hoy en día seis autobuses van y vienen cada turno. Este fenómeno ha alcanzado dimensiones importantes para el pueblo: según un participante la tasa de migración laboral se puede calcular en un 30% (incluyendo los que se quedan permanentemente en las localidades turísticas) (Participante 20). Prácticamente, durante nuestra estancia cualquier persona con la cual conversamos tenía a un familiar (algunos dos o tres) o amigo empleado en la industria hotelera en la Riviera. Lo que llama la atención es que no se ven señales de una inversión de tendencia. Al contrario, como nos comentaron por teléfono dos participantes y amigos, a principios de año los representantes de otros dos hoteles contrataron a más de 30 nuevos trabajadores, contribuyendo así a engrosar el ya sustancioso ejercito de jornaleros diarios (Participantes 20, 28).

Los participantes señalan que la Riviera Maya se ha convertido así inevitablemente en un polo de atracción para la población local que ve en ella la posibilidad de recibir una quincena fácil, es decir, un pago seguro cada 15 días, representado por el salario mínimo más las propinas. (Participantes 2, 7, 12, 14, entrevistas informales con trabajadores de los hoteles). Un trabajador que esperaba abordar el autobús para el turno de la tarde, nos expresó su felicidad por la quincena que iba a recibir: \$ 2000 pesos, de los cuales \$ 800 eran de propinas; también, nos explicó que se había inclusive creado una competencia entre ellos para poder trabajar en el turno matutino, en el cual normalmente los turistas traen sus carteras consigo y por lo tanto más fácilmente dejan propinas. Lo anterior es explicativo del por qué personas de todas las edades, aunque mayormente jóvenes que acaban de terminar la secundaria o el bachillerato, anhelan ir a trabajar a la Riviera Maya. Conversando con varios de ellos, emergió como finalmente las entradas económicas compensan el cansancio del turno de trabajo y sobre todo del traslado, que en el caso del hotel más lejano puede tardar hasta 3 horas sin paradas intermedias (Participantes 17, entrevistas informales con trabajadores de los hoteles).

Todo lo anterior está condensado en las palabras de estos dos participantes:

*"Hay mucha gente que digamos, terminan la escuela, y se quieren ir a chambear, se van al trabajo, pues regresan, ya ves que construyen su casita o un carrito, cambian digamos su forma de vida, y como está cerca, la mayoría no quiere seguir estudiando, adquirir una profesión, muchos prefieren chambear, les gusta el dinero, se van a chambear y regresan" [SIC] (Participante 2).*

*"Si usted se casa, solo una noche, hay que repartir 100 cajas de cervezas, tres cochinos, relleno negro, tortillas, refrescos, se reparte con sus familias, bodas grandes, antes no era así, pero ahora se ha modernizado, la gente tiene dinero, uno que no tiene no podría hacer esto. Pero ahora si hay dinero, depende de la Riviera Maya, hay jóvenes que salen de la escuela y van a trabajar allá, junta dinero conoce una mujer allá y se casa, después del casamiento la noche del sábado boda, matan tres cochinos 150 kilos cada uno, porque hay dinero. De acá si hay personas que van, terminan la telesecundaria, el bachiller en Señor, y luego se van, quincenalmente cobran ellos, ahora hay facilidad con los autobuses [SIC] (Entrevista informal en Tixcacal Guardia)*

De ahí que no falta el agradecimiento a las empresas hoteleras para darles la oportunidad de trabajar y aumentar sensiblemente la disponibilidad económica de sus familias para participar en la dinámica del consumo (Participantes 14, 17, 21, 26 entrevistas informales con trabajadores de los hoteles). Prueba de eso, durante una

entrevista a un participante, el movimiento de su brazo a indicar su coche y su casa fue más ilustrativo que mil palabras. Sin embargo, cabe mencionar que algunos trabajadores ya empiezan a darse cuenta de que el sueldo recibido es realmente muy poco comparado con las ganancias en dólares de los hoteles (Participante 25, entrevistas informales con trabajadores de los hoteles).

De todos modos, lo que mayormente nos sorprendió fue escuchar que varias personas incluso "combinan" el trabajo en el hotel con la milpa para tener disponibilidad económica suficiente para la familia: la milpa sirve para no comprar el maíz, mientras que el salario del hotel para todo tipo de gasto (Participante 14).

#### **4.7.1 Todo lo que brilla no es oro: la otra cara de la moneda del turismo y de las migraciones laborales hacia la Riviera Maya**

Las oportunidades laborales ofrecidas por el turismo en la Riviera Maya y las consiguientes migraciones de un gran número de personas locales inevitablemente generan sentimientos contrastantes y de ahí diferentes interpretaciones de acuerdo al punto de vista de las personas directamente o indirectamente involucradas en estas nuevas dinámicas socioeconómicas. En el coro de voces que escuchamos emergen varias que expresan una posición muy crítica frente a este fenómeno, que es visto como una forma de explotación y de esclavismo a las cuales están sometidos los trabajadores en los hoteles pese a que haya prestaciones de ley y sindicatos. (Participante 21). En este sentido, señala un participante que los abuelos hablan ahora de una "esclavitud fina", haciendo un paralelismo entre lo que están experimentando los mayas actuales de la Zona Maya y la condición de opresión de sus antepasados al principio del siglo XIX, quienes fueron obligados a construir las haciendas y luego a trabajar en ellas:

*"Los empresarios que están allí se acomodan muy bien, la historia es allí, cuando los abuelos nos han platicado de que esa esclavitud al principio del siglo XIX, eso es lo que sucedía, obligaban a los mayas a construir las haciendas y luego los ponían a trabajar allí, para empezar a sembrar caña de azúcar, algodón, ganado etc. Ahora se repite la historia..."* (Reunión de la Marca Turística Maya Ka'an).

Asimismo, todo lo anterior es concebido como parte de un diseño más grande de expansión del capitalismo y del consumismo en general, que va creando nuevas generaciones desesperadas para obtener un ingreso sin darse cuenta que finalmente se

convierten en esclavos de las grandes empresas (Participantes 21, 26, entrevistas informales con pobladores locales).

Según varios entrevistados las migraciones laborales y el trabajo en la Riviera han tenido un peso notable en la pérdida de algunos aspectos de la tradición, del conocimiento y en general de la cultura local. Un participante nos mencionó que muchas personas ahora desconocen las plantas utilizadas para la medicina tradicional porque ya no van a la milpa sino prefieren trabajar en los hoteles (Participante 28). Asimismo, como reportado anteriormente, los días laborales incluyendo el transporte al hotel son muy largos, por lo tanto se redujo sensiblemente la participación, sobre todo de los jóvenes, en aquellas actividades relacionadas con las fiestas. Durante nuestra visita al centro ceremonial Maya de Tixcacal Guardia, el Capitán de compañía a cargo durante esa semana nos dijo:

*“Algunos jóvenes participan, pero los que están trabajando fuera no. Antes había vida solidaria, cada grupo con su familia estaba de acuerdo por hacer la fiesta... Se empezó a perder o disminuir con el turismo porque salen a trabajar, no hay casi jóvenes de acá, se pierde la cultura porque no ven y no saben cómo hacerlo... El dinero les pega más, cada 15 días reciben quincena, a veces regresan a las dos de la mañana y vienen acá y pagan una cuota, y piden un deseo a Dios a través de los Tatiches para que recen por ellos”* (Entrevista informal en Tixcacal Guardia).

## **4.8 El ecoturismo comunitario en Señor**

### **4.8.1 Antecedentes del ecoturismo comunitario en Señor: la breve historia del proyecto ecoturístico "Laguna Azul"**

El turismo en Señor empezó en el año 2000, cuando se puso en marcha el primer proyecto ecoturístico en el municipio de Felipe Carrillo Puerto, en el cual se involucraron el ejido y la UNORCA, con el fin de aprovechar turísticamente la laguna Azul, ubicada a cinco kilómetros del pueblo<sup>22</sup>. En aquel entonces ese tipo de proyecto representaba algo novedoso ya que nadie hablaba de turismo en la zona; la Riviera Maya apenas estaba empezando a desarrollarse y Tulum era todavía un pueblo muy pequeño (Participante 1).

La idea consistía en hacer cabañas en la laguna, baños ecológicos y organizar y vender paseos en canoa y paseos en bicicleta. Sin embargo, la falta de conocimiento en materia ecológica y turística y la dificultad en acceder a la laguna hicieron que el proyecto

---

<sup>22</sup> Ver también el trabajo de Karla Berenice González Matú del 2005, "Turismo alternativo, actividad complementaria de desarrollo económico en dos comunidades rurales de Quintana Roo, Pacchen en el Municipio de Lázaro Cárdenas y Señor en Felipe Carrillo Puerto".

nunca fuera aprobado por el INI, la actual CDI (Participante 1). Aquí entra en juego una figura fundamental: el biólogo y profesor del Tecnológico de Felipe Carrillo Puerto Arturo Bayona, quién realizó un proyecto de naturaleza llamado Senderos Interpretativos del Tecnológico y que fue invitado a Señor para diseñar y presentar ese modelo para la laguna Azul (Participante 18). El proyecto fue aceptado y nombrado "Laguna Azul", y recibió el patrocinio del INI en la medida de \$ 200 mil pesos dividido en tres paquetes (Participantes 1, 18, 22).

El proyecto era dirigido por la asamblea ejidal y solo podían participar los ejidatarios. Sin embargo, nadie estaba interesado en tomar parte en él y participar a los cursos de capacitación impartidos por el biólogo, motivando la falta de interés con el hecho de que no iban a recibir ningún pago para asistir a dichos cursos (Participante 1). Otro participante, bastante crítico, señaló que no hubo participación debido a la ignorancia de los mismos ejidatarios, quienes, como señalado en un apartado anterior, solamente se habían dedicado toda su vida a la milpa y no aceptaban ningún tipo de actividad que no fuera esa (Participante 18). Después de un tiempo, un grupo de 10 amigos lugareños decidió involucrarse en el proyecto, con la idea de realizar un turismo ecológico enfocado a la conservación del lugar (Participantes 19, 22). Con el primer paquete del financiamiento, el grupo se dotó de varios equipos, entre ellos snorkeles, kayaks, canoas, aletas, visores; conjuntamente se aplanaron casi dos kilómetros de terracería para mejorar el acceso a la laguna y empezó el proceso de capacitación, que se llevó a cabo por ocho meses durante los fines de semana, tanto en la laguna como en el Tecnológico de Felipe Carrillo Puerto (Participantes 22, 23). Este consistió en estudios en la laguna con el fin de monitorear la flora y la fauna y preparar fichas técnicas, estudiar las especies de aves locales para la observación, así como crear senderos en la laguna (Participantes 5, 23).

El turismo que tenían en mente empezó a ver la luz y se solicitó el segundo paquete del financiamiento, con el cual se compraron otros equipos y se construyeron los baños ecológicos y el muelle (Participante 22). Finalmente, en 2002 se abrió oficialmente el ecoturismo y se empezaron a recibir a los primeros visitantes, principalmente personas locales o de la zona aunque algunos llegaban también de Tulum; la entrada tenía un costo de \$ 5 pesos para los locales y \$ 10 pesos para los foráneos (participante 19), y se ofrecían dos tours en canoas, uno corto y uno largo, por respectivamente \$ 170 y \$ 250 pesos

(Participante 22); también, se empezó a llevar a estudiantes locales, practicar senderismo y se puso un puestecito de comida (Participante 5). El grupo se volvió "celoso" de su trabajo, ya que con la visión de conservar el lugar la laguna permanecía limpia todo el tiempo y se proporcionaban informaciones sobre ella (Participante 22).

Mientras tanto, un socio participó en un curso propuesto por la ONG Rare Center, que se ocupa de conservación a nivel mundial, con el fin de capacitarse en la gestión de una empresa comunitaria de ecoturismo (Participante 22). Dos meses después de terminar el curso, el mismo integrante participó en una reunión de ecoturismo en Tlaxcala, donde se conformó la Red Indígena de Turismo de México (RITA)<sup>23</sup>. El presidente Cecilio Solis, viajó a Señor y se encontró con el grupo, proponiéndole implementar la oferta turística, creando un paquete turístico que, además de la laguna, incluyera también una parte cultural relacionada con la comunidad. A raíz de la colaboración con Solis, empezaron a llegar visitantes de Estados Unidos, Canadá y Europa, y el problema de la lengua fue obviado gracias al apoyo de una persona de Felipe Carrillo Puerto (Participante 22). En esta primera etapa se involucró también la ONG Ya'axche, representada por el biólogo Carlos Mead, quién, consciente de las potencialidades que la laguna y el pueblo representaban, ayudó al grupo en el proceso de planeación estratégica del funcionamiento del ecoturismo y de un posible turismo cultural en el pueblo (Participante 19).

A pesar de que el grupo de jóvenes trabajaba en convenio con el ejido, bien pronto empezaron a surgir problemas. De las entrevistas emergió el rebote de responsabilidad del fracaso y abandono del proyecto Laguna Azul entre los integrantes del grupo y los ejidatarios. Sucesivamente, de las cenizas de ese proyecto surgió la cooperativa de ecoturismo comunitario Xyaat que hasta el día de hoy opera en el pueblo y de forma independiente del ejido.

Los ejidatarios vieron la gestión del ecoturismo en la laguna como una actividad que iba beneficiando al grupo pero sobrepasando la autoridad ejidal (Participantes 6, 11,

---

<sup>23</sup> El participante, en lugar de RITA, erróneamente nos señaló la "Red de ecoturismo comunitario Maya". RITA es un modelo a través del cual los grupos indígenas de México pudieran autosustentarse económica y culturalmente en sus propias comunidades. Reúne a 155 empresas indígenas que ofrecen al mercado artesanías, ecoturismo, visitas a corredores arqueológicos y ecológicos, dulces tradicionales y medicamentos naturales alternativos. Todo, sin intermediarios y basado en un modelo propio desarrollado en 11 redes internas que hacen a estos grupos nacionales dueños de su trabajo ([http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2009\\_628.html](http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2009_628.html)).

25). De ahí que la misma autoridad decidió revocarle el permiso de manejar el turismo en la laguna (Participante 6, 16, 17). Este participante señala que:

*"Él<sup>24</sup> no lo hacía como de antes, antes pagaba a los comís [comisarios ejidales], caía con una lanita, fírmame este y este proyecto, ya cuando nos dimos cuenta el chamaco está haciendo palapas allá... ¿Qué onda? No es que el chamaco sacó proyectos por \$ 400 mil pesos. ¿Qué onda? ¿Quién le dio esa autorización? Pues el comís... Vayan a buscar el libro a ver qué onda... Pues así fue cómo le cortaron las alas" [SIC] (Participante 6).*

Para los integrantes del grupo no había ninguna irregularidad en su actividad. Al contrario, ellos como grupo sí podían manejar el proyecto y fue el ejido que malpensaba sobre su actividad (Participante 23). Otro integrante añadió que parte de la responsabilidad del fracaso del proyecto la tuvo el mismo biólogo que capacitó al grupo, hablando explícitamente de "traición":

*"Nosotros no sabíamos el convenio como está. "¿Sabes qué?" "El 80% de todas las ganancias que va a generar la laguna va a dejar al ejido y el 20 es para Ustedes". ¿Pero qué? Si el trato era de 50 a 50, nosotros hacemos la chamba, nosotros llevamos las cosas, arreglamos el camino que estaba peor, y con el 20% que vamos a hacer entre nosotros. Luego nos mostró el documento que dice que el 20% para nosotros y el 80% para el ejido" [SIC] (Participante 19).*

Y fue justamente esta repartición del dinero lo que llevó inevitablemente a la ruptura de la colaboración y al sucesivo emprendimiento del turismo cultural en el pueblo:

*"El señor Pepe estaba como comisariado ejidal, nuestro problema era que nunca él nos firmó un papel en el que decía que recibió la cantidad de \$ 45 mil pesos, le dimos eso, de los \$ 60 mil erogamos gastos, y nos quedamos con \$ 15 mil. Y salió el rumor que nos habíamos quedado con la cantidad de \$ 60 mil pesos, y el ejido nos cuestionó de esa suma, es que la entregamos a Don Pepe, pero él dijo que nunca le entregaron nada. ¿Dónde está el papel que les firmé? Y allí empezamos a tener problemas con el ejido él cual dijo: si ustedes han estado trabajando allá y ven que es redituable, entonces nosotros lo vamos a administrar, les damos la oportunidad de trabajar pero nosotros lo administramos. Entonces decimos que no es lo mismo administrarlo nosotros o ellos, entonces decidimos seguir con lo que es el turismo cultural, más en el pueblo y dejar de lado la laguna" (Participante 22).*

De ahí la autoridad ejidal asumió la gestión del turismo en la laguna a través de comités de ecoturismo que se renuevan cada tres años (Participantes 1, 5, 19, 22). Desafortunadamente, la falta de capacitación de los integrantes del nuevo comité de

---

<sup>24</sup> En particular emerge como, pese a que se trate de un grupo compuesto por 10 personas, ellos hablan al singular, acusando explícitamente a un integrante de dicho grupo que es ahora el actual presidente de la cooperativa Xyaat. Se ahondará más sobre este asunto en un apartado más adelante.

gestión estuvo a la base de un acontecimiento triste: pocos días después un visitante murió ahogado. Esto conllevó la clausura de la laguna por un tiempo y la cancelación del tercer paquete del financiamiento del INI. Paulatinamente, se abandonó el proyecto con consecuente pérdida de todos los equipos que al día de hoy nadie sabe donde quedaron (Participantes 1, 18, 22), así como al deterioro de todas las instalaciones, de las cuales ya no queda prácticamente nada (Observación participante, entrevistas informales con pobladores locales).

Al día de hoy, los comités siguen gestionando la laguna con muchos altibajos. Se supone que para acceder a ella se paga una entrada (Participantes 6, 13, 20); sin embargo, pudimos acceder sin que nadie nos cobrara. Algunos participantes lamentan que los integrantes de los comités se dedican primariamente a sus actividades, la milpa entre ellas, dejando el mantenimiento de la laguna como actividad secundaria. De ahí que ha habido comités que al año han entregado sumas ridículas, resultado de una mala gestión (Participantes 20, 22, 29). Conjuntamente con la CDI, se han dado algunos cursos de capacitación para obviar a ese problema, los cuales han permitido que algunos comités trabajaran eficazmente y con buenos resultados económicos. Sin embargo, a todo esto no se le da seguimiento, ya que el reglamento prevé que cada tres años el comité sea remplazado por otro nuevo, obviamente sin capacitación, lo cual se traduce otra vez en una mala gestión (Participante 20).

#### **4.8.2 Constitución de la cooperativa de ecoturismo comunitario Xyaat**

Tras el fracaso del proyecto ecoturístico, el grupo de 10 jóvenes seguía con la intención de hacer turismo, y la única posibilidad era representada por una cooperativa que pudiera operar en el pueblo independientemente del ejido, ofreciendo paquetes turísticos enfocados en las expresiones culturales de la comunidad (Participantes 1, 5, 19, 22).

##### *4.8.2.1 Actores turísticos y partes interesadas involucrados en la creación de Xyaat*

En el proceso de constitución de la cooperativa se involucraron muchos actores de diferentes escalas y posiciones de poder. En voz de un participante, a pesar de tocar puertas a varias instituciones, se enfrentaron con paredes impenetrables y actitudes discriminatorias:

*"Cuando tocas la puerta primero te miran desde los zapatos hasta la cabeza, ¡ah! ¡son Mayas, regresa mañana! Es triste porque quieres desarrollar algo y no hay*

*nadie que te apoye, y es muy dolorosa esa parte, ves a la gente que dice ser de turismo, instituciones de gobierno con la mirada así amenazadora, dicen que son para el desarrollo" (Participante 1).*

El grupo decidió entonces acudir a Julio Moore, encargado regional del PNUD, quien en aquel entonces empezaba a interesarse en proyectos comunitarios y aconsejó al grupo que se enfocaran en el turismo cultural ya que Señor tenía mucho que ofrecer (Participantes 5, 22). Para poder acceder a los financiamientos del PNUD era necesario constituirse oficialmente como cooperativa y presentar un proyecto (Participantes 1, 22). Entonces el grupo se animó y, a pesar de que en aquel entonces el PNUD solamente financiaba grupos dentro de la Reserva de Sian Ka'an, presentó igualmente una propuesta a la Directora del Programa gracias a la intermediación de Moore quien hizo de traductor. Lamentablemente, fue rechazada porque no se trataba de un proyecto verdadero:

*"¡Wow!, dijo la Señora, ¿hay Mayas?, ¿y hacen tortillas de maíz como hacían hace años? Si. ¿Y hacen milpa? Si. ¿Ceremonias? Si, también. Me parece súper interesante, y dice, creo que hemos hecho mal las cosas, porque todos los que están dentro de la Reserva de Sian Ka'an no hacen nada, todos los que están allí y tienen recursos no diseñan proyectos. Bueno, yo les voy a hacer una visita dentro de 30 días, si me convencen les doy el dinero. ¿Cómo no la vamos a convencer? Cocinar, hicieron danzas, maya paax, los llevamos a la milpa, pib de elotes tiernos etc., e hicimos un documento en el que indicamos: queremos dos baños, una casa bicicletas, como una carta normal y, ¿qué crees? No la aceptaron" (Participante 1).*

Debido a la falta de recursos económicos para pagar a un proyectista, el mismo Don Julio Moore contactó a un maestro de José María Morelos que los ayudó en la redacción y traducción de la maya al español. Realizado el proyecto, el PNUD les otorgó un financiamiento de 26 mil dólares. Sin embargo, para poder retirar el dinero el PNUD les pidió figura jurídica, y solamente después de varios meses el grupo logró hacerla. En este asunto fue muy importante la figura de un ex presidente del Municipio de Felipe Carrillo Puerto, Sebastián Estrella Pool, quien tenía una asociación que trabajaba por un programa del gobierno de México para pueblos indígenas y básicamente ayudaba organizaciones comunitarias para constituirse legalmente (Participantes 1, 5). En una semana lograron obtener la figura jurídica y, para evitar problemas con el ejido, llamaron la cooperativa Xyaat, nombre maya de la palma camedora, y finalmente recibieron el financiamiento, que se usó para construir la oficina y los baños, comprar bicicletas y participar a un curso de guía y de inglés (Participante 1).

La cooperativa está compuesta actualmente por 10 socios y está organizada por una Directiva. Las figuras clave son el presidente, el secretario y el tesorero. Se hace una asamblea cada mes y el ingreso de nuevos socios está subordinado a la aprobación de la asamblea, así como hay un reglamento interno que prevé que no se aceptan personas que no sean ciudadanos mexicanos (Participantes 1, 5). Además, una ventaja del ser socio es representada por los beneficios extra que ellos reciben, pueden ser un donativo de ropa, zapatos, despensas, básicamente todo lo que se puede generar se les da directamente a los socios (Participante 1).

#### **4.8.3 Nace el turismo cultural en Señor**

Para la conformación de un turismo comunitario se hizo un diagnóstico de la comunidad: se escucharon varias propuestas del tipo: "*yo tengo medicina tradicional en mi casa, mi mamá soba y hace medicina de las plantas*", preguntándose también: "*¿Qué le gustaría escuchar al turista?, ¿cuánto tiempo quiere pasar escuchando historias?*". Finalmente, se logró conformar un paquete de turismo cultural compuesto por toda una serie de actividades casi únicas en su género, entre ellas hilado de henequén, historias y leyendas mayas, elaboración de instrumentos musicales, música *maya paax* y bailes típicos, la medicina tradicional, ceremonias de purificación y rituales mayas como el *hetzme*, así como se fue creando una gastronomía local maya enfocada en la preparación de platillos regionales (Participantes 1, 5, 19, 22, 23). Todas estas actividades podían ser disfrutadas por los visitantes a través de un recorrido que tocaba diferentes casas de lugareños, y la mayoría de ellas eran propuestas por personas mayores de edad, que de este momento en adelante llamaremos "abuelos", y que eran casi los únicos en hacer esos tipos de actividades (Participantes 1, 5, 22, 23).

Cabe mencionar como en aquel entonces, resultó fundamental el apoyo aportado por la Universidad Internacional de Florida, la cual llega a saber de la iniciativa y a través de dos estudiantes empieza una colaboración con el fin de ayudar al grupo en aspectos poco familiares como por ejemplo el mejoramiento de la estructura organizativa, técnicas de mercadotecnia, organización de tours y experiencias y, finalmente la comercialización (Participantes 1, 5, 19, 22, 23). En ese aspecto, el grupo solía preguntarse: "*¿Quién va a ver nuestro producto? A la gente local no le interesa su cultura. Y, ¿cómo se recibe un turista?*" En esos años todavía no existían celulares en Señor, ni tampoco había páginas web, de ahí

que la Universidad, para promocionar la Cooperativa y evaluar el producto ofrecido, consiguió contactar a una televisión de Argentina, Tele Infinito, así como empezó a invitar gratuitamente a visitantes de Alemania y de Estados Unidos que estaban en Tulum para que visitaran al pueblo y conocieran la oferta cultural comunitaria (Participantes 1, 5).

#### **4.8.4 ¿Qué es el turismo cultural comunitario?**

La idea de fondo que está a la base de este turismo cultural comunitario en Señor es representada por la autenticidad del producto y por mostrar realmente a los visitantes quienes son los habitantes de Señor, sobre todo a la luz de la tipología de turismo que propone la cercana y mucho más famosa Riviera Maya, donde los productos turísticos son contruidos a medida del turista a través de la escenificación constante de las expresiones culturales de los mayas (Participantes 1, 5, 19, 22, 23). Un participante mencionó que:

*"El detalle de esto es que estamos pensando ya desde mucho tiempo, es que el turismo se adecue a nosotros, y no nosotros al turismo. Xcaret y Playa se adecuaron para recibir a los turistas, y el turista es el que exige, en cambio con nosotros no puede exigir, porque viene a nuestra casa. Dice quiero espagueti, lo siento, es que no tenemos espagueti, tenemos tortilla hecha a mano y chaya con huevo, entonces él sabe y se va a adecuar a la comida, o no, si dice ah ok, yo no quiero ¡Entonces no vengas! Si queremos hacer un producto de calidad, mejor, pero no podemos hacer algo que no es nuestro" (Participante 1).*

Asimismo, proponer a los visitantes las expresiones culturales locales es sinónimo de revitalizar la cultura ya que ayuda a que los lugareños se sientan valorados por las actividades que proponen a los turistas. Por ejemplo cuando el visitante experimenta el momento de la medicina tradicional o del hilado de henequén dice:

*¡Wow! ¡Qué bonito! Y ellos participan y nos sentimos muy bien o sea porque sienten que hay un valor en ese trabajo que para ellos no tenía valor más que solamente unas hojas pero al apreciarlo dicen: ¡Wow! ah, ¿les gusta mi trabajo? ¡Sííí! Es perfecto, eso es un valor que se da a la cultura" [SIC] (Participante 1).*

También, y no menos importante, a través de este compartir se generan ingresos, un recurso económico que beneficia directamente a las familias que participan y en general a la comunidad:

*"No a una empresa, no al gobierno del estado, directamente a las familias que ese servicio se da el recurso, no hay impuesto, no hay IVA, no hay facturas, directamente a las familias, y esto nos motiva mucho para trabajar como turismo comunitario" (Participante 1).*

*"No vas a beneficiar a las 2000 personas que somos, porque no puedes beneficiar a todos, sería mentira, pero puedes beneficiar a la parte que trabaja y a la parte indirecta, porque el beneficio no es solo a los socios, es para las mototaxis, tiendas, fruterías, el beneficio no es solo en un punto sino que es indirecto para varios y por eso sustentable" (Participante 1).*

#### **4.8.5 Yo creo que si nos gusta, porque hay dinero por de medio, ¿solo por contar esa historia me vas a pagar?**

Hemos mencionado como los abuelos locales, representaron y representan los actores clave en ese tentativo de transmitir la auténtica cultura local a los visitantes:

*"Si tuviste la oportunidad de ver, qué hacía Don José cuando era joven, el hilado de henequén, pues y ahora lo quiere mostrar y lo quiere transmitir, Don Pablo que te cuenta toda su vida y como él lo vivió de niño, pues si es auténtico, ¿quién más te lo va a contar si no las personas que lo vivieron? Doña María, pues todo lo que sabe lo aprendió, creo que lo aprendió de su abuelita y de su mamá, es como esta transmisión, trascendencia de conocimiento por generaciones" (Participante 5).*

Los participantes señalaron que no fue un proceso fácil involucrarlos en la actividad turística, sino que fue necesario un proceso de explicación y concientización sobre el tipo de actividad que la cooperativa quería proponer. Varios abuelos fueron invitados a participar pero al principio pocos quisieron porque les daba pena enseñar sus propios hogares y parte de sus vidas (Participantes 1, 5, 22):

*"El problema es que tenían pena que los lleváramos. ¿Cómo crees que los vas a traer a mi casa? Yo soy pobre, no, no para nada, y empezaban a pintar mesas, sillas, déjalo así, así vives. ¿Y qué les damos de comer? Pues, tortillas de las que tú haces, no ellos no comen tortillas, comen pan, pero si la idea es darle algo que ellos no comen, chaya con huevo, tortillas a manos, papazul, no sé, vamos a ofrecer algo y así empezamos, vamos a ofrecer algo, un poco con la pena pero algunos no lo querían y otros que sí" [SIC] (Participante 1).*

Asimismo, la participación de los abuelos implicaba un incentivo, un pago, ya que:

*"Aquí nadie por decirlo así, trabaja gratis... Y obviamente nosotros te vamos a dar un pago. ¿Cuánto? ¿Cuánto usted considera que puedes cobrar por ese servicio? \$ 200, 250 pesos, entonces controlamos cuanto nos iba a costar un paquete y claro no podíamos vender un paquete de una persona porque no íbamos a recuperar el costo, entonces fuimos decidiendo, 3 personas me costa tanto, 5 personas otro tanto etc."*

Obviamente con los precios ya establecidos, la gente estaba de acuerdo y se impulsó la actividad. Los socios les preguntamos: *"¿Qué les parece? ¿Les gusta?" "Yo creo que si nos gusta, porque hay dinero por de medio, ¿solo por contar esa historia me vas a pagar?" "Si*

*solo porque tú vas a contar te pagamos". ¿Quién me va a dar ese dinero por media hora y haciendo lo que me gusta?" (Participantes 1, 22).*

Sin embargo, de las entrevistas emergieron numerosos factores que de alguna forma constituyeron un freno a la posible participación de los abuelos. Un participante mencionó que al principio la cooperativa empezó a trabajar con otros abuelos, explicándoles que de esa actividad no iban a vivir, sino se les solicitaban sus servicios solamente cuando llegaban los visitantes. Aunque ellos aceptaron, poco a poco la inconstancia de las llegadas procuró que varios decidieran no colaborar más con la cooperativa (Participante 5). En algunas ocasiones, a la hora de la llegada de los turistas no se encontraban en la casa porque estaban ocupados en otras actividades laborales (Participantes 1, 5); otros, cuando se les exhortaba a que mantuvieran limpia la casa y el patio, evitando de tirar y quemar basura se enojaban y preferían no participar (Participante 5). También, de forma casi automática, los lugareños empezaron a considerar la actividad turística como muy remunerativa, ya que en su forma de pensar los turistas equivalían a miles de dólares (Participantes 1, 5). De ahí que por un lado los mismos familiares los aconsejaban a que cobraran por cada foto que los visitantes tomaban (Participante 1), mientras que del otro intentaban desalentarlos aduciendo al escaso pago que recibirían comparado con las ganancias de la cooperativa (Participante 5).

#### **4.8.6 Evolución de la cooperativa y del turismo cultural comunitario**

##### *4.8.6.1 El escaso número de visitantes*

Los participantes señalaron que bien pronto la cooperativa tuvo que enfrentarse con un gran problema que ha sido una constante a lo largo de los años: el escaso número de visitas (Participantes 1, 3, 5, 19, 22, 23). Si por un lado Señor se encuentra alejado de la Riviera Maya y de sus grandes flujos turísticos (Participante 23), por el otro, dos participantes señalaron que una de las mayores limitaciones en la expansión del turismo en Señor ha sido el no haber sabido profesionalizar la comercialización (Participantes 1, 5). Asimismo, los socios lamentan el interés nulo de las autoridades regionales y estatales por lo que refiere al fomento y apoyo al turismo en la Zona Maya y a las empresas turísticas que en ella operan (Participantes 1, 5, 18). En voz de este participante:

*"Yo creo que ellos no están mirando a esta parte, hemos hecho muchas propuestas, ni la Secretaría de turismo, no hay ese apoyo que tú sientas que hay detrás esa gente apoyándote, hay solo unas cositas muy leves, muy poquitas. Por ejemplo, necesitamos señalamiento, yo les pedí hace más de cinco o siete años que nos pongan un espectacular en Tulum, donde no esté solo Xyaat, sino que esté Kantemó, Tihosuco, y el turismo que esté allí en Tulum y Playa que se están muriendo para ver cultura desde allí ven y digan: me encantaría ver cultura y me gustaría conocer a las personas de más de 100 años, ¿dónde puedo ir? Allí dice teléfono, contacto, y nos contactan y listo. Pero no hay ni un letrero. Y esto es trabajo de la Secretaría de turismo, nosotros proponemos y que ellos decidan, pero no hay la intención de apoyarnos. Y los grandes, pueden poner allí algo enorme para sus campañas políticas, pero nosotros no valemos nada o no vale nuestra cultura, pero se hacen hacer maya" (Participante 1).*

Las llegadas nunca han seguido un patrón lineal, variando entre las 5 y las 20 visitas al mes y, al igual que la Riviera Maya, la cooperativa sufrió pesadamente en ocasión del brote de la gripa aviaria o cuando estalló la crisis económica mundial (Participante 5). Debido a todo lo anterior, los participantes y socios se dieron cuenta de que el turismo no representaba lo que ellos habían esperado, ni podía ser la fuente de ingreso principal sino un complemento de trabajo. Llegó un momento en el que los socios se desanimaron y empezaron a tener otros trabajos (Participantes 1, 5, 19, 23), y la actividad turística se quedó estancada y prácticamente esporádica, hasta llegar al punto de querer terminar con ella (Participante 5). Sin embargo, en los últimos tres/cuatro años el número de visitantes ha ido aumentando, aunque aún sigue inferior a lo deseado. A raíz de ello están sobre todo algunos acontecimientos que han ayudado a la cooperativa a "tocar puertas" y a tener una mayor visibilidad, como por ejemplo el haber entrado a hacer parte de la Marca destino Maya Ka'an y pertenecer a la Red de turismo comunitario de la Zona Maya, que serán ilustrados más a detalle en los apartados sucesivos.

#### *4.8.6.2 Adaptación de la oferta a la demanda*

Con el paso del tiempo la cooperativa, así como el producto cultural ofrecido, han ido modificándose y adaptándose a las exigencias de la demanda turística. Al principio los visitantes que llegaban estaban animados por esa búsqueda de convivencia con los lugareños, literalmente encantados por la posibilidad de establecer una relación directa con familias mayas. Frecuentemente preguntaban dónde poder conseguir una hamaca o servilletas hechas a mano, de ahí que se empezó a pasar de casa en casa y la comunidad a

tener un acercamiento con el turismo y acostumbrarse a los "gabachos"<sup>25</sup> preguntando: *¿Cuándo va a venir la gente? Tenemos unos bordados allí, ¿qué tal si se venden? Si vienen los avisamos y así*" (Participante 19).

Asimismo, a pesar de que la cooperativa no disponía de estructuras receptoras en donde los turistas podían pasar la noche, a veces se involucraban a personas locales dispuestas a acoger a los turistas que querían pasar la noche en las casas tradicionales y compartir espacios y actividades cotidianas con ellos, entre ellas, dormir en hamacas, tortear o preparar comida, obteniendo al mismo tiempo un beneficio económico directo (Participante 19). Sin embargo, con el tiempo ha variado mucho la tipología de visitantes que la cooperativa ha ido recibiendo. Según narrado por un participante y también socio de la cooperativa, sobre todo a raíz de las últimas alianzas comerciales con varias tour operadoras y organizaciones, los visitantes han preferido visitar el lugar pero sin salir de su burbuja de confort. Asimismo, algunas marcas turísticas en las cuales ahora participa la cooperativa, exigen un "servicio de calidad", y con base en la observación participante pudimos ver como la cooperativa ha puesto una atención particular en los detalles para alcanzar dicha calidad. De ahí que se ha adecuando la tipología de infraestructura y de oferta de la cooperativa para responder así a las exigencias de dichos actores turísticos. Un participante señaló que de alguna forma la cooperativa depende de los turistas porque son ellos que los ayudan económicamente cuando los visitan, por lo tanto, la cooperativa ha querido dar las condiciones básicas para una estancia confortable (Participante 1). En voz de otro participante:

*"Si quieren realmente ver cómo vive una familia, no lo encuentran en Xyaat, es como, a lo mejor el segmento que hemos tenido del mercado es que si quiero conocer pero con un baño limpio, entonces por eso hemos adoptado eso; y también, la infraestructura que tenemos es nueva, antes no había baños, eran peores. A raíz de las marcas tanto como destinos como Paraísos Indígenas, que hasta el mismo destino Paraísos Indígenas te exige esto, te exige un buen baño, un buen plato, un buen vaso, si quiero venir a tu comunidad pero que haya lo básico"* (Participante 5).

A modo de confirmación de lo anterior, durante una participación en un tour cultural en Señor, tuvimos oportunidad de conversar con el guía de un grupo de visitantes alemanes albergados en la Riviera Maya. Él nos comentó que antes de llegar a Señor habían

---

<sup>25</sup> Los lugareños utilizan el término "gabacho" para identificar a los turistas extranjeros. Generalmente, ellos son vistos como personas acaudalas de la cuales poder "aprovecharse" y obtener buenas propinas.

visitado a otro pueblo y se habían quejado de las condiciones de los servicios higiénicos. Él guía les respondió que eso era parte de México, de cómo viven en la zona y por lo tanto, si hubieran querido un servicio "cinco estrellas", mejor se hubieran quedado en sus hoteles *all inclusive* en la Riviera pasando una estancia dorada sin conocer realmente la realidad mexicana. También, en esa misma ocasión, un visitante padecía de malestar del estómago; por lo tanto, cuando visitamos la casa con el sembradío de plantas medicinales tradicionales, la dueña le preparó un té. Sin embargo, el visitante desconfiaba claramente de ese producto, y pese a que la dueña le decía que era muy efectivo para el estómago, nada más tomó unos sorbitos y ya, como para no "faltar de respeto" a los lugareños (Observación participante).

#### **4.8.7 La oferta cultural hoy en día**

La oferta de la cooperativa se fue reduciendo con el paso del tiempo, y cuenta hoy en día con un tour cultural cuyo costo es de \$ 550 pesos aproximadamente, por persona, y tiene una duración de tres horas. Se compone de cinco actividades o experiencias turísticas que son "consumidas" en el espacio de 30 minutos aproximadamente, cada una (Participantes 1, 5, 19, observación participante). Tres de ellas, la demostración del hilado de henequén, las abejas meliponas y la gastronomía se ofrecen en la sede de la cooperativa, mientras que por lo que refiere a las historias y la medicina tradicional se visitan las casas de dos lugareños. Es muy importante remarcar que el paquete turístico no es estático, en el sentido de que de acuerdo a las solicitudes y de los tiempos a disposición de los visitantes se pueden eliminar o inclusive añadir otras actividades, música *maya paax* o bailes entre ellas, determinando así una variación del precio del paquete (Participante 5, observación participante).

En el tour están incluidos también los traslados en mototaxi para llegar a la casa donde se propone la medicina tradicional. Por medio de la observación, nos dimos cuenta de cómo esta "actividad" representaba para los visitantes una experiencia única, quizás aún más exótica y auténtica que el resto de las demás experiencias del paquete. Asimismo, pudimos entender el papel importante que juega el guía local en el tour. Este, maya y español hablante, representa ese puente de conexión entre las personas locales, casi exclusivamente maya hablantes, y los visitantes, en su mayoría procedentes de Europa y Estados Unidos, quienes a su vez son acompañados por su propio guía. Cabe destacar el valor que adquiere la lengua maya en el tour cultural: desde su llegada, los visitantes son

involucrados en un juego de aprendizaje de algunas palabras en maya relacionadas con el cuerpo humano. La lengua maya entonces se convierte así en un instrumento para crear un entorno ameno y lúdico, mitigando el primer impacto y abriendo las puertas de ese mundo nuevo, diferente y exótico en el cual los visitantes se encuentran catapultados al momento de poner su nariz fuera de su confortable camioneta climatizada.

La decisión de fortalecer esas cinco experiencias resultó de la evaluación y sugerencias de los visitantes, quienes han jugado un papel fundamental en el desarrollo de la oferta turística, y este método sigue funcionando hoy en día (Participante 5). El mismo participante y otro socio nos comentaron también que en el futuro inmediato, la cooperativa quiere dar más auge a otras tres actividades que habían sido pensadas anteriormente pero que se habían quedado como "estancadas", y que los visitantes han estado solicitando mucho últimamente: la milpa maya, que se ejerce en la milpa del presidente de la cooperativa o de un familiar suyo, sin implicar el ejido; ceremonias mayas y el aviturismo (Participantes 1, 5). Además, otro participante añadió que han pensado ampliar el turismo en Señor, con respecto a la parte de educación ambiental, sobre todo gracias al reciente financiamiento por parte de la CDI. Un futuro proyecto, estrechamente vinculado al eventual crecimiento de la demanda turística, consistirá en construir un espacio donde el turista pueda disfrutar sus momentos libres viendo aves, criaderos de fauna local como venados, jabalíes, tepezquintles, practicar pesca deportiva. Prácticamente, la idea es crear dos productos diferentes que permitan distribuir a los visitantes, y al mismo tiempo incrementar el número de guías, la cantidad de comida, la infraestructura (Participante 1). Esta idea va a ser compatible con la sostenibilidad y el turismo de bajo impacto y de calidad que la cooperativa ha querido proponer (Participantes 1, 5, 19):

*"Hemos pensado en un grupo, no más de 50 personas, porque esos nos ayudaría con los productos de aquí, no podemos recibir a 100 personas, porque no tenemos la capacidad, ni en guías, ni en infraestructura, ni en comida, ni en platos, es también nuestra ética, no es más de máximo 15 por día, si se pudiera ampliar sería 50, pero si se alcanzara se iría a dividir, 25 por allá y al revés e intercambiando, pero 100 o 200 no, el impacto ambiental y social que provocaría ver a 100 personas en la comunidad no, es mucho" (Participante 1).*

#### **4.8.8 El tour cultural**

A continuación voy a describir las experiencias incluidas en el paquete, contextualizándolas en el ámbito de lo que han representado y que todavía representan para la comunidad, así como su conversión en atractivo para el disfrute de los visitantes.

##### ***Demostración de hilado de henequén***

Esta experiencia turística se ofrece desde el comienzo del turismo cultural comunitario. Es propuesta por un abuelo y socio de la cooperativa de 96 años quién, raspa la hoja de henequén y trabaja la fibra obtenida como se hacía en el pasado. Para dar un toque de autenticidad, solamente en ocasión de la visita de los turistas, el abuelo se viste con su traje típico maya y huaraches y lleva su sabucán de henequén; el resto del tiempo lleva ropa normal (Observación participante).

En el pasado, el abuelo tenía un rol más central, ya que recibía a los visitantes a su casa explicando todo el proceso y el guía se limitaba a traducir al español (Participante 3). Ahora la demostración se hace en la sede de la cooperativa el abuelo solo se limita a la parte práctica mientras que es el guía el que explica y cuenta la historia y el uso del henequén en la Península de Yucatán (figura 8). Al respecto, cabe destacar que el henequén en Quintana Roo, a pesar de no haber tenido el mismo auge que en Yucatán, tuvo un papel importante en la fabricación de hamacas y cuestiones un poco más sencillas, huaraches y cuerdas entre ellas. (Participante 3). Trabajar la fibra de henequén se transmitía de generación en generación, y tenía un fuerte significado e implicación social, ya que una persona no se casaba si no sabía hacer su hamaca de henequén (Participantes 1, 3). Con la llegada del nylon, la fibra de henequén fue paulatinamente sustituida y se fue perdiendo poco a poco; al día de hoy, quedan muy pocos abuelos que siguen haciendo esta actividad (Participante 1, 3, entrevistas informales con pobladores locales). El abuelo nos mencionó que con el turismo esta actividad no se ha revitalizado, pero él obstinadamente no quiere dejarla. Al respecto, nos acompañó a visitar la parcela donde tiene el sembradío de henequén, y nos contó que uno de sus hijos le aconsejó que se deshiciera de las plantas porque nada más estorbaban. Asimismo, él estaba casi terminando de hacer su propia hamaca de henequén, y nos comentó que una persona de Chetumal le encargó de prepararle dos bolas de hilo de henequén para su hamaca (Participante 3)



Figura 8. Demostración de hilado de henequén.

En esta actividad es muy importante la participación de los turistas, quienes viven activamente la experiencia, involucrándose en el acto de raspar la hoja y en la prueba del "tirahule", un instrumento que anteriormente los mayas usaban para cazar o defenderse (figuras 9 y 10).



Figura 9. El "tirahule" de henequén.



Figura 30. Participación activa de los visitantes en las experiencias turísticas.

De las entrevistas surgieron versiones contrastantes sobre la participación del abuelo en la cooperativa. Mientras un socio nos dijo que se le había encargado la fabricación de cinco hamacas por un total de varios de miles de pesos (Participante 1), el abuelo señaló que nunca le encargaron nada, porque hacer su hamaca es una actividad que le lleva mucho tiempo y solamente puede ayudar con la demostración a los visitantes (Participante 3). Asimismo, un participante y socio mencionó que en el ámbito de la educación ambiental a la cual la cooperativa destina el 35% de los ingresos, se habían dado clases de hilado de henequén a 200 niños de la comunidad. Sin embargo, el abuelo nos dijo lo contrario:

*"No, no vienen, por la escuela que tienen no les da tiempo para que vengan a verlo. Debe de conocer a los niños para que los que quieren aprender vienen con él, y él si lo puede enseñar, sin que cobren porque así le enseñaron sus padres también"* (Participante 3, traducido por interprete maya).

A confirmación de lo anterior, socios, ex socios, directores de escuelas y lugareños en general, desconocían los cursos de hilado de henequén; inclusive, los estudiantes con los cuales conversamos dijeron que nunca habían tomado clases de hilado de henequén (Participantes 19, 22, 23, entrevistas informales con pobladores locales).

### ***Historias mayas***

Para escuchar las historias mayas, los visitantes acuden a una casa tradicional ubicada en el centro del pueblo (figura 11). Allí, el dueño, un abuelo de 96 años, sentado en su hamaca cuenta las estrategias de guerra de los mayas contra el ejército federal al principio del siglo pasado. Según él y el guía local, las historias abarcan el periodo que va desde 1901 al año 1910 aproximadamente, aunque no se proporcionan fechas oficiales. Prueba de eso es el episodio que refiere al ataque de los mayas a un tren lleno de federales, en la línea Felipe Carrillo Puerto-Vigía Chico que se empezó a construir a partir del 1904. Esto es sumamente importante ya que muchas páginas web donde se anuncia o vende el tour cultural erróneamente indican que las historias refieren a la Guerra de Castas que terminó en 1901.



Figura 4. El recuento de historias mayas en la casa de un lugareño y socio de la cooperativa Xyaat.

Las historias hacen parte del tour cultural desde el comienzo de la actividad turística, aunque al principio la cooperativa se apoyaba en otro abuelo. Son contadas en maya y el guía traduce al español. El abuelo es socio de la cooperativa desde hace 8 años, aunque él no está seguro al 100%, ya que nos dijo que firmó un papel y por eso piensa que es socio. Colaborar con la cooperativa lo hace sentir bien porque está transmitiendo conocimiento; al mismo tiempo está feliz porque le dejan la propina para su comida y refresco, y no le molesta que le tomen fotos. Remarcó que todo lo que cuenta es algo serio, son hechos reales, fue todo lo que vivió su difunto papa, quien le transmitió estas historias que ahora se pueden contar porque ya murieron los antiguos generales que prohibían la difusión de las estrategias mayas (Participante 10). En el contexto del tour cultural, las historias que se cuentan son siempre las mismas, no pueden variar de un tour al otro. Esto se debe a las directivas procedentes de SECTUR, que imponen una cierta homogeneización y ética de la oferta turística (Participante 1). También, el mismo participante señaló que el

guía local maya traduce las historias al español (las cuales a su vez serán traducidas al idioma del grupo de visitantes por el guía que acompaña dicho grupo), sin modificar el contenido, pero normalmente se tiende a "maquillarlas" un poquito, añadiendo pequeños detalles para contextualizar mejor los acontecimientos narrados y volverlos más interesantes a la audiencia.

El tema de las historias se reveló muy interesante y lo podemos definir como envuelto en el misterio y "difícil de descifrar". Algunos abuelos y otros lugareños nos dijeron que los mayas nunca cuentan todo, ya que la versión original se "delita" [SIC] (se oculta), está escondida porque es un celo debido al sufrimiento que pasaron antiguamente (Participantes 20, entrevistas informales con abuelos locales). Por esta razón mencionaron que hay dos versiones, la de los mayas y la "de los españoles": la segunda se puede contar, está permitida. Como nos dijo este participante:

*"Ni a mí me las dice mi abuelo, se ríe de mí cuando le pregunto. Menciona que hay cosas que no se pueden decir, la pura verdad no está permitida... Y que también el Don que trabaja con Xyaat por ejemplo, hay cosas que si se pueden platicar pero cosas que no se pueden decir. Y entonces el abuelo dice que nunca sabes si te está diciendo la verdad, y te siembra la duda. Las cosas que han platicado en el tour si está permitido, pero hay cosas que no se pueden platicar y no se dicen" [SIC] (Participante 20).*

Otro participante señaló:

*"Don Pedro, en el centro, es de los Yamás, y se va con el alemán. Y Yo le digo: ¿No te presiona ir con ese alemán? Ash... Se conforma con lo que yo le digo, y está contento, tú invéntale y están contentos... Y entonces no le decimos la verdad, y cuando nos piden por la verdad les decimos que no sabemos nada de eso" [SIC] (Entrevista informal con un poblador local).*

Queremos mencionar que durante las distintas sesiones de entrevistas, el abuelo nos contó que hace mucho tiempo llegaban investigadores y estudiantes, entre ellos Alfonso Villa Rojas, para hacer etnografía de Señor y de la Zona. Hoy en día, los que llegan nada más preguntan sobre el nombre del pueblo, o quieren ver fotos antiguas y las escopetas (Participante 10). El abuelo añadió que solamente los extranjeros vienen a escuchar las historias relacionadas con la guerra porque están interesados en eso, pero en cuestión de las historietas del pueblo (Anexo 1) dijo, con una velada tristeza, que nadie quiere escucharlas, percibe una falta de interés por la gente local y está consciente de que pronto se perderán:

*"Sí lo transmitía a sus hijos, pero como todos no tenían paciencia de sentarse a escucharlo, pero él les aconsejaba que se sentaran a escuchar, porque el día que él ya no esté ni siquiera transmitió eso a alguien, y que tampoco las aprendieron"* [SIC] (Participante 10, traducido por interprete maya).

### ***Medicina tradicional***

Así como las anteriores, también la medicina tradicional se empezó a ofrecer desde el comienzo del turismo en Señor. Pero, a diferencia de las otras dos, goza todavía de "buena salud". ¿En qué sentido? A pesar de que para varias personas hoy en día es más cómodo ir a la clínica y por lo tanto las nuevas generaciones no quieren aprender la medicina tradicional, la gran mayoría de la población local conoce plantas curativas y las utiliza para sí mismo y para curar a otras personas (Participantes 1, 2, 6, 7, 10, 12, 27, 28, entrevistas informales con pobladores locales). Generalmente, la medicina tradicional es considerada más efectiva que los medicamentos farmacéuticos e inclusive, es opinión difusa que algunas enfermedades como por ejemplo el "pasma" [SIC], pueden ser curadas solamente recurriendo a las plantas locales y confiando en las manos expertas de los curanderos locales (Participantes 12, 27). Al respecto, ver Anexo 1.

En el ámbito del turismo cultural en Señor, el tour prevé la visita a la casa de una abuela local, quien tiene en su patio un sembradío de diferentes plantas de las cuales se explican las propiedades curativas (figura 12 A y B). Ella no es socia de la cooperativa, pero colabora con ella desde hace seis años, y fue su difunto marido el que la animó a participar, ya que de ahí podrían obtener una pequeña ayuda económica. La abuela aprendió principalmente de su padre, aunque también hubo un intercambio de conocimiento con otras personas cercanas a ella. Es también sobadora y esa capacidad de sobar, que ella define como un "don", la recibió a los 30 años por medio de un sueño en el cual le "revelaron como sobar": gracias a eso pudo curar a un familiar y de allí empezó a curar también a otras personas (Participante 27). Ver anexo 2.



A



B

Figura 52 A y B. Visita a una casa con sembradío de plantas medicinales y explicación de las propiedades curativas de algunas de ellas.

A lo largo de su vida ha curado a muchas personas; empezó cobrando muy poquito, \$ 10, 20 pesos, luego subió a \$ 50 pesos porque por un lado el trabajo es cansado, por el otro, su familia no dispone de otros ingresos, sobre todo después de que su marido "se fue a descansar"[SIC]. Su situación económica le impide poder comprar medicamentos para su enfermedad, por lo tanto se cura ella misma a través de una planta que tiene en su patio, así como normalmente cura a sus hijos y nietos en cuestión de resfriados, gripas e inflamación de las anginas. Además de ser sobadora y saber curar con las plantas medicinales, la abuela es también partera, y fue ella que recibió a dos de sus nietos (Participante 27).

Según la abuela la medicina tradicional no se pierde pero hay que enseñarla:

*"Mis hijas ven lo que hago, si quieres aprendes, ellos pueden ver y yo sí se los explico. Ella le dice para que vaya a buscar y que ven cómo ella lo prepara. Y mis hijas si saben, están aprendiendo y han aprendido".* (Participante 27, traducido por intérprete maya).

También, ella señaló que nadie del pueblo vino a su casa a aprender, tampoco investigadores o estudiantes; solamente acuden personas extranjeras como parte del recorrido cultural.

La experiencia turística prevé la explicación de las propiedades curativas de una decena de plantas medicinales, algunas de las cuales bastante comunes como el zacate limón, y otras más particulares como el *xcolontok*, o "pata de vaca" en español, así como estas se preparan y su forma de ingestión. Cabe mencionar que a pesar de ser la abuela la experta en plantas, la explicación la da el guía, con la abuela que nada más busca las hojas para enseñarlas a los turistas (Observación participante). Esta situación es curiosa, en el sentido de que toda la atención se centra en el guía más que en la persona experta:

*"Es que Carlos no nos da la oportunidad, porque cuando vienen y como ella no sabe español y solo sabe maya entonces él se lo puede explicar, y cuando ella quiere explicarlo en español, Carlos la regaña y dice: ¿Por qué lo explicas? Tú no tienes que explicar, me lo dices y yo se los explico"* (Participante 27, traducido por intérprete maya).

Asimismo, nos llamó la atención la explicación de una planta llamada *X-cul i'm*, considerada de particular utilidad principalmente para las mujeres que padecen cáncer de mama. Básicamente, según ellos es suficiente "tamular" [SIC] o macerar la hoja, mezclarla con una enredadera y semilla de calabaza, aplicar el producto en la parte donde está el

tumor y en cuatro días este desaparece completamente. El guía la define como una bendición, aunque muchas personas no conocen este remedio cuyo costo es irrisorio; al contrario, las mujeres suelen acudir a un cirujano y en muchas ocasiones se les extirpa la parte (Participante 1). Como es obvio esperarse, al escuchar esto las mujeres que participaban al tour enseguida se miraron entre ellas, manifestando una expresión que abarcaba al mismo tiempo asombro, incredulidad y quizás un poco de desagrado (Observación participante). Al respecto quisimos investigar un poco más sobre este asunto, y gracias a un médico del Centro de Salud obtuvimos una aclaración:

*"Puede haber una obstrucción por una mala lactancia materna, y entre los tratamientos de los cuales hay estudios científicos comprobados, el caso de la col sobre la mama está comprobado, facilita el fluir de los líquidos. Entonces puede ser de que ellos tengan una idea tergiversada y lo asocien al cáncer de mama, porque casos de cáncer hay muchos, probablemente tenían esa enfermedad y lo asociaron al cáncer pero sin saber que es" (Participante 4).*

### ***Gastronomía y abejas meliponas***

Estas dos experiencias incluidas en el paquete cultural se ofrecen en la sede de la cooperativa, normalmente al final del tour cultural. Al regresar, los visitantes encuentran los platos ya dispuestos en la mesa, y no asisten ni se involucran en el proceso de preparación de la comida. Esta última consiste en un platillo local, por ejemplo huevo con chaya, acompañado por frijoles, calabaza, tortillas hechas a mano y agua de fruta de temporada (figura 13). Los participantes señalaron que son productos locales y orgánicos y para dar un toque de autenticidad y al mismo tiempo reducir los desechos, las bebidas se sirven en jícaras producidas localmente (Participantes 1, 5). Cabe señalar que la comida es exclusiva para los visitantes, ya que ni el guía ni la cocinera (que los visitantes nunca ven) comen con ellos, lo que lo hace asemejar más a un servicio de restaurante que a una vivencia comunitaria. Sin embargo, los visitantes aprecian la comida y el tipo de servicio ofrecido, aunque en una ocasión pidieron bebidas alcohólicas para acompañar su comida.



Figura 13. Gastronomía de la Zona Maya.

En el patio atrás de la sede de la cooperativa, un socio tiene varios jobones de abejas meliponas (truncos de árboles) (figura 14). Esta experiencia es un poco más rápida que las anteriores, y consiste en una explicación de esta abeja y de las propiedades de la miel, incluyendo una pequeña degustación. Al respecto, cabe señalar que en la Península de Yucatán existen tres especies de abejas meliponas, pero el detalle de estas abejas es que no son económicamente muy redituables como mencionado anteriormente. En voz de un participante y guía turístico local esta miel posee una infinidad de propiedades curativas:

*"La utilizamos para cataratas, preparado con un poquito de agua, te lo pones, arde un poco pero quedará bien, y la miel la utilizamos también para los niños que tienen mal sudor, has visto a esos niños que tienen un sudor y huele poquito, los bañas con eso y queda perfectamente bien. Para cicatrizar también, si te cortas, te*

*untas esta miel 500 veces mejor que el cicatrizante de la farmacia, y también mascarillas para rejuvenecer. Y la cera la utilizamos para hacer velas, para el día de muertos, para los altares que son de color negro. Y lo que es la comida de la reina, lo utilizan también los hombres como viagra, pero también hay que cuidarse porque, si la comes en grandes cantidades puedes volverte loco" (Participante 1).*

El guía señaló que uno de los problemas principales acerca de estas abejas es que hoy en día se están perdiendo por la falta de concientización y el uso de celulares. Un estudio realizado hace dos años comprobó que las ondas magnéticas producidas por las comunicaciones procuran que las abejas pierdan la orientación y no puedan regresar al mismo lugar (Participante 1).

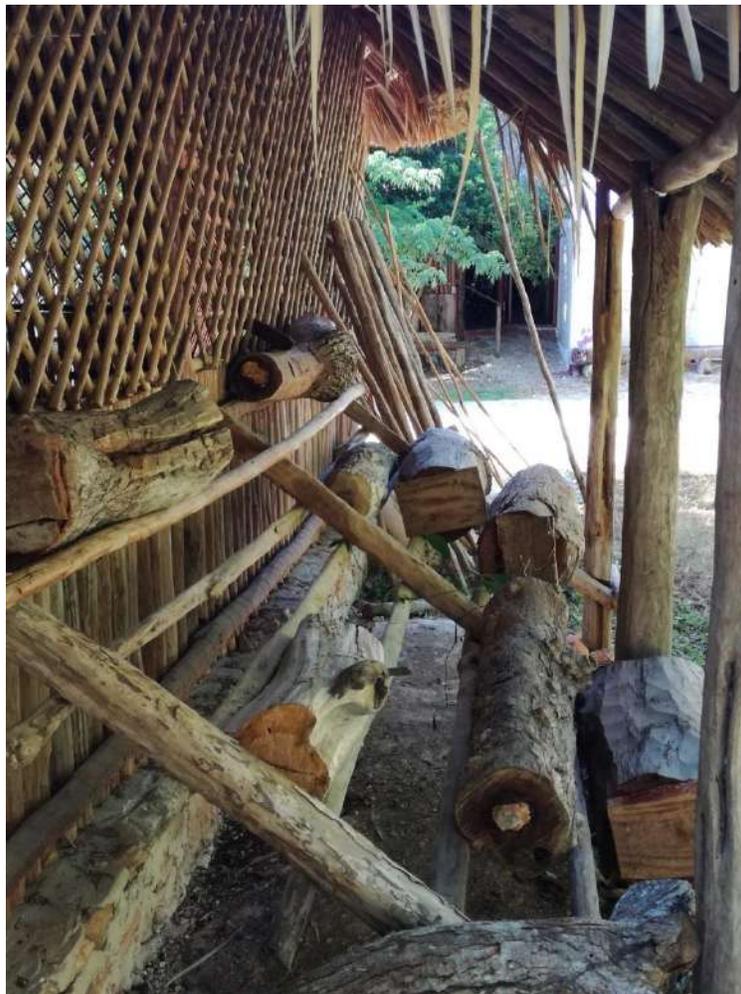


Figura 6. Jobones de abeja melipona.

## **4.9 Problemas y conflictos de la cooperativa**

Con base en lo descrito en los apartados anteriores y a pesar de las pocas visitas, pareciera que el turismo en Señor y la cooperativa turística se encuentren en una situación idílica y armoniosa con la comunidad y con los varios actores involucrados en la actividad turística. Sin embargo, un participante nos dijo:

*"La mayoría de la gente te da la parte mala de la historia, porque Carlos te lo pinta como chispas he hecho esto y esto y voy enfocado a esto" (Participante 22).*

Al respecto, de las entrevistas emergió ese lado oscuro hecho de problemas y conflictos internos y externos a la cooperativa que de alguna forma nos pueden ofrecer una clave de lectura diametralmente opuesta de la realidad turística en Señor. Antes de entrar en esta temática, quiero hacer un pequeño inciso: de las entrevistas realizadas y de las conversaciones, el turismo en Señor se puede resumir e identificar en la figura del presidente de la cooperativa Xyaat. Raramente hemos escuchado a los lugareños hablar de dicha cooperativa como si fuera una organización colectiva o mencionar a los demás socios. Al contrario, para ellos hablar del turismo en Señor es equivalente a hablar del presidente de la cooperativa, de ahí que la percepción local es que se trate de un negocio individual más que un tipo de turismo realmente comunitario, a través del cual el único beneficiado es el presidente de Xyaat.

### **4.9.1 Conflictos con la autoridad ejidal**

Un aspecto importante que cabe mencionar es que ya desde el comienzo del turismo cultural en Señor, la cooperativa no ha contado con el apoyo de dicha autoridad. Un socio de la cooperativa nos dijo que Xyaat se constituyó como cooperativa para tener una figura jurídica que pudiera bajar recursos y una seguridad legal (Participante 1). Lo anterior está dictado por esa dificultad de acceder a proyectos productivos ya previamente descrita. En voz del mismo participante:

*"Los del ejido cuando quieren pedir un proyecto no se puede porque les piden el documento del terreno, dónde van a ejercer el proyecto, entonces el ejidatario no puede dar un documento del terreno porque es ejidal, no es propiedad privada, y al no tener ese documento simplemente no te apoyan porque no es tuyo, en cambio Xyaat, como este es un terreno, es propiedad, con documento, tal vez no como propiedad con marco jurídico legal pero si hay un sello de autoridad, entonces lo acepta la institución porque es de una organización" (Participante 1).*

Xyaat se constituyó legalmente también para evitar la aprobación de la asamblea para sus proyectos. La anuencia de la asamblea es de hecho un problema enorme para la puesta en marcha de proyectos productivos en Señor:

*"¿Sabes qué va a decir la gente? ¡Fuera! Si nos das la mitad está bien, si no, ¡no! O quieres ganar mucho dinero No se autoriza, por eso ningún proyecto se da en la comunidad, por ese vínculo con el ejido" [SIC] (Participante 1).*

Por otro lado, los ejidatarios nos expresaron una versión diferente, indicando que la cooperativa está operando solamente gracias a unos documentos que la autoridad ejidal había firmado cuando todavía existía el proyecto ecoturístico "Laguna Azul". Según ellos, lo que el presidente de la cooperativa hizo fue cambiar de nombre, de Laguna Azul a Xyaat, y respaldado por esos documentos está manejando ahora su "negocio" de forma independiente, sin informar a la autoridad ejidal de las actividades realizadas (Participantes 11, 13, entrevistas informales con pobladores y ejidatarios locales). Según otro participante, el presidente registró la cooperativa a su nombre a través de una estrategia para eludir la autoridad ejidal:

*"Mira, ése hizo una mala jugada con los ejidatarios, sacó a sombra del ejido ese proyecto, entonces lo manipularon y sacó todo a su nombre y luego lo registró como una empresa y salió a su nombre, pero salió a sombra del ejido, y de hecho tuvo problemas con el ejido, y el carro le pertenece al ejido, pero como sacó la factura a su nombre legalmente es de él, y por eso le impiden que trabaje en la laguna ya, tiene que pedir permiso cuando lleva gente allá o los lleva a escondidas, ya no es muy libre. Y mayormente si se entera la gente no le dan permiso" (Participante 25).*

Según comentó otro ejidatario, Xyaat se encuentra en territorio ejidal, pero el presidente no es ejidatario y se está aprovechando del ejido, ya que todos los apoyos que recibe son para él (Participante 13). Otro declaró que para el ejido Xyaat no existe formalmente (Participante 6). En las asambleas ejidales varias veces se ha tocado el tema de la cooperativa, ya que se considera que la oficina está a nombre del ejido, de ahí que existe la posibilidad concreta de que esta pueda ser rescatada por la autoridad ejidal (Participantes 6, 11, 13, 23). En voz de este participante, Xyaat:

*"Sigue vivo, pero nosotros sabemos cómo cortarle el cordón umbilical, pero vas a tener problemas con la persona mejor déjalo, solo que, claro ahora está haciendo es vender paquetería. Pero nosotros sabemos también en qué pata cojea, pero mejor dejarlo así, porque si mandamos por internet que lo que hace no es algo serio, pues también se le pueden brincar las responsabilidades" (Participante 6).*

#### 4.9.2 Conflictos entre socios

Unos años después de que empezó el turismo comunitario, un participante señaló que algunos del grupo no abandonaron el turismo pero sí empezaron a tener otros trabajos, ya que no podían estar todo el día en la oficina esperando a los turistas. Sin embargo, cuando estaba prevista la llegada de un grupo de visitantes el presidente avisaba con antelación a los demás del grupo, quienes dejaban sus actividades para dedicarse al turismo (Participante 19). Según narrado por algunos integrantes del grupo fundador de la cooperativa, bien pronto empezaron los problemas relacionados con la gestión de la cooperativa. El presidente poco a poco empezó a "caminar solo" y "erradicar el grupo", ya que no planeaba las actividades como antes, impidiendo de hecho la colaboración del resto del grupo ocupado con sus trabajos (Participantes 19, 22, 23). Asimismo, otro socio señaló que en muchas ocasiones el presidente, en lugar de contactar a los mismos socios de la cooperativa ha preferido contactar a "sus amigos, tiene sus amigos" (Participante 19). Con base en la observación, el día de los tours notamos que personas externas a la cooperativa colaboraban con el presidente en los preparativos antes de la llegada de los visitantes.

Dos participantes también señalaron que los pagos establecidos al principio en el reglamento interno no se fueron respetando. Esto prácticamente fue llevando el presidente al punto de monopolizar la cooperativa y literalmente "hacerse dueño de toda la empresa" (Participantes 19, 22). Un participante dijo:

*"Del paquete establecido que eran \$ 250 pesos establecidos para pagar a las personas que ofrecían su trabajo, poco a poco fue mermando, de allí a 200, luego 150, luego 100...te doy solo 100 porque no salían los gastos decía él...y de allí fue excluyendo, hasta decir si tú no quieres pertenecer al grupo te puedes ir, no importa que no estés trabajando conmigo, sigues formando parte de la cooperativa, pero el trabajo yo lo voy a hacer pero las ganancias son las mías" [SIC] (Participante 22).*

Con los años el presidente ha recibido capacitaciones y solicitado apoyos en diversas instituciones y empresas hoteleras, a veces recurriendo a métodos inclusive pocos "lícitos" y a la obscuridad de los demás socios:

*"Y sin la firma no es posible que salga pero, ¿quién sabe cómo le hace? Si hace poco, el alcalde me dijo: "¿Estás enterado sobre un proyecto?" Yo: "No... ¿Por qué?" Porque Carlos me dijo que usted iba a traer un documento, pero como tuviste un problemito y no lo trajiste, él lo trajo personalmente, y como vi tu nombre lo firmé, pero si no estaba tu nombre no lo iba a firmar, porque confío en ti y no en*

*él... Y Yo le dije que no sabía nada, \$ 257 mil pesos, yo no sabía nada. Y eso me sacó de onda, me da tristeza, a veces con pura mentira engaña a la gente, no se vale" [SIC] (Participante 19).*

Dichos apoyos pero no se repartían con el grupo sino que el único beneficiario resultaba ser el presidente y su familia (Participantes 19, 22, 23). Al respecto, un socio nos mencionó que se dio cuenta de que en la sede de la cooperativa había nuevos radios, un refrigerador, una computadora, se construyó una pila para el almacenamiento del agua con sistema de purificación, sin que él estuviera enterado de esas nuevas compras ni de la cantidad de dinero que la cooperativa había recibido (Participante 19). Según otro participante, los trabajos recientes de remodelación de la palapa o sede de la cooperativa, financiados por el INAES, no justificaron la cantidad de recurso que fue otorgado (Participante 22). Al mismo tiempo, las divergencias relacionadas con la solicitud de nuevos proyectos comportaron la exclusión de algunos de los socios fundadores de la cooperativa:

*"Por ejemplo Juan y dos que trabajan en Playa [Playa del Carmen], Carlos les dio de baja porque les están pidiendo que firmen un documento, pues saben cómo es su estilo, lo conocen que él saca muchos proyectos, y los demás dicen no lo puedo firmar, los tres se negaron, porque dicen todo sale a firma de nosotros y nosotros con que nos beneficiamos, nada, solamente él y su familia [SIC] (Participante 19).*

Así la cooperativa fue modificando su organigrama interno y los líderes que empezaron ya no están, lo cual ha ido debilitando la fuerza como grupo y al mismo tiempo empoderando al presidente, quién, en voz de este participante y socio:

*"Limpió a su alrededor y puso a su familia, a su papá, su mamá, su esposa, a Don Pepe, y a Don Luis. Pues como te dije, la fuerza que teníamos antes se dio para abajo, solo yo me quedo y le digo no se vale, pero que yo lo deje, con todo lo que hicimos... Yo no lo voy dejar, hasta el último, quiero ver cómo va a terminar, porque no se vale que también se haga de la suya, porque todos tenemos derecho de trabajar y de tener algo de dinero, pero que uno nada más se beneficie de los ingresos, no se vale, y así nos mantenemos" (Participante 19).*

Los participantes también manifestaron su malestar en relación también a los bienes de la cooperativa. Primariamente, el terreno donde se encuentra la sede de la cooperativa: este, según el presidente de la cooperativa fue donado por PNUD, mientras que el responsable PNUD dijo que fue otorgado un financiamiento de \$ 25 mil pesos (Participante 19). Bienes como binoculares, bicicletas, cámaras filmadoras, compradas gracias a otro financiamiento, nadie sabe dónde terminaron (Participante 23); asimismo, el coche que se compró con el financiamiento de PNUD es prácticamente de uso exclusivo del presidente de

la cooperativa, y cuando los demás socios lo necesitan él inventa un pretexto para no prestarlo (Participantes 19, 22, 23). Finalmente, cabe mencionar que la marca turística Maya Ka'an de la cual es parte Xyaat, hace pocos meses recibió un premio como mejor destino de turismo sostenible. Sin embargo, un participante polémicamente señaló que aunque el mérito se lo tomaron pocas personas, detrás de ese éxito había el trabajo de varios participantes que dieron impulso a Xyaat y al turismo en Señor:

*"Y Mary fue a Mónaco por el premio. No creas que le dieron el premio por lo que ella haya hecho, sino que es parte de lo que todos hemos hecho como Laguna Azul y como Xyaat, y entonces nosotros como socios, tantos internos como externos, ¿en cómo nos beneficiamos? Y ellos están favorecidos"* (Participante 22).

#### **4.9.3 Conflictos con abuelos**

Según el presidente de la cooperativa, la participación de los abuelos se fue fortaleciendo en el tiempo, creando una colaboración basada en criterios justos y equitativos, que hasta la fecha actual no ha dado lugar a problemas con ellos (Participante 1). Pero, "Así dice...pero es muy bonito pintar las cosas...", fue lo que nos dijo un socio de la cooperativa (Participante 19). En el tiempo sí han surgido problemas, mayormente relacionados con el tratamiento económico. En voz de un participante:

*"Dice que eran muchos cuando empezaron con el niño, pero muchos lo dejaron y quedan solo él, Don Pepe, Doña María, y dice que muchas personas lo dejaron porque no les gustaba que no los pagaban"* (Participante 3, traducido por intérprete maya).

Al respecto, un participante señaló el caso de una Doña de la localidad que colaboraba anteriormente con Xyaat, exhibiendo sus bordados, hipiles, hamacas y servilletas. En una ocasión los visitantes compraron algunos artículos y el presidente de la cooperativa decidió no pagarla porque según él ya vendió mucho. De ahí que la Doña decidió romper la colaboración con Xyaat:

*"Se fue manchando al punto que la gente ya no quiere trabajar con él. Fue desechando a la gente y se alejaron de él... Y Doña Lupita es pariente de su esposa y dijo yo con él no vuelvo a trabajar. Hay otras personas que hacían así, y les daba \$ 50 pesos cuando antes no era así, y a pesar de que estas personas no tengan estudios, no se dejan engañar"* (Participante 20).

De las entrevistas emergió que el presidente empezó a reducir el pago inicialmente establecido (Participantes 19, 20, 22), y un abuelo y participante nos mencionó que últimamente estaba recibiendo solamente \$ 50 o 70 pesos (Participante 27). Esto, para un

socio de la cooperativa, equivale a una falta de respeto hacia los abuelos, quienes representan el núcleo esencial de la oferta turística:

*"Cuando nosotros hicimos el programa desglosamos los gastos y los pagos a las personas que visitamos, vi que estaba contemplado \$ 200 pesos por personas y se sacan los \$ 600 pesos para las personas que ofrecen el servicio. Y un día me dice: ve a pagar a Don Mauro, Don Pepe y Doña María, cuando yo doy el tour yo al terminar les doy los pesos, \$ 100 cada uno... Pero si allí decía \$ 200 pesos, si no fuera por ellos nosotros no ganaríamos nada... Pero Carlos me dice: por 20 minutos, ¿quién gana \$ 100 pesos? Pero es lo que viene a ver la gente le digo, la gente viene para ver a los tres, no merecen que les den poco" (Participante 19).*

Otro tema tequioso es representado por las propinas. Con base en la observación y en las entrevistas, pudimos notar que los visitantes no dejaban sus propinas directamente a los abuelos, sino al final del tour cultural en la sede de la cooperativa. Esta forma de actuar fue impuesta por el presidente de la cooperativa, quien se molestaba cuando los abuelos recibían dinero por los visitantes y los mismos participantes consideran lo anterior incorrecto y preocupante porque realmente desconocen cómo se está utilizando ese dinero (Participantes 19, 20, 22, 27, entrevistas informales). Solamente un participante nos mencionó que con mucha probabilidad con las propinas se están financiando los programas de educación ambiental (Participante 24). De las entrevistas emergió también que en aquellas ocasiones en las cuales los visitantes lograban dar propinas en dólares directamente a los abuelos, el presidente se las quitaba y les regresaba un billete en pesos, engañándolos sobre el valor real del cambio (Entrevistas informales). Un socio nos declaró:

*"Y una vez me dijo Doña Ana que le dieron propina y entonces el presidente se molestó, y según me dice la Doña, él dijo: ¿Cómo puede ser que les den propina si yo les estoy pagando? Le dice al guía para los alemanes... Pero los turistas, pueden dejar su propina, depende de cómo se les está dando el servicio. Y dijo él: no quiero que vuelva pasar esto, si quieren dejar propina que sea en la oficina, pero, ¿dónde se va quedar esa propina? Y eso también me sacó, para mí no es correcto, el turismo viene a ver la medicina, a la señora que da el servicio y está en sus corazones dejar propina o no, pero el presidente no quiere y se canceló que se diera propina, pero no es justo, sin ellos no estaríamos trabajando, sin ellos no llegaría a Estados Unidos, no llegaría a Alemania, y a nombre de los tres, a nombre de ellas salió su viaje. Hay que cuidar esas personas" (Participante 19).*

Cabe señalar que cuando el presidente no acompaña a los visitantes, ellos si dejan directamente las propinas a los abuelos (Participantes 19, 24, 27).

Durante los tours los visitantes pueden también comprar productos de artesanía local. Al respecto, el presidente nos mencionó como por ejemplo las artesanas venden sus productos a los visitantes aunque no se trata propiamente de una forma de venta al público y ellas no son "verdaderas" artesanas: lo que proponen es producto de casa, son sus propias servilletas, su propia ropa. El punto importante es que ellas deciden el precio aunque no saben realmente cuál es un precio justo y ni saben cómo vender porque no hay una capacitación o preparación detrás de esta actividad (Participante 1). Sin embargo, las artesanas nos dieron una versión distinta ya que ellas realmente no tienen ningún tipo de autonomía en las ventas:

*"Es el que vende las servilletas, las vende allí en Xyaat, las agarran y las venden allí, y no saben si las vende a 150 y a nosotros solo nos da 50, que una vez le pasó que se llevó 4 servilletas y no se las pagó y dijo que las perdió. Nos gustaría vender más pero Carlos es el que controla todo, y no pueden colgar a la vista porque Carlos no les deja hacer"* (Participante 27, traducido por intérprete maya).

Finalmente, de las entrevistas emergió también que la cooperativa ha obtenido apoyos económicos aprovechando de la figura de los abuelos, quienes, sin embargo, no se ven beneficiados:

*"Y la gente ya sabe, a veces me preguntan, Carlos sacó un apoyo en Cozumel, pidió un apoyo a la presidente de Cozumel, son 45 mil que sacó a nombre de nosotros tres que trabajamos, porque en Mérida cambió el cheque, y me dice: "Oye muchacho, ¿no será que puedes hacer algo para nosotros?" "No sé nada" y me empezó a contar... Pues sacó dinero que no es a nombre de él, es algo delito, pero no sé cómo lo hizo... Me dijo Don Fausto que allí en Cozumel le dieron cheque, y Don Fausto estaba, y le pregunté cuánto le dieron a él: "Nada"... no es justo le digo, la gente que trabaja con él lo sabe, pero él no me dijo nada. Lo siento pero no puedo hacer nada con el dinero les dije... El problema es que estas personas ya de edad, ellos no pueden estar peleando con él, exigiéndole, ellos piensan que trabajando con él pueden ganar un dinerito, pero es muy poco lo que les están dando" [SIC]* (Participante 19).

#### **4.10. Turismo comunitario: ¿Existe una real integración entre Xyaat y la comunidad de Señor?**

Los conflictos presentados anteriormente han frenado el interés de algunos lugareños en participar en la cooperativa, ya que eso hubiera podido comportar problemas con la comunidad (Participante 20). Otro señaló que la reducción de la oferta, al principio

compuesta por muchas actividades, ha conllevado una disminución de la integración comunitaria al turismo (Participante 22).

Un resultado de las entrevistas que cabe destacar es que varios entrevistados declararon que desconocían completamente la actividad de la cooperativa y el tipo de servicios turísticos que se estaban vendiendo (Participantes 2, 4, 6, 7, 11, 12, 13, 16, 17, 25, 29, entrevistas informales con pobladores locales), así como el único que se está beneficiando es el presidente de la cooperativa (Participantes 2, 7, 12, 20, 22, 27). Un participante señaló que lo que falta es hacer una caminata por el pueblo, porque una vuelta en moto realmente no está dando nada a la comunidad (Participante 2). Para él y otro entrevistado, el presidente de la cooperativa debería de "abrirse" más al pueblo, mencionando la religión del presidente como un obstáculo al involucramiento de la comunidad:

*"Como él es de una religión casi como que ellos tienen otro tipo de pensamiento, muy cerrado. Son del Cristianismo y aquí la religión es muy fuerte" [SIC] (Participante 2).*

Según narrado por dos socios de la cooperativa, Xyaat destina el 35% de los ingresos para cursos de educación ambiental con los niños de las escuelas, el último de los cuales se dio en agosto (Participante 5); en algunos casos incluían la visita de los abuelos para contar historias y hacer demostración de henequén (Participantes 1, 23). Sin embargo, un ex-socio no estaba seguro de que se seguían dando esos cursos (Participante 23), mientras que otro afirmó con certeza que ahora no se estaban dando (Participante 22). De las entrevistas realizadas con los directores de las escuelas del pueblo, emergió que Xyaat colaboraba activamente solamente con la escuela primaria, a través de donativos de materiales didácticos, algunas ropas, lecturas en lengua maya etc. Con las otras dos hoy en día casi no hay vínculos, excepto por la entrega de pases gratuitos para visitar el parque Xcaret en el ámbito del convenio de concientización ecológica entre Xyaat y el parque (Participantes 12, entrevistas informales con responsables escolares).

En el ámbito de los cursos, Xyaat ha intentado concientizar sobre el problema de la basura y del reciclaje a nivel comunitario (Participantes 1, 5, 22, 23). A pesar de que se haya generado un poco de controversia y de inquietud al respecto, y la situación haya mejorado mucho respecto al pasado, ese problema se considera de tipo cultural que no es

posible cambiarlo del hoy a la mañana (Participantes 1, 2, 5, 7, 22). A tal respecto, la cooperativa se siente "sola", ya que sus recursos son limitados y nadie realmente está apoyando la concientización hacia el cuidado del medio ambiente:

*"Los municipios también tienen que tener sus programas de concientización, por ejemplo que pongan basureros, si ahora tenemos tiendas que no podemos evitar, por lo menos obligar a las tiendas que pongan sus botes de basura para reciclar, es obligatorio. Y al haber programas de concientización, la gente va a comenzar a entender que cuando tiene que tirar una basura lo está mirando toda la gente y entonces lo agarra y lo lleva, pero como no hay programas de concientización y sensibilización, los gobiernos no se interesan, las tiendas no se interesan, solamente Xyaat, ¿cuánto vamos a lograr? Es muy poco pero es muy lento, y tenemos que participar todos, y empezamos con las escuelas, pero debe haber otras formas, pero más de allí no podemos, porque no tenemos más recursos. En muchos aspectos el municipio no tiene recursos. Por ejemplo la carretera que va a Vigia Chico, hay mucha basura, lo están viendo pero, ¿qué hacen?, si no pueden limpiar una calle, ¿cuándo van a limpiar una ciudad? Y tal vez esté consciente la presidenta: sí tenemos que limpiarlo, pero no tengo dinero para la gasolina, para los obreros, y le pide al Gobierno, y él te dice que tampoco tiene para enviarte, entonces todos se cruzan los brazos y vamos a ver qué pasa" (Participante 1).*

#### **4.10.1 Turismo comunitario: ¿Revitalización cultural?**

Aunado al tema de la escasa integración comunitaria al turismo, es importante recalcar la cuestión de la (no) revitalización cultural. Un propósito de los cursos mencionados es también favorecer el intercambio de experiencias y transmitir el conocimiento para asegurar el futuro en las manos de los niños (Participante 1). Según él, en la comunidad las personas no se apropian de su cultura, a muchos les da pena hablar maya y ya se están olvidando de ella, por lo tanto los cursos se dan en lengua maya. Otro problema es representado por falta de interés como resultado de nuevos patrones sociales y de consumo impuestos por la globalización:

*"No les interesa nada ya. Yo creo que eso va mucho a lo que se dice... ¿Crecimiento global se dice? Globalización, eso es lo que afecta a todos, ahora te duermes a la una, dos de la noche por internet etc., no duermes bien, y esto es algo que nos viene empujando... Y así la ropa, quién va a querer ponerse un hipil ahora cuando hay tiendas con ropa de mezclilla bonita, buena, de lujo, quién no va a querer un celular ahora, todos tienen, pero, ¿cómo lo evitas? Imposible... Entonces lo que hace Xyaat es tomar un poco, o tomar mucho de esto e inyectarlo a muchos lados, sobre todo a los niños, porque ya los mayores de más de 40, 50 ya no puedes inyectarle nada, ya tienen sus trabajos, la familia, pero a los niños que están creciendo si podemos inyectarle algo, de tener una buena cultura sana, una comida sana" (Participante 1).*

La cooperativa intenta entonces volver a recrear y fortalecer actividades que se han perdido y saberes antiguos que presentamos anteriormente. Sin embargo, los participantes y socios admitieron sinceramente que no se ha logrado ese cambio en la comunidad, y el turismo no ha sido capaz de revitalizar las varias actividades que hoy en día se han quedado solamente como atractivo turístico; al contrario, este participante y socio es muy escéptico sobre el henequén, ya que es más práctico comprar el hilo de nylon, o sobre el uso del hipil:

*"Sería mentira pensar que de aquí a 20 años la gente vuelva a vestir hipil, es más, se va perdiendo"* (Participante 1).

Otro participante añadió:

*"Solamente cuando hay tour ves eso, te diré como te están pagando lo hacen si no lo pagan no lo hacen, es un negocio, no siempre lo hacen, si no lo pagan no lo hacen el día que se muere ya nadie lo va a hacer"* (Participante 23).

Según los entrevistados, esto se debe a que ahora nos encontramos en una cultura de comprar algo ya hecho en lugar de hacerlo con sus propios recursos (Participantes 1, 22, 23), entonces lo que falta es una concientización para valorar lo que hay en su propia casa y que sin embargo las personas no se dan cuenta de tenerlo (Participante 1). Otros participantes señalaron que sería fundamental enseñar esos tipos de actividades a los niños o personas de la comunidad. Lamentablemente, en Señor no existen grupos o asociaciones que a eso se dediquen (Participantes 8, 23), porque si las personas no le ven un beneficio económico no lo hacen, no lo cuidan o no se apropian de todo lo anterior (Participante 8). Finalmente, Xyaat es solamente un "punto pequeñito de la comunidad" (Participante 1) que no puede intervenir directamente en la vida de las familias. De ahí que se necesitaría de programas que involucraran las instituciones y el gobierno para impulsar esas actividades (Participantes 1, 22).

Al respecto, queremos reportar cuanto nos dijo un músico en Felipe Carrillo Puerto, quien había tocado en eventos y manifestaciones donde participaban las autoridades estatales. Conversando con el gobernador del estado, este le dijo: "mire, si la cultura maya fuera un banco ya estaría a salvo" (Entrevista informal con un músico). Asimismo, el responsable de Culturas Populares en Felipe Carrillo Puerto nos dijo que la Secretaría de Cultura Federal maneja varios programas, entre ellos el PACMYC, para apoyar a las culturas comunitarias. A través de convocatorias que salen cada año Culturas Populares promueven, difunden, asesoran y acompañan la formación de proyectos de parte de grupos

comunitarios constituidos como asociaciones civiles legalmente constituidas y que no pertenecen a instituciones. El monto máximo para cada proyecto es de \$ 60 mil pesos, y en 2016 se aprobaron 23 proyectos con un millón de pesos, para 23 grupos donde hay música, danza, artesanía, medicina tradicional, juegos, discos, edición de libros, sobre algún tema que tenga a que ver con la cultura maya viva. Sin embargo, el responsable nos señaló que la mayor dificultad es la falta de recursos porque:

*"Por ejemplo el programa PACMYC dejó de trabajar en Quintana Roo durante tres años porque es un fondo que deposita el gobierno federal y el gobierno del estado para apoyar los proyectos. El gobierno del estado dejó de depositar hace tres años, ya no quiso colaborar, entonces según la regla de operación, deben estar las dos partes para que se pueda constituir el fondo para apoyar esos proyectos. Al no tener participación del gobierno del estado ya no se podía abrir la convocatoria para Quintana Roo, tres años quedamos fuera del programa. Este año, 2016 se reinició pero solo con la aportación de recursos federales porque el estado dijo que no tenía dinero, solamente iba a apoyar con material de Oficina y combustible para el seguimiento de los Proyectos. Pero ahora tenemos un nuevo gobierno en el estado y en 2017 tenemos mucha fe en que pueda ser una aportación importante y así beneficiar a más grupos porque siempre hay muchos proyectos, que quedan pendientes sin recursos, no se les puede apoyar y se quedan sin recursos. Entonces el problema es el asunto del recurso, en todos los ámbitos de la cuestión artística cultural no hay recursos, a nivel federal cada necesidad de ajuste por cuestiones de recursos a la que recortan más es cultura, siempre le quitan casi todo, a nivel estatal igual, no valoran la importancia de la cultura y del desarrollo, la visión es empresarial, es de capitalismo tercermundista que se interesa nada más de cuestiones materiales pero no de desarrollo humano, el desarrollo humano parece que no ha sido en el interés del sistema desde muchos años, por momentos se interesa, por otros nada más cero" (Participante 26).*

De ahí que el mismo participante nos comentó como también organizan muchas otras actividades como el Festival de la *Xtáabay* o el *janal pixan*, para sensibilizar a las comunidades infantil y juvenil para que aprecie y valore estas manifestaciones de la cultura viva actual, ya que con el mundo global hay mucha presencia de otras culturas con mucho poder, y que llegan a través de la televisión e imponen nuevos esquemas y formatos. Por eso es importante que la comunidad infantil y juvenil conozca lo propio y pueda valorarlo, y después pueda compartirlo con el resto de las otras culturas. Estos eventos se realizan a través de un sistema de autogestión, ya que no hay un presupuesto oficial y puede ser llevado a cabo gracias a la participación solidaria de los creadores y artistas, así como de la comunidad local:

*"Invitamos los que quieren venir a exponer obras de pintores, poetas, músicos, danzantes pero se aclara que el interesado debe prever sus gastos personales de traslado, de estancia etc. Acá a los artistas les damos agua, les damos algunas cositas pero no les podemos resolver hospedaje, alimentación, y gastos mayores, les conseguimos una cena con las familias, tamalitos, panuchitos..." (Participante 26)*

#### **4.11 Xyaat y la Riviera Maya**

Con base en la observación participante y en las entrevistas, cada vez más segmentos de mercado bastante acaudalados solicitan productos turísticos como por ejemplo bodas mayas y ceremonias de purificación del cuerpo y de la vivienda, buscando esas vivencias y experiencias incrustadas de exotismo y misticismo maya. Debido a eso, y gracias sobre todo a los contactos que el presidente de la cooperativa ha establecido con empresas hoteleras de la Riviera Maya y el parque Xcaret, Xyaat desde hace algunos años ha entonces ampliado su horizonte operativo, extendiéndose mucho más allá de los límites comunitarios y ofreciendo ceremonias bajo solicitud. Estas, como ya indicado en un apartado anterior, a partir de este año serán impulsadas e incluidas en el paquete turístico. Para realizarlas, básicamente los solicitantes contactan al presidente de la cooperativa, quien se encarga de "armarla" en el momento y se celebran en la casa de los solicitantes:

*"Si está en Playa (Playa del Carmen) nos trasladamos a Playa, si es a Tulum, nos vamos a Tulum, y viene el sacerdote, y llevo todo el necesario para que allí se haga, y si quieren la música, contratamos la música y vamos para allá" [SIC] (Participante 1).*

##### **4.11.1 Festival de Tradiciones de Vida y Muerte en el parque Xcaret**

En el ámbito operativo de Xyaat en la Riviera Maya su participación en el Festival de Tradiciones de Vida y Muerte en Xcaret, representa, de lejos, sin lugar a dudas el producto o servicio turístico más importante que ofrece la cooperativa, considerando la magnitud del evento y los ingresos que este genera. Este evento tradicional fue declarado obra maestra del patrimonio oral e intangible de la humanidad por parte de la UNESCO en el año 2003. Cada año, desde hace 11 años, en el parque Xcaret se lleva a cabo una representación en los días 30 y 31 de octubre y 1 y 2 de noviembre.

El fin del festival es celebrar el famoso día de muertos o, como se define en la Península de Yucatán, *janal pixan* o "comida de las almas". Este evento es todavía muy activo en la Península de Yucatán, con características muy particulares como en el caso de

los *cruzoob*, en el municipio de Felipe Carrillo (Anexo 3). Cabe destacar que los únicos que celebran esta tradición son los que pertenecen a la religión católica. Es peculiar de la zona maicera, con las familias que se "reúnen" con sus difuntos: el uno de noviembre preparan la comida para las almas de los niños difuntos, y el dos para las almas de los adultos. Normalmente, el día 8 (el *biix*, quiere decir ochovario) las familias se despiden de sus difuntos, aunque es creencia que se queden todo el mes y se despiden el 30 de noviembre. Entonces las familias últimamente esperan algunos días más, juntan un poco más de dinero y compran más carne de pollo para la celebración (Participante 11, entrevistas informales con pobladores locales). Una aclaración es necesaria: un participante y capitán de compañía del centro ceremonial de Tixcacal Guardia nos dijo que para ellos el evento se llama "finados", y que *janal pixan* es solamente el nombre de la comida destinada a las almas de los difuntos que se dispone en los altares (Participante 29).

#### **4.11.2. El parque Xcaret en el imaginario colectivo de los habitantes de Señor**

Ante todo, es importante destacar como, con base en la observación y en las entrevistas, el parque Xcaret se ha convertido en la máxima aspiración para las personas locales. Niños, jóvenes, campesinos, amas de casa, personas de edad, todo el mundo anhela ir a visitar el parque, y los que ya lo hicieron cuentan maravillas de ello. Sin embargo, la entrada al parque tiene un costo excesivamente alto para los salarios de las personas locales. De ahí que la única forma de visitar el parque es representada por la intermediación de Xyaat, que proporciona entradas gratuitas para participar en el festival en el ámbito del convenio de concientización ecológica con Xcaret (Participantes 1, 12, 20, 22 entrevista informales con pobladores locales).

Lo que representa Xcaret para los lugareños lo podemos describir gracias a dos experiencias que tuvimos durante la estancia en Señor. Una vez dimos un aventón a dos campesinos que regresaban de sus milpas, y entrando al pueblo pasamos por el bachillerato donde los estudiantes estaban haciendo la representación de altares. Les preguntamos si ellos iban a Xcaret para el festival y dijeron que no, pero que sí les hubiera gustado mucho: "*¡Uy síí...claro! ¡Cómo que no! Se fueron mis hijos y me enseñaron las fotos, y está súper atractivo, ¡sí que nos gustaría ir!* Sus palabras no rinden la idea cuanto el tono de las mismas y la expresión de sus caras: literalmente, parecían en un estado de éxtasis, como

niños que reciben regalos e impacientemente esperan para abrirlos. Después, asistimos al concurso de altares en el bachillerato. Para los ganadores estaba previsto un premio en dinero; sin embargo, nadie pareció realmente feliz de recibirlo. De repente pero, el responsable anunció que a través de Xyaat se habían conseguido pases gratis para Xcaret: pues, dejo imaginar al lector los gritos de felicidad y júbilo que siguieron el anuncio...Allí nos volvió a la mente lo que nos dijo un participante unos días antes:

*"Estamos yendo a Xcaret, Xcaret es como...de altura, costoso, la gente quiere conocer porque no conocen, ir a Xcaret es el reconocimiento más grande para ellos" (Participante 31).*

#### **4.11.3 Xyaat y la participación en el festival**

De acuerdo al presidente de la cooperativa, él empezó a colaborar con el parque como traductor para luego convertirse en el enlace entre el parque mismo y la comunidad de Señor y otras cercanas, invitando al festival a los que guste participar para que expongan su cultura y puedan al mismo tiempo obtener un beneficio económico de la participación:

*"A Xcaret le genera un beneficio enorme, y pienso que si no hay un beneficio comunitario no tiene caso, pero mientras hay un beneficio que genere un recurso económico hacia la familia Maya, yo creo que está bien y que eso es muy bueno porque no solo la comunidad da, sino también el parque da a la comunidad... Están súper felices, tengo las listas de ventas, y vendieron algo como 15 mil y lo distribuyen entre 6, les tocará como \$ 2 mil pesos por familia, y de allí pueden comprar lo que necesiten, medicamentos, he visto a gente que compra silla de rueda para su papa, he visto a gente que paga sus deudas que debía, y gente que está muy enferma que necesita operaciones con ese recurso podrá pagarlo. Pero yo le veo un beneficio equitativo, porque él aporta, pero su aportación se le tiene que pagar, no tiene que ser gratis. Y pienso que eso también nos ayuda a promocionar nuestra cultura" [SIC] (Participante 1).*

Sin embargo, varias personas nos señalaron que realmente no saben cómo los escogen porque cada año van siempre las mismas personas y, al parecer, el presidente tiene a su "grupo de amigos" (Participante 19, entrevistas informales con pobladores locales); esto da lugar a resentimiento hacia el presidente y genera inclusive tensiones y conflictos entre la población, sobre todo a la luz de las fuertes ganancias que los participantes obtienen en esos días (Participante 19).

¿Cómo participan estas personas? Prácticamente el parque les paga todo, el transporte de la comunidad al parque y regreso, alojamiento, comida, y les proporciona todos los materiales e insumos como carne, masa y maíz con el fin de preparar ante la vista

de los turistas los altares y la comida típica que normalmente ellos preparan en sus propias casas, entre ella tamales, chilmole, huevo con chaya, dulces de calabaza. En esa demostración de su cultura las personas luego venden sus productos alimenticios a los miles y miles de turistas, quienes felices compran tamales por solamente \$ 20 pesos (Participantes 1, 12, 22, 26), y todo lo que venden es para ellos un ingreso neto, ya que el parque no les exige nada. Si bien al principio no había una adhesión muy alta, al ver que se generaba esa gran cantidad de recurso llevó a que hoy en día casi todo el mundo quiere participar (Participantes 1, 12), y el número de participantes varía entre las 250 y 300 personas al año (Participante 1). El papel de Xyaat consiste también en extender una factura por los servicios de las comunidades, quienes no están dadas de alta en Hacienda y tampoco sabrían como hacerla (Participante 1).

#### **4.11.4 Opiniones contrastantes sobre la participación al festival**

De las entrevistas emergió que la razón principal por la cual las personas deciden participar al festival es esencialmente económica, ya que para ellas representaría un empleo en un contexto de pobreza (Participante 1, 3, 12, 15, 16, entrevistas informales con pobladores locales). Inclusive, cuestionado sobre la posibilidad de que el festival se tenga en el pueblo, un participante y rezador maya de 96 años nos dijo:

*"Que se haga a parte porque allí van por dinero, es mejor hacerlo acá en otros momentos porque allí les pagan"* (Participante 3).

Sin embargo, varios participantes analizan la participación comunitaria en el Festival desde una perspectiva bastante crítica, señalando que se trata de un engaño, no es nada más que un producto más de consumo masivo del turismo, una versión comercial del evento muy distinta de lo que es la tradición, del cual el gran beneficiado es el parque a través de la puesta en escena de la cultura maya local (Participantes 2, 5, 11, 19, 22, 23, 25, 26, 30), así como los lugareños no están conscientes de lo que hacen, hay mucha ignorancia y se conforman con pocos pesos que reciben, mientras que el parque en cambio gana millones (Participantes 11, 23, 25, 30, entrevistas informales con pobladores locales). Un participante nos dijo:

*"Pues, y la gente de aquí, con el simple hecho de que pueden ir al parque, que pueden vender sus productos y ganar unos cuantos miles de pesos, mil pesos para un campesino es una semana o 15 días de trabajo, a veces ni lo comen, lo que ellos cultivan luego se lo comen, entonces esas dos, voy a visitar el parque y voy a ganar"*

*§ 2, 3 mil pesos pues si están felices con el simple hecho que van a Xcaret para ellos es un reconocimiento, están satisfechos, para ellos pareciera que el parque les está haciendo un grandísimo favor pero no sabe que el parque se está llevando muchísimo dinero más de lo que ellos ganan. Este festival lo han explotado muy bien porque va muchísima gente, mucha gente me comenta, he ido a Xcaret para el festival, ¡está padrísimo! ¡Es un espectáculo!"* (Participante 31).

Según otro participante, el mismo anuncio promocional del evento no refleja la cultura maya ni específicamente lo que es el día de muertos; al contrario, es una forma de atraer cantidad en lugar de calidad, porque no hay alguna relación con el día de muertos que los mayas realmente celebran. Prácticamente, presentan un escenario o representación que ni siquiera se apega a la realidad, un anuncio engañoso que aprovechando del día de muertos en realidad te está ofreciendo lo que es el parque (Participante 15) (figura 15). Otro participante reforzó lo anterior diciendo:

*"Acá se está vendiendo el parque, no se está vendiendo la cultura maya o la cultura de la comunidad de Señor, se desvirtúa el sentido, se pierde la esencia de la tradición, se vuelve un negocio para el parque y para las personas que venden allí, no lo hacen porque quieren preservar, se convierte en una mercancía más, en un espectáculo más... Si pues ellos saben muy bien, los del parque cómo explotar eso, algo tan sencillo que se pudiera ver y observar en un ambiente más puro, como ellos lo explotan, pues ellos tienen la infraestructura y los medios para poderlo explotar"* (Participante 31).

Otros participantes manifestaron su malestar y contrariedad a la participación al Festival. Desde un punto de vista específicamente religioso y tradicional, las cosas de reverencias se heredan y conservan, pero no se venden (Participante 25). Además, el festival es un negocio y ya, y no es bueno llevar la tradición a otro lugar porque las almas justamente se reciben en la casa y la comida que se prepara después del rezo se reparte, se ofrece a las personas presentes, en cambio en el parque se vende (Participantes 11, 12, 16, 20, 22, 23, 26, 29, 30, 31, entrevistas informales):

*"Estas prácticas tienen sus espacios y territorios sagrados, todas veces que lo lleves a otro lugar es un show, y la gente que va lo sabe, lo sabe porque yo he ido y lo he preguntado a las señoras que hacen su ofrenda y les digo en maya: si después del rezo van a repartir como hacen en las comunidades, así es la costumbre, compartes con todos los que se acercan, tu tamalito, tu atole, etc... Y les digo a qué hora va a ser el reparte, ¡el reparte cuesta \$ 20 pesos al vasito! Reparto en mi pueblo, ¡aquí \$ 20 pesos al vaso si quieres! [SIC]* (Participante 26).

El mismo rezo de apertura del evento se considera completamente adaptado al nuevo escenario (Participantes 22, 30):

"Don Mauro es el que cada año va a inaugurar y cerrar, con \$ 500 pesos por dar 15 minutos de rezo, que ni siquiera rezo es, se arrodilla, toman fotos y listo, está inaugurado lo que es el evento" (Participante 22).



Figura 15. Poster comercial del Festival de Tradiciones de Vida y Muerte en Felipe Carrillo Puerto.

Un participante que está involucrado también en otros proyectos con las comunidades locales nos dijo que apenas se había enterado de la participación en el Festival, subrayando la incoherencia del presidente de Xyaat:

*"Con el speech siempre dices, si al contrario cada uno va por su cuenta y dice lo opuesto de lo que propone. A mí no me gustó eso, cuando supe de esa relación con Xcaret dije: ¿Cómo? Has hecho muchas cosas para rescatar a la cultura y, ¿cómo llevas mucha gente a Xcaret? O sea, yo ni siquiera sé si los paguen, qué les dan, o sea el dinero no llega a Señor, a Señor no llegan turistas, ni visitantes, el 26 de octubre, les pregunté: ¿Quién va a realizar actividades de cultura para que les hagamos promoción en facebook? Tipo en la comunidad de Señor va a haber demostraciones de algo etc., de un altar, vayan a la cooperativa a visitar, y me entero que no, y que nadie hizo nada en sus comunidades. Es allí que dije: espérense, no es que ustedes dicen que son mayas, que ustedes dicen que presumen y fortalecen su cultura... ¿Qué hicieron acá? Sólo una coop me contestó diciéndome que iban a hacer el ritual janal pixan, entonces una coop me contestó, pero, ¿cómo? Si tengo nueve coops..." [SIC] (Participante 8).*

Añade después:

*"Si sé que es complicado porque te tienes que enfrentar con la dificultad más grande que es el tema social, finalmente de cómo las personas abusan de una cultura, pero perdona, yo también así lo veo. Acá la gente tiene que ponerse las pilas porque es muy fácil que una o dos o tres personas se empoderen, y se empoderan mal, a costa de los 300 que han llevado allí, y me doy cuenta de esta situación, hasta donde sabes porque hay cosas que a veces no sabemos, es el mal de esta zona" (Participante 8).*

Una consideración muy importante que los participantes hicieron fue que el presidente de Xyaat no es católico sino presbiteriano o "del templo". Ellos no creen, no conocen y ni siguen la tradición maya, al contrario, se burlan de ella (Participantes 11, 12, 19, 23, 28). Pero, pese a eso, un participante dijo que es inteligente porque ha sabido crear su propio negocio (Participante 12), aunque a costa de la gente, engañándola y beneficiándose a través de la venta de algo que no debería (Participantes 11, 12, 19, 28, entrevistas informales con pobladores locales):

*"¿Por qué crees que lleva a los dignatarios? Porque él no hinca frente a la cruz porque dice que solo es madera, o es una fotografía de papel y ya, pero con eso cobra" (Entrevista informal con campesino local).*

Añadió otro participante:

*"Y hay varios que le dicen cosas a Carlos porque se está aprovechando de los abuelos. La gente mayormente lo crítica porque saben que no es católico y se aprovecha de lo que sabe la gente, es presbiteriano, no tiene los conocimientos y busca a la gente y la engaña, para que platiquen y digan todo, y él se aprovecha pero es de otra religión y no le enseñan estas cosas, no le inculcan todo lo que es la cultura maya..."(Participante 28).*

Finalmente, cabe señalar que, a pesar de que Xyaat sea una cooperativa y las decisiones se tomen por asamblea, el poder de decisión de los socios claramente no está balanceado. Algunos socios nunca han estado de acuerdo con participar en el festival, y uno de ellos nos dijo que lamentablemente ya no existe el grupo fundador, por lo tanto ha disminuido la fuerza de oponerse a estas decisiones (Participante 19). Otro, dijo explícitamente:

*"Bueno mira, realmente ese festival no es realmente Xyaat, es Carlos, trabaja la organización y se les invita a participar, realmente no es Xyaat que tiene un convenio con el parque, me causa ruido pero respetamos las partes de cada socio"* (Participante 5).

Creemos oportuno cerrar este apartado resumiendo, a través de las palabras de dos participantes específicos, las opiniones y actitudes de los lugareños respecto a la participación comunitaria en el Festival. La primera, el rechazo hacia el festival, porque la cultura y la tradición son cosas serias. En ocasión del concurso de altares que se había organizado, los responsables de la escuela contactaron a algunas personas para el rol de juez. Pues, uno de ellos era de Tixcacal Guardia, un pueblo al lado de Señor donde se encuentra uno de los cinco centros ceremoniales Mayas del estado de Quintana Roo. Probablemente engañado por la palabra concurso, dijo que eso no era un juego y que no se prestaba para que le tomaran fotos, pensando que después todo se volviera en negocio. Al mismo tiempo les preguntó: *"¿Por qué hacen eso?"* Le respondieron: *"Pues, para que no se pierda la tradición, con los chamacos."* Y él: *"Pues, no es que no se puede, pero no es la manera correcta de conservar la tradición. ¿Cómo los maestros enseñan a los muchachos? El Maestro los junta y les explica. ¿Cómo se puede conservar todo esto? Qué me traigan a los chamacos y yo le voy a decir cómo se hace cada uno, cada rezo y qué significa, eso es conservar porque si ellos llegan a aprender ellos lo van a explicar así a otros, pero de esa manera, no de exponerlo delante de la gente para que tomen fotos y vender fotos". "Yo no me presto a eso porque no quiero faltar, porque si estoy haciendo una cosa, por ejemplo, es como ahorita dijo fui a hacer un rezo no sé donde, si las cosas las hago así formales, sé cómo salir, si pero voy haciendo un juego, ¿qué voy a hacer? ¿Cómo voy a salir de allí?"* (Varios Participantes).

*"Y a ese señor no lo vas a cambiar, ¿pero a sus hijos? Ellos van, dicen yo sí sé rezar, soy rezador, pero hay detalles que allí no lo sé, es chavito, todavía no sabe"*

*todo, pero también los demás, no te van a decir que no, te dicen vamos, pero el papa totalmente contrario" (Participante 12).*

La segunda, la cultura y la tradición son un producto más del turismo global del cual sacar beneficios:

*"Mira, es que hoy en día uno es libre de hacer su negocio, si no lo hace él lo hace otro... Entonces hay que llegar por primero" (Participante 25).*

## **4.12 Acontecimientos recientes de la cooperativa: Xyaat y las marcas turísticas**

### **4.12.1 Paraísos Indígenas**

La CDI gestiona diferentes proyectos y programas, entre ellos el de Turismo y naturaleza. Este último se divide en dos vertientes: Turismo y naturaleza como tal, y la marca turística "Paraísos Indígenas" (Participante 15). Esta, junto a otra marca de la CDI, "Manos Indígenas", nace como programa piloto a nivel nacional en el 2014, involucrando primariamente a grupos ya más avanzados y más establecidos o, en el caso de artesanos, que ya comercializan sus productos a nivel mundial. A partir del año 2015 la marca empieza a extenderse al Estado de Quintana Roo, y algunas comunidades se involucran a ella: actualmente en el Municipio de Felipe Carrillo Puerto la CDI está manejando seis Paraísos Indígenas, Señor, Felipe Carrillo Puerto, Punta Allen, Tihosuco, Chunhuhub, Muyil, y se espera que durante el 2017 se llegue a ocho comunidades. Estas marcas son exclusivamente para poblaciones indígenas que radican en una comunidad, donde se comercializan sus tradiciones y cultura de manera sustentable y preservativa. Los objetivos a alcanzar que están encima de la lista de la marca van de la preservación de la cultura y la transmisión de las ideas, hasta combatir el rezago, disminuir la pobreza, dar infraestructura y servicios que le faltan a la comunidad, y evitar la migración de los habitantes de la comunidad. Por ello, se espera que cooperativas como Xyaat se conviertan en empresas consolidadas y ofrezcan oportunidades laborales a esas personas que se van a trabajar a la Riviera Maya (Participante 15).

¿Cómo funciona Paraísos Indígenas? De acuerdo al responsable de la CDI de Felipe Carrillo Puerto:

*"La marca detecta lugares que tiene un plus, algo muy valioso, hablemos aquí de la región, algo cultural y que está inexplorado y que al turismo, internacional le*

*agrada, como por ejemplo esta parte de medicina tradicional, algunos lugares donde pueden hacer senderismo, avistamiento de aves, etc."* (Participante 15).

Una vez detectados estos lugares, la CDI les pregunta si quieren ser parte de la marca, para que se puedan promocionar a nivel mundial, invitándolos a ferias, apoyándolos económicamente, con el fin de que el lugar se explote y sea conocido, reconociendo a la CDI como parte fundamental del proceso que ellos han llevado para que puedan ser exitosos (Participante 15). El responsable nos comentó también como se manejan económicamente estas iniciativas:

*"Turismo y naturaleza se maneja por plan de negocios, y un formato que nosotros le damos adicional. El Turismo y naturaleza nosotros lo podemos dar a grupos que cuenten con esos dos requisitos hasta \$ 1 millón 35 mil pesos, durante tres apoyos o tres años. Paraísos Indígenas los detectamos, y tienen el plus que te comento, y tienen el apartado llamémoslo así de VIP, son más fáciles de acceder a los otros recursos, de Turismo y naturaleza. Generalmente, cuando abrimos la convocatoria, los primeros que queremos que sigan trabajando con nosotros son los que ya están incorporados a Paraísos Indígenas"* (Participante 15).

La cooperativa turística Xyaat se incorporó a la marca Paraísos Indígenas en 2016, recibiendo un financiamiento para mejorar la dotación infraestructural. Al respecto, se compraron bicicletas, radios, un refrigerador, artículos para la cocina. También, está prevista la construcción de una palapa donde desarrollar actividades como talleres para niños, de henequén e historias, tener reuniones y también para el descanso de los turistas que podrán disfrutar de hamacas. Finalmente, el financiamiento cubrirá la construcción del segundo piso encima de la oficina, dotado de aire acondicionado y camas para que la gente pueda quedarse a pernoctar (Participante 1).

Durante nuestra estancia en Señor, Xyaat organizó un tour cultural con encargados de la CDI de la Ciudad de México, de Chetumal y de Felipe Carrillo Puerto, en el ámbito de la evaluación de la cooperativa y del servicio ofrecido a raíz de la reciente incorporación a la marca. En particular se evaluó:

*"El sitio como tal, del momento en qué Carlos nos dio la bienvenida como guía, porque él es un guía reconocido, estamos evaluando su desempeño como tal, evaluamos las actividades que maneja el sitio, y posteriormente le damos una calificación"* (Participante 15).

Asimismo, se consideró muy importante y se evaluó la interacción con la gente en el turismo comunitario, la lengua, la vestimenta propia de los lugareños, las mototaxis. En

suma, todo lo que constituye ese plus que caracteriza el turismo en las comunidades y lo diferencia del turismo de sol y playa de la Riviera (Participante 15).

Cabe destacar que mientras la cooperativa ya tiene establecida su capacidad de carga y el número máximos de visitas, para la CDI todo esto no está definido, al contrario:

*"Actualmente, no podemos decir que no porque nos deja dinero, si llegan 100 no podemos rechazarlos porque necesitamos derrama económica"* (Participante 15).

Sin embargo, están conscientes de que el sitio no está preparado para atender un gran número de visitantes, ya que no cuenta con muchos servicios básicos que el turista necesita y a los cuales están acostumbrados, entre ellos internet, telefonía celular, una buena tienda de autoservicios entre ellos. Por esta razón, la marca apunta también a mejorar la capacidad receptiva de Xyaat para recibir un mayor volumen de turistas (Participante 15).

Con base en la observación y las pláticas después de la reunión con los encargados CDI, dos socios manifestaron su decepción por la decisión de haber empezado la colaboración con la marca. A raíz de eso está el hecho de que todo lo que la cooperativa compra o los trabajos que se van a hacer tienen que ser facturados para que la CDI pueda aprobarlos y financiarlos. Sin embargo, los socios explicaron que, justamente para beneficiar a la comunidad, muchas cosas o trabajos son hechos directamente por los lugareños, quienes no están dados de alta en hacienda y por ende no puede emitir facturas. De ahí que las soluciones propuestas fueron: comprar los productos en otro lugar y hacer trabajos con otras empresas, o, dado que el financiamiento dura tres años, procurar que los lugareños se dieran de alta en hacienda y colaborar activamente con ellos en ese periodo. Los socios se quedaron con esa sensación de no saber realmente qué hacer, pero no sabemos en qué terminó el asunto. Solamente, podemos decir que al día de hoy Xyaat todavía no se encuentra promocionada en la página web Paraísos Indígenas.

#### **4.12.2 Maya Ka'an y la Red de Turismo Comunitario de la Zona Maya de Quintana Roo**

La decisión de hablar en el mismo apartado de Maya Ka'an y de la Red de Turismo Comunitario no es casual: fueron lanzadas oficialmente en abril de 2014, y prácticamente están siguiendo un camino paralelo en la Zona Maya aunque no todas las cooperativas están incorporadas en ambas.

La Red es una iniciativa de las cooperativas de la Zona Maya y nace de varias problemáticas: por un lado, las cooperativas no han profesionalizado la comercialización y no han tenido un gran volumen de visitantes. Saben que no es nada fácil posicionar el operado de las cooperativas en el mercado, sobre todo cuando tienen que enfrentarse con colosos del turismo mundial que sin lugar a duda tienen un poder contractual enorme. Por ejemplo, un participante nos dijo que:

*"No tenemos página web donde nos posicionemos en sus países, porque ellos compran de sus países, la agencia de viaje está aquí y ellos compran directamente de allí, y la agencia distribuye solo esa parte, y entonces el turista llega a Cancún y escucha que hay comunidades Mayas y que está Xyaat, y no puede venir porque tiene pagado todo, no hay días para, se escapa un día y se viene a ver nosotros. ¿Qué podemos hacer? ¿Qué estrategia necesitamos para posicionarnos desde allí para que lo compren directamente de allí? Porque la agencia de viaje se los vende por \$ 5000 pesos por persona y solo nos pagan \$ 50 pesos a nosotros, el 90% se le queda a la agencia tour operadora, entonces tampoco es viable para nosotros, así no se puede trabajar"* (Participante 1).

Asimismo, a lo largo de los años, las cooperativas se han enfrentado con actitudes discriminatorias de algunas tour operadoras, cuyos guías no han respetado a los guías locales mayas:

*"Nosotros locales también tenemos certificaciones, y tu certificación es igual a la mía, porque mi certificación es nacional, y todo lo que tú sabes yo lo sé, entonces no es porque tú hablas alemán y yo hablo maya y español me vas a poner a un lado. No, me necesitas y yo te necesito"* (Participante 1).

Otro añadió:

*"Creen que porque somos una comunidad indígena no sabemos nada de comercialización... Y llegan las tour operadoras que no nos quieren pagar el trabajo de las comunidades, esto ha sido un gran punto que nos hemos topado nosotros como Red, porque como ven que nosotros somos de la zona, somos mayas, de una comunidad nos van a regatear la oferta turística que proponemos"* (Participante 5).

Al respecto, un socio de Xyaat nos comentó que una tour operadora no les pagaba las mototaxis o bien les pedía una comida mínima sin rebasar los \$ 30/35 pesos por persona cuando el precio normal es de \$ 85 pesos (Participante 1).

Por otro lado, se han dado cuenta de que hay empresas extranjeras a lo mejor disfrazadas por mexicanas que se han acercado a la Zona Maya, monitoreando tierras y

comprando terrenos. Por eso, están conscientes de que la zona es propensa a la llegada de grandes empresas, sobre todo cuando respaldadas por el gobierno:

*"Lo que veíamos nosotros cuando hacíamos asambleas: Cancún, Playa (Playa del Carmen), Tulum, ¿a quién le toca que le den la torre? Felipe Carrillo Puerto y la zona Sur, entonces estamos propensos. No estamos de acuerdo pero si vemos que el Gobierno tiene mucho que ver en esto ¡Va a llegar! No vas a poder contra un Gobierno que ya estuvo en todo el Estado" (Participante 5).*

Debido a lo anterior, con base en la observación durante las reuniones de Maya Ka'an el propósito de la Red de Turismo es que se fortalezcan todas las cooperativas, que se empoderen y se constituyan como la propia tour operadora de todas las comunidades para enfrentarse a la llegada de las grandes empresas. En el inmediato futuro está prevista la creación de un punto operativo fijo, una oficina de la Red en Felipe Carrillo Puerto, con el fin de dar a conocer la Red y Maya Ka'an, vender tours y ofrecer explicaciones de la zona.

Como referido por el responsable de la marca turística Maya Ka'an, esta es una iniciativa de la AC Amigos de Sian Ka'an. Esta asociación civil nace después de la institución de la Reserva de la Biosfera de Sian Ka'an, con el objetivo de conservar esa área, y de que realmente se haga monitoreo, se cumplan los objetivos por los cuales se decretó. Con el paso del tiempo la asociación busca alternativas u opciones de desarrollo comunitario y desarrollo económico y de incluir a las comunidades en ciertas actividades productivas. Por lo tanto, a partir de los años 2000 se empieza a involucrar en el sector del turismo sustentable, que se fue uniendo a otros programas como el programa marino, conservación de agua, de tierra, y otros proyectos especiales. A raíz del involucramiento en turismo se encuentra una problemática: los impactos negativos generados por Cancún y la Riviera Maya. ¿Cómo le hacemos para detener eso? y ¿Qué está pasando con las comunidades y la riqueza de Quintana Roo?, se preguntaron. De ahí que ASK empieza en el año 2011 con el proceso de diversificación de la oferta turística en el Estado de Quintana Roo: con el objetivo primordial de proteger la RBSK, quiso quitarle parte de la gran carga de visitantes así como proporcionar nuevas opciones a la demanda impresionante de la Riviera Maya. Entonces, derivado de eso, como inicio del proyecto como tal empiezan a voltear los ojos al lado de la Zona Maya y a su riqueza cultural y gastronómica. Se crea entonces la marca Maya Ka'an, para conformar una región turística nueva, identificando y apoyando aquellas ofertas ecoturísticas ya existentes para que se desarrollaran más, y al

mismo tiempo hacer partícipes a las comunidades y generar nuevas alternativas productivas para ellas en forma de turismo comunitario y responsable, de bajo impacto, con el fin de conservar y aprovechar sustentablemente los recursos:

*"Porque todo lo que hacemos acá va a terminar en la Reserva, por eso, no es que estar acá no nos toque el problema de la Reserva"* (Participante 8).

Así, en voz del encargado de la marca se fue creando una nueva oferta turística, pero haciendo hincapié en el hecho de que se trata de una iniciativa local, mientras que proyectos como Cancún o la Riviera Maya fueron generados desde muy arriba, aprovechando de la brecha que fue un paraíso para los inversionistas:

*"Lo que se pretende es incluir a estas nuevas propuestas turísticas a la propia cadena de valor en turismo en Quintana Roo y diversificar, girar la cabeza y no ver solo Cancún y ver toda la Biodiversidad con la que cuenta Quintana Roo. Es así que nace el proyecto Maya Ka'an, con su lema donde la tierra late"* (Participante 8).

Al momento se han identificado 18 cooperativas que ofrecen algún producto turístico definido o que cuentan con el potencial para desarrollar algún producto turístico. Sin embargo, en la página web de Maya Ka'an solamente se promocionan 9 comunidades, entre ellas Señor con Xyaat, que se ubican en tres municipios del Estado<sup>26</sup>: Tulum, Felipe Carrillo Puerto y José María Morelos (Participante 8). Para que las empresas puedan ser parte de la marca tienen que cumplir con cuatro criterios de sustentabilidad: A) *Económicos*: maximizar los beneficios económicos de largo plazo, debida distribución de los recursos hacia la población, minimizar los impactos negativos. B) *De gestión*: establecer y demostrar prácticas efectivas de gestión apegadas a la ley, con énfasis sobre aspectos laborales, medioambientales, de competitividad, salubridad y seguridad. C) *Medioambientales*: beneficios para la conservación del patrimonio natural, respeto de los procesos ecológicos esenciales, preservar el patrimonio minimizando el posible impacto negativo. D) *Socioculturales*: maximizar los beneficios sociales y culturales para la comunidad, entendimiento y tolerancia interculturales, reducción de un posible impacto negativo (Observación participante reunión Maya Ka'an).

Al principio ASK tuvo muchos problemas con las comunidades, tanto que no fueron bien aceptados y en las reuniones en la casa de cultura en Felipe Carrillo Puerto prácticamente nadie participaba (Participantes 5, 8). Por un lado, muchos confundían y aún

---

<sup>26</sup> Al respecto ver también [www.mayakaan.travel](http://www.mayakaan.travel)

confunden ASK con la RBSK, la cual es manejada por CONANP, quien destina grandes cantidades de dinero pero solamente a las comunidades que se encuentran dentro del territorio de la Reserva. De ahí se generaron muchas polémicas, conflictos y malos entendidos y no se creía en la marca destino:

*"Casi casi querían sacar al responsable, polémica de las comunidades porque llegaban sin nada de beneficio para las comunidades, y nosotros que somos la zona de afluencia pero los beneficios estaban reservados a Muyil, pero como ellos estaban dentro de la Reserva entonces CONANP les da todo"* (Participante 5).

Poco a poco ASK convence a las cooperativas, y se empiezan a buscar financiamientos para identificar y crear la marca. Se suman varias instituciones, ONGs, empresas, y finalmente en abril-mayo de 2014 se lanza oficialmente la marca turística, financiada por 500 mil dólares por el BID, y otros 500 mil dólares por organizaciones patrocinadoras<sup>27</sup>, entre ellas figuran Riviera Maya, FUNDEMEX, SECTUR, SEDETUR, PNUD, SEMA, SEMARNAT, WWF, FMAM, CONANP, Microsoft, Fundación ADO, Gobierno del Estado de Quintana Roo, MARTI. Según el responsable Maya Ka'an, estas organizaciones dan donativos a la marca para financiar y autorizar los proyectos que se presentan y que las comunidades quieren poner en marcha. Sin embargo, ni siquiera había pasado un año del lanzamiento de la marca que ya las comunidades empezaron a desanimarse, ya que ASK no le había dado seguimiento al proyecto y no supieron de ellos por meses. Se sintieron abandonados y empezaron a preguntarse qué iba a pasar con la marca destino (Participante 5). El responsable actual de la marca nos explicó que cuando tomó el cargo en noviembre, se encontró con una situación de apatía general y colaboración nula, resultado de la falta de seguimiento del proyecto. Añadió que esta situación era perfectamente entendible porque lamentablemente Maya Ka'an es un proyecto que viene de arriba y lo que pasó es que realmente no hubo una apropiación real, un trabajo específicamente con las personas que hacen parte de la comunidad y las mismas cooperativas no demostraron ningún interés (Participante 8). Sinceramente, nos señaló que sus predecesores abusaron de su posición y las cooperativas se quedaron con la sensación de que se estaba repitiendo la misma historia de siempre:

---

<sup>27</sup> Ver <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/maya-ka-an-nueva-marca-destino-en-quintana-roo.html>. También, BID, <http://www.iadb.org/es/proyectos/project-information-page,1303.html?id=ME-M1065>. También ver <http://www.fomin.org/es-es/PORTADA/Proyectos/ME-M1065.aspx>

*"Es que siempre piden cosas para el beneficio de ellos, y que yo como comunidad me van a entrevistar y salir a la tele y yo nunca veo el programa, y son cosas que pasan y es algo que está predominando acá en la zona" (Participante 8).*

También, hace algunos meses en Felipe Carrillo Puerto se aplicó una encuesta y resultó que el 85% de los 560 encuestados nunca había escuchado de la marca. De ahí que, consciente de que en algún punto se perdieron en la realización del proyecto, su tarea más inmediata es intentar permear el proyecto hasta las comunidades, convocando reuniones con las cooperativas para retomar los objetivos de la marca y el trabajo que conjuntamente se quiere hacer con ellas y que hasta la fecha no se ha hecho (Participante 8).

De forma autocrítica, el responsable de la marca reconoció que con Maya Ka'an se ha vuelto a proponer un problema común en el ámbito de las políticas de desarrollo. A nivel general, las organizaciones asumen el papel de concedores de los males o problemas que afectan a las comunidades, y se hacen portadores de soluciones sin realmente "sentarse con ellas" y escuchar sus reales necesidades:

*"Es que a veces se dice apostamos al turismo pero las comunidades tienen problemas más importantes, salud, agua etc. y la gente dice pues, a mí el turismo no me interesa, porque tengo otras necesidades" (Participante 8).*

Asimismo, México es un país mega diverso y las políticas públicas no pueden ser iguales en todo su territorio. Por ejemplo, en muchos casos se quieren replicar iniciativas turísticas que han sido exitosas en el norte del país cuando a lo mejor en Quintana Roo no pueden funcionar porque la forma de pensar y la cultura es completamente distinta (Participante 8).

Con base en la observación participante durante las reuniones de la marca, entendimos que falta cohesión entre cooperativas. Primariamente, se señaló que con el destino Maya Ka'an y la Red se empezó al revés, es decir las organizaciones no están organizadas, por lo tanto es necesario apropiarse de la marca pero desde abajo. Las cooperativas lamentaron la falta de comunicación entre ellas, lo cual estaba llevando a trabajar cada una por su lado persiguiendo objetivos personales que perjudican la marca y la Red. De ahí que veían la necesidad de rescatar los valores de cooperativismo, inclusive dentro de las mismas comunidades, aunados a la responsabilidad y a la participación de cada uno, con la Red y la marca que pueden contribuir a que se fortalezcan y no dejarlos solos. Al respecto, no todas las cooperativas que están incorporadas a la marca estaban presentes y eso fue razón de conflictos y dio lugar a comentarios del tipo: *"lo que pasa en*

*la Red de Turismo Comunitario de la Zona Maya y Maya Ka'an es que muchos están solamente porque hay dinero, pero cuando hay que luchar, ¿dónde están todos?"*

Otro gran problema que manifestaron las cooperativas y el responsable de Maya Ka'an es que a lo largo de los años se ha trabajado mucho y positivamente para obtener y dar capacitaciones y certificaciones, entre ellas la certificación del programa Moderniza, luego la NOM-09-Tur-2002 para guías especializados en actividades específicas, se renovó norma 133. Sin embargo, concuerdan en que se ha desaprovechado esa inversión porque realmente no se ha logrado comercializar las cooperativas porque el número de visitantes ha sido muy escaso. De ahí que algunas dijeron que ya no querían ser parte de la Red y Maya Ka'an porque ya no tienen capacidad de motivar a los socios y trabajadores a seguir adelante porque no reciben visitantes ni ingresos. Por lo anterior, se decidió realizar un plan de comercialización al cual las cooperativas pudieran sucesivamente aplicar modificaciones de acuerdo a sus exigencias. También, el responsable de la marca nos dijo que el reto más grande será consolidar el proyecto, apropiarlo con la gente y que esté realmente cumpliendo con el objetivo que se planteó al principio, partiendo en 2017 de las reales necesidades, los talones de Aquiles y el nivel de madurez de cada cooperativa.

La responsable de la Red y socio de Xyaat mencionó también que eso no era el momento de abandonar el proyecto porque en ese entonces más que nunca se necesitaba la colaboración de todos, para estar tocando puertas y hacer alianzas sin esperar que el recurso les llegue del cielo:

*"Acá los apoyan CDI, el proyecto "Sistemas productivos sostenibles y biodiversidad" de CONABIO, pero las ayudas se les dan a raíz de estar en la Marca, porque antes los recursos nada más eran para dentro de la Reserva, luego como tomaba fuerza la Red y Maya Ka'an entonces la oportunidad de INAES y CDI, y en 2015 y 2016. Si las organizaciones no aprovechan ahora, a lo mejor mañana no nos van a decir nada, y CONABIO quiere cuentas claras para saber si van a financiar también el próximo año" (Participante 5).*

Durante las reuniones se indicaron también las directrices o líneas guía para las cooperativas. Primero, implementar estrategias para posicionarse en el mercado, sin buscar segmentos fuera de su alcance. Por ello, es fundamental apuntar mucho en el aspecto de la autenticidad, sin entonces ofrecer algo que realmente no se posé ni contaminar el escenario con construcciones pocos pertinentes con la realidad local. Asimismo, apuntar a un servicio de calidad y a la amabilidad de la gente como elementos distintivos de la oferta, rescatando,

valorando y presumiendo la riqueza cultural que predomina en la Zona Maya, porque esto es lo que hace la diferencia con otros productos turísticos. Todo esto será el input para generar prosperidad local, a través de empleos de calidad y certificados y contratando a las personas locales. Y finalmente:

*"La satisfacción del visitante, lo más importante: la promoción mejor es el boca a boca. Uno insatisfecho es la peor promoción. Boca a boca es la más creíble. Tratar al cliente y visitantes como si fueran de la familia, recibirlos súper contentos, llevarlos por arriba y abajo, contentos, diferencia con oferta turística masiva, que no les importa si dan comida caliente o fría etc."* (Participante 8).

Con respecto a los destinos parte de Maya Ka'an, el responsable hizo hincapié en que todas las cooperativas tienen que estar en el mismo canal de lo que es el turismo sustentable que la SECTUR lo define como *"aquellas actividades **respetuosas** con el medio natural, cultural y social, y con **valores** de las comunidades, que permite **disfrutar** de un positivo **intercambio** de experiencias entre **residentes** y **visitantes**, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los **beneficios** de la actividad son repartidos de forma **equitativa**, y donde los visitantes tienen una **actitud** verdaderamente **participativa** en su experiencia de viaje"*<sup>28</sup> (Observación participante). Esto fue muy importante porque en Quintana Roo no hay una ley de turismo sustentable y las mismas empresas que se promocionan como sustentables, entre ellas Xcaret, no hacen nada para promover una ley al respeto, conscientes de que eso les afectaría negativamente. Sin embargo, las nuevas clases políticas están empezando a hablar o tienen en cuenta los temas de turismo y desarrollo sustentable. De ahí que la marca se propone también incidir en la agenda política estatal, sensibilizando la clase política para que se apruebe esa ley (Participante 8).

#### **4.12.3 Maya Ka'an como región**

Con base en la observación, durante las reuniones se aclaró que Maya Ka'an es una "Región". Al igual que la Riviera Maya, que todo el mundo sabe dónde se encuentra y los distintos hoteles son identificables bajo el nombre Riviera Maya, Maya Ka'an se propone lo mismo: muchas empresas comunitarias individuales y con una oferta diversificada, pero que se puedan identificar con un nombre (Participante 8). Y una vez creada esta región:

---

<sup>28</sup> El texto fue presentado en una diapositiva durante la reunión de la marca; las palabras en negritas aparecen así en la diapositiva.

*"¿Qué se necesita para que un visitante llegue a visitar las comunidades? Necesita transporte, hospedaje, alimentación, gasolineras, también hasta un hospital, y más, hasta donde está una oficina de policía, y esto es súper importante, todos estos detalles, todo esto entra en lo que es Maya Ka'an y lo que es el producto turístico Maya Ka'an porque finalmente es un destino" (Participante 8).*

#### **4.12.4 Maya Ka'an y el papel fundamental de las cooperativas para la conservación**

En ocasión de una reunión de la marca, también se presentó un programa sobre la situación hídrica de la Península y la importancia de conservar el recurso agua. Al respecto, se habló de las consecuencias que está acarreado la expansión de la Riviera Maya y de su gran volumen de turistas que allí llegan. Esto ha procurado la modificación del paisaje, con la expansión de la mancha urbana que ha ido paulatinamente sustituyéndose a la selva y dejando una lengua de cemento enorme. Obviamente, lo anterior ha llevado a la pérdida de ecosistemas, ya que impide la infiltración de agua hacia el subsuelo, comprometiendo la conectividad del sistema acuífero subterráneo. Todo lo anterior se ve reflejado por ejemplo también en los manglares, ya que los ecosistemas están todos conectados. Debido a lo anterior, los responsables del proyecto y de la marca empezaron con una verdadera obra de convencimiento de las cooperativas sobre el papel que estas van a tener para los ecosistemas, responsabilizándolos a manera de últimos baluartes de defensa del medioambiente a través del desarrollo de su turismo de bajo impacto:

*"Ustedes, que están desarrollando un turismo de bajo impacto, esto es lo que se ve. Al tener bajo impacto no tenemos una gran presión sobre el ecosistema, lo cual nos permite poder seguir este turismo, desarrollarlo sin afectar al medio ambiente. Selva, importante para la captura del CO<sub>2</sub> y el cambio climático, la temperatura, ustedes con este turismo están ayudando a que el acuífero se conserve, que los ecosistemas se mantengan, por eso es importante este tipo de turismo porque ya no queremos este (Riviera Maya), porque esto nos está perjudicando, y queremos ecosistemas sanos" (Participante 8).*

Y aquí mostraron dos fotografías del mismo lugar, una cementada y otra cuando la selva era intacta, todavía virgen, preguntando: ¿Qué prefieren ustedes? Y, obviamente, la respuesta fue unánime para la segunda. Esto se nos hizo un poco curioso ya que la misma Riviera Maya se encuentra entre las organizaciones patrocinadoras de la marca Maya Ka'an (Observación participante). Asimismo, nos llamó la atención la intervención del presidente de la cooperativa Xyaat, quien preguntó qué podían hacer ellos. La respuesta fue: "implementar este tipo de turismo". El presidente añadió:

*"Como comunidades lo estamos intentando, por ejemplo el manejo de residuos, pero en el otro lado, en el "norte" quieren crecer aún más. Y ahora por el Festival de Vida y Muerte en Xcaret van a llegar 10 mil personas, con todo lo que es el baño ¿Qué hacer para que se mantenga un límite? Estamos hablando como cambio climático y nos miran, pero nosotros estamos ayudando en eso, y los que tienen grandes empresas no es su interés. ¿Qué hacer?" (Participante 1).*

Sin embargo, se olvidó mencionar que él está colaborando con el parque desde hace 13 años como describimos anteriormente.

Aquí se remarcó que como cooperativas tenían una responsabilidad muy grande: sensibilizar y responsabilizar. Como van a visitarlos turistas nacionales y extranjeros, tiene la tarea de promover el cuidado de medio ambiente y por ejemplo no darles popotes: es un gesto pequeño pero se quiere empezar a poner esa semilla en los visitantes. En voz del representante de la marca:

*"Por eso digo que como representantes de la cooperativa tienen una responsabilidad muy importante, son tips para todos los visitantes. Es cierto, el turista viene a visitar pero deberíamos de enfocarnos en este aspecto, y decir, tienes que hacer esto porque es importante" (Participante 8).*

De ahí que hace hincapié en la importancia de la comunicación y como guías tienen ese rol y tarea de comunicar y concientizar. Además, el responsable añadió que cada comunidad tendrá que seguir la guía de buenas prácticas ambientales, que incluye cómo utilizan el agua, de dónde procede la electricidad que utilizan, cómo están manejando los residuos etc., con la actividad de la cooperativa que se repercutirá en la vida comunitaria a través de una forma de control local sobre lo que sucede en el entorno comunitario. Igual que el anterior, se puso énfasis en que lo anterior representa lo que los va a distinguir de las actividades de los hoteles de Cancún y de Playa del Carmen:

*"Por eso digo este tipo de turismo no impacta, o impacta mucho menos que el otro, ¡es un plus que ustedes tienen! Porque muchos se están percatando de la importancia del medio ambiente, entonces habrá más gente que al turismo sol y playa va a preferir el vuestro" (Participante 8).*

## **CAPÍTULO V. DISCUSIÓN Y REFLEXIONES FINALES**

En este capítulo primariamente se discuten, a la luz de los resultados, temas emergentes, tales como las migraciones laborales. Sucesivamente, la discusión aborda temas como la Zona Maya como atractivo turístico, la oferta turística de Señor en el contexto del turismo comunitario, la expansión de la cooperativa Xyaat, y el papel de la conservación y la cultura en el turismo alternativo. Este fue parte del proceso de descubrimiento inductivo realizado derivado del trabajo de campo que ha permitido generar un proceso de conocimiento deductivo desde la base y que ha llevado al enlace con las reflexiones teóricas que encontré. Asimismo, el presente capítulo pone énfasis en la discusión y la interrogación entre los resultados y los autores que han sido citados para la construcción del marco conceptual, aunados a otros considerados pertinentes con los temas tratados, así como se encuentra una parte importante de la reflexión y síntesis que han llevado al planteamiento del problema investigado, que aquí recordamos: ¿Quiénes? ¿Cómo? y ¿Por qué comercializan el patrimonio cultural y natural de la comunidad de Señor, en el ámbito de la complementariedad productiva y del turismo alternativo?

Señor y la cooperativa turística no pueden ser entendidas sin un esfuerzo que nos lleve a trascender esa dimensión puramente local y de alguna forma estancada en un pasado inmóvil. El análisis de los resultados, ha permitido enfatizar como la esfera local y las esferas regionales, nacionales y globales se yuxtaponen, creando un entramado donde los límites de cada una se disuelven para dar lugar a una dimensión única, en la cual convergen interacciones muy complejas, actores distintos, intereses contrastantes que inevitablemente tienen el poder de determinar y moldear decisiones, políticas y orientaciones, tanto en la Zona Maya como en cualquier rincón del planeta. Lo que se desprende es entonces un cuadro que evidencia como, a pesar de que todos (instituciones, comunidades, gobiernos etc.), supuestamente reconocen la Zona Maya como un área de alto interés cultural y natural y por ende explotable turísticamente por varios actores locales, regionales, nacionales y transnacionales, esta misma zona y sus pobladores parecen no haberse quitado de encima esa etiqueta de marginados, discriminados y pocos atractivos por las políticas públicas para una lucha eficaz del rezago y mejoramiento de las condiciones de vida y desarrollo humano. Al contrario, los resultados ponen en evidencia que los mayas son dejados en manos del mercado y de aquel capitalismo global que, se quiera o no, están

determinando una reestructuración notable de la sociedad maya de la Zona Maya de Quintana Roo.

Así, Señor y la Zona Maya de Quintana Roo, después de las etapas de explotación forestal y del chicle, y sucesivamente la construcción de carreteras donde era evidente el papel del estado, se encuentran ahora inmersas en una tercera etapa del capitalismo, en la cual emergen nuevas dinámicas económicas generadas por el apetito capitalista que desde el principio del presente siglo ha estado actuando como extractor de plusvalor de recursos humanos de dicha comunidad, en su necesidad irrefrenable de disponer de trabajadores a un costo relativamente bajo por un lado, y de nuevos territorios para evitar crisis de sobreacumulación del capital mismo por el otro. Así, estas dinámicas están incidiendo de forma notable en la terciarización de la fuerza laboral de la comunidad, generando un flujo migratorio de personas en edad productiva de la comunidad a la más cercana Riviera Maya, lo cual está a la base de una transformación sociocultural de la misma comunidad, ahora casi completamente absorbida dentro de nuevas lógicas comerciales y de acuerdo a nuevos patrones impuestos por el mercado. Al mismo tiempo el pueblo, a través de una cooperativa turística de ecoturismo comunitario, se propone como sujeto activo en el proceso de turistificación de la Zona Maya de Quintana Roo.

### **5.1 Terciarización de la fuerza laboral en Señor**

En la Península de Yucatán en las últimas décadas el turismo ha generado una transición importante en la economía, la cual ha registrado una disminución paulatina del sector primario al cual se ha contrapuesto un incremento exponencial del sector terciario: "de una producción basada en la tierra a una producción (de bienes y servicios) basada en el turismo" (Fraga, 2012:46). Al respecto, existen estudios que indican la existencia de etapas económicas en las cuales han coincidido la progresiva disminución de la producción de las actividades agropecuarias y la salida obligada de personas en edad productiva hacia los polos turísticos de la península, esto aunado a la valoración de las nuevas generaciones rurales respecto a las actividades tradicionales (Fraga, 2012, Fraga y Arias, 2015).

Los resultados de nuestra investigación demuestran que desde el año 2002 en Señor ha empezado un proceso de de extracción de plusvalor de sus propios recursos humanos: el

pueblo se ha convertido en expulsor de mano de obra hacia los polos turísticos de la famosa Riviera Maya, ya que está experimentando un movimiento migratorio pendular diario de los que se pueden definir "jornaleros del sector terciario", hombres y mujeres, aunado a un proceso paralelo de desvinculación y abandono del campo, ahora trabajado casi exclusivamente por hombres adultos o mayores de edad.

Esto ha dado lugar a la creación de un mercado laboral "pull-push". El "pull" es representado por la Riviera Maya y su turismo que, aprovechando de forma descarada de las condiciones económicas desfavorables de la zona, atrae cada vez más trabajadores gracias a los salarios seguros, aunque irrisorios, que allí se pueden conseguir, asimilándose así al nuevo maná para parafrasear al Dr. Agustín Santana (2003a), y llegando inclusive a convertirse en benefactor que ayuda a los más necesitados. El "push" es, al contrario, la población local, que en su lucha cotidiana para la sobrevivencia es atraída por el espejismo de poder finalmente disponer de un ingreso seguro que la milpa u otras actividades en el pueblo no pueden garantizar. De ahí que en Señor se está asistiendo a la "desaparición" del campesino o productor rural, condición imprescindible para la transformación de espacios y creación de paisaje al "gusto" del capitalismo (Rubio, en Cruz, *et al.*, 2012): separar estos campesinos de sus medios de producción da pauta a la creación de un ejército cada vez más numeroso de asalariados cuyo trabajo es ahora parte de la dinámica de producción capitalista y por ende involucrado en las transformaciones espaciales y paisajísticas por medio de la producción de valor (Cruz, *et al.*, 2012), en este caso combinando el turismo masivo con el alternativo.

Como bien afirma Rajotte (1987), para algunos grupos indígenas el turismo representa una "nueva forma de azúcar", sinónimo de explotación por manos foráneas (Re Cruz, 2005): ésto se refleja claramente en las palabras de un participante que habla de esclavitud fina en la página 91, así como el Festival de Vida y Muerte en el parque Xcaret y el turismo comunitario a la carta lo evidencian. Por su parte, Coronado (2014) menciona que las poblaciones indígenas a lo largo del planeta han sido el sector más desposeído de la sociedad cuya participación en el turismo se ha limitado esencialmente al papel de mano de obra barata. Así, el turismo en la Riviera Maya ahora, después de haber ocupado territorios, expulsado poblaciones y prohibido el acceso a los que eran sus legítimos propietarios, a través del trabajo en los hoteles ha convertido a los mayas de la zona en los nuevos

hacendados del siglo XXI. La situación en Señor se puede entonces insertar dentro de un análisis de tipo estructural-marxista que individua al turismo como el nuevo modelo de explotación postindustrial, sobre todo en países en vía de desarrollo que han dirigido sus economías hacia el uso sostenido de sus recursos naturales y paisajes (Fraga, 2012): la insostenibilidad económica del campo da lugar a un abandono paulatino de campesinos para subsidiar las grandes enclaves hoteleros de la Riviera Maya en su incesante búsqueda de mano de obra cada vez más barata.

En este contexto no puede pasar desapercibido el papel que juega la modernidad que, a través de una educación homogeneizadora así como de exigencias económicas y políticas, ha orientado a las nuevas generaciones a considerar el mundo de sus padres como un estilo de vida al cual renunciar (Bartolomé, 2001). Por su parte, Fraga (2012) señala la existencia de una presión externa persistente que motiva a los jóvenes a pasar del sistema cerrado del pueblo a aquello abierto de la Riviera Maya, atraídos por el estilo de vida "moderno" que los trabajadores experimentan durante el contacto con los turistas y reforzados por las nuevas tecnologías. Los apartados 4.6.2, 4.7, 4.7.1 y 4.10.1 atestiguan lo anterior. De ahí que el estilo de vida moderno se ha convertido en uno de los valores de la comunidad: en Señor, migrar a la Riviera Maya es ahora parte de la cotidianidad plenamente aceptada por la comunidad que vive sin particulares dramas los tiempos de traslado del pueblo a la Riviera y de regreso. Los esfuerzos son compensados por la monetarización de las economías familiares, elemento que en varios casos ha operado como factor de distinción y elevación social en ámbito comunitario gracias a la nueva accesibilidad de nuevos bienes y servicios, así como acrecentando y modificando prácticas sociales y religiosas como por ejemplo las bodas. Sin embargo, esta situación es parte de un discurso mucho más amplio que involucra la expansión de aquel capitalismo relativamente eficiente en suministrar bienes y comodidades a sus seguidores (Marcuse, 1968) y por ende por la difusión de una cultura de tipo consumista que inevitablemente catapulta a los trabajadores en las dinámicas del mercado y en sus lógicas perversas, sin darse cuenta de que se ven convertidos en un engranaje más del sistema producción y consumo. Como participantes ahora en la repartición del "gran pastel", aunque beneficiarios en realidad de las migas de este último, a través de trabajos asalariados los mayas son automáticamente absorbidos por el sistema capitalista y puestos en una condición de dependencia y

obedecimiento sin posibilidad de marcha atrás. Estos modelos de consumo inducido representan quizás el último tentativo en orden cronológico de aniquilar la resistencia de los mayas *macehuales* y de alguna forma un control social de los mismos. La nueva actividad económica de la población de Señor está rompiendo con las formas de organización económica, social y cultural tradicional, propiciando al contrario un proceso de individualización a costa de la socialización (Cárdenas, 2013). Sus vidas y tiempos se encuentran ahora fuera de su propio control, al contrario, son ahora regulados por turnos de trabajo cautivos y por el horario de los camiones que los trasladan del pueblo a la Riviera Maya y de regreso, desarraigándolos de la misma comunidad y por ende impidiendo la reproducción y el progresivo olvido de prácticas culturales y laborales tradicionales (Cárdenas, 2013). Los turnos de trabajo en el sector hotelero rompen con las dinámicas de convivencia de la comunidad. Como señalan informantes dedicados a los cultos comunitarios, los turnos alteran los procesos rituales debidos a la ausencia de los jóvenes.

## **5.2 La Zona Maya como nueva región turística y su atractivo principal: la cultura maya**

A partir del nuevo milenio, después de años de silenciamiento, neocolonización y aniquilamiento cultural, así como de marginación socioeconómica, la Zona Maya de Quintana Roo ha empezado a asomarse al mercado turístico mundial y a delinearse ahora como un nuevo destino turístico en el cual los visitantes pueden gozar de sus riquezas culturales y naturales: en su interior han surgido varias iniciativas dirigidas a fomentar emprendimientos turísticos alternativos de tipo ecoturismo comunitario como parte de estrategias de desarrollo para poblaciones indígenas y por ende impulsada por distintos sectores. Considerando que el capital es una entidad que necesita absorber sus excesos para evitar las crisis de sobreproducción (Harvey 1989), entonces este proceso de turistificación del territorio tierra adentro del Estado de Quintana Roo y de sus comunidades campesinas milperas y agroindustriales puede ser considerado como un ejemplo de arreglo espacial a través del cual el capital exporta sus excesos hacia nueva áreas geográficas (Fletcher, 2011; Harvey, 1989). La incorporación del territorio de la Zona Maya al capitalismo incluye también las relaciones sociales, con la cultura y las historias de sus comunidades que son valoradas y absorbidas por el mercado de acuerdo a nuevos criterios de aprovechamiento,

significados y valores comerciales de acuerdo a los mercados (Cruz, *et al.*, 2012; Machuca, 2012; Pérez, 2008).

Al respecto, quizás uno de los resultados más interesantes de nuestro estudio es la doble dimensión de esta cultura. Por un lado, la cultura maya básicamente relegada a un ámbito local. Una cultura como tal que no genera interés y con las autoridades gubernamentales que en realidad destinan escasos financiamientos para su salvaguarda, ya que no produce formas de ganancias (Santana, 1999 en Yúdice, 2002), y solamente se acercan a ella en ocasión de eventos oficiales. lo anterior encuentra sustento en lo que nos refirió un participante en la página 127 al hablar de capitalismo tercermundista, interesado solamente en cuestiones materiales y realmente poco en el desarrollo humano y en el valor de la cultura per se. La cultura es entendida entonces como una mercancía más y como tal es tratada, dentro de un mecanismo de costes, ganancias y rentabilidad; invertir en ella es una operación subordinada a un retorno en términos monetarios y obviamente nadie está dispuesto a perder en este negocio, como nos atestigua un informante en la página 139 , cuando nos menciona que el 90% de las ganancias del tour cultural quedan en la tour operadora, y que la misma "mercadea" el precio de la comida o de las mototaxis. De ahí que, por otro lado, resalta la dimensión global que tiene hoy en día esta cultura, inmersa en lo que Díaz-Polanco (2006) ha definido la fase globalizadora del capital. Después de años de aniquilamiento cultural, coincidimos con el autor al considerar que la cultura maya ha sido atraída, seducida y transformada para convertirse en el puntal para la reproducción y la expansión del capital. La cultura maya es parte de aquella diversidad cultural del país que ahora se exalta, se tolera y se promueve dentro de un marco de utilidad económica (Villaseñor y Zolla, 2012). Por ello ahondamos ampliamente en las secciones 4.12.2 y 4.12.4, sobre el papel que juegan el parque Xcaret y las marcas Maya Ka'an y Paraísos Indígenas y sus nuevas formas de penetración en la selva y cultura simbólica.

Al considerar el turismo en Señor, a través de la cooperativa turística Xyaat en él operante dentro de una oferta de marcas mayores, sin lugar a duda el pueblo se ha convertido en uno de aquellos destinos emergentes que surgieron como respuesta a las nuevas tendencias turísticas mundiales ahora en boga, sobre todo en países en vía de desarrollo y en aquellos territorios habitados por poblaciones indígenas, caracterizados por enormes riquezas culturales y naturales, y aún no alcanzados por los grandes flujos

turísticos mundiales. A través de la cooperativa se han recuperado, promocionado y puesto en escena algunas expresiones culturales de la comunidad, algunas de ellas destinadas al olvido, las cuales han sido así incorporadas por la expansión turística en forma de recursos culturales y como elementos fundamentales para la producción de mercancías culturales de consumo turístico procurando la transformación de Señor en un escenarios de consumo (Flores y Nava, 2016; Hernández, 2012), reproduciendo modelos de negocios corporativos del tipo americanización de la cultura y adoctrinamiento de la fuerza laboral (Cordoba, 2009).

Así, a través del turismo, vector del capitalismo contemporáneo por su predisposición a asimilar cualquier cosa susceptible de convertirse en un producto (Zuñiga, 2013), algunas expresiones culturales de la comunidad de Señor han adquirido un nuevo uso y significado turístico del cual se obtiene un valor agregado positivo que al mismo tiempo genera un interés hacia su utilización o conocimiento, y finalmente una transformación en atractivo turístico (Zuñiga, 2012). La constante búsqueda de qué "vender" por parte de los anfitriones y los intermediarios como hicimos notar en la página 104, resaltan la comercialización de la cultura. El siguiente apartado apuntala en esta dirección.

### **5.3 La oferta turística en Señor**

Coronado (2014) señala la paradoja que nace al considerar las poblaciones indígenas: si por un lado representan el sector más desposeído de la sociedad, por el otro estimulan la curiosidad occidental para la "otredad". La imagen del indígena se vende a los turistas así como el indígena realiza representaciones de su propia cultura; sin embargo, no es el indígena sino actores externos quienes definen como vender esa imagen para que se convierta en un producto comercial atractivo, a la vez que se quedan con los mayores beneficios económicos (Coronado, 2014). La exclusión del punto de vista indígena sobre su cultura e identidad en este proceso de representación promovida por agentes turísticos lleva a afirmar que los indígenas mismos han sido contruidos bajo ideologías postcoloniales (Hall y Tucker, 2004), e incluso de neocolonialismo a través de lo exótico y exuberante como describimos en los resultados.

En el proyecto de ecoturismo comunitario en Señor, una parte de la población local se ha desempeñado activamente como anfitriona en el proceso de reinención y reapropiación en clave turística de algunas expresiones culturales comunitarias, así como la reactivación de un pasado reciente con nuevas formas de mercadeo, sin la intervención o la imposición de organizaciones externas. Estos hallazgos difieren por cuanto encontrado por Pérez (2011), quien reportó el caso de comunidades andinas donde un grupo reducido de actores y empresarios desconocedores de la cultura rural intervenían activamente en el tentativo de rescatar las costumbres perdidas de los grupos indígenas participantes en el turismo.

En Señor, la cooperativa turística ha querido enfocarse en características culturales sin buscar la esencialización, espectacularización y continuidad con el pasado prehispánico. Fernández y Estrada (2014) señalaron como en una comunidad yucateca, al contrario, el proyecto turístico consistió en presentar y fomentar una visión “esencializadora”, exotizada y estetizada de la cultura maya mediante estrategias de espectacularización del patrimonio cultural comunitario.

El tema clave de la oferta turística en Señor se encuentra en el mantener intacto el contexto en el cual la cultura local se produce y se explica, sin modificar el entorno para poder alcanzar la supuesta autenticidad, tratando que sea el turista el que se adapte a lo local y no al revés. Al respecto, Fernández y Estrada (2014) reportaron que en la comunidad yucateca de Ya'axnaj para responder a las exigencias religiosas de los turistas se creó la "comida maya vegetariana", mientras que en Señor la cooperativa propone una gastronomía sin adaptaciones. A través de esta estrategia la cooperativa intenta posicionarse en el mercado turístico generando un tipo de oferta que apuesta a la autenticidad y distinción (Machuca, 2012), en la cual es imprescindible el papel activo de las poblaciones anfitrionas (Prats y Santana, 2011), sobre todo a la luz de la oferta turística artificializada de la cercana y famosa Riviera Maya, y responder así a las solicitudes de aquellos segmentos de mercado ahora deseosos de vivencias y experiencias para satisfacer la dimensión emocional, sentimental, intangible y sensacional de la sociedad de ensueño (Jensen, 1999).

Con el paso del tiempo la oferta y las expresiones culturales han quedado atrapadas en múltiples dinámicas que han llevado a una "homogeneización de la diversidad", es decir

una oferta turística estandarizada de acuerdo a intereses a los que Xyaat tiene que obedecer si quiere seguir formar parte de la industria turística. Por un lado, la cooperativa ha tenido que adecuarse a las directivas y formatos impuestos por SECTUR, determinando una oferta estandarizada en duración y contenido. Asimismo, de las observaciones emergió como el papel de los lugareños que participan ahora en el turismo se ha reducido a comparsas para justificar esa idea de autenticidad de la cultura local, mientras toda la atención es canalizada en el guía. Este consumo de las experiencias turísticas en tiempos relativamente cortos proporciona un arreglo temporal para evitar la sobreacumulación de capital (Fletcher, 2011; Harvey, 1989), a la vez que es sinónimo de superficialidad de los contactos que impide conocer realmente una cultura según Cuisset (2009). Este concepto es reforzado por Prats y Santana (2011), quienes afirman que el turista ve lo que los anfitriones le muestran o le dejan ver, y pese a la supuesta autenticidad, con eso nunca será capaz de entender realmente la diversidad cultural de la población anfitriona. En este marco consideramos la oferta turística en Señor, como una fotografía instantánea, un fragmento de algunos aspectos positivos y vendibles de la cultura maya local (Barabas, 2000), a la vez que se quedan ocultos a la vista todos los demás, esa parte "auténtica" que se resiste a ser comercializada por ser raíz y pasado de una condición que el turista no va a poder comprar porque tendría que padecer o sufrir o tolerar o vivir las situaciones y condiciones, él no es más que un observador momentáneo controlado por empresas sean comunitarias o extracomunitarias. El ejemplo tal vez más llamativo es representado por las historias mayas, ya que los turistas solamente pueden acceder a una parte de ellas, nunca a la versión completa o oficial que los lugareños prohíben divulgar. O también la gastronomía, ya que esta es más asimilable a un servicio de restaurante, con un producto finito que se consume solamente entre los visitantes sin interacción alguna con los lugareños, ni tampoco con los procesos de preparación. De ahí que es importante resaltar como a pesar de la puesta en valor de estos elementos culturales patrimoniales se queda a salvo lo que Prats y Santana (2011) han definido como la intimidad cultural: la oferta turística, a pesar de no pasar por manipulaciones o invenciones, representa de todos modos un "frontstage" o palco preparado para las visitas y que de hecho excluye la vista al "backstage" o bastidores de las interacciones en donde realmente se produce y reproduce la vida y la cultura local (MacCannell, 1976).

Al respecto, con el turismo se ofrece una imagen idílica de la comunidad, como entorno homogéneo, exento de conflictos, en armonía con el medio ambiente, con tradiciones ancestrales que todo el mundo respeta, aunadas a una idea del maya exótica (a los ojos de los turistas occidentales) y de alguna forma perfecta y vendible. Sin embargo, la descripción densa de las características de la comunidad de Señor que proporciono en los apartados 4.1 a 4.4.5.1, aunado a lo que el lector encontrará en los Anexos 4 y 5, se evidencia la fragmentación de la comunidad, a nivel religioso, político etc., así como esa vida real, con sus problemas, costumbres y prácticas de varios tipo que se realizan cotidianamente y que constituyen ese backstage invisible e inalcanzable al visitante.

Por otro lado, el funcionamiento de la cooperativa es asimilable a aquello de cualquier otra empresa, donde la demanda juega un papel clave en direccionar la oferta turística. Los turistas en Señor, a través de sus evaluaciones, han sido los árbitros de cuáles experiencias mostrar y fortalecer, y cuales, al contrario, dejar de lado o volver a proponer en un futuro como el caso de la ahora solicitada milpa maya. Ahondamos en este sentido en el apartado siguiente.

#### **5.4 La inserción de Señor en el turismo**

Como afirma Díaz-Polanco (2006), a la base del proceso etnofágico se encuentran cambios ideológicos importantes. Uno de ellos es que los grupos étnicos son exhortados a participar determinando su conversión a promotores de la integración capitalista "por propia voluntad". Los resultados de la investigación indican el papel importante que tuvo la iniciativa local, en particular modo la autoridad ejidal para la puesta en marcha del primer proyecto ecoturístico en Señor en el año 2000, y sucesivamente en 2003 una pequeña parte de la comunidad en la constitución de una cooperativa de ecoturismo comunitario. Sin embargo, el turismo ha representado una novedad absoluta para la población local históricamente dedicada a actividades del sector primario. Muchas comunidades carecen de conocimientos jurídicos y económicos, de ahí que para la ejecución de proyectos son condicionados o dependen de la iniciativa privada, ONGs o el gobierno (González, 2008); inclusive, en muchos casos la única solución es vender su fuerza de trabajo al mejor oferente (Maerk, 2009). De ahí que la reconversión productiva hacia el turismo, la difusión

y comercialización de los productos ofertados progresan lentamente y en algunos casos ni siquiera se logran (López y Palomino, 2011).

Así, por un lado, en la primera fase del turismo, la "ignorancia" de los lugareños con respecto a la actividad turística ha estado a la base de una participación comunitaria escasa o nula en el proyecto, aunque la gestión del proyecto turístico se quedó en la comunidad, contrariamente a otros casos de turismo comunitario en la Zona Maya donde las comunidades estipularon convenios con la tour operadora Alltournative que prácticamente se apoderó de la actividad turística (González, 2008; Maerk, 2009). Por el otro, para la ejecución y el sucesivo desarrollo y funcionamiento de los proyectos turísticos antes mencionados en Señor, ha sido imprescindible el involucramiento de actores externos, entre ellos organizaciones campesinas, para la conservación y para el desarrollo, tour operadoras, así como de instituciones académicas y parque temáticos, de ahí que la cooperativa turística Xyaat (el primer proyecto fracasó después de poco tiempo) ha adquirido una dimensión que trasciende el ámbito local y se ha fundido en un ámbito definitivamente global. Lo anterior nos lleva a coincidir con López y Marín (2012), cuando afirman que el alto nivel de complejidad de producción de estos tipos de proyectos, debería de conllevar una reflexión más profunda sobre el concepto de modelo de desarrollo desde abajo que tan fácilmente se les asigna, y por lo tanto sería más oportuno definir la cooperativa Xyaat como una cooperativa "glocal". Esta situación determina también como el contexto agropecuario de Señor, formado por campesinos pobres se amplíe para ahora contener "una visión territorial, multisectorial y participativa que se nutre de conceptos y formas de actuar característicos de la gestión empresarial", con los campesinos que ahora se convierten en "microempresarios, usuarios o clientes de las agencias de desarrollo" (Pérez, 2008:4).

La escasa capacidad de comercialización de la cooperativa ha sido la razón principal del escaso número de visitas y de la necesidad de establecer convenios con operadores más consolidados y poderosos en el sector turismo. Esto responde a la naturaleza del capitalismo, que en lugar de eliminar las culturas tradicionales las absorbe para reestructurarlas y reorganizar su significado y función (García Canclini, 1982): para las empresas la importancia de la revalorización de la cultura maya trasciende el ámbito humano como tal, para situarse en otro en el cual prevalece únicamente el fin comercial y de explotación. La invención del turismo comunitario encuentra su lógica en la

reestructuración del capitalismo global. Para ahondar en esto el siguiente apartado lo ejemplifica.

### **5.5 Turismo comunitario**

La poca familiaridad de la comunidad con el turismo ha generado visiones contrapuestas sobre él y su forma de manejo, que se han materializado en dos grupos de poder contrapuestos, un grupo de jóvenes que de hecho gestionaba el primer proyecto turístico y la autoridad ejidal, quienes pronto entraron en conflicto entre ellos y sucesivamente llegaron a una ruptura total y a la constitución de una cooperativa turística de ecoturismo comunitario operante de forma completamente autónoma con respecto a la autoridad ejidal, y la sección 4.8.3 atestigua este proceso. Los conflictos siguen vivos y esta situación determina con evidencia como la cooperativa es un emprendimiento turístico que no se rige en la columna vertebral del modelo de turismo comunitario: el papel activo y dinámico de la comunidad o de gran parte de ella en la gestión y control, por ejemplo a través de asambleas. A la base del turismo comunitario se encuentra entonces la acción colectiva comunitaria (Ruiz, *et al.*, 2008), mientras que la cooperativa y por ende el turismo en Señor, no se sustentan en una solida base comunitaria: una amplia base etnográfica lo sustenta desde la sección 4.8. Al contrario, los miembros de la comunidad no participan activamente en los procesos de planeación y manejo y peor aún, la gran mayoría de ellos desconoce totalmente el tipo de actividades que propone la cooperativa, al mismo tiempo que consideran la cooperativa como un emprendimiento individual identificado solamente en la figura del presidente. Esta percepción local no es casual sino el resultado de un modus operandi asimilable a cualquier otra empresa que opera en el mercado y debajo de sus reglas, quizás a veces inclusive de forma peor que otras empresas.

Lo anterior nos lleva a firmar que en Señor es definitivamente el turismo en la comunidad más que la comunidad en el turismo (Ruiz, *et al.*, 2008). La falta de involucramiento de la comunidad, aunado al interés nulo de las autoridades gubernamentales, ha también contribuido a que no se diera el proceso de recuperación cultural a nivel comunitario, sino que el rescate de elementos de la cultura y su forma de representación a un público de visitantes se limita a los que son los momentos de las visitas,

lo cual se traduce en la formación de una "nueva cultura turística" distinta de la cultura "oficial" (Bruner, 2005).

Las alianzas comerciales con tour operadoras y las más recientes con marcas comerciales que exigen a las cooperativas de la zona un servicio de calidad, han determinado una variación de la tipología de visitantes que la cooperativa ha recibido. Si al principio ellos buscaban el contacto con la población y una inmersión en la cultura local, ahora se limitan a una visita sin abandonar su burbuja de confort como hicimos notar en las páginas 102 y 103. Para atender a esta demanda (la cual es al que deja la derrama económica), la cooperativa es obligada a ofrecer este tipo de servicio, diríamos a medida del turista internacional occidental, adecuando su infraestructura y poniendo atención en los detalles para que los visitantes no sientan el impacto con esa nueva realidad. Al respecto es muy llamativo el hecho de que a breve la cooperativa se dotará de un segundo piso con recamaras con aires acondicionado y camas, algo no propiamente maya que, sin embargo, constituye un incentivo a la visita de los turistas. Lo anterior se inserta en esa lógica indicada por Cañada (2011): la elitización de los turismos comunitarios, a través de una apuesta cada vez mayor hacia el turismo internacional con gran poder adquisitivo. Esto da lugar a una lógica de expansión ante la demanda de sitios a la medida del turista. Sobre este punto abrimos en el apartado siguiente un poco más de discusión.

## **5.6 Expansión territorial de la cooperativa**

A través de la comercialización de expresiones culturales locales como bodas o ceremonias, cada vez más solicitados por segmentos de mercado acaudalados, la cooperativa se ha hecho portadora de lo que se podría definir "una venta de cultura a domicilio" y proponiendo un tipo de turismo comunitario a la carta, extendiendo su radio operativo y conquistando así nuevos territorios y mercados. Al mismo tiempo, la participación de la cooperativa en el Festival de Vida y Muerte en el parque Xcaret representa esa forma de concebir el patrimonio de los mayas desde una perspectiva esencialista, con el parque que se apropia y simbólicamente de la cultura obteniendo un ingreso económico considerable (Villaseñor y Zolla, 2012). En efecto, de los resultados se desprende la naturaleza económica de esta manifestación, donde una vez más el grueso del pastel es destinado a la industria turística, a través de un espectáculo que se arma sobre un ritual ancestral, *el janal*

*pixan*, una representación que modifica y folcloriza esta tradición, desencadenando una serie de procesos y juegos de poder que le otorgan nuevos sentidos y valores respecto a su verdadera significación religiosa que tiene en su ámbito original, la comunidad (Machuca, 2012; Villaseñor y Zola, 2012), como se aprecia en el Anexo 5. Al mismo tiempo, no es un caso que la UNESCO y el BM sugieran ahora una serie de propuestas y procedimientos para el desarrollo de una "economía del patrimonio cultural", basada en inversiones en activos culturales, entre ellas las industrias culturales, en los países en vía de desarrollo y emergentes (UNESCO, 2011). El turismo, a través de la incorporación de esta práctica cultural-religiosa y de las bodas y ceremonias antes mencionadas, demuestra cada vez más su poder de convertir todo en mercancía y a categoría de costo-beneficio (Zuñiga, 2012), a la vez que estas mismas prácticas se convierten en objetos de consumo desterritorializados y globales (Hernández Martí, citado en Hernández, 2009) como en el caso del Tajín reportado por Zuñiga (2012), y en el caso de Señor en manos de corporativos de parques temáticos como Xcaret. Las expresiones culturales de la zona entonces se descontextualizan y recontextualizan en ámbitos de significados que se difunden mucho más allá las comunidades mismas (Torres, 2011), y la importancia del legado cultural se encuentra en que ahora, convertido en un bien de consumo, atrae divisas a través de una pseudo representación de las raíces de dichas comunidades (Barreto, 2007).

Todo lo anterior es parte del proceso etnofágico del capital en su fase globalizadora que desde la perspectiva multiculturalista acepta y fomenta estas prácticas culturales como el *janal pixan* para absorberlas y convertirlas en un instrumento más de la explotación capitalista (Díaz-Polanco, 2006) por manos de personas ajenas a la cultura maya, el parque Xcaret. Lo que impresiona es que ahora este proceso etnofágico de esta práctica cultural genera millones de pesos y se realiza con el bienestar y la participación de la población local, quien se convierte en sujeto activo en el proceso de explotación de su propia cultura integrándose por propia voluntad (Díaz-Polanco, 2006), aunque los beneficios en realidad caen en manos de un grupo corporativo exponente de las desigualdades del sistema (Blackstock, 2005) y con escaso o nulo interés en modificar realmente el problema de las comunidades mayas, el anillo débil de la cadena del sistema. La colaboración entre la cooperativa Xyaat y el parque Xcaret, aunado al deseo de participar en el festival como sujetos activos, y por ende la posibilidad de visitar el parque, funcionan como un anestésico

en las personas locales: todo esto es el reflejo de la ideología capitalista, que después de haber despojado y marginado a los mayas en sus territorios naturales, ahorita se vuelve a acercarse a ellos, seduciéndolos y obteniendo aún nuevas ganancias de ellos (Olivo, 2012). El parque se ha beneficiado enormemente de esta situación, siendo capaz de limpiar de forma muy sutil una consciencia muy sucia, y construyendo un consenso social en aquellas personas explotadas reiteradamente (Cañada, 2011).

### **5.7 ¿Turismo alternativo?**

Muchos autores concuerdan en definir el turismo alternativo como una nueva tipología de hacer turismo que surge como respuesta a los problemas ambientales y sociales generados por el turismo masivo, proponiendo un acercamiento más amigable con la naturaleza y enfocado hacia un encuentro intercultural con las poblaciones anfitrionas. De acuerdo a la definición clásica de turismo alternativo, este puede definirse como aquellos "viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales...con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales" (SECTUR, 2004).

Con base en los hallazgos del estudio, es evidente que nadie puede objetar que la actividad turística en Señor sea diferente del turismo masivo en la cercana Riviera Maya: no hay estructuras hoteleras de dimensiones mastodónticas que perjudican el paisaje y dañan el medio ambiente, se desarrollan buenas prácticas ambientales, y es entonces sustentable de acuerdo a la definición más en boga del término, así como hay una supuesta interacción entre visitantes y anfitriones. Sin embargo, reflexionando en términos más globales, el turismo en Señor puede ser considerado en realidad y también ideológicamente como una forma de turismo masivo (Weaver, 2001), o como una de las "categorías que esperan su turno en la lista de las prácticas que forman parte del muestrario o catálogo del turismo más convencional" (Machuca, 2012:86). La palabra "alternativa" implica una elección entre dos opciones: A o B, por ejemplo. En el caso de Señor, los resultados demuestran que en realidad A y B no son excluyentes sino se complementan entre ellas. La casi totalidad de los visitantes se hospeda en la más cercana Riviera Maya, y durante su estancia se desplaza a Señor en sus camionetas climatizadas para un consumo rápido de esos espacios y culturas, combinando así el turismo de sol y playa y sus comodidades con

otros productos más exóticos. Este fenómeno fue reportado por Weaver (2001) en Kenya, donde los turistas hospedados en resorts de lujo participan en safaris en zonas protegidas, y por Paredes (2014) en Yucatán, con el caso del emprendimiento ecoturístico de El Corchito.

Pese al reducido número de visitantes que recibe, el ecoturismo comunitario en Señor no está compitiendo con el destino más consolidado que es la Riviera Maya, sino es un producto que complementa los que ya existen; aún más, se crea una dependencia con aquellos sectores de turismo masivo con alto nivel de desarrollo que se convierte en abastecedor de estos emprendimientos ecoturísticos comunitarios con parte de su clientela (Weaver, 2001): la misma cooperativa indica que una promoción más adecuada en la Riviera Maya sería fundamental para la visibilidad de todas las cooperativas turísticas que operan en la Zona Maya, y por ende un posible incremento de visitantes. Por esta razón, quizás sería más oportuno considerar la expresión A + B, con el turismo en Señor considerado como un turismo "aditivo" más que alternativo a la oferta turística convencional y por ende como un vehículo para seguir reproduciendo las mismas contradicciones y problemas del turismo masivo. La amplia etnografía del lugar demostró esta adición. La conservación de la naturaleza refuerza esta adición del capital: este tema será discutido y ahondado en el siguiente apartado.

### **5.8 Conservación capitalista y el papel de las comunidades de la Zona Maya**

En los últimos años se ha registrado una conversión de las cuestiones ambientales en un gran negocio por efecto del capital sobre ellas (Harvey, 2014). La conservación, y por ende la salvación de la naturaleza, en la etapa neoliberal es un asunto del capital que se realiza por y a través de la expansión de este último (Büscher, 2012). Los programas de conservación se caracterizan entonces por un acercamiento al mercado (Adams, 2017), por lo tanto, de acuerdo a los resultados obtenidos, la iniciativa de la AC ASK de establecer una alianza con Bancos y corporativos internacionales se puede definitivamente colocar en ese proceso de conservación de la naturaleza que se sustenta en la hegemonía neoliberal a través de la expansión del turismo y del capitalismo (Adams, 2017; Brockington y Duffy, 2010; Gupta y Ferguson, 2002). La necesidad de diversificar la oferta turística de la Riviera Maya para así salvaguardar la RBSK puede ser considerado dentro de un discurso de

planificación territorial y social, conservación y mercantilización de la naturaleza (O'Connor, 1993; Escobar, 1999; López y Marín, 2012), que a través de la retórica de la sustentabilidad ambiental y del capital ahora "ecológico", propone la expansión del mercado turístico en el territorio de la Zona Maya como solución a los problemas o crisis ambientales que han sido originados por la expansión indiscriminada e incontrolada del turismo en la franja costera y por ende por otras fuerzas de mercado (Büscher, *et al.*, 2012; Cavanagh y Benjaminsen, 2017; Leff, 2016). Es por esta razón que la Zona Maya se está convirtiendo en el "lavabo" de México, es decir como aquel territorio que puede absorber el capital en exceso e inversiones en el sector turístico que permitan la reproducción del capital (Cavanagh y Benjaminsen, 2017), a la vez que estos emprendimientos ecoturísticos representan los arreglos ambientales para permitir la reproducción del capital y obviar por ende a la segunda contradicción del capitalismo (Fletcher, 2011; Harvey, 1989; O'Connor, 1991), así como la penetración de la selva deja tantos dividendos como el turismo de sol y playa.

A través de la creación de la marca turística Maya Ka'an se ha delineado un modelo estratégico en donde, en su afán de salvar ecosistemas, la asociación ASK intenta incidir en el territorio de la Zona Maya y en sus comunidades, impulsando e intentando consolidar emprendimiento turísticos de tipo ecoturismo con base comunitaria activa dentro de un discurso de desarrollo sustentable en sus vertientes social, económica y ambiental, y de acuerdo a los lineamientos impuestos por la industria turística global (López y Marín, 2012). La sustentabilidad ambiental ha sido la herramienta utilizada por la marca turística para proponer una perspectiva alternativa del desarrollo, indicando como a través de emprendimientos ecoturísticos se pueda ofrecer una solución a los efectos ambientales negativos del turismo masivo de la Riviera Maya. De esta forma se quiere involucrar a las cooperativas y teóricamente a las comunidades en la conservación, seduciéndolas a cooperar y otorgándoles el nuevo papel de custodios de los capitales sociales y ambientales (O'Connor, 1993). Estos hallazgos coinciden con el caso reportado por Anderson (2015), quien indicó como en Baja California la sustentabilidad se convirtió en un instrumento ideológico que unió los residentes de una zona costera ante la amenaza de un proyecto de turismo masivo y los efectos que pudiera acarrear y defender así sus derechos encima de los intereses de inversionistas externos.

De los resultados emergió que después de cinco años el proyecto Maya Ka'an ha sido, hasta la fecha, un claro ejemplo de proyecto top-down, con las cooperativas y comunidades relegadas a un papel pasivo en la construcción de este nuevo destino turístico. Estas han sido cooptadas a través de un falso poder compartido y empoderamiento, mientras que en realidad es evidente la dependencia de grupos de intereses en su proceso penetrativo en el territorio, un obstáculo a la participación social auténtica y verdadero sinónimo de sustentabilidad social<sup>29</sup> (Blackstock, 2005; Fernández, 2011).

La situación anterior nos ha llevado a coincidir también con la posición de Foladori (2002), quien indica el desarrollo sustentable como parte activa del sistema de mercado capitalista que no cuestiona en realidad los principios que están a la base de la pobreza, diferenciación social e injusticia. Por lo tanto, la creación del proyecto Maya Ka'an como parte del discurso de conservación capitalista como anteriormente mencionado, se configura como un juego de espejismos para mantener inalteradas las dinámicas del sistema capitalista. El impulso a desarrollar emprendimientos turísticos comunitarios está limitado a un plano micro para, en teoría, solucionar problemas en un área muy limitada, evitando proporcionar verdaderas alternativas ante la pobreza o la explotación a nivel macro (Fernández, 2011; Foladori, 2002). Al respecto, también retomando el concepto de elitización del turismo comunitario (Cañada, 2011), es interesante considerar como las estructuras sociales y comunitarias utilizadas por toda la población de Señor se quedan abandonadas a su propio destino por falta de recursos económicos, mientras que emprendimientos que nacen para el goce de turistas y visitantes se benefician de una gran cantidad de recursos de los cuales acaban beneficiándose en realidad muy pocas personas. Esta situación genera un contraste muy fuerte que nos lleva a preguntarnos: si estos emprendimientos pueden ser realmente considerados como un instrumento para erradicar la pobreza ¿Cómo se regiría entonces la industria turística de la Riviera Maya y su incesante necesidad de mano de obra barata? Quizás nos encontramos frente a un callejón sin salida porque el sistema en sí no quiere soluciones, sino encontrar nuevas formas de perpetrar desigualdad y nuevos adeptos a la gran maquinaria capitalista.

---

<sup>29</sup> Con la llegada del nuevo responsable del proyecto la situación parece haber mejorado y existe ahora una mayor sinergia entre ASK y las comunidades. Sin embargo, sería recomendable una investigación en el futuro para considerar la evolución de la marca turística y el papel de las comunidades que hacen parte del proyecto.

En un contexto de saturación de la Riviera Maya, los emprendimientos ecoturísticos de la Zona Maya debajo de Maya Ka'an podrían representar una herramienta que la misma Riviera Maya (uno de los promotores y financiadores de Maya Ka'an) podría utilizar para beneficiarse, reforzando su turismo masivo a través de la diversificación y por ende la posibilidad para los turistas de gozar de espacios naturales o encuentros culturales (Weaver, 2001): dicho autor de hecho reporta como en otros países del mundo, entre ellos Kenia, Australia, Costa Rica y Belice los visitantes motivaron su visita al país justamente por la posibilidad de poder visitar entornos prístinos.

Los resultados también indicaron como uno de los objetivos de la marca turística Maya Ka'an es convertir la Zona Maya en una región turística que tome el nombre de Maya Ka'an, en donde encontrar diferentes ofertas en diferentes comunidades, al mismo tiempo que para ser turística atractiva necesita dotarse de toda una serie de infraestructuras que permitan una visita amena de la zona. El turismo se propone entonces como catalizador de la expansión del capital, con inversiones que sin embargo se realizan para atraer ingresos económicos y no para proveer a la población de insumos para su permanencia (Palafox, *et al.*, 2010). Así, el uso social del espacio rural, donde se construye la sociedad y se moldea la identidad cultural ya no responde solamente a las necesidades humanas sino que se van imponiendo aquellas del capital: a través de turismo poco a poco en el territorio en cuestión se dan toda una serie de cambios como la construcción de nuevas infraestructuras, espacios relacionales, una nueva organización espacial, nuevas prácticas y hábitos, que producen espacios a la vez de nuevos paisajes aptos para la reproducción del capital (Romero y Ortega, en Cruz, *et al.*, 2012).

Podríamos seguir en este orden de la discusión a partir de los resultados etnográficos densos. Sin embargo, consideramos que fueron abordados los elementos núcleos que se desprenden de un amplio trabajo de campo y el posicionamiento teórico.

Abordar los lineamientos teóricos de la Ecología Política, la cual tiene una parte importante en el discurso a la crítica de la capitalización de la naturaleza, así como la Teoría Social Crítica, ha sido fundamental porque nos ha permitido demostrar a través de los resultados de este estudio de caso, como la marca turística Maya Ka'an, que surge gracias a la alianza entre organizaciones para la conservación, bancos y corporativos, y los emprendimientos turísticos debajo de su paraguas, puedan adscribirse en la nueva fase de

capitalismo ecológico y de conservación capitalista. En este contexto: ¿Cómo encaja la idea de naturaleza de los mayas, sin patrones sino parte integrante de ella, con la concepción capitalista y las reglas del mercado de la misma?

Es evidente también como debajo de conceptos como "alternativo" y sustentabilidad" se esconden espejismo y discursos retóricos que enmascaran una realidad que responde a intereses hegemónicos que de manera más o menos sutil utilizan territorios y comunidades locales en aras de promover nuevos bienestares y desarrollo. De los resultados se deduce como en realidad lo que se busca es mantener intacto el orden de las cosas, sin intervenir en las causas estructurales y contradicciones que determinan las desigualdades en el interior del sistema, para dejar que el proceso de reproducción de capital fluya sin obstáculos, mejor, con el consenso de aquellos que el mismo sistema explota y esclaviza.

Concluimos este apartado con algunas reflexiones e interrogantes. Las dinámicas, flujos de capital, ideas, y personas que acabamos de presentar han determinado el establecimiento de una relación "simbiótica" entre Señor y la Riviera Maya, generando un continuo movimiento que metafóricamente es asimilable al movimiento continuo, de un lado para otro, de un acordeón. En este "efecto acordeón", por un lado, Señor representa ese territorio tierra adentro que se desplaza hacia la costa en búsqueda de mejores condiciones, un movimiento en aumento por efecto de las escasas posibilidades laborales y económicas ofrecidas por la zona; mientras que la Riviera Maya se mueve simbólicamente en el sentido inverso, de la costa hacia el interior, ya que es expresión de ese capitalismo que necesita expandirse cada día más y encuentra en el turismo la herramienta para incorporar nuevos territorios tierra adentro. Esta situación nos lleva a preguntarnos:

-¿Qué representa para la comunidad actual y a futuro el incremento del turismo masivo para Señor y su zona de influencia *cruzoob*?

- ¿Serán los mayas capaces de proponer estrategias adaptativas como ocurrió en el pasado para enfrentar este nuevo golpe a su autonomía y cultura representado por la avanzada del gran capital?

La tercera etapa del capitalismo en Señor y la Zona Maya está fuertemente centrada en el mercado de las experiencias turísticas y de las industrias culturales, en una interfase

entre la cultura y la economía global. Una economía que es consecuencia de procesos de inserción capitalista que agarra recursos, los inserta en las dinámicas del mercado para explotarlos a través de nuevas tipologías de turismo alternativo como el turismo comunitario. Podemos reafirmar como la cooperativa Xyaat se inserta en esa interfase entre cultura y economía, así como es un claro ejemplo de caso semejante a los muchos replicados que se encuentran en la dinámica de los mercados de turismo comunitario a nivel planetario. Por lo tanto de los resultados emerge claramente la nueva dimensión valorativa de la cultura maya, lo cual nos lleva a interrogarnos lo siguiente: después de años de políticas indigenistas en México, ahora, a través de la incorporación de comunidades indígenas como Señor como sujetos activos de la industria turística, ¿hemos llegado a una nueva etapa de indigenismo, definible ahora de turistificación? ¿Cómo entender la Secretaría de Cultura, promotora de esa tercera etapa del capitalismo centrado ahora en las industrias culturales?

De nuestra investigación se desprende que como Señor existen cientos de comunidades en la órbita del capital transnacional y nacional. Los diferentes actores locales saben por dónde se mueve el mercado de los turistas y de las emociones, tal como vimos en la página 140 cuando mencionamos que existen empresas disfrazadas de mexicanos que buscan penetrar en la Zona Maya para sus negocios turísticos. Asimismo, reconocen las ventajas y desventajas y también los juegos de poder entre los gobiernos y las empresas. De ahí que las resistencias locales y las presiones globales estarán en constante proceso de mediación.

Esta tesis espera haber cumplido con un acercamiento reflexivo que pueda ser retomado para futuras investigaciones en el marco de la Ecología Política de los espacios alternativos en este contexto de la relación entre turismo masivo y alternativo o aditivo. Los objetivos específicos que perseguimos desde el principio e inicio del posgrado en Ecología Humana fueron cumplidos en su cabalidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adams, W. (2017). Sleeping with the enemy? Biodiversity conservation, corporations and the green economy. *Journal of Political Ecology*, 24, 243-257.
- Álvarez, A. (2007). Desarrollo local e innovación. El sector turístico. En M. García (Ed.), *Perspectivas teóricas en Desarrollo Local* (pp.231-257) Oleiros, A Coruña: Netbiblo.
- Amestoy de Sánchez, M. (1996). *Desarrollo de habilidades del pensamiento: procesos básicos del pensamiento*. México: Trillas.
- Anderson, R. (2015). Sustainability, ideology, and the politics of development in Cabo Pulmo, Baja California Sur, Mexico. *Journal of Political Ecology*, 22, 239-254.
- Avila, B. R., y Barrado, T. D. A. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15, 27-43.
- Balam, Y. (2009). Quintana Roo: Turismo y cambios en su mapa político. *Ketzalcalli*, 2, 29-37.
- Balam, Y. (2010). Tulum: mayas y turismo. Chetumal, Quintana Roo, México: Universidad de Quintana Roo.
- Baños, R., y Castañeda, J. (2007). Las tres economías de una región ganadora: la península de Yucatán, 1970-2004. *Comercio Exterior*, 57, 392-404.
- Barabas, A. M. (2000). La construcción del indio como bárbaro: de la etnografía al indigenismo. *Alteridades*, 10, 9-20.
- Barreto, M. (2007). *Turismo y cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas*. El Sauzal, Tenerife, España: ACA y PASOS, RTPC. I, Colección PASOS edita.
- Bartolomé, M. A. (2001). El derecho a la autonomía de los mayas macehualob. *Alteridades*, 11, 97-110.
- Bartolomé, M. A., y Barabas, A. (1977). La Resistencia Maya, relaciones interétnicas en el oriente de la Península de Yucatán. *Colección científica - Instituto Nacional de Antropología e Historia*, 53, 7-136.
- Beeton, S. (2006). *Community Development Through Tourism*. Collingwood, Australia: Landlinks Press.
- Blackstock, K. (2005). A critical look at community based tourism. *Community Development Journal*, 40, 39-49.
- Bordas, E. (2003). Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercado  
Recuperado el 02/02/2016, de: <http://www.uoc.edu/dt/20219/index>
- Brockington, D., y Duffy, R. (2010). Capitalism and conservation: The production and reproduction of biodiversity conservation. *Antipode*, 42, 469-484.

- Brockington, D., Duffy, R., y Igoe, J. (2008). *Nature unbound: Conservation, capitalism, and the future of protected areas*. London: Earthscan.
- Brown, D. (1999). Mayas and Tourists in the Maya World. *Human Organization*, 58, 295-304.
- Bruner, E. (2005). *Culture on Tour. Ethnographies of Travel*. Chicago: Chicago University Press.
- Büscher, B. (2012). Payments for ecosystem services as neoliberal conservation: (Re)interpreting evidence from the Maloti-Drakensberg, South Africa. *Conservation and Society*, 10, 29-41.
- Büscher, B., Sullivan, S., Neves, K., Igoe, J., y Brockington, D. (2012). Towards a Synthesized Critique of Neoliberal Biodiversity Conservation. *Capitalism Nature Socialism*, 23, 4-30.
- Cañada, E. (2010). Perspectivas del Turismo Comunitario: cómo mantener vivas las comunidades rurales. *Revista pueblos*, 41, 37-39.
- Cañada, E. (2011). ¿Debe el Turismo Comunitario orientarse hacia el mercado de altos ingresos? *Alba Sud*. Recuperado de: <http://www.albasud.org/noticia/es/213/debe-el-turismo-comunitario-orientarse-hacia-el-mercado-de-altos-ingresos>.
- Cañada, E., y Fandiño, M. (2009). *Experiencias de turismo comunitario en Nicaragua. Aportes a la economía campesina*. Managua, Nicaragua: Edisa.
- Careaga, L. (2010). Érase un vez en el Caribe. En A. Higuera y L. Careaga (Eds.), *Quintana Roo. Historia breve* (pp. 19-35). México: El Colegio de México/Fondo de Cultura Económica.
- Cárdenas, E. (2013). De dinámicas migratorias a biografías ingravidas en la Riviera Maya. *Anuario Digital CEMI*, 1, 179-208.
- Castañeda, Q. E. (1996). *In the museum of Maya culture: touring Chichen Itza*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Castillo, L., Velázquez, D., Jiménez, F., Montes, R., Iturbe, A., y Sara, C. A. (2007). *Atlas para la definición de las zonas con mayor potencial turístico rural sustentable en la Zona Maya de Quintana Roo, México*. Centro de Información Geográfica (CIG), Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), División de Ciencias e Ingeniería y Universidad de Quintana Roo (Eds.). Chetumal, Quintana Roo: México.
- Castree, N. (2008). Neoliberalising nature: The logics of deregulation and reregulation. *Environment and Planning*, 40, 131-152.
- Castro, U., y Fonseca, M. A. (2015). Turismo alternativo y políticas públicas en México. En M. Velarde, A. V. D. C. Maldonado y S. Gómez (Eds.), *Referentes teóricos del turismo alternativo. Enfoque en comunidades rurales* (pp. 183-218). Guadalajara, México: Juan Pablo Editor.
- Cavanagh, C. J., y Benjaminsen, T. A. (2017). Political ecology, variegated green economies, and the foreclosure of alternative sustainabilities. *Journal of Political Ecology*, 24, 200-216.
- César, A., y Arnaiz, S. M. (1990). *Quintana Roo: sociedad, economía, política y cultura*. México D.F.:UNAM.

- Comaroff, J., y Comaroff, J. (2011). *Etnicidad S.A.* Madrid: Kats.
- Concanaco Servytur. (2016). Boletín turismo (Vol. VIII No. 94, pp. 1-59): Dirección de Turismo, Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo.
- Cordero, U. (2006). *Nuevo ejes de acumulación y naturaleza. El caso del turismo.* Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Cordoba, J. (2009). Turismo, desarrollo y disneyización: ¿Una cuestión de recursos o de ingenio? *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM, 70*, 33-54.
- Coronado, G. (2014). Selling Culture? Between Commoditisation and Cultural Control in Indigenous Alternative Tourism,. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 12*, 11-28.
- Cruz-Coria, E., Zizumbo, L., Cruz-Jiménez, G., y Quintanilla-Montoya, A. L. (2012). Las dinámicas de dominación capitalista en el espacio rural: la configuración de paisajes turísticos. *Cuadernos de desarrollo rural, 9*, 151-174.
- Cuisset, O. (2009). Tourisme et Garifunas à Livingston, Guatemala. Economie et culture en contexte touristique. *Document de Travail No. 7*. Recuperado el 01/07/2017, de: <http://www.nacionmulticultural.unam.mx/mezinal/docs/6188.pdf>.
- Chaves, M., Montenegro, M., y Zambrano, M. (2014). *El valor del patrimonio: mercado, políticas culturales y agenciamientos sociales.* Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia.
- Datur. (2017). Información Turística por Entidad Federativa. Quintana Roo. Estadísticas básicas. Recuperado el 01/06/2017, de: [http://datatur.sectur.gob.mx/ITxEF/ITxEF\\_QROO.aspx](http://datatur.sectur.gob.mx/ITxEF/ITxEF_QROO.aspx).
- De Kadt, E. (1991). *Turismo ¿pasaporte al desarrollo?: Perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo.* Madrid: Endymion.
- Debbage, K. (1998). *The tourist industry and economic geography.* London and New York: Routledge.
- DEFRA. (2011). *The Natural Choice: Securing the Value of Nature.* London: UK Government.
- Díaz-Polanco, H. (2006). *Elogio de la diversidad. Globalización, multiculturalismo y etnofagia.* México: Siglo XXI.
- Díaz, P., Santana, A., y Rodríguez, A. J. (2015). Re-significando lo cotidiano, patrimonializando los discursos. *Desacatos, 47*, 72-89.
- Dixon, E. T., Brent, L., y McGuire, F. (2011). Grounded Theory Methodology in research. En E. Sirakaya-Turk, U. Muzzafer, W. E. Hammitt y J. J. Vaske (Eds.), *Research Methods for Leisure, Recreation and Tourism* (pp. 127-139). Cambridge: CABI International. Cambridge University Press.
- Dumond, D. E. (2005). *El machete y la Cruz. La sublevación de campesinos en Yucatán.* México D.F.:UNAM.

- Escobar, A. (1995). *Encountering Development: The Making and Unmaking of the ThirdWorld*. Princeton: Princeton University Press.
- Escobar, A. (2005) *Más allá del tercer mundo: globalización y diferencia*. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia -ICANH-.
- Estrada, E. I. J. (2005). "*Grupo Doméstico y uso del Parentesco entre los Mayas Macehuales del Centro de Quintana Roo: El caso del Ejido de Xhazil y Anexos*". Tesis Doctoral en Antropología Social, Universidad Iberoamericana, México, D.F.
- Fernández, F., y Estrada, I. (2014). Esencialización y espectacularización de lo maya. Turismo voluntario y étnico en una comunidad yucateca. *Península*, IX, 9-31.
- Fernández, L. (2006). ¿Cómo analizar datos cualitativos? *Butletí LaRecerca*, 7, 1-13.
- Fernández, M. J. (2011). Turismo comunitario y empresas de base comunitaria turística: ¿estamos hablando de lo mismo? *El Periplo Sustentable*, 20, 31-74.
- Fletcher, R. (2011). Sustaining Tourism, Sustaining Capitalism? The Tourism Industry's Role in Global Capitalist Expansion. *Tourism Geographies*, 13, 443-461.
- Flores, G., y Nava, F. E. (2016). Introducción En G. Flores y F. E. Nava (Eds.), *Identidades en venta. Músicas tradicionales y turismo en México* (pp. 9-28). México: UNAM.
- Foladori, G. (2002). Avances y límites de la sustentabilidad social. *Economía, Sociedad y Territorio*, 3, 621-637.
- Fraga, J. (2012). Migración y turismo en la Riviera Maya a través de dos pueblos del Mundo Maya. En G. Marín, A. García y M. Daltabuit (Eds.). *Turismo, globalización y sociedades locales en la península de Yucatán, México*. (pp.45-74). El Sauzal, Tenerife, España: ACA y PASOS, RTPC. IV. Colección PASOS Edita.
- Fraga, J., y Arias, L. M. (2015). Milperos o turisteros: opciones laborales de los jóvenes maya-yucatecos contemporáneos. *Teoría y Praxis*, 174-196.
- Fraga, J., y Khafash, L. (en prensa) Disneyscapes in mayalandmark: Themes parks and urban tourism in Yucatan Peninsula). Enviado a la Revista *Landscape and urban planning*.
- García, C. (2016). Turismo comunitario en Ecuador: ¿Quo vadis? *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25, 597 - 614.
- García Canclini, N. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. Mexico: Editorial Nueva Imagen.
- Gascón, J. (2011). La metodología Pro-Poor Tourism: un análisis crítico. *AlbaSud, Opiniones en Desarrollo*, 9, 1-21.
- Gelfius, F. (2002). *80 herramientas para el desarrollo participativo*. San José, Costa Rica: IICA.
- Glaser, G. B. (1978). *Theoretical sensitivity*. Mill Valley. California: Sociology Press. California.

- go.galegroup.com. (2011). Impulsa Quintana Roo turistar en zona maya. Recuperado el 03/06/2017, de: <http://go.galegroup.com/ps/i.do?p=IFME&sw=w&u=unam1&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA246812789&sid=ebsco&asid=efaef84963aed69661ea0a57f3ede15>.
- Gómez, J., Grau, A., Ingellis, A. G., y Jabbaz, M. (s/f). Técnicas cualitativas de investigación social. Recuperado el 12/07/2016, de: [http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/tecnicas-cualitativas-de-investigacion-social/tema\\_8\\_metodo\\_bio.pdf](http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/tecnicas-cualitativas-de-investigacion-social/tema_8_metodo_bio.pdf).
- González-Varas, I. (2015). *Patrimonio cultural. Conocimientos, debates y problemas*. México: CÁTEDRA.
- González, K. (2008). El ecoturismo como actividad complementaria de desarrollo económico en dos comunidades rurales de Quintana Roo: Pacchen en el municipio de Lázaro Cárdenas y Señor, en Felipe Carrillo Puerto. En A. Palafox y O. Frausto (Eds.), *Turismo: desastres naturales, sociedad y medio ambiente* (pp. 419-434). Chetumal, México: Plaza y Valdés.
- Gramming, R., y Freudenberg, W. (1990). A closer look at local control: community, commodities and the collapse of the coast. *Rural Sociology*, 55, 541-588.
- Guillén, E., y Carballo, A. (2008). Análisis de la situación actual y perspectivas de desarrollo turístico en la zona maya del estado de Quintana Roo con referencia a la Ruta Guerra de Castas, con un enfoque sustentable. En A. Palafox y O. Frausto (Eds.), *Turismo: desastres naturales, sociedad, ambiente y medio ambiente* (pp. 353-370). Chetumal, México: Plaza y Valdés.
- Gupta, A., y Ferguson, J. (2002). Spatializing States: Toward an Ethnography of Neoliberal Governmentality. *American Ethnologist*, 29, 981-1002.
- Hall, M., y Tucker, H. (2004). *Tourism and postcolonialism: contested discourses, identities and representations*. London, UK: Routledge.
- Harvey, D. (1989). *The Condition of Postmodernity. An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Cambridge y Oxford: Blackwell Publishers.
- Harvey, D. (2014). *Seventeen contradictions and the end of capitalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Hernández, G. (2003). "Mundo maya". En *Patrimonio cultural y turismo. Cuaderno 6. Congreso Iberoamericano sobre Patrimonio Cultural, Desarrollo y Turismo. Memorias/Parte II*. Morelia, México: Conaculta.
- Hernández, J. (2009). Hiperespecialización turística y desactivación del patrimonio. La gestión eclesiástica del Patio de los Naranjos de la Catedral de Sevilla. *Desactivación de los usos sociales del patrimonio cultural*. Recuperado el 10/07/2017, de: <http://personal.us.es/jhernan/uploads/images/Art%C3%ADculos/Hiperespecializaci%C3%B3n%20tur%C3%ADstica.pdf>.
- Hernández, M. (2012). Turismo y culturas originarias en América Latina. *Avá. Revista de Antropología*, 20, 143-171.

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Holmes, G. (2012). Biodiversity for billionaires: capitalism, conservation and the role of philanthropy in saving/selling nature. *Development and Change* 43, 185-203.
- Ibáñez, R. M., Ivanova, A., y Amador, L. C. (2010). Turismo, comunidad y sustentabilidad en Cabo Pulmo, Baja California Sur. En R. M. Chávez, E. Andrade, R. Espinoza y M. Navarro (Eds.), *Turismo comunitario en México. Distintas visiones ante problemas comunes* (pp. 35-50). Puerto Vallarta, Jalisco: Universidad de Guadalajara.
- INEGI. (2017). Banco de Información Económica. Producto interno bruto por entidad federativa y actividad económica. Recuperado el 01/06/2017, de: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/?idserPadre=116012500070#D116012500070>.
- Jensen, R. (1999). *The Dream Society: How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Jiménez, A. (2005). *Desarrollo Turístico y sustentabilidad: el caso de México*. Cancún, Quintana Roo, México: Porrúa.
- Leff, E. (2016). La capitalización de la naturaleza y las estrategias fatales del crecimiento insostenible. Recuperado el 15/05/2017, de: [https://www.researchgate.net/publication/265081595\\_LA\\_CAPITALIZACION\\_DE\\_LA\\_NATURALEZA\\_Y\\_LAS ESTRATEGIAS\\_FATALES\\_DEL\\_CRECIMIENTO\\_INSOSTENIBLE](https://www.researchgate.net/publication/265081595_LA_CAPITALIZACION_DE_LA_NATURALEZA_Y_LAS ESTRATEGIAS_FATALES_DEL_CRECIMIENTO_INSOSTENIBLE).
- López, Á., y Marín, G. (2012). Ecoturismo, desarrollo y sustentabilidad: un recorrido por senderos interpretativos de poder, mercado y simulacro. En A. Castellanos y A. Machuca (Eds.), *Turismo y antropología: Miradas desde el sur y norte* (pp. 201-231). México: UAM.
- López, G., y Palomino, B. (2005). Evaluación de Resultados 2001-2004 del Proyecto Ecoturismo. Informe Final: IIEC/CDI, México, D.F.
- López, G., y Palomino, B. (2008). Políticas públicas y el ecoturismo indígena en México. En A. Palafox y O. Frausto (Eds.), *Turismo: desastres naturales, sociedad, ambiente y medio ambiente* (pp.149-168). Chetumal, México: Plaza y Valdés.
- López, G., y Palomino, B. (2011). Ecoturismo indígena en Quintana Roo, México. Estudio de caso Kantemó. *Tourism & Management Studies*, 1, 990-998.
- López-Guzmán, T., y Sánchez-Cañizares, S. (2009). Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario. Un estudio de caso de Nicaragua. *Cuaderno de Desarrollo Rural*, 6, 81-97.
- López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S., y Pavón, V. (2011). Community-based tourism in developing countries: a case study. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6, 69-84.

- Lozano, R., y Olivares, J. A. (2011). *Sociedad y economía*. En Pozo, C., Armijo, N. y Calmé, S. (Eds.), *Riqueza biológica de Quintana Roo. Un análisis para su conservación* (pp.86-109). Tomo II. México, D. F: El Colegio de la Frontera Sur (Ecosur), Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (Conabio), Gobierno del Estado de Quintana Roo y Programa de Pequeñas Donaciones (PPD)..
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books Inc.
- MacDonald, K. I. (2010). The devil is in the (bio)diversity: private sector 'engagement' and the restructuring of biodiversity' conservation. *Antipode* 42, 513-550.
- Macías, C. (1997). *Nueva frontera mexicana. Milicia, burocracia y ocupación territorial en Quintana Roo*. Chetumal, Quintana Roo: Universidad de Quintana Roo.
- Macías, C. (2007). El Caribe Mexicano. Historia e historiografía mexicana. *Relaciones. Estudios de historia y Sociedad*, XXVIII, 67-115.
- Machuca, A. (1999). "Presentación". *Memorias Jornada Académica: Dimensión social del Patrimonio Cultural y Natural del Mundo Maya*. (pp. 4-17). México: INAH.
- Machuca, A. (2012). La incorporación turística del patrimonio y el nuevo malestar en la cultura. En A. Castellanos Guerrero y A. Machuca (Eds.), *En Turismo y antropología: miradas del Sur y el Norte* (pp. 69-112). México, D.F: UAM.
- Maerk, J. (2002). (Des)encuentros interculturales: mayas y turistas en Quintana Roo, México. En A. Prereira, A. Boxill y J. Maerk (Eds.), *Turismo, desarrollo y recursos naturales en el Caribe* (pp.73-82). México: Plaza y Valdés.
- Maerk, J. (2009). Más allá de Cancún: Interculturalidad en la zona maya de Quintana Roo. En C. Macías y R. A. Pérez (Eds.), *Cancún. Los avatares de una marca turística global* (pp.439-471). México: Bonilla Artigas Editores.
- Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. México: Pearson Educación.
- Mantecón, A. R. (2010). El giro hacia el turismo cultural: participación comunitaria y desarrollo sustentable. En E. Nivón y A. R. Mantecón (Eds.), *Gestionar el patrimonio en tiempos de globalización* (pp. 108-130). México D.F.: UAM.
- Manterola, C., y Otzen, T. (2014). Estudios Observacionales. Los Diseños Utilizados con Mayor Frecuencia en Investigación Clínica. *International Journal of Morphology*, 32, 634-645.
- Marcuse, H. (1968). *El hombre unidimensional: ensayos sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. México: J. Mortiz.
- Marín, G. (2008). Territorio de resistencia, integración mercantil y producción del espacio turístico en Quintana Roo: trayectorias y transformaciones del mundo maya. En A. Castellanos y A. Machuca (Eds.), *Turismo, identidades y exclusión* (pp. 97-141). México D.F.: UAM.
- Marín, G. (2015). Turismo: espacios y culturas en transformación. *Desacatos*, 47, 6-15.

- Mayz, C. (2009). ¿Cómo desarrollar, de una manera comprensiva, el análisis cualitativo de los datos? *Artículos arbitrados*, 44, 55-66.
- Merino, L. (1996). *La sustentabilidad de los aprovechamientos forestales en las comunidades de la Zona Maya de Quintana Roo. La experiencia de la organización de ejidos productores forestales de la Zona Maya de Quintana Roo*. Tesis Doctoral en Antropología, Instituto de Investigaciones Antropológicas, Facultad de Filosofías y Letras, UNAM, México, D.F.
- Mowforth, M., y Munt, I. (2009). *Tourism and sustainability: Development and new tourism in the third world*. New York: Routledge.
- Municipios.mx. (2017). Municipios en Quintana Roo. Recuperado el 15/06/2017, de: <http://municipios.mx/quintana-roo/>
- O'Connor, J. (1991). On the two contradictions of capitalism. *Capitalism Nature Socialism*, 2, 107-109.
- O'Connor, M. (1993). El mercadeo de la naturaleza. Sobre los infortunios de la naturaleza capitalista. *Capitalismo Natura Socialismo*, 8, 45-79.
- Oehmichen, C. (2013). Introducción. En C. Oehmichen (Ed.), *Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo* (pp. 35-72). México, D.F.: UNAM.
- Ojeda, J. (1999). Naturaleza y desarrollo. Cambios en la consideración política de lo ambiental durante la segunda mitad del siglo XX. *Papeles de Geografía*, 30, 103-117.
- Olivo, O. (2012). La humanidad espectral: lógica del capital para la cultura y el patrimonio cultural. *Boletín de Antropología Americana*, 47, 261-281.
- OMT. (2017). Tourism Market Trends UNWTO. Recuperado el 02/06/2017, de: <http://mkt.unwto.org/es>.
- Osorio, M. (2010). Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna/posmoderna. *Convergencia*, 5, 235-260.
- Palafox, A., Zizumbo, L., Arriaga, E., y Monterroso, N. (2010). Introducción al estudio del turismo a través del materialismo cultural. *Polis*, 25, 1-22.
- Palomino, B., Gasca, J., y López, G. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable*, 30, 6-37.
- Paredes, M. E. (2014). *Turismo alternativo y estrategias de vida entre los socios de El Corchito*. Tesis de Maestría en Ciencias en la Especialidad de Ecología Humana, CINVESTAV, Mérida.
- Pérez, B. (2008). El Patrimonio Inmaterial en proyectos de desarrollo territorial en Comunidades Indígenas de Los Andes Peruanos. *e-rph*, 2, 1-26.

- Pérez, B. (2011). Nuevas y viejas narrativas turísticas sobre la cultura indígena en los Andes. En L. Prats y A. Santana (Eds.), *Turismo y Patrimonio, entramados narrativos* (pp. 27-48). Tenerife, España: ACA y PASOS.
- Pérez, R. A. (2014). El chicle en Quintana Roo: sus caminos y voces. *Cuiculco*, 60, 195-222.
- Pine, B. J., y Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Porter, M. (1998). "Clusters and the New Economics of Competition". Recuperado el 06/06/2017, de: <https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition>.
- Prats, L., y Santana, A. (2011). Turismo, identidad y patrimonio, las reglas del juego. En L. Prats y A. Santana (Eds.), *Turismo y Patrimonio, entramados narrativos*. (pp. 1-10). Tenerife, España: ACA y PASOS.
- Rajotte, F. (1987). *Tourism: A New Type of Sugar*. Honolulu: University of Hawaii.
- Re Cruz, A. (2005). Turismo y migración entre los mayas de Yucatán. Las nuevas milpas de Chan Kom. *Revista Española de Antropología Americana*, 36, 149-162.
- Redclift, M. (2004). *Chewing Gum: The Fortunes of Taste*. New York and London: Routledge.
- Rivera, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. *Relaciones interculturales en la diversidad*, 199-217. Recuperado el 02/02/2016, de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4768331>.
- Robinson, J. G. (2011). Corporate greening: is it significant for biodiversity conservation? *Oryx* 45(3), 309-310.
- Rodriguez, G., Gil, J. et al. (1996). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Granada, España: Aljibe.
- Romero, R. (2009). Política municipal y desarrollo urbano de un modelo turístico. Cancún: 1975-2002. En C. Macías y R. A. Pérez (Eds.), *Cancún. Los Avatares de una marca turística global* (pp. 15-162). México: Bonilla Artigas Editores.
- Romero, R. (2014). *El turismo en el Caribe mexicano. Génesis, evolución y crisis*. México: Bonilla Artigas Editores.
- Ruiz, E., Macarena, A., Cantero, P., y Del Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6, 399-418.
- Ruíz, E., y Solis, D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abya-Yala, Universidad de Cuenca.
- Santana, A. (2003a). Patrimonios culturales y turistas: Unos leen lo que otros miran. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1, 1-12.
- Santana, A. (2003b). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes antropológicos*, 20, 31-57.

- Schettini, P., y Cortazzo, I. (2015). *Análisis de datos cualitativos en la investigación social*. La Plata: Universidad de la Plata.
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the Empowerment of Local Communities. *Tourism Management*, 20, 245-249.
- SECTUR. (2004). Turismo alternativo. Una nueva forma de hacer turismo. Fascículo1, 2ª ed. Recuperado el 07/07/2017, de: [http://www.jjcano.com/wp-content/uploads/2011/01/1-1\\_conceptualizacion\\_turismo\\_alternativo1.pdf](http://www.jjcano.com/wp-content/uploads/2011/01/1-1_conceptualizacion_turismo_alternativo1.pdf).
- Smith, V., y Eadington, W. (1992). *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant Observation*. Long Grove, Illinois: Waveland Press, Inc.
- Strauss, A. L., y Corbin, J. (1990). *Basic of Qualitative Research: Grounded Theor, procedures and techniques*. Newbury Park, California: Sage Publications.
- Sullivan, P. (1989). *Unfinished conversations: Mayas and foreigners between two wars*. Berkeley: University of California Press.
- Szpilbarg, D., y Saferstein, E. (2014). De la industria cultural a las industrias creativas: un análisis de la transformación del término y sus usos contemporáneos. *Estudios de Filosofía Práctica e Historia de las Ideas* 16, 99-112.
- TEC. (2005). Plan Gran Visión Quintana Roo 2000-2025. Avances al 2005. Recuperado el 10/04/2017, de: <http://sede.qroo.gob.mx/portal/descargas/2000-2025.pdf>.
- Torres, P. (2011). La Transformación de lo "Étnico" en Producto Turístico en la Provincia del Chaco, Argentina. *RUNA*, 31, 89-107.
- UNESCO. (2003). Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, Ratificada en la sesión 32 de la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura en París, del 29 de septiembre al 17 de octubre del 2003. Recuperado el 02/05/2017, de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf>.
- UNESCO. (2011). Proyecto de memorando de entendimiento entre la UNESCO y el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF) y la Asociación Internacional de Fomento (AIF). Recuperado el: 02/05/2017, de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001922/192236s.pdf>.
- Uribe, R. (2011). Paisaje, Narrativas y Experiencia: La Virtualización del Paisaje Maya. *Estudios de cultura Maya XL*, 227-265.
- Valverde, M., Maldonado, A., y Alvarado, A. (2015). Turismo en zonas rurales basado en la participación comunitaria. En M. Velarde, A. V. D. C. Maldonado y S. Gómez (Eds.), *Referentes teóricos del turismo alternativo. Enfoque en rurales* (pp.69-99). Guadalajara, México: Juan Pablo Editor.

- Van den Berghe, P. (1995). Marketing Mayas: Ethic Tourism Promotion in México. *Annals of Tourism Research*, 22, 568-588.
- Villa Rojas, A. (1987). *Los elegidos de Dios: etnografía de los mayas de Quintana Roo*. México D.F.: INI.
- Villalobos, M. H. (2006). *El bosque sitiado: asaltos armados, concesiones forestales y estrategias de resistencia durante la Guerra de Castas*. México: CIESAS/Conaculta/INAH/Porrúa.
- Villaseñor, I., y Zolla, E. (2012). Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la cultura. *Cultura y representaciones sociales*, 12, 75-101.
- Wainer, H. (1992). Understanding Graphs and Tables. *Educational Researcher*, 21, 14-23.
- Warman, A. (2003). *Los indios mexicanos en el umbral del milenio*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Weaver, D. B. (2001). Ecotourism as Mass Tourism: Contradiction or Reality? *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42, 104-112.
- World Bank. (2000). Culture counts: financing, resources, and the economics of culture in sustainable development - proceedings of the Conference held in Florence, Italy (October 4-7, 1999), Washington, DC, World Bank. Recuperado el: 05/06/2017 de: <http://documents.worldbank.org/curated/en/302131468739317900/Culture-counts-financing-resources-and-the-economics-of-culture-in-sustainable-development-proceedings-of-the-Conference-held-in-Florence-Italy-October-4-7-1999>.
- Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa.
- Zuñiga, F. (2012). El patrimonio biocultural frente a los procesos de apropiación turística y mercantilización como estrategia de desarrollo para el Totonacapan veracruzano. En A. Castellanos Guerrero y A. Machuca (Eds.), *En Turismo y antropología: miradas del Sur y el Norte* (pp. 233-266). México D.F.: UAM.
- Zuñiga, F. (2013). Los nuevos usos de la cultura y del patrimonio cultural en el contexto turístico de México. El caso del Totonacapan veracruzano. En C. Oehmichen Bazán (Ed.), *Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneos* (pp. 243-260). México D.F.: UNAM.

## **ANEXOS**

### **Anexo 1. Guía de entrevista semiestructurada a miembros de la comunidad de Señor**

CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DE ESTUDIOS AVANZADOS  
DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL  
UNIDAD MÉRIDA, DEPARTAMENTO DE ECOLOGÍA HUMANA

*Guía de entrevista a miembros de la comunidad de Señor*

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_  
Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Escolaridad: \_\_\_\_\_  
Fecha y lugar de nacimiento: \_\_\_\_\_  
Residencia: \_\_\_\_\_ Fecha de la entrevista: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_  
Hora de la entrevista: \_\_\_\_\_ Lugar de la entrevista: \_\_\_\_\_  
No. de entrevista: \_\_\_\_\_  
Entrevistador: \_\_\_\_\_

**Objetivo general**

- Obtener información sobre la comunidad de Señor

**Objetivos específicos**

- Conocer aspectos de la comunidad relacionados con la historia, la cultura, la política, la educación, la salud, la organización social y la economía de Señor

**Introducción:** Buenos días, mi nombre es Francesco Onnis y soy estudiante de la Maestría en Ecología Humana en Mérida. Para la realización de mi tesis quisiera realizar un trabajo para conocer mejor una comunidad y escogí Señor. Me gustaría conversar con Usted para escribir sobre aspectos importantes y característicos de su comunidad. Quiero aclararle que todo lo que conversemos es confidencial. Si tiene dudas, con gusto las aclararé; asimismo, si Usted quiere una copia de la entrevista, con mucho gusto se le proporcionará.

**Historia**

1. ¿Sabe Usted cuándo surgió Señor?
2. ¿Sabe quién lo fundó?
3. ¿Por qué se llama así?
4. ¿Qué puede decirme sobre la historia de la comunidad?
5. ¿Qué le hace sentir orgulloso de su comunidad?
6. ¿Cómo puede mejorar la comunidad?
7. ¿Qué es lo que distingue la comunidad de Señor de otras comunidades de la Zona Maya?

**Cultura**

8. ¿Qué significa para Usted ser Maya?
9. ¿Qué elementos integran la cultura Maya?
10. ¿Cree que esta ha venido cambiando en su comunidad?
11. ¿Cree que la cultura y las tradiciones Maya sean inmodificables?
12. ¿Se está perdiendo la lengua Maya?
13. ¿Cómo ve el turismo con respecto a la cultura y tradiciones Maya?

**Política**

14. ¿Cuántas autoridades tiene la comunidad?
15. ¿Quién nombra a las autoridades de la comunidad?
16. ¿Cuáles son sus funciones de cada autoridad?
17. ¿Existe todavía una estructura antigua de autoridad Maya? ¿Podría describírmela?
18. ¿Existe un sistema de jefatura? ¿Es tradicional, hay elecciones siguiendo el sistema gubernamental nacional, o es una mezcla de ambos?
19. ¿Qué representa para Usted la Zona Maya de Quintana Roo?
20. ¿Qué representa la cabecera municipal?

### **Educación**

21. ¿Considera que la educación en esta comunidad es de un buen nivel?
22. ¿Cree que el contexto en el que se encuentran los niños influya mucho en el nivel de educación?
23. ¿Qué aspectos cree que afecten para que no se tenga una buena educación?
24. ¿Cómo ha progresado la comunidad en base al nivel educativo?
25. ¿Cómo considera la relación entre los profesores y los padres de familia?

### **Organización social**

26. ¿Qué patrones de interacción forman parte de la estructura social de la comunidad?
27. ¿Cómo es el sistema familiar y de parentesco?
28. ¿Qué organizaciones forman parte de la comunidad (sin ánimo de lucro, comerciales o gubernamentales)?
29. ¿Qué sociedades, congregaciones, partidos políticos, grupos étnicos y otras asociaciones forman parte de la organización social de la comunidad?

### **Economía**

30. ¿A qué se dedican la mayoría de los habitantes de la comunidad?
31. ¿Por qué se ha perdido el monte?
32. ¿Cómo considera las oportunidades laborales en la comunidad?
33. ¿Cómo afecta la Riviera Maya la economía de Señor?

### **Salud**

34. ¿Cómo considera el servicio de asistencia médica en la comunidad?
35. ¿Cómo mejoraría el servicio médico en la comunidad?
36. ¿Cuál es el problema que más afecta la calidad de vida de la comunidad? ¿Por qué?
37. ¿Cómo ha incidido el turismo en las condiciones de salud de la comunidad?
38. Además del Centro de salud ¿A qué recurren los habitantes de la comunidad en caso de enfermedades?
39. ¿Qué papel tiene la medicina tradicional Maya en la comunidad?

### **Turismo y patrimonio**

40. ¿Qué es el turismo para Usted?
42. ¿Qué es el patrimonio para Usted?
43. ¿Cómo empezó el turismo en Señor?
44. ¿Cuál fue la reacción de la comunidad ante la decisión de dedicarse al turismo?
45. ¿Cómo se fue dando la integración de la comunidad al turismo?
46. ¿Cree que la actividad turística esté beneficiando a la comunidad?

47. ¿Hubo modificaciones significativas en la comunidad para adaptarla al turismo? ¿De qué tipo?
48. ¿Hay gentes que están invirtiendo en la comunidad?
49. ¿Cómo imagina en el futuro el turismo en la comunidad?
50. ¿Cómo considera Usted la Riviera Maya y su turismo?
51. Tengo entendido que muchas personas de Señor trabajan en la Riviera Maya ¿Qué opina Usted al respecto?

Muchas gracias por su tiempo, ¡Usted ha sido muy amable!

## **Anexo 2. Guía de observación y diálogo semiestructurado**

CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DE ESTUDIOS AVANZADOS  
DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL  
UNIDAD MÉRIDA, DEPARTAMENTO DE ECOLOGÍA HUMANA

*Guía de observación y diálogo con miembros mayores de la comunidad*

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_  
Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Escolaridad: \_\_\_\_\_  
Fecha y lugar de nacimiento: \_\_\_\_\_  
Residencia: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_  
Hora: \_\_\_\_\_ No. de entrevista: \_\_\_\_\_  
Entrevistador: \_\_\_\_\_

**Objetivo general**

- Obtener información sobre la complementariedad y diversificación productiva

**Objetivos específicos**

- Conocer el uso de la tierra en la comunidad de Señor
- Obtener informaciones sobre el patrimonio ambiental en Señor
- Conocer los aspectos culturales relacionados con el patrimonio ambiental
- Conocer la relación del patrimonio ambiental con el turismo

**Introducción:** Buenos días, mi nombre es Francesco Onnis y soy estudiante de la Maestría en Ecología Humana en Mérida. Para la realización de mi tesis quisiera realizar un trabajo para conocer mejor una comunidad y escogí Señor. Me gustaría conversar con Usted para escribir sobre el uso de la tierra, los recursos naturales y la relación con el turismo. Quiero aclararle que todo lo que conversemos es confidencial. Si tiene dudas, con gusto las aclararé; asimismo, si Usted quiere una copia de este diálogo, con mucho gusto se le proporcionará.

**Acceso a la tierra**

¿Dónde producen?, calidad de la tierra, distancia entre hogar y tierra, personas que poseen tierra, significado cultural de la tierra

**Producción**

¿Qué producen? ¿Qué se producía antes? ¿Quién produce? ¿Por qué se ha perdido el monte?

**Tecnología**

¿Cómo producen? ¿Cómo producían antes? ¿Cómo ha cambiado el campo?

**Acceso a los recursos**

¿Tiene acceso al crédito? ¿De quién recibe crédito?

**Situación forestal**

¿Cómo aprovechan los recursos?, beneficios obtenidos del bosque, cambios en el aprovechamiento de los recursos, significado cultural del bosque

**Rituales asociados a los recursos naturales**

¿Qué rituales conoce? ¿Quién participa? ¿Cómo se desarrollan? ¿Cuándo? ¿En cuáles espacios se realizan? ¿Tienen costo?

### **Recursos naturales y turismo**

¿Cómo se usa para el turismo? ¿Quiénes usan el patrimonio? ¿Quiénes se benefician? ¿Qué tipo de recursos los acompañan?

Muchas gracias por su tiempo, ¡Usted ha sido muy amable!

### **Ejemplo de guía de observación y diálogo**

<b>Recurso</b>	<b>Elementos observados</b>	<b>Diálogo</b>
<b>Tierra</b>		
<b>Milpa</b>		
<b>Abejas</b>		
<b>Otros</b>		

**Anexo 3. Guía de entrevista semiestructurada a socios de la Cooperativa Xyaat**

CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DE ESTUDIOS AVANZADOS  
DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL  
UNIDAD MÉRIDA, DEPARTAMENTO DE ECOLOGÍA HUMANA

*Guía de entrevista a socios de la cooperativa*

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_  
Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Escolaridad: \_\_\_\_\_  
Fecha y lugar de nacimiento: \_\_\_\_\_  
Residencia: \_\_\_\_\_ Fecha de la entrevista: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_  
Hora de la entrevista: \_\_\_\_\_ Lugar de la entrevista: \_\_\_\_\_  
No. de entrevista: \_\_\_\_\_  
Entrevistador: \_\_\_\_\_

**Objetivo general**

- Obtener información sobre el turismo en Señor y su cooperativa turística

**Objetivos específicos**

- Reconstruir la historia de la cooperativa y la trayectoria turística de Señor
- Obtener informaciones sobre las experiencias turísticas (teniendo en cuenta su historicidad y cotidianidad)
- Conocer los vínculos y participación en la actividad turística

**Introducción:** Buenos días, mi nombre es Francesco Onnis y soy estudiante de la Maestría en Ecología Humana en Mérida. Para la realización de mi tesis quisiera realizar un trabajo para conocer mejor una comunidad y escogí Señor. Me gustaría conversar con Usted para escribir sobre la trayectoria de la actividad turística en Señor y la historia de la cooperativa turística. Quiero aclararle que todo lo que conversemos es confidencial. Si tiene dudas, con gusto las aclararé; asimismo, si Usted quiere una copia de la entrevista, con mucho gusto se le proporcionará.

**Cooperativa**

1. ¿Cómo empezó la cooperativa? Cuándo?
2. ¿Qué tipo de capacitaciones recibieron?
3. ¿Cómo está organizada la cooperativa?
4. ¿Por qué decidió participar en la cooperativa?
5. ¿Cómo Usted participa en la actividad turística?
6. ¿Qué dificultades enfrentó la cooperativa a lo largo de su historia?
7. ¿Qué logros obtuvo?
8. ¿Hubo momentos en los que ha pensado de terminar con la cooperativa?
9. ¿Le gusta trabajar en la cooperativa?
10. ¿Cómo ve el futuro de la cooperativa?

**Turismo en Señor**

11. ¿Qué es el turismo para Usted?
12. ¿Cómo empezó el turismo en Señor?
13. ¿Cuál fue la reacción de la comunidad ante la decisión de dedicarse al turismo?

14. ¿Cómo se fue dando la integración de la comunidad al turismo?
15. ¿Cómo cree que la actividad turística esté afectando a la comunidad?
16. ¿Hubo modificaciones significativas en la comunidad para adaptarla al turismo? ¿De qué tipo?
17. ¿Cómo imagina en el futuro el turismo en la comunidad?
18. ¿Cómo considera Usted la Riviera Maya y su turismo?
19. Tengo entendido que muchas personas de Señor trabajan en la Riviera Maya ¿Qué opina Usted al respecto?

### **Patrimonio cultural y ambiental y experiencias turísticas**

20. ¿Qué es patrimonio para Usted?
21. ¿Qué significa para usted ser Maya?
22. ¿Qué representa para Usted la Zona Maya de Quintana Roo?
23. ¿Qué es lo que distingue la comunidad de Señor de otras comunidades de la Zona Maya?
24. ¿Cómo se decidió proponer algunas actividades como atractivo turístico?
25. ¿Cómo considera el hecho de que un turista pague para ver algo de la comunidad?
26. Además de ser un atractivo turístico ¿Qué representan esas actividades para la comunidad de Señor?
27. ¿Si yo fuera un turista, ¿qué le gustaría que yo conociera de su comunidad? ¿Por qué?
28. Según Usted ¿Podría ser el turismo una forma de mantener viva la cultura Maya?
29. ¿Podría indicarme otros elementos patrimoniales (actividades, lugares o algo intangible) que para Usted representan la Cultura Maya?
30. ¿Conoce Usted algunas ceremonias Mayas que se realizan en el monte?
31. ¿Podría describírmelas? ¿Cuándo se realizan? ¿Por qué se realizan? ¿Quienes participan?
32. ¿Que Usted recuerde ¿Estas ceremonias siempre han sido así?
33. ¿Qué representan esas ceremonias para Usted?
34. ¿Cómo participa Usted en esas ceremonias?
35. ¿Cómo imagina estas ceremonias en el futuro?
36. ¿Qué opinaría Usted si algún día estas ceremonias se convirtieran en atractivos turísticos?
37. ¿Conoce Usted algunas ceremonias Mayas que se realizan en el hogar?
38. ¿Podría describírmelas? ¿Cuándo se realizan? ¿Por qué se realizan? ¿Quienes participan?
39. ¿Que Usted recuerde ¿Estas ceremonias siempre han sido así?
40. ¿Qué representan esas ceremonias para Usted?
41. ¿Cómo participa Usted en esas ceremonias?
42. ¿Cómo imagina estas ceremonias en el futuro?
43. ¿Qué opinaría Usted si algún día estas ceremonias se convirtieran en atractivos turísticos?
44. En la página internet de Maya Kaan se habla de auténtica comunidad Maya ¿Podría describirme qué significa eso para Usted?
45. ¿En la página internet de Maya Kaan se habla de magia de la cultura Maya ¿Podría describirme qué significa eso para Usted?

Muchas gracias por su tiempo, Usted ha sido muy amable!

#### **Anexo 4. Extractos de entrevistas**

## **Autoridades en Señor: algunos casos resueltos por el Juez tradicional**

### *Primer ejemplo-caso sucedido en la comunidad*

Cuando murió un señor llamado Don Ben también conocido como Don Camil, se quedaron sus 4 hijos, los 2 hermanos mayores estaban casados, uno de los hijos menores quería casarse pero sus hermanos no lo querían apoyar y fue a hacer una queja ante Don Abundio (Juez Tradicional) quien cito a una audiencia a los hermanos mayores, estando también presente el hermano menor de ellos. Esto se hizo con la finalidad de que llevara a cabo una investigación del asunto, del cual él ya tenía conocimiento, el en su calidad de autoridad manejo los siguientes cuestionamientos:

**Don Abundio:** le pregunta a los hermanos que si ¿Está vivo su papa?, y ellos responden que no, les vuelve a preguntar ¿Quién de ustedes es el mayor? el **hermano 1** responde que él, **Don Abundio** le dice lo siguiente “Entonces tú como el hermano mayor, quedaste como el papa de tus hermanitos”, el **hermano 1** responde que no sabe, o supone que si lo es, nuevamente **Don Abundio** le pregunta que piensa sobre el hecho de que su hermanito se vaya a casar, el **hermano 1** vuelve a contestar que no puede decir nada, el **hermano 2** contesta que no sabe hacer nada y que no tiene dinero para hacerlo. Al escuchar **Don Abundio** como hablan los hermanos del muchacho que se quiere casar y ve que se niegan de apoyarlo les dijo lo siguiente “yo no los puedo obligar, solo acuérdense que la ley no tiene madre ni padre”, yo no los odio, sé que viven aquí, pero entiendan este es su hermanito, ustedes son los hermanos mayores responsables de él. Si ustedes no le dan dinero, dinero que sabe que tienen en que trabajan, les pregunto ellos en que se quedan ¿A que se dedican? Les pregunta a los hermanos mayores, ellos respondieron a que a la milpa, entonces les volvió a decir lo siguiente: ustedes trabajan el chicle para tener dinero y los otros que se quedan aquí trabajan la milpa, ambas cosas importantes. De la milpa se cosecha todo lo que ustedes comen mientras ustedes ganan dinero y eso que hacen sus hermanitos también es trabajo fuerte y de allí comen ustedes. **Don Abundio** vio que los hermanos mayores no llegan a ningún acuerdo sobre a apoyar a uno de sus hermanitos con su boda, les dijo que su asunto lo consignaría al tribunal de justicia para ver en que terminaría todo, él le hizo mención a ellos sobre las consecuencias que esto traería para ellos, lo que si pues no se quedarían sin castigo además de pagar una multa cada uno y si ustedes están dispuesto a pagar la multa por mí no hay ningún problema. Al escuchar esto el **hermano 1** respondió que si van a llegar hasta ese grado mejor dijo que si apoya a su hermanito y se le pregunto al **hermano 2**, que si él va ayudar también a su hermanito y respondió que sí lo van ayudar entre ellos dos, de esta manera se llegó al acuerdo.

### *Segundo ejemplo-caso sucedido en la comunidad*

Era un asunto correspondiente a solucionar por el delegado, pero este no pudo lograr que se llegara a un cuerdo ambos comparecientes, por ello lo consigno ante el tribunal de justicia en Felipe Carrillo Puerto, mismo donde se volvió a consignar a Don Abundio para resolverlo como Juez Tradicional y él no lo puede volver a consignar al tribunal de Chetumal porque siempre a él le pediría que lo resolviera. Le hizo mención a los comparecientes (hermano y hermanita) que su caso viene desde el ministerio público y que él ya estaba al tanto de todo, y pregunta a ellos porque no llegaron a ningún arreglo con el

delegado, pues si ellos son hermanos y el hermano respondió que porque no hay ningún arreglo a esta situación, Don Abundio le volvió a preguntar el por qué dice que no hay ningún arreglo, dándose cuenta que no se llega a ningún acuerdo por la negativa del hermano siendo este el responsable de los malos entendidos, les aclaro que su visita por ser la primera vez que comparecen ante él no les va dar ningún documento a firmar, ningún castigo, ni una multa, el solamente dio un consejo y recomendaciones para llegar a un acuerdo, que se llevaran bien como hermanos y si el hermano hace caso omiso, se le dijo que la próxima que lo citaran para comparecer se le iba dar 25 azotes que establece la ley bajo el mandato del Juez tradicional para que ya no se metiera en problemas y la hermanita respondió que su hermano era la que le ponía cruz y murciélagos en su camino y cosas raras que veía, se les aclaro que si volvían a comparecer dos veces más ante Don Abundio el castigo que se le daría el doble de los que se le había dicho y de esta manera el hermano ya no volvió a pelear con su hermanita respetándola siempre hasta el día que falleció.

### *Tercer ejemplo-caso sucedido en la comunidad*

Fue una queja que se le hizo también al delegado que no pudo revolver y se lo tuvo que consignar al Juez Tradicional, se trataba de un asunto que involucraba a una señora con su vecina sobre unas gallinas con crías a los que les cortaban feamente las alas y las colas. La señora culpaba a su vecina que ella era causante de los daños a su gallina y el Juez Tradicional mientras investigaba se dio cuenta que las plumas de la gallina estaba dentro del terreno de la señora y no de su vecina, quedando ella como culpable y se les estaba mostrando las pruebas y se le dijo que tenía que ser castigada ella por difamar a su vecina, pero su molestia de ella era que la colindancia de su terreno no tenía barda y los animales cruzaban a cada rato. Como sentencia se les dijo que hiciera la barda su terreno, tanto a ella como a su vecina que lo hicieran de manera equitativa.

### **Educación en Señor**

Dos participantes maduros nos platicaron de la amistad con Silvano Morley y Alfonso Villa Rojas y de la importancia que ambos tuvieron para la aceptación de la educación y para evitar un ulterior conflicto armado entre los mayas y el Ejército Federal. A pesar de que ninguno de los dos participantes especificó fechas, consideramos que los acontecimientos que ellos señalaron ocurrieron antes del año 1957, ya que se menciona al ex Presidente Venustiano Carranza, quien recubrió la más alta carga política y administrativa del País desde 1917 hasta 1920; y que Morley murió en 1948.

*"Silvano Morley era Doctor, que venía como saqueador por las ruinas que hay, que él es Americano, hablaba inglés, venía acá porque la gente antes sacrificaba a sus hijas para que lloviera, pero en los tiempos más antiguos tipo prehispánico" (Participante 3).*

*"Si no hubiera ido Silvano Morley a hablar con Venustiano Carranza para que la autoridad máxima de México acepte que se les enseñara acá el español y a la escuela iban a llegar maestros, ya estaría el pueblo hablando inglés porque iban a llegar maestros de Belice también" (Participante 3).*

*"Después de que aceptaron a Silvano Morley llegó Alfonso Villa Rojas, y convenció a todos los indígenas y a todos los mayas que aceptaran el estudio, y entonces cuando los convenció la enseñanza a la educación, y que hicimos la casa de él en Tuzik, la hicimos nosotros Mayas. Hablaba Maya y todo y trajo a toda su familia pero desgraciadamente en sus pies de su esposa las pulgas malignas fue cuando se le hinchó e infectó y tuvo que irse a Carrillo otra vez, después regresó otra vez pero él nada más, sin su esposa. Don Alfonso era él que fue la iniciativa que se constituyera el INI, y que secundamente no solamente en Carrillo se va hacer sino que acá también y fue cuando se construyó el albergue, se hizo la propuesta de construirlo. Acá dice de un tal Don Mateo que estaba en el comisariado, era la autoridad, el Don Alfonso habló con él con esa propuesta para que se donara un pedazo de terreno para que se diera la construcción y él donó 12 hectáreas para que se construyeran las primeras escuelas en el pueblo. Si y ya después, se fue tramitando para finalmente construir lo que es el albergue" (Participante 3).*

*"Tienen que agradecer mucho a Villa Rojas porque les explicó bastante a la gente para que aprendiera, y trajo buenas ideas, y gracias a ellos lo entendieron. Si porque México no sabe cómo va a entenderse con la gente, cómo lo va a controlar porque también ellos no hablan la Maya, pero como Villas Rojas hablaba también la Maya fue importante también para ellos" (Participante 3) "Alfonso Villa Rojas y Silvano Morley escucharon el rumor que los soldados que estaban en Carrillo los iban a matar a los Mayas, y entonces se levantaron y se fueron allí para que se calmaron y hablaron con ellos y les dijeron que no tenían nada que hacer allí y así fue gracias a ellos que no se pelearon y se evitara otra matanza" (Participantes 3, 10).*

## **Chicle**

*"Vino gente de Yucatán...y eso es cierto porque según hay evidencias porque entraron de Valladolid hasta Chumpón, y allí con los Chunes, allí se recalaban los Yucatecos a chiclear, que nada más cuando llegan allí hablan con los sacerdotes y el general, porque decían venimos a chiclear y no sabemos si nos dejan chiclear, ¿qué vamos a hacer? Nosotros les pagamos o también Ustedes son religiosos podemos traer cajas de velas para regalarlas...entonces en aquellos tiempos la gente estaba dedicado al rezo tradicional y esos señores yucatecos que veían que estaban muy devotos ofrecían cajas de velas, en vez de que pague lo que extraían del monte, era monte donde hay chicozapote, allí no se busca, está regado! Y hay evidencia de lo que estoy platicando porque allí en los Chunes, allí encuentras personas de apellidos Español, por ejemplo, los Aguilares, Méndez, Pacheco, Gómez, no son gente de acá, sino son gentes que vinieron por allá...porque como te decía, hay mujeres en aquellos tiempos que les gusta...dejaron hijos allá, y por eso hay tantos de ellos...son gentes de por allá, Canul también es un apellido que viene de Valladolid, Y esa gente, tras la llegada de los de Valladolid vieron cómo se preparaba el chicle, y los mismos de Yucatán decían, no hombre, tienen que aprender Ustedes, esto es una lana, entonces no faltó alguien que venga de Campeche, porque allí se trabaja también el chicozapote, entonces vino una persona a fomentar el chicle en 1947 en el Estado de Quintana Roo en Chetumal, y poco a poco va aprendiendo y así..." (Participante 6).*

**Primer extracto de la entrevista a la Doña de la medicina tradicional, participante 27, con traducción del intérprete maya.**

*"El caso que nos comenta es sobre un señor de acá, que estaba haciendo un trabajo y estaba caluroso, entonces fue a tomar cerveza, y se pasmó, pero esto no lo curan en el hospital y entonces el señor ya se estaba muriendo, ya dice que hasta sus ojos estaban negros, su cuerpo frío, lo llevaron cargando y hasta no podía caminar. Entonces lo llevaron al hospital, y le inyectan tres inyecciones, y nada no responde. Entonces lo sacan de allí y lo llevan acá, y como que en 15 minutos ya se hubiera muerto, y yo le dije al señor: ¿Por qué no viniste antes acá? Ya sabes que yo sé curar y sé sobar. Entonces lo acomodaron y lo sobaron, es el famoso cirro que dicen, que los doctores no conocen el cirro, en maya "tip te", es parte de aquí de tu ombligo, es como un cordoncito que te conecta con todo, entonces esa parte para nosotros en la cultura Maya se mueve, se desacomoda, entonces, pero si tú tomas algo que no debes o haces un trabajo que no debes, se te desacomoda, entonces a él lo acomodaron y sobaron, entonces el señor se pudo levantar, pudo hablar y salió bien de aquí, y allí les dieron como cura una cerveza caliente; el señor salió de aquí parado y se fue a su casa, lo llevaron cargándolo pero salió sano otra vez".*

**Segundo extracto de la entrevista a la Doña de la medicina tradicional, participante 27, con traducción del intérprete maya.**

*"Tenía 30 años cuando empezó a curar. Dijo que aprendió a curar, a sobar más que nada por medio de un sueño...porque su esposo se sentía muy mal, tenía un dolor muy fuerte en la parte derecha de la panza, y entonces decía: voy a ir al doctor y me van a operar, y ella le decía: no, ¿por qué vas a ir al doctor? Te van a operar y además vas a tardar días para recuperarte; entonces el señor no fue y se quedó, y ella en la noche soñó cómo le dijeron cómo sobar a su esposo, y que lo tiene que sobar de una forma, le dieron las indicaciones; entonces, el día siguiente ella sobó a su esposo, le dijo: ¡levántate porque te voy a sobar! me dijeron cómo sobarte, y entonces se levantó, lo sobó, y de allí, hasta la fecha que se murió no le volvió a dar nada. Se sanó por completo, antes no podía ni alzar nada por el dolor tremendo que tenía, pero con sus manos de ella no volvió a enfermarse el señor y de allí que ella empezó a sobar".*

**ANEXO 5. *Janal Pixan*. Extracto de un programa radiofónico transmitido por Radio Xenka en Felipe Carrillo Puerto el 29/10/2016**

Evento muy activo en la Península con características muy particulares como es el caso acá de los *Cruzoob*, en el municipio de Felipe Carrillo. Es una de las tradiciones que de alguna u otra manera pues no fue acabado con la llegada de los españoles, se conserva hasta la fecha. Es el cierre de un ciclo de vida y el retorno de las almas de familiares, la visita de sus familiares. Es un cierre de un ciclo porque en la vida cotidiana, en el trabajo, de los Mayas es el cierre también de una de las actividades más importantes que es la milpa. Para los Mayas la milpa es el lugar de donde vienen todos los frutos, que se ofrendan y se comparten con las almas, así como en la vida tenemos esos valores de reciprocidad con la muerte somos recíprocos en ese sentido. Eso quiere decir que coincide también con las cosechas de ahora, ya tenemos pibes, calabacitas, frijoles nuevos, elotes etc. estos frutos los regala la Madre Tierra para compartir con nuestros seres queridos que nos adelantaron.

Y estos, nuestros ancestros tenían respeto hacia los muertos, y en cada ocasión hacen ofrendas, para que no les falte nada en el allá. Es un costumbre que tenemos nosotros también, cuando hacemos un cumpleaños, una boda, 15 años, alguna festividad cuando se prepara una comida especial en la casa, aunque no sea el día del abuelito que falleció, tenemos que poner un platito en la mesa como recuerdo para nuestras ánimas, no necesariamente en día de muertos sino cuando hay algo especial en las casa.

Y también los ancestros tienen una devoción muy grande a los que son las Deidades, a lo que es Dios, también devoción y respeto hacia la naturaleza. En este sentido también le tienen respeto al *ya'axche*, la ceiba, que representa la vida y también las tres capas del cielo y las 9 del inframundo. Y en ese sentido tienen respeto a los árboles, el árbol de Dios, el Cedro, al tabaco *k'úuts*, que es la planta de dios, sabemos que después de la milpa que los abuelos hacen, hace 15/20 años sembraban el tabaco, como señal, símbolo de que están bendiciendo la milpa; también, tenían respeto al balché, que es una planta muy importante, de la que se hace un vino por excelencia de todos los rituales mayas, de todas las ceremonias maya, de la primicia de lluvia, el agradecimiento de la buena cosecha etc. acá el balché lo ponemos a colación ya que su color dorado y precisamente florece en estos tiempos, en que se anuncia la llegada de los espíritus: los abuelos dicen que cuando ven el monte lleno de flores de balché está de luto porque anuncian la llegada de los espíritus y es precisamente octubre, noviembre, y hasta el siguiente año va a florecer esta planta.

También la devoción va a la planta del maíz, *ixim* que es nuestra carne, nuestro hueso, canto, poesía, inteligencia, que nos da vida. Con él nacemos, crecemos y morimos. Hasta hace muchos años las parteras usaban el *pa'kal*, hoja del maíz, para cortar el cordón umbilical del niño, y dicen los abuelos que los maicitos que se manchaban de sangre eso servía para sembrar su primera milpita; esa es la costumbre y la tradición que se tiene con la naturaleza.

Y lo podemos observar también cuando se hace el *hetzme*, hay elementos que se le da a los niños, a las niñas a los tres y a los varones a los 4, y es el pinole hecho de maíz tostado y se le pone en la boca de los niños y se llama *sikils'aa*, significa recordar, para que los bebés no olviden sus raíces, costumbres y tradiciones. También, cuando hay una persona que muere, se le procura un poco de atole de maíz, entonces allí también nos damos cuenta de cómo estamos relacionados con el maíz desde que nacemos hasta la muerte, es entonces símbolo de vida y de riqueza.

La llegada de los españoles pues, no pudo desaparecer la tradición del Janal Pixan, al contrario, se fue mezclando y enriqueciendo con nuevos valores, elementos, pero el Janal

Pixan conserva mucho de las raíces mayas, los simbolismos. Los colores, las orientaciones, los puntos cardinales es muy importante. Aun cuando escuchemos rezos cristianos conserva mucho de la tradición.

Para los Mayas *Cruzoob* en esta región la muerte es algo natural, la muerte es un signo de Dios, por lo tanto, a diferencia de otras familias de la península, no muestran mucho dolor cuando fallece un familiar, es cierto, todo el mundo se pone triste, pero ellos disimulan, no es como llanto. Cuando un niño fallece en la cultura de esta región, los padrinos son los encargados de ayudarlos a bien morir, como si fueran ángeles, esos niños que no crecieron lo suficiente para tener pecado, porque la creencia dice que los grandes son los que cargan pecados, entonces los bebés son ángeles, así se les ayuda por los padrinos, y hay una ofrenda que se les prepara que tiene a que ver con los números, números sagrados, ya vimos que en *hetzme* hay el número 3 y 4 entonces el 7 es el equilibrio en la cultura maya, la dualidad, la noche y el día, el hombre y la mujer, lo bueno y lo malo, y para los bebés se les ponen sus 7 atolitos, sus 7 porciones de tortillas etc. En el velorio, a diferencia de otros, podemos encontrar la música *Maya Paax* que acompaña estos rituales, pareciera entonces que hay fiesta pero no es una fiesta, más bien la música anuncia a los ángeles que allí les va otro compañerito, y se va con ellos, los acompaña. Eso es el significado de la música *Maya Paax* en el velorio de los pequeños.

La muerte de los adultos es un poco más difícil, ya que se dice que nosotros tenemos más pecado y a la hora de morir tenemos culpas que no hemos pagado entonces por eso tardamos más, hay mucha agonía, entonces, algunas veces nos portamos mal y si no nos perdonan o no perdonamos entonces no vamos a morir pronto. Acá se habla mucho de *okol pixan*, los ladrones de espíritus, que en esos momentos de agonía están afuera de la casa y el que está muriendo tiene miedo que su espíritu sea apoderado por los malos espíritus, por eso que las agonías a veces son largas. Se puede conseguir a un sacerdote, a un rezador para ayudar a bien morir a esa persona con esas culpas o con esos pecados, y si aun así persiste esa agonía existen otros remedios para darle el perdón, si el papa murió se simula el vecino para hacer el papel del papa para que lo perdone y así morir en paz. Y si aún así sigue, otro remedio es darle 12 cintarazos, simbólicos, así aminoras tus pecados y puedes morir tranquilo. Son creencias, hay otra ceremonia, *p'o'k'ab* o *pook'ab*, de lavatorio de mano, es una petición para pedir los futuros padrinos; si esto no se hizo, se llevó a cabo el bautizo, y cuando esto muero lo estamos condenando que las manos ardan todo el tiempo. Se cree que hay que hacer esa ceremonia en su momento de agonía para ayudarlo a morir bien y a liberarse de la culpa que le pusimos.

Al morir tenemos 24 horas de velorio; simbolismo: un fallecido, su cabeza siempre tiene que apuntar al oriente, símbolo de que ya falleció, ya se va, por eso el *chikin* es la casa de la oscuridad, entonces es donde el sol se levanta es la vida y donde se oculta es la muerte, por eso que los cementerios en el poniente y las iglesias en el oriente. Después de las 24 horas tenemos también los 8 días en los que recordamos al espíritu que no es de esta tierra, que tiene que irse, y la ceremonia es el *pix* del *janal pixan*, entonces la ceremonia a los 8 días es muy importante, se pone todo en la mesa, su ropa, porque cuando se acaba de morir se observe en la mesa y diga, ya estoy muerto y me tengo que ir, con esa intención se hace los ochovarios para despedir.

Hasta hace unos seis años, cuando murió el comandante de Tixcacal guardia, Marcelino Poot Eek fue sepultado en el patio de su casa, y es una costumbre que se piensa llegue de la

Guerra de Castas, porque no había cementerios y se sepultaba en casa o cualquier otra parte, es una costumbre Maya. Entonces con el *janal pixan* vemos la unión de los hombres con las Deidades, siempre la lucha por el bien en contra del mal. Por eso que cuando el Maya nace está íntimamente ligado con el tiempo, es muy importante, nosotros cuando nacemos traemos un *cuch*, algo sagrado, una carga en el hombro, es el destino, en la concepción Maya, cada día que pasa vamos tirando esa carga, de tal forma que cuando llega la hora de la muerte ya hemos cumplido con nuestro compromiso en esta tierra, sea bueno o malo. Esta es la concepción que se tiene, por eso el tiempo es sagrado y se encuentra reflejado en el calendario de los Mayas, donde hay un mes, que se llama *xul* (final) que coincide precisamente con el tiempo de las cosechas, el en el cual estamos, también en los días Mayas está uno que se llama *kimi*, que significa muerte, y otro día, *manik*, (viento o espíritu), pasó el viento, por eso se dice malos o buenos vientos o malos o buenos espíritus.

Para la llegada de los difuntos o espíritus hay señales, hay aves que nos dicen que van a llegar los difuntos. Y en octubre el tiempo cambia, se siente en las tardes el fresquito, la melancolía, la tristeza. Entonces el *pich* es un avecita, es un pajarito.

**Anexo 6. Artículo publicado por la Revista Avance y Perspectiva. Septiembre 2017,  
Vol. 3, No 1, pp. 44-47.**