

# TURISMO COMUNITARIO Y DECRECIMIENTO: HACIA UN REFORZAMIENTO DE LOS MEDIOS DE VIDA LOCALES

## COMMUNITY-BASED TOURISM AND DEGROWTH: TOWARDS A REINFORCEMENT OF LOCAL LIVELIHOODS

Eduardo García Frapolli\*

Fecha de recepción: 23 de marzo de 2023 • Fecha de aprobación: 23 de enero de 2024.

**Resumen:** Conforme el turismo, independientemente de sus modalidades, ha ido creciendo en la península de Yucatán, las comunidades locales han ido modificando sus estrategias de vida hacia unas más especializadas en este ámbito. Esta situación debilita a los hogares y las comunidades porque se vuelven más dependientes de fuerzas y dinámicas externas, modifica sus instituciones, monetiza más sus economías y hace menos resilientes sus estrategias de vida. En este artículo realizo un acercamiento conceptual de los modelos de subsistencia y planteo la necesidad de decrecer la actividad turística para que las comunidades fortalezcan sus estrategias y medios de vida locales. Utilizo como estudio de caso la comunidad de Punta Laguna, en el Área de Protección de Flora y Fauna Otoch Ma'ax Yetel Kooh.

**Palabras claves:** especialización; estrategias de vida; México; turismo; Yucatán.

**Abstract:** As tourism, regardless of its modalities, has grown in the Yucatan Peninsula, local communities have been modifying their livelihood strategies towards more specialized tourism strategies. This situation weakens households and communities because it makes them more dependent on external forces and dynamics, modifies their local insti-

\* Instituto de Investigaciones en Ecosistemas y Sustentabilidad, Universidad Nacional Autónoma de México, México, eduardo@cieco.unam.mx.

tutions, further monetizes their local economies, and makes their livelihood strategies less resilient. In this study, I argue for the need to decrease tourism activity in order for communities to strengthen their local livelihood strategies. To this end, I use as a case study the community of Punta Laguna, in the Otoch Ma'ax Yetel Kooh Flora and Fauna Protection Area.

**Keywords:** specialization; livelihoods; Mexico; tourism; Yucatan.

**Résumé:** Avec le développement du tourisme, quelles qu'en soient les modalités, dans la péninsule du Yucatan, les communautés locales ont modifié leurs stratégies de subsistance pour s'orienter vers des stratégies touristiques plus spécialisées. Cette situation affaiblit les ménages et les communautés car elle les rend plus dépendants des forces et dynamiques extérieures, modifie leurs institutions locales, monétise davantage leurs économies locales et rend leurs stratégies de subsistance moins résilientes. Dans cette étude, je plaide pour la nécessité de réduire l'activité touristique afin que les communautés puissent renforcer leurs stratégies de subsistance locales. À cette fin, j'utilise comme étude de cas la communauté de Punta Laguna, dans la zone de protection de la flore et de la faune d'Otoch Ma'ax Yetel Kooh.

**Mots-clés:** spécialisation; stratégies de vie; Mexique; tourisme; Yucatan.

## Introducción

A nivel mundial, el turismo se valora como una actividad económica sumamente positiva. El sector turístico ha sido un fuerte aliado de los países para generar —macroeconómicamente hablando— dinámicas positivas de crecimiento económico. Sin embargo, como Higgings-Desbiolles (2020) hace notar, los beneficios y las repercusiones del turismo han sido objeto de profundas controversias, al menos desde la aparición del turismo de masas moderno. En fechas recientes se ha estado utilizando de manera cada vez más frecuente el término *overtourism* ('exceso de turismo') para ilustrar lo que está sucediendo en muchos destinos turísticos del mundo (Mihalic 2020). El exceso de turismo «es el impacto del turismo en un destino, o en partes del mismo, que influye excesivamente en la calidad de vida percibida de los ciudadanos y/o en la calidad de las experiencias de los visitantes de forma negativa» (OMT 2018, 4). Aunque pareciera que esta crítica es reciente, en realidad, desde hace muchas décadas, académicos, practicantes y otros actores involucrados con el sector han documentado y explicado el descontento —tanto de los habitantes locales como de los visitantes— hacia esta industria por muchos de los efectos negativos que genera (Fletcher et al. 2019). La crítica al turismo y a su crecimiento excesivo siempre ha puesto a debate la capacidad de esta industria para ser sostenible.

En este contexto, desde hace ya por lo menos una década, el planteamiento del decrecimiento se ha incorporado al amplio debate que existe alrededor del turismo (Hall 2009). En términos generales, los partidarios del decrecimiento critican al modelo económico convencional y sus teorías de desarrollo por su obsesión con el crecimiento económico como única vía o mecanismo para la solución de los problemas económicos, sociales y ambientales. De acuerdo con Kallis (2011), con los planteamientos del decrecimiento lo que se busca es crear economías que eviten el imperativo del crecimiento económico sin dejar de apoyar la prosperidad humana. Con las crisis climática y de la biodiversidad, mucho se ha debatido sobre la importancia de dejar de vincular el bienestar y la calidad en las condiciones de vida de las personas con el aumento cuantitativo de las dimensiones físicas de la economía (Costanza et al. 2014). De hecho, como hacen notar Schmelzer, Vetter y Vansintjan (2022), los planteamientos del decrecimiento van más allá del análisis material y energético de las perspectivas económica y ecológica. Mucho de las crisis actuales, como lo plantea el decrecimiento, tiene que ver con el mantenimiento y profundización de sistemas de dominación, como el patriarcado, colonialismo, imperialismo, racismo y capitalismo.

Este debate, aunque muy necesario en la industria turística, hasta cierto punto se ha visto frenado por los devastadores efectos que tuvo la pandemia por COVID-19 en este sector. Actualmente, existen fuertes argumentos a favor de reimpulsar el crecimiento de la industria turística y cuestionar cualquier iniciativa que vaya en dirección contraria (Butcher 2021). No es ninguna novedad que la ideología procrecimiento siempre ha acompañado a la industria turística. En prácticamente todos los documentos de análisis de esta, siempre se resaltan positivamente las tasas de crecimiento de las principales variables: número de visitantes y pernoctaciones, número de cuartos, generación de empleos directos e indirectos, participación del sector en el producto interno bruto (PIB), ingreso de divisas al país, entre otros. El turismo se considera una de las industrias de más rápido crecimiento y que más se ha extendido en todo el mundo, además de que ha contribuido considerablemente a la proliferación y el funcionamiento del sistema económico contemporáneo. Mientras las instituciones internacionales, los gobiernos y los destinos turísticos siguen fomentando el crecimiento de la industria, el sector ha ido demasiado lento en la aplicación de prácticas sostenibles (Mihalic 2020). Es por ello que cada vez es más frecuente encontrar voces que sostienen que una perspectiva de decrecimiento es hoy más relevante que nunca para los gobiernos, las empresas y los destinos turísticos (Lundmark, Zhang y Hall 2021), y que el turismo también puede contribuir a una sociedad más equitativa desde el punto de vista económico y medioambiental (Mowforth y Munt 2009).

Aunque gran parte del análisis sobre los efectos del turismo y la importancia de introducir los planteamientos del decrecimiento se han hecho a la luz de toda la industria turística, en realidad el foco ha estado puesto en el turismo corporativo. Es importante entender que no solamente se está hablando de las grandes transnacionales hoteleras y de las agencias de viajes internacionales, sino también de industrias y sectores directamente vinculados, como el del transporte. Estos sectores se alimentan del crecimiento continuo de la industria turística y, por lo tanto, los llamamientos a revertir este crecimiento afectan sus intereses empresariales. La estrategia del sector turístico, entendida en su más amplio sentido (gobiernos, empresas, organismos internacionales), ha sido desarrollar discursos y proponer acciones dirigidas a evitar la aplicación de limitaciones a su actividad. Un pilar de este planteamiento, como lo hace notar Gascón (2019), es el de la Organización Mundial de Turismo (OMT) de convertir al turismo en un derecho humano, para de esta manera deslegitimar cualquier planteamiento que abogue por la reducción de su crecimiento. De hecho, Uruguay reconoció este derecho en 2014 a través de la promulgación de la Ley 19.253 (Gascón 2019)

Un aspecto menos estudiado y debatido sobre el decrecimiento y el turismo es la situación por la que atraviesan las comunidades rurales hacia donde se ha expandido el turismo. Para muchas de estas comunidades su experiencia con el turismo se empezó a gestar a partir de que el sector fue buscando una diversificación de su oferta turística, que, en parte, se buscó para ofrecer una experiencia diferente a aquellos que empezaban a estar en desacuerdo con el modelo de turismo de masas. Es importante resaltar que la industria, a través de nuevas modalidades —como el turismo de naturaleza, el ecoturismo, el turismo rural o comunitario—, aprovechó el descontento para diversificar su oferta (Mowforth y Munt 2009). De esta forma, las personas y familias de las comunidades rurales fueron incorporando la actividad turística a sus estrategias de vida. Como ha sucedido en los grandes destinos turísticos urbanos, estas comunidades dedicaron cada vez más horas a la actividad turística y fueron abandonando muchas de las prácticas económicas que por generaciones estaban acostumbrados a desarrollar. En los casos más extremos, se dio una transformación completa en las estrategias de vida hacia una especialización productiva en el turismo, generando aculturación, dependencia de agentes externos, mayor monetización, pérdida de conocimiento ecológico local y menor resiliencia para enfrentar perturbaciones externas (Córdoba Azcárate 2020).

Para poder discutir las implicaciones de estos cambios en las economías locales, considero importante analizar la situación por la cual atraviesan muchas comunidades rurales en la península de Yucatán. El caso que utilizo como ejemplo es el de Punta Laguna (Yucatán), donde por más de veinte años he investigado cómo el turismo se incorporó en las estrategias de vida en los hogares de esta comunidad. Previa a ello, describo el contexto económico regional en la península de Yucatán y la manera en que interpreto el concepto de *estrategias de vida*.

## **El contexto económico de la península de Yucatán**

Durante el último siglo, la península de Yucatán experimentó cambios importantes en su dinámica económica regional, que, por diferentes razones, han creado dinámicas disímiles en cada uno de los estados, moldeando económica, social y ecológicamente esta región. Por ejemplo, durante la primera mitad del siglo xx, el henequén (*Agave fourcroydes* Lem.) era el principal cultivo de exportación de la región. Prácticamente todo el noroeste de la península de Yucatán fue deforestado y plantado a expensas de la agricultura tradicional maya yucateca (Eastmond y

Robert Díaz 2000). El declive de la industria henequenera, tras la introducción de fibras sintéticas, obligó a cambiar de rumbo la actividad económica y el modelo de producción.

Otro ejemplo es el que ocurrió en Campeche a partir de finales de la década de 1970, cuando la industria petrolera cambió completamente la dinámica económica y social del estado. En esta década, una pequeña parte de este territorio se convirtió en la primera zona productora de petróleo en México —a la fecha, la industria petrolera representa alrededor de 80% del PIB de Campeche—, sin embargo, el cambio económico con mayores repercusiones para toda la región inició en el estado de Quintana Roo con la creación de Cancún como el primer centro integral planeado (CIP). Desde entonces, es de sobra conocido el papel que ha jugado la industria turística en la transformación de la economía, la sociedad y los ecosistemas de la región. A diferencia de otras iniciativas, el turismo no se concentró en un lugar específico, sino que se expandió por toda la región y hoy en día juega un papel preponderante en las economías de los tres estados (Campeche, Yucatán y Quintana Roo). Obviamente esta situación no ha sido exclusiva de la península de Yucatán, pues, a nivel nacional, el turismo se ha convertido en el tercer sector en importancia para la generación de empleo e ingreso de divisas, en el que, desde hace tiempo, México ocupa un lugar distinguido en visitas turísticas a nivel mundial. Por ejemplo, en 2019 previo a la pandemia por COVID-19, llegaron al país más de 45 millones de visitantes, de los cuales alrededor del 50% eligió a la península de Yucatán como su principal destino turístico (INEGI 2020).

Para que la industria turística pudiera crecer al ritmo que lo ha hecho, requirió la concatenación de diferentes actores, como gobiernos (federal, estatales y municipales), sector privado y organizaciones financieras internacionales, así como el crecimiento desenfrenado de la infraestructura y los servicios en la región. El desarrollo de la infraestructura ha incluido la construcción de una amplia red carretera, hoteles, establecimientos comerciales, servicios de agua potable y alcantarillado, plantas de tratamiento de aguas residuales, infraestructura portuaria y ferroviaria, entre muchos otros. Estas dinámicas se pueden observar, por ejemplo, en el crecimiento del número de habitaciones de hotel disponibles. Entre 1980 y 2017 los cuartos de hospedaje crecieron de casi 11 000 a más de 125 000. Simplemente el corredor Cancún-Tulum creció su oferta de cuartos de hotel en más de 80 000 en cuarenta años. Los servicios portuarios ofrecidos para el sector turístico también se desarrollaron significativamente. Aunque Cozumel (Quintana Roo) sigue siendo, por mucho, el destino más importante para la llegada de cruceros a México, los puertos de Mahahual (Quintana Roo) y Progreso (Yucatán) se

encuentran ahora situados entre los cinco más importantes del país (SECTUR 2020).

Si bien los ingresos económicos generados por el turismo en la región se han concentrado principalmente en las grandes corporaciones (es decir, hoteles, restaurantes, operadores turísticos), la actividad turística también se ha constituido como una opción económica para las comunidades rurales que ofrecen atractivos paisajísticos y culturales. Dos factores han detonado esta situación: en primer lugar, la industria ha buscado diversificar las atracciones turísticas y ahora ofrece explorar zonas remotas, naturales o exóticas, para aquellos que no gustan más del turismo de masas, como el que se consolidó en Cancún y, en segundo lugar, tanto las comunidades como los gobiernos locales y el federal han visto en el turismo la posibilidad de aumentar los ingresos de un sector de la población que siempre ha vivido en condiciones económicas precarias. Por ello, desde hace varias décadas se han generado políticas públicas específicas para promover el turismo en las comunidades rurales, como sucedió con la Estrategia Nacional para un Desarrollo Sustentable del Turismo y la Recreación en las Áreas Protegidas de México, que se implementó a partir de 2006 (CONANP 2006). Muchas de estas políticas o programas han generado una reconversión productiva o una transformación de las estrategias de vida de las familias rurales. Generalizando, los programas han logrado que los hogares rurales pasen de depender de actividades económicas primarias, como la agricultura, la pesca o la silvicultura, a estar supeditadas a la llegada de turistas a sus comunidades (CONANP 2006). El resultado, como Córdoba Azcárate (2020) claramente describe, es que los habitantes de esta región «están atrapados en el turismo» como única vía para obtener buenas condiciones de vida.

Esta reconversión económica es fácilmente apreciable en un número importante de comunidades rurales a lo largo de toda la península de Yucatán. Obviamente, aquellos lugares que reciben el mayor número de turistas son los que han transformado principalmente a las comunidades rurales de su zona. Además de la fuerte demanda de mano de obra, la reorganización de la vida socioeconómica y cultural ha obligado a los hogares rurales a adquirir nuevas habilidades en cuanto a la producción de servicios de ocio, en lugar de llevar a cabo sus estrategias de vida tradicionales. En la mayoría de los casos, las comunidades han logrado esta transformación sin haber sido acompañados en el proceso. Por supuesto, como García de Fuentes, Jouault y Romero (2015) extensamente documentaron, muchas comunidades reciben numerosas capacitaciones, por ejemplo, en gestión empresarial, en calidad en el servicio, en técnicas de turismo de aventura o en conservación ambiental, pero realmente no han sido acompañadas para asimilar

económica, social y culturalmente el cambio que implica la terciarización de sus estrategias de vida.

## **Las estrategias de vida**

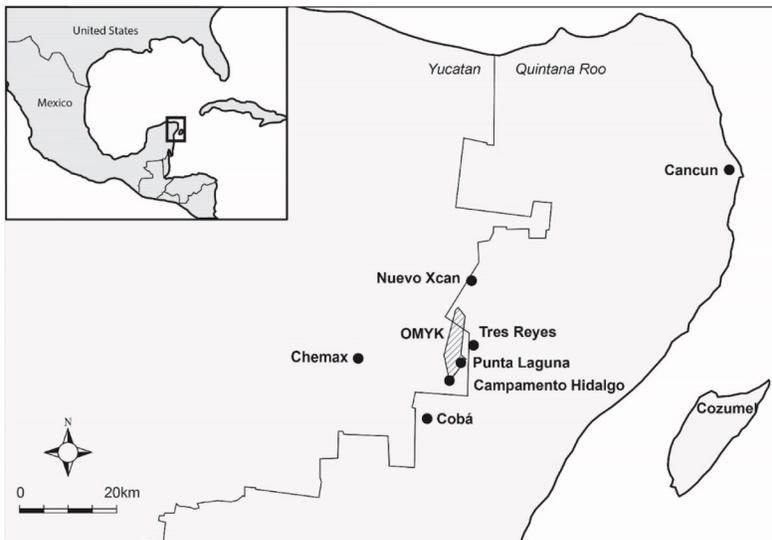
Desde hace muchas décadas, tanto en el ámbito de las agencias y organizaciones de cooperación para el desarrollo como en el campo del estudio de la pobreza y el desarrollo, el análisis de las estrategias de vida ha sido uno de los temas más relevantes (Chambers y Conway 1991; Ashley y Carney 1999). Las estrategias de vida se conceptualizan a partir de los elementos con los que cuentan las familias y las comunidades para conformar su sustento (Toner 2003). Högger (2011) argumenta que, como personas ajenas a las comunidades rurales, es muy difícil discernir cuáles son los elementos más cruciales que las familias toman en cuenta para construir sus estrategias de vida. Por ello, una estrategia de vida es más que la precondition económica para la subsistencia física, «es un todo multidimensional que abarca todas las fuerzas y limitaciones que determinan la totalidad de la vida de una familia. Es el contexto de vida dentro del cual la gente se siente y físicamente está en casa» (29).

De acuerdo con Högger (2011), el hogar de la familia es aquello que forma el núcleo del universo económico, social y cultural; es lo que define en realidad a las estrategias de vida (41). Por ello, además de los cimientos físicos y económicos, de los recursos naturales y su sustentabilidad, de las instituciones sociales formales e informales, las estrategias de vida son plenitud psíquica y sentido cultural. Baumgartner y Rist (2011) afirman que estas, por sobre todo, tienen que tener sentido, y tienen sentido en la medida en que expresan una concepción del mundo y de la vida definida más allá de las condicionantes materiales. De esta manera, las estrategias de vida se conceptualizan como la capacidad de lograr que la familia, el hogar y la comunidad sigan funcionando. Con esta interpretación es relevante preguntarse: ¿Qué hace que las estrategias de vida de una comunidad tengan sentido económica, social y culturalmente? ¿De qué manera las políticas y las instituciones las apoyan o las limitan en las comunidades? Estas preguntas son pertinentes para analizar y discutir el papel del turismo en las estrategias de vida que llevan a cabo los hogares de las comunidades rurales en la península de Yucatán.

## La experiencia de la comunidad de Punta Laguna, Yucatán

Punta Laguna está sobre la carretera estatal 109 que va de Nuevo Xcan a Cobá (véase fig. 1); es una comunidad pequeña —como gran parte de las comunidades rurales de la región— conformada por alrededor de 25 hogares y 150 personas, también se le conoce como la reserva del mono araña y está ubicada en los linderos del Área de Protección de Flora y Fauna (APFF) Otoch Ma'ax Yetel Kooh (OMYK).

Para entender y mostrar el efecto que ha tenido el turismo en los hogares de Punta Laguna, se realizó un análisis de las actividades y estrategias de manejo de los recursos naturales desarrolladas por todos los hogares de la comunidad. Esta información se recabó en dos momentos específicos, 2003 y 2015, aunque otras visitas a la comunidad se han llevado a cabo en los últimos años para entender los cambios experimentados. La metodología fue diseñada para conseguir información cuantitativa y cualitativa de cada hogar y se determinó como ámbito de estudio el hogar, ya que este es la unidad primaria de apropiación de la naturaleza para los mayas yucatecos. Esto a pesar de reconocer que las comunidades también funcionan como una unidad, con sus instituciones locales que moldean las interacciones entre los hogares (Taylor y Adelman 1996).



**Figura 1.** Mapa de Punta Laguna. Elaboración propia.

La técnica que se empleó fue a través de observación participante y entrevistas semiestructuradas en todos los hogares de la comunidad para obtener información acerca de la implementación de actividades (agricultura de milpa, producción de carbón vegetal, apicultura, cacería, huertos familiares, artesanías, recolección de leña y madera para construcción de viviendas, entre otros), las percepciones sobre la conservación de la biodiversidad y la realización de actividades turísticas. Las entrevistas se realizaron tanto al jefe del hogar —directamente vinculado con la milpa y actividades asociadas (apicultura, producción de carbón, recolección de leña, etcétera)— como a la jefa del hogar —vinculada al manejo del solar, la recolección de plantas y la producción de artesanías para venta a los turistas— y se obtuvieron un total de 77 entrevistas semiestructuradas, 44 en 2003 y 43 en 2015, la información cuantitativa se procesó para elaborar una comparación mediante estadística descriptiva.

### *Contexto de las estrategias de vida y de manejo de recursos naturales en Punta Laguna*

De acuerdo con Rosado May y Poot Cahun (2020) la cosmovisión de los mayas yucatecos se refleja en la dimensión ecológica del manejo de su entorno natural y en el manejo de sus sistemas de producción de alimentos. Por ejemplo, diversas investigaciones (González Cruz et al. 2014) documentaron cómo las personas de las comunidades mayas yucatecas reconocen, nombran y manejan hasta siete diferentes etapas de sucesión ecológica de la selva y las aprovechan para llevar a cabo actividades económicas específicas para satisfacer sus necesidades; en Punta Laguna se documentó el manejo de seis etapas de sucesión (García Frapolli et al. 2007). Como López Barreto, Hernández Cueva y Becerril García (2018) hacen notar, en la cosmovisión maya las personas, hogares o comunidades no son dueñas de la selva o el monte, estos le pertenecen a los dioses y entes sobrenaturales, por lo que cuando se trabaja en la milpa o se realiza alguna otra actividad productiva en estos espacios, solo los están tomando prestado y por ello ofrendan a las deidades. La relación con el monte es de respeto y gratitud, incluso de temor, pero no de pertenencia o propiedad. Y para poder llevar a cabo este manejo de la selva, las comunidades generan instituciones y procesos sociales que reproducen a lo largo del tiempo. Este es el contexto en el que se llevan a cabo las estrategias de vida de los hogares de Punta Laguna.

Bajo esta lógica, el elemento central de la estrategia de manejo de los recursos naturales en Punta Laguna siempre fue la milpa, que es un sistema de policultivo de régimen pluvial, en el cual el maíz, el frijol y la calabaza son combinados con un número importante de otros cultivos, árboles o arbustos. El sistema está conformado por un ciclo de perturbaciones antropogénicas seguido de un periodo de descanso en donde la tierra se abandona a la regeneración natural (barbecho). De acuerdo con los resultados de la investigación, en promedio cada campesino en Punta Laguna tiene 3 ha de milpa y la trabaja tres años consecutivos aproximadamente, antes de abrir un nuevo espacio para cultivar. También en promedio, cada campesino regresa a la milpa en descanso entre 16 y 18 años después, sobre aquellos que se dedican más a esta actividad económica.

Otras actividades importantes son la apícola, la producción de carbón vegetal, la extracción de madera, leña y plantas medicinales, el trabajo fuera de la comunidad, la producción de artesanías, entre otras. Cada una se lleva a cabo en lugares diferentes de la selva, aprovechando las características ecológicas de las etapas de sucesión. Muchas de esas actividades son tradicionales o forman parte de la estrategia histórica que han desarrollado los mayas yucatecos, sin embargo, otras se han ido incorporado a lo largo de los años, como el turismo.

De acuerdo con las entrevistas y la observación participante, cabe resaltar que no todas las actividades económicas realizadas en los hogares se originan bajo la misma lógica. Por ejemplo, varias tienen una lógica de mercado, es decir, se realizan para obtener un producto o dar un servicio concreto y conseguir a cambio una recompensa monetaria. Dentro de estas se encuentra el turismo, la producción de carbón vegetal, la producción de artesanías y, en un porcentaje elevado, la apicultura. En cambio, dentro de la misma estrategia de vida, hay una serie de actividades económicas que los hogares ponen en práctica y que tienen lógica de autoconsumo, cuya principal razón de ser es abastecer al hogar. Entre ellas encontramos la milpa, la cacería, el huerto familiar y la recolección de madera, leña y plantas medicinales, entre otras. Por décadas, muchas de las estrategias de vida de los hogares de Punta Laguna mantuvieron un balance relativamente armónico entre estos dos tipos de actividades tradicionales y modernas. Esto permite tener un conocimiento profundo sobre el entorno natural —ya que se manejan diversas etapas de sucesión de la selva—, construir un manejo flexible de sus recursos naturales y tener una mayor capacidad de resistencia a las perturbaciones externas. Pero, sobre todo, permite darle sentido cultural a las actividades que desarrollan, incluyendo los acuerdos y reglas formales o informales que han construido y

van modificando para que la comunidad siga funcionando de acuerdo con su cosmovisión.

### *Contexto del turismo en Punta Laguna*

La comunidad de Punta Laguna y su empresa social dedicada al turismo está ubicada en lo que García de Fuentes, Jouault y Romero (2015) denominan la región Cancún-Riviera Maya y su traspáis. Esta región, en términos turísticos, es la más importante de México, ya que comprende el corredor turístico Cancún-Tulum con una oferta de sol y playa consolidada a nivel mundial. El traspáis es la región interior del litoral en la que se desarrolla una oferta de turismo de naturaleza y cultural. La principal característica de la oferta turística de esta región es que la gran mayoría de las iniciativas son empresas sociales, a diferencia del litoral en donde alrededor del 75 % son empresas privadas. Según estos mismos autores, un aspecto importante a destacar es que casi el 70 % de los turistas que visitan las comunidades y las empresas sociales del traspáis son extranjeros, mientras que el 30 % restante son turistas nacionales (19 %), estatales (11 %) y locales (2 %).

Como en la mayoría de las empresas sociales-turísticas en esta región, en Punta Laguna el turismo es gestionado exclusivamente por miembros de la comunidad, todos mayas yucatecos, organizados en una cooperativa de servicios turísticos llamada Nahil Tucha ('la casa de los monos', en maya yucateco), en la cual participan las 25 familias que integran la comunidad. La gestión del turismo no siempre fue así, como documentan García Frapolli, Bonilla Moheno y Ramos Fernández (2013). Después de pasar por diversas modalidades, incluyendo la cesión absoluta de la administración a una empresa privada, durante la última década la gestión y el control por parte de los miembros de la comunidad se ha mantenido. En la actualidad, la comunidad ofrece visitas guiadas por la reserva del mono araña, paseos en canoa, tirolesa por encima de la laguna, rapel en el cenote, visita al sitio arqueológico y una ceremonia maya de purificación. El número de turistas que visitan Punta Laguna ha ido aumentando conforme creció y se desarrolló turísticamente toda la región. Por muchos años, el número de turistas que llegaba a la comunidad era pequeño: parejas, familias o pequeños grupos organizados que llegaban a visitar la selva por un par de horas. Eso fue en aumento conforme la comunidad se fue aliando con agencias turísticas externas, teniendo su auge partir de la década del 2000. Así, de pocos hogares que tenían el turismo como una

actividad complementaria en sus estrategias de vida, se pasó a que la totalidad de la comunidad se dedicara principalmente al turismo.

*Cambios en las estrategias de manejo de los recursos naturales en Punta Laguna*

En Punta Laguna los hogares llevan a cabo una estrategia diversificada de manejo de sus recursos naturales, es decir, que realizan diversas actividades productivas, en distintas etapas de sucesión de la selva. Por ejemplo, en 2004, la estrategia de manejo implementada por los hogares de Punta Laguna se componía de 13 actividades económicas o productivas en total y, para 2015, dos de estas actividades desaparecieron: la ganadería de cabras y la pesca. La tabla 1 muestra el total de actividades y el porcentaje de hogares que las realiza.

**Tabla 1.** Actividades realizadas en Punta Laguna

<i>Actividad</i>	<i>Hogares que realizan la actividad (%)</i>	
	<i>2004</i>	<i>2015</i>
Milpa	75	55
Huerto de traspatio	100	100
Apicultura	46	50
Recolección de leña y plantas medicinales	82	95
Caza	43	27
Ganadería de cabras	7	0
Carbón vegetal	25	5
Madera	82	80
Trabajo fuera	43	23
Artesanías	75	82
Turismo	39	82
Asistencia científica	14	41
Pesca	7	0

*Fuente:* Elaboración propia, a partir de la información recabada en 2003 y 2015.

No todos los hogares realizan todas las actividades, esto depende de diversos factores, como el número de personas que conforman el hogar, su edad, su género, la situación económica, etcétera. Lo interesante de estos resultados es comprender cómo los hogares diversifican sus estrategias de vida, cómo enfrentan las diferentes perturbaciones y la lógica de esas actividades; lo anterior se puede apreciar en la tabla 2, donde, además, se observa la forma en que cambiaron con los años. Es significativo cómo, con la especialización hacia el turismo, los hogares disminuyeron el número de actividades y se concentraron casi exclusivamente en las que les aporta un ingreso monetario.

En la actualidad, la gran mayoría de los hogares implementa entre una y dos actividades (64 %), mientras que el 91 % tiene una estrategia de actividades con una lógica de mercado, lo que significa que la comunidad está mucho más monetizada que antes. En la práctica, los cambios hacia una especialización en el turismo se han traducido en el abandono de muchas actividades tradicionales y en el hecho de que la mayoría de los varones se dedican casi exclusivamente a él, es decir, a guiar a los turistas por las diferentes actividades que se ofrecen. Un número importante de hogares paga a una persona para que les trabajen la milpa o compran el maíz y otros productos en las tiendas.

Al visitar el lugar, lo que se observa es a los varones sentados a la entrada de la comunidad esperando la llegada de los turistas. El tiempo de espera es amplio, a diferencia del poco el tiempo que les toma hacer las *guiadas*, pero las personas

**Tabla 2.** Implementación de número de actividades por hogar y su lógica

<i>Realización de actividades productivas</i>	<i>Hogares que realizan la actividad (%)</i>	
	<i>2004</i>	<i>2015</i>
1 actividad	0	23
2 actividades	9	41
3 actividades	64	32
4 actividades o más	27	4
Hogares con estrategia de actividades con una lógica de autoconsumo	40	9
Hogares con estrategia de actividades con una lógica de mercado	60	91

*Fuente:* Elaboración propia, a partir de la información recabada en 2003 y 2015.

tienen que estar disponibles para cuando lleguen los turistas. Otro aspecto que llama la atención —que es perceptible y fue mencionado en las entrevistas— es que actualmente las personas, sobre todo los varones, cuentan con mayor cantidad de dinero, lo que provocó un aumento importante en el consumo de alcohol. Hace tres décadas, por una mala experiencia en la comunidad, las mujeres presionaron para que la asamblea prohibiera la venta y consumo de alcohol en la localidad, de manera que si se quería beber se tenía que ir a otras. Sin embargo, cuando el turismo fue creciendo y las personas empezaron a tener más dinero, fue común que se comenzara a beber en la comunidad. Hoy en día el acuerdo de abstinencia está roto y es común ver a personas tomando alcohol a tempranas horas del día, lo que ha generado un incremento de violencia en la comunidad y al interior de los hogares.

Muchos acuerdos que la localidad había establecido para el manejo de la selva y de las diferentes actividades productivas también se han perdido, así como la realización de ceremonias y rituales vinculados con la milpa, como el *ch'a chaac*, en la que se pide por lluvia y buena cosecha. En esta misma lógica, también resalta la pérdida de roles culturales significativos, por ejemplo, desde que el turismo estaba gestionado por una agencia externa, la comunidad empezó a ofrecer una «ceremonia maya de purificación», la cual se lleva a cabo por dos personas mayores de Punta Laguna, vestidos de forma tradicional y en la que dicen unas palabras en maya, simulando una ceremonia de bienvenida para los turistas. Las ceremonias mayas y otros aspectos culturales de las comunidades se realizan por sacerdotes ceremoniales (*h'men*), quienes juegan un papel muy importante en la cosmovisión maya. Simular estos rituales, en las que cualquier persona las realiza es un impacto cultural, uno más, del turismo en las comunidades.

## Discusión

Cualquier persona que ha visitado la península de Yucatán durante las últimas décadas es testigo de que lo que aquí se expone no es nuevo. La región ha sufrido cambios drásticos económica, social, cultural y ecológicamente. Estos se aprecian claramente en los principales destinos turísticos de la región, como el corredor Cancún-Tulum, o en sitios emblemáticos como Chichen Itzá y Calakmul, pero también en muchísimas comunidades rurales de mayas yucatecos que se encuentran cercanas a estos destinos; aunque apreciar los cambios en las comunidades rurales no es tan sencillo. En el caso concreto de Punta Laguna —una de las

comunidades pioneras en tener una iniciativa de turismo comunitario en la península de Yucatán—, podemos observar cómo en tres décadas modificaron de manera significativa sus estrategias de vida, debido al incremento del turismo. Por muchas décadas, los hogares de la comunidad tenían una estrategia diversificada, con la implementación de un número importante de actividades productivas tradicionales complementadas con otras que podríamos llamar *modernas*, como la producción de carbón vegetal para la zona turística o con la gestión de servicios para los turistas que visitaban la comunidad, es decir, balanceaban sus actividades entre las de autoconsumo con otras que les aportaba un ingreso monetario para cubrir sus necesidades. Sin embargo, ya para la década del 2000, los medios de vida del 91 % de los hogares de la comunidad se centraban casi en su totalidad en el turismo, abandonando muchas actividades tradicionales y, por ende, el manejo de la selva en sus diferentes etapas de regeneración.

Esta tendencia al cambio cada vez se profundiza más porque son muchas las fuerzas que presionan en esa dirección: la fuerza económica de las grandes corporaciones turísticas que buscan seguir expandiendo la industria y abrir nuevos nichos de donde extraer el capital, la fuerza del sector público que, con sus políticas, *pone la mesa* para que esto suceda, y las dinámicas propias de la actividad turística que presionan para que cada vez más la gente y los hogares se especialicen en esta actividad.

En el caso de Punta Laguna y muchas otras comunidades rurales, cuando se incorpora el turismo como una actividad más, los hogares suelen mantener una diversidad alta de actividades económicas, sin embargo, conforme empieza a crecer, las personas de la comunidad ven la oportunidad de aumentar sus ingresos al dedicarle más horas, sacrificando algunas de las actividades que realizaban antes. La decisión de qué actividades sacrificar, en gran medida, se toma con base en la época del año en la que se da mayor afluencia de turistas y por la hora de su llegada, de esta manera aquellas actividades con las que compete el turismo directamente suelen disminuir o desaparecer. Esta decisión rompe, de alguna forma, con el escalonamiento y temporalidad que anteriormente existía entre las actividades tradicionales, determinadas por las diferentes etapas y actividades de su actividad principal: la milpa. De repente, la decisión de cómo definir la estrategia ya no recae en sí en los hogares, sino que las mismas actividades y su demanda comienzan a determinar cuáles se pueden hacer, cómo se pueden implementar y cuándo se llevan a cabo.

Esto viene aparejado de una fuerte presión externa hacia la modernización, que influye para que la gente del campo deje de ser y verse como campesinos y

se conviertan en prestadores de servicios. Re Cruz (2003) documentó claramente esta situación en la comunidad de Chan Kom, donde el turismo y la cercanía con Cancún generaron una nueva forma de orden sociocultural en la comunidad, en la que aquellos más cercanos al turismo se sienten más *modernizados*, más *civilizados*, que sus semejantes campesinos.

En poco tiempo se genera una narrativa negativa hacia aquellas actividades tradicionales que no generan ingresos monetarios y que supuestamente dañan la naturaleza. También se debilitan las reglas de la vida comunitaria, además de que se monetizan muchas de las dinámicas y relaciones sociales. En toda esta dinámica, muchas comunidades utilizan argumentos de modernidad para excluir a las personas que no tienen el perfil *idóneo* para servir al turista, es decir, si visten diferente o si hablan otros idiomas. Lo que contribuye a aumentar la exclusión en las comunidades, además de que las estrategias de vida pierden sentido y dejan de expresar su concepción de mundo.

Un aspecto que vale la pena mencionar es que difícilmente haya personas, dentro de las comunidades, que acepten abiertamente estar dedicadas de lleno al turismo. Como lo muestran García de Fuentes, Jouault y Romero (2015), la mayoría de las personas que son socios de emprendimientos turísticos mencionan como su principal actividad la agropecuaria (milpa) y señalan que su dedicación al turismo es parcial. En muchos casos podría ser así, sin embargo, no es el caso de las comunidades que están más cercanas a los grandes destinos turísticos. Por ejemplo, dos localidades cercanas a Punta Laguna, Pac-Chen y Tres Reyes, que tuvieron por muchos años una vinculación muy fuerte con una agencia turística, recibían más de 100 000 turistas al año, lo que significó una transformación absoluta de sus estrategias de vida y dinámica comunitaria. Valdría la pena hacer una investigación *ad hoc* para entender estos procesos, pero en mi experiencia es difícil encontrar mayas yucatecos que acepten, por cuestiones de identidad, que la milpa no es la actividad principal que desarrollan, a pesar de que muchos de ellos pagan hoy en día para que terceras personas les «hagan la milpa».

Abogar por un decrecimiento en la actividad turística de las comunidades rurales es buscar que los hogares se reapropien de sus estrategias de vida, lo que significa volver a diversificar sus medios de vida, a tener una estrategia de uso múltiple de sus recursos naturales que garantice flujos ininterrumpidos de energía, materiales, bienes y servicios durante todo el año. Esta estrategia, por cientos de años, les ha permitido maximizar el número de opciones y productos que pueden obtener del ecosistema y minimizar los efectos negativos de las perturbaciones económicas, sociales y naturales que constantemente viven. La importancia no

solo recae en la parte del sustento material de las comunidades, sino también en la plenitud psíquica y sentido cultural de las personas que las conforman. En la península de Yucatán, los medios de vida se tienen que conceptualizar como la capacidad de lograr que la familia, el hogar y la comunidad sigan funcionando, es decir, que tengan sentido en la medida que expresan su concepción del mundo.

## Conclusiones

El turismo es, y seguirá siendo, una actividad muy importante para toda la región. Sin duda, los gobiernos y el sector privado buscarán la manera de seguir creciendo la industria. Esta dinámica continuará afectando positiva y negativamente a las comunidades rurales de toda la Península, particularmente a aquellas, como vimos, que están más cercanas a los grandes centros turísticos de la región. Ya sea por goteo (*trickle-down*) o por programas y políticas específicas, el turismo continuará creciendo y seguirá siendo visto como una oportunidad en donde todos ganan, aunque la realidad muestre, cada vez más, lo contrario.

La cuestión con el turismo y las estrategias de vida de los hogares en estas comunidades, me parece, tiene que ver con hasta qué punto las personas pierden la libertad de decidir sobre la manera en que quieren vivir y que tiene sentido de acuerdo con su cultura y con el funcionamiento de su hogar y su comunidad. El turismo no es una actividad negativa *per se*, de hecho, puede ser una herramienta muy útil para mejorar diferentes aspectos de la calidad de vida de los hogares, pero tiene que desarrollarse a una escala y dimensión que les permita a las personas y comunidades decidir, sin perder o empeñar sus medios de vida a terceros.

## Referencias

- Ashley, Caroline, y Diana Carney. 1999. *Sustainable livelihoods: Lessons from early experience*. Londres: Department for International Development.
- Baumgartner, Ruedi, y Stephan Rist. 2011. «Estrategias de vida para «vivir bien»: Un enfoque conceptual intercultural en el Estado Plurinacional de Bolivia». En *Hacia estrategias de vida sostenibles: Culturas, recursos y cambios en India y Bolivia*, editado por Ruedi Baumgartner, Ruedi Högger y Stephan Rist, 145-78. La Paz: Nadel / NCCR North-South / CDE / Plural / Agruco. [https://biblioteca.clacso.edu.ar/Bolivia/agruco/20170927054623/pdf\\_358.pdf](https://biblioteca.clacso.edu.ar/Bolivia/agruco/20170927054623/pdf_358.pdf).

- Butcher, Jim. 2021. «COVID-19, tourism and the advocacy of degrowth». *Tourism Recreation Research* 48 (5): 633-42. doi:10.1080/02508281.2021.1953306.
- Chambers, Robert, y Gordon R. Conway. 1991. *Sustainable rural livelihoods: Practical concepts for the 21st century*. Brighton: IDS Discussion Paper 296.
- CONANP (Comisión Nacional de Áreas Protegidas). 2006. *Estrategia nacional para un desarrollo sustentable del turismo y la recreación en las Áreas Naturales Protegidas*. México: Comisión Nacional de Áreas Protegidas / Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. [https://www.conanp.gob.mx/pdf\\_publicaciones/TurismoEstrategia.pdf](https://www.conanp.gob.mx/pdf_publicaciones/TurismoEstrategia.pdf).
- Córdoba Azcárate, Matilde. 2020. *Stuck with tourism: Space, power, and labor in contemporary Yucatán*. Oakland, California: University of California Press.
- Costanza, Robert, Enrico Giovannini, L. Hunter Lovins, Jacqueline Mcglade, Kate Pickett, Kristin Ragnarsdottir, Debra Roberts, Roberto de Vogli y Richard Wilkinson. 2014. «Time to leave GDP Behind». *Nature* 505 (3): 283-85. [https://www.researchgate.net/publication/259693911\\_Time\\_to\\_leave\\_GDP\\_behind](https://www.researchgate.net/publication/259693911_Time_to_leave_GDP_behind).
- Eastmond, Amarella, y Manuel L. Robert Díaz. 2000. «Henequen and the challenge of sustainable development in Yucatan, Mexico». *Biotechnology and Development Monitor*, 41: 11-15.
- Fletcher, Robert, Ivan Murray Mas, Asunción Blanco Romero y Macià Blázquez Salom. 2019. «Tourism and degrowth: An emerging agenda for research and praxis». *Journal of Sustainable Tourism* 27 (12): 1745-63. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1679822>.
- García Frapolli, Eduardo, Bárbara Ayala Orozco, Martha Bonilla Moheno, Celene Espadas Manrique y Gabriel Ramos Fernández. 2007. «Biodiversity conservation, traditional agriculture and ecotourism: Land cover/land use change projections for a natural protected area in the northeastern Yucatan Peninsula, Mexico». *Landscape and Urban Planning* 83 (2-3): 137-53. doi:10.1016/j.landurbplan.2007.03.007.
- García Frapolli, Eduardo, Martha Bonilla Moheno y Gabriel Ramos Fernández. 2013. «Community conservation in Punta Laguna: A case of adaptive ecotourism management». En *Community action for conservation: Mexican experiences*, editado por Luciana Porter-Bolland, Isabel Ruiz-Mallén, Claudia Camacho-Benavides y Susannah R. McCandless, 101-13. Nueva York: Springer.
- García de Fuentes, Ana, Samuel Jouault y David Romero, coords. 2015. *Atlas de turismo alternativo de la Península de Yucatán*. Mérida: Centro de Investigación y Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional Unidad Mérida / Universidad Autónoma de Yucatán.
- Gascón, Jordi. 2019. «Tourism as a right: A “frivolous claim” against degrowth?». *Journal of Sustainable Tourism* 27 (12): 1825-38. doi:10.1080/09669582.2019.1666858.

- González Cruz, Gabriela, Eduardo García Frapolli, Alejandro Casas Fernández y Juan Manuel Dupuy Rada. 2014. «Conocimiento tradicional maya sobre la dinámica sucesional de la selva: Un caso de estudio en la península de Yucatán». *Etnobiología* 12 (1): 60-67. <https://revistaetnobiologia.mx/index.php/etno/article/view/179>.
- Hall, C. Michael. 2009. «Degrowing tourism: Décroissance, sustainable consumption and steady-state tourism». *Anatolia* 20 (1): 46-61. doi:10.1080/13032917.2009.10518894.
- Higgins-Desbiolles, Freya. 2020. «The “war over tourism”: Challenges to sustainable tourism in the tourism academy after COVID-19». *Journal of Sustainable Tourism* 29 (4): 551-69. doi:10.1080/09669582.2020.1803334.
- Högger, Ruedi. 2011. «Entendiendo las estrategias de vida como unidades complejas». En *Hacia estrategias de vida sostenibles: Culturas, recursos y cambios en India y Bolivia*, editado por Ruedi Baumgartner, Ruedi Högger y Stephan Rist, 27-58. La Paz: Nadel / NCCR North-South / CDE / Plural / Agruco. [https://biblioteca.clacso.edu.ar/Bolivia/agruco/20170927054623/pdf\\_358.pdf](https://biblioteca.clacso.edu.ar/Bolivia/agruco/20170927054623/pdf_358.pdf).
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía). 2020. «Cuenta satélite del turismo de México, 2019», 15 de diciembre. <https://en.www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/StmaCntaNal/CST2019.pdf>.
- Kallis, Giorgos. 2011. «In defence of degrowth». *Ecological Economics* 70 (5): 873-80. doi:10.1016/j.ecolecon.2010.12.007.
- López Barreto, Mauricio F., Francisco Iván Hernández Cueva y Javier Becerril García. 2018. «El patrimonio biocultural maya-yucateco desde la perspectiva de la ecología política: El caso del huerto familiar en chimay». *Journal of Political Ecology* 25 (1): 312-31. doi:10.2458/v25i1.23027.
- Lundmark, Linda, Jundan Jasmine Zhang y C. Michael Hall. 2021. «Degrowth and tourism: Implications and challenges». En *Degrowth and tourism: New perspectives on tourism entrepreneurship, destinations and policy*, editado por C. Michael Hall, Linda Lundmark y Jundan Jasmine Zhang, 1-21. Nueva York: Routledge.
- Mihalic, Tanja. 2020. «Conceptualising overtourism: A sustainability approach». *Annals of Tourism Research*, 84: 1-12. doi:10.1016/j.annals.2020.103025.
- Mowforth, Martin, e Ian Munt. 2009. *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the Third World*. 4.<sup>a</sup> ed. Nueva York: Routledge. [https://hispltd.com/pluginfile.php/71825/mod\\_resource/content/0/Tourism%20and%20Sustainability%20Development%2C%20globalisation%20and%20new%20tourism%20in%20the%20Third%20World%20by%20Martin%20Mowforth%2C%20Ian%20Munt.pdf](https://hispltd.com/pluginfile.php/71825/mod_resource/content/0/Tourism%20and%20Sustainability%20Development%2C%20globalisation%20and%20new%20tourism%20in%20the%20Third%20World%20by%20Martin%20Mowforth%2C%20Ian%20Munt.pdf).

- OMT (Organización Mundial del Turismo). 2018. «'Overtourism'? – Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions: Executive summary». Madrid: World Tourism Organization. doi:10.18111/9789284420070.
- Re Cruz, Alicia. 2003. «Milpa as an ideological weapon: Tourism and Maya migration to Cancún». *Ethnohistory* 50 (3): 489-502. doi:10.1215/00141801-50-3-489.
- Rosado May, Francisco J., e Hilario Poot Cahun. 2020. «Cosmovisión maya reflejada en palabras y conceptos relacionados con desarrollo sostenible, ecología y agroecología». *Das Questões* 10 (1): 33-48. doi:10.26512/dasquestoes.v10i1.32342.
- Schmelzer, Matthias, Andrea Vetter y Aaron Vansintjan. 2022. «Introduction». En *The future is degrowth: A guide to a world beyond capitalism*, 1-35. Londres: Verso.
- SECTUR (Secretaría de Turismo). 2020. *Resultados de la actividad turística diciembre 2020*. México: Secretaría de Turismo. [https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2020-12\(ES\).pdf](https://www.datatur.sectur.gob.mx/RAT/RAT-2020-12(ES).pdf).
- Taylor, J. Edward, e Irma Adelman. 1996. *Village economies: The design, estimation, and use of villagewide economic models*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Toner, Anna. 2003. «Exploring sustainable livelihoods approaches in relation to two interventions in Tanzania». *Journal of International Development* 15 (6): 771-81. doi:10.1002/jid.1030.