



**UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO**

**DIVISIÓN DE CIENCIAS POLÍTICAS Y HUMANIDADES**

*Alcances de la cultura turística en Tulum, Solidaridad, Quintana Roo*

Tesis

para obtener el grado de

Maestría en Ciencias Sociales Aplicadas a los Estudios Regionales

Promoción 2004-2006

Presenta

Wendy Marilú Sánchez Casanova

Directora de la tesis

Dra. Bonnie Lucía Campos Cámara

Chetumal, Quintana Roo, México, Septiembre de 2006

1749755



**UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO**  
**DIVISIÓN DE CIENCIAS POLÍTICAS Y HUMANIDADES**

Tesis elaborada bajo la supervisión del Comité de Tesis del Programa de Maestría y aprobada como requisito para obtener el grado de:

**Maestría en Ciencias Sociales Aplicadas a los Estudios Regionales**

Comité de Tesis:

Directora: \_\_\_\_\_

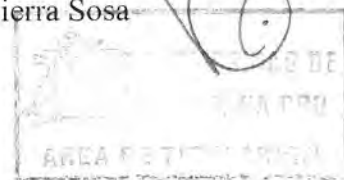
Dra. Bonnie Lucía Campos Cámara

Integrante del Comité de Tesis y del Jurado: \_\_\_\_\_

Dr. Martín Ramos Díaz

Integrante del Comité de Tesis y del Jurado: \_\_\_\_\_

Dra. Ligia Aurora Sierra Sosa



Chetumal, Quintana Roo, México, Septiembre de 2006

*A Elena, Marciana, Rosalba, Ana, Rosa, Josefa, Magdalena y Bonnie*

## Índice

Introducción.....	6
Capítulo I	
<i>Consideraciones teóricas</i> .....	10
1. Acerca del turismo.....	10
2. Cultura turística: Concentrado de visiones.....	23
Capítulo II	
<i>Panorama turístico de Tulum, Solidaridad, Quintana Roo</i> .....	30
1. Geografía, turismo y regiones.....	30
2. De Ecab a Solidaridad.....	34
3. Un sitio competitivo.....	38
<i>La zona arqueológica de Tulum: Cohesión de tres ambientes</i> .....	44
4. Productos de política turística.....	47
Capítulo III	
<i>Consideraciones prácticas</i> .....	54
1. Capitalismo.....	56
2. Política.....	58
3. Destino turístico.....	64
4. Comunidad local.....	68

<i>Neocolonialismo</i> .....	68
<i>Nosotros</i> .....	72
<i>Los otros</i> .....	74
<i>Universos paralelos</i> .....	75
<i>¿Cultura o capacitación?</i> .....	77
<i>Migración</i> .....	79
Conclusión.....	81
Fuentes de investigación.....	86

## *Introducción*

El turismo es un fenómeno predominantemente sociocultural, en el que las personas, llamadas turistas, por motivos de descanso, recreación, cultura, religión o salud, se desplazan voluntaria y temporalmente desde su lugar de residencia habitual hasta otro, llamado destino turístico, anfitrión o receptor, en el que no ejercen actividades lucrativas o remuneradas, generando en éste impactos sobre la sociedad, el entorno físico y la economía.

La actividad turística trae consigo impactos positivos y negativos para la sociedad anfitriona; es por eso que, independientemente de la intervención económica que pueda tener en ella, se requiere de un proceso de aprendizaje que optimice la percepción y la actitud de la comunidad receptora hacia el turismo y crear conciencia acerca de sus beneficios y riesgos. Dicho sea de otra manera: difundir la cultura turística.

La cultura turística es la parte de la cultura íntegra de una sociedad orientada al conocimiento y valoración del fenómeno turístico que busca la satisfacción de los turistas y los mayores beneficios cualitativos y cuantitativos para las comunidades anfitrionas.

La expresión cultura turística aparece en algunos programas políticos internacionales, nacionales y locales para destacar la necesidad de implantar un proceso de información que tiene como objetivo el conocimiento, aprecio e intervención de las sociedades anfitrionas en la actividad turística.

Es preciso manifestar que los documentos que hacen referencia a la cultura turística están orientados implícita o explícitamente al turismo sostenible, definido como aquel que satisface las necesidades de los turistas y de los anfitriones presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro, al estar orientado a la gestión de todos los recursos de manera que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetándose, al mismo tiempo, la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la

diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida (OMT, *Carta del Turismo Sostenible*).

Con base al principio *pensar globalmente, actuar localmente*, le corresponde a los niveles regionales, nacionales y locales ser más que un eco de la política turística internacional. dicho sea de otra manera, se requiere propiciar la búsqueda de enlaces entre teoría y práctica, pues de nada sirve reproducir en un papel las aspiraciones mundiales sin la previa reflexión sobre su viabilidad, es decir, la producción de un sustento práctico.

El hecho de incluir la cultura turística como objetivo gubernamental representa un paso a resaltar; no obstante, esta presencia trae consigo dudas entre la teoría y la práctica, es decir, qué debe entenderse por cultura turística, cuál es la relevancia de la teoría, cómo se transmite y qué proporción de esa teoría se transforma en una cultura turística real. viva en la sociedad anfitriona.

El análisis del que se hace referencia en el párrafo que precede toma en cuenta cuatro puntos vitales: el contenido teórico existente sobre cultura turística, la motivación de su establecimiento en los planes o programas gubernamentales, su ejecución y las características del entorno en el que se pretende aplicar. La correlación de estas variables revelará el grado de cultura turística existente en determinado destino receptor.

Es por eso que el objetivo de esta investigación es la identificación y explicación de los alcances de la cultura turística en la localidad de Tulum, Solidaridad, Quintana Roo, en vista de la inserción del turismo como actividad económica preponderante conforme a las exigencias del mercado mundial.

La localidad citada es idónea porque:

- Constituye la segunda localidad más importante del municipio de Solidaridad dado su potencial natural y cultural, lo que la ha convertido en un punto de atracción para el turismo nacional e internacional;
- Posee una historia previa al turismo, debido a que fue asiento estratégico de la cultura maya y es sede de uno de los cuatro centros ceremoniales de los mayas de Quintana Roo en el que perviven rasgos de la organización religioso-militar que tuvo su origen en la Guerra de Castas, es decir, el culto a la Cruz Parlante, y
- Es un espacio competitivo para la industria turística, pues se trata de un destino que ofrece sol, arena y mar, elementos atractivos para el turismo de masas, pero también

cuenta con la zona arqueológica y la proximidad a la Reserva Ecológica de Sian Ka'an, lo cual favorece la práctica de formas alternativas de turismo, por ejemplo, cultural o de aventura.

La hipótesis expresa que en la localidad de Tulum, Solidaridad, Quintana Roo la cultura turística es un proceso instructivo motivado por la competencia entre destinos turísticos. Ese proceso tiene su mayor alcance, aunque de manera superficial, en los trabajadores del sector y no en la sociedad anfitriona, por lo que bien podría denominarse capacitación turística.

El primer capítulo establece el marco teórico de la investigación; ofrece información sucinta sobre los orígenes y la evolución del turismo como fenómeno predominantemente sociocultural con impactos positivos y negativos en la sociedad, el entorno físico y la economía.

De la enunciación de esos impactos surge la expresión cultura turística para subrayar la necesidad de un proceso de información dirigido a la sociedad anfitriona para que optimice su percepción y actitud hacia la actividad turística, a la vez que forje conciencia sobre sus beneficios y riesgos.

Las menciones políticas sobre cultura turística que constituyen el punto de partida de esta investigación son las contenidas en el Código Ético Mundial para el Turismo (1999), el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 y el Plan de Gobierno del estado de Quintana Roo 2005-2011. De esa manera, se abarcan los ámbitos mundial, nacional y local (o estatal).

De igual manera, se presenta un concentrado de visiones que proporciona una definición, antecedentes y elementos de la cultura turística, basada en el *Breviario de cultura turística*, elaborado por la Secretaría de Turismo (SECTUR), así como en las obras *Quince lecciones de turismo*, escrita por Miguel Alemán Valdés, *Turismo social*, cuyo autor es Arthur Haulot, y *Ética profesional. El turismo como ejemplo*, de Manuel Gurría di Bella.

A fin de vincular el sustento teórico con el contexto de interés, el segundo capítulo integra un panorama turístico del espacio de estudio, es decir, la localidad de Tulum, Solidaridad, Quintana Roo.



La ubicación geográfica de la localidad de estudio se presenta desde la clasificación de región propuesta por Javier Rentería Vargas, quien distingue entre región uniforme u homogénea, región funcional, polar o nodal y región plan, administrativa o programa. Tulum, siendo parte de seis diversas regiones, reúne las características propias de cada uno de los tipos indicados líneas arriba.

Por otra parte, el análisis del espacio turístico se sustenta en la categorización de Luis Casasola y en las consideraciones de Alain Mesplier y Pierre Bloc-Duraffour. De ese modo, la localidad de Tulum cuenta con un potencial turístico y económico que abarca el ambiente natural, ambiente sociocultural y ambiente transformado.

Fuentes selectas de historiografía regional, entre otras, hicieron posible la elaboración de una reseña histórica de la localidad de Tulum a partir de la ocupación de su territorio por parte de de los putunes o mayas chontales, procedentes del actual estado de Tabasco, hasta la inserción en Solidaridad, el octavo municipio de Quintana Roo.

El último apartado del capítulo segundo consiste en un recuento de los programas gubernamentales que contemplan a la localidad de Tulum como destino turístico. Esos programas se sustentan y se interrelacionan en virtud de la legislación que les da origen.

Finalmente, el tercer capítulo condensa la información obtenida en la investigación de campo, es decir, la observación (participante y no participante) y las entrevistas a ejecutores de programas gubernamentales, que confrontan la investigación documental consistente en la revisión de instrumentos de política turística internacional, nacional y local, así como a habitantes de la comunidad, que cuestionan el concentrado de visiones sobre cultura turística, consignada en el primer capítulo.

La principal motivación de este trabajo es la búsqueda de enlace entre teoría y práctica. Dicho sea en otras palabras, la adopción de modelos concebidos en contextos diferentes presentará indudablemente variaciones en el grado de concreción o enfrentará obstáculos para ello, situaciones que dependen de las características de los sitios donde se pretendan aplicar.

La identificación y explicación de esas variaciones en la forja y/o afirmación de una cultura turística aportarán información susceptible de ser empleada para evaluaciones de ejecución de planes o programas gubernamentales o como fundamento para investigaciones posteriores, sobre todo propositivas.

## Capítulo I

### *Consideraciones teóricas*

A pesar de su esencia sociocultural, el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes a nivel mundial; si fuese un país, sería el tercero más rico del planeta. Su expansión y crecimiento están fuera de toda discusión, en pocos años será la industria más grande del mundo. Por ello, muchas naciones han reconocido en las últimas décadas los beneficios que puede aportar a su economía y desarrollo.

Esa realidad motiva el sustento teórico del presente trabajo, porque enfatizará la necesidad de crear conciencia en las sociedades anfitrionas sobre la relevancia de la actividad turística mediante un proceso de información conocido como cultura turística, nombre que le ha dado la política turística internacional, nacional y local.

#### I

#### ACERCA DEL TURISMO

La palabra turismo tiene su origen en la palabra hebrea *tur*, que desde tiempos remotos se utilizaba como sinónimo de viaje de vanguardia, reconocimiento o exploración.

La Biblia señala que Moisés envió a la tierra de Canaán a un grupo de representantes para "visitarla", con el objeto de recabar suficiente información relativa a las características generales del lugar (De la Torre, 1989, 32).

Durante la dominación romana la palabra *tur* se latiniza a *tornare* (girar), que equivale a viaje circular.

Cuando los romanos conquistaron Francia se adoptó el latín como lengua oficial, de ahí que el vocablo *tornare* se transformara, debido a las mezclas lingüísticas, en *tour*, que significa viaje o excursión.

Más adelante los normandos invadieron Inglaterra, entonces, el francés fue durante algún tiempo la lengua oficial del país.

Cuando Inglaterra se liberó de la dominación normanda se implantó de nuevo el idioma inglés como lengua oficial. Sin embargo, mantuvieron el galicismo *tour*, el cual apareció documentalmente por primera vez en 1760, como verbo transitivo: *to make a tour*.

Los sufijos *ismo* e *ist* que completan los vocablos turismo y turista, respectivamente, equivalen a acción que recae sobre una persona o grupo de ellas. Lo anterior explica por qué, en el siglo XVII, a los recorridos por París se les denominó el *grand* y el *petit tour*; y en Inglaterra, en el siglo XVIII, se utilizara la frase de origen francés *faire le gran tour* para referirse al viaje que, para complementar su educación, realizaban los ingleses a través de diversos países europeos. A esos viajeros se les empezó a llamar turistas (De la Torre, 1989, 32).

El Diccionario de la Real Academia Española define al turismo como "Actividad o hecho de viajar por placer", "Conjunto de los medios conducentes a facilitar estos viajes", así como "Conjunto de personas que realiza este tipo de viajes".

En la primera definición hace referencia al fenómeno turístico desde un punto de vista psicológico; en la segunda, desde un enfoque económico, y en la tercera, desde una perspectiva social.

El concepto de turismo formulado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) resulta muy restringido y sólo es posible utilizarlo con fines estadísticos. Dicha definición hace énfasis en la dimensión espacio-temporal del fenómeno al establecer que es el desplazamiento afuera del lugar de residencia habitual, por un período mínimo de 24 horas (una pernocta cuando menos), y un máximo de 90 días; en cualquier caso, la motivación para el desplazamiento tiene que ser de carácter no lucrativo.

Sin embargo, el citado organismo internacional amplía implícitamente la definición anterior en la Declaración de Manila en 1980, pues afirma que el turismo es parte de la herencia de todos y se define como derecho humano fundamental (Rioja, 2000, 50). En la Carta del Turismo Sostenible (1995) asevera que es la "posibilidad de viajar y conocer otras culturas, promoviendo el acercamiento y la paz entre los pueblos, creando una conciencia respetuosa sobre la diversidad de modos de vida". De igual manera, en el Código Ético Mundial para el Turismo (1999) expresa que "es una fuerza viva al servicio de la paz y un

factor de amistad y comprensión entre los pueblos", porque permite un "contacto directo, espontáneo e inmediato entre hombres y mujeres de culturas y formas de vida distintas".

Hunziker y Krapf definen al turismo como "...el conjunto de las relaciones y los fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas, fuera del lugar de su domicilio, en tanto dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa".

Troisi afirma que el turismo es un "conjunto de traslados temporales de personas, originados por necesidades de reposo, de cura, espirituales o intelectuales".

Según el Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo Sustentable (CECADESU), "el turismo es un término que se refiere a la libertad, goce, plenitud, cultura y recreación durante los periodos de descanso o de vacaciones".

El Programa Nacional de Turismo 2001-2006 manifiesta que el turismo "comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos".

En las definiciones anteriores se acentúa el carácter psicológico y social del fenómeno turístico; los seres humanos son sus protagonistas mediante la combinación de sus derechos inalienables de tiempo libre y libertad de tránsito cuyo ejercicio les dará oportunidad de conocer y comprender otros universos simbólicos que facilite la formación de una conciencia de respeto y aprecio por la diversidad.

Pero el turismo también tiene implicaciones económicas. Leiper sugiere "La industria turística consta de todas aquellas empresas, organizaciones e instalaciones que intentan cubrir las necesidades específicas y los deseos del turista" (Cooper *et al.*, 1997, 5-6).

Para el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas el "turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que actúan cooperativamente para realizar las funciones que promueven, favorecen y mantienen la afluencia y estancia temporal de los visitantes" (De la Torre, 1989, 33).

Óscar de la Torre Padilla formula una definición que considera susceptible de adaptarse a la interpretación y a las leyes particulares de cada país:

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupo de personas que, fundamentalmente por motivos de

recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan desde su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural [cit. pos. De la Torre, 1989, 33].

De esa manera, el turismo es el conglomerado de turistas que se desplaza y, a la vez, el conjunto de fenómenos y relaciones que se producen en virtud de ese desplazamiento.

La definición de De la Torre Padilla resulta una de las más completas porque abarca los aspectos psicológico, social y económico, sin embargo, no incluye a la contraparte de los turistas, es decir, la sociedad receptora, ni hace mención del entorno físico, que es el ingrediente principal de la actividad turística.

En virtud de las reflexiones precedentes y a fin de expresar y relacionar todas las variables posibles de la materia que se analiza, se formula la siguiente definición: El turismo es un fenómeno predominantemente sociocultural, en el que las personas, llamadas turistas, por motivos de descanso, recreación, cultura, religión o salud, se desplazan voluntaria y temporalmente desde su lugar de residencia habitual hasta otro, llamado destino turístico, anfitrión o receptor, en el que no ejercen actividades lucrativas o remuneradas, generando en éste impactos sobre la sociedad, el entorno físico y la economía.

Por lo tanto, el turismo:

*Es un fenómeno*, porque constituye un hecho susceptible de ser observado.

*Predominantemente sociocultural*, porque sus protagonistas, es decir, turistas y anfitriones, son seres humanos que convergen en un determinado espacio y protagonizan un intercambio en el marco de la diversidad. Esta diversidad es principalmente de carácter cultural.

*En el que las personas, llamadas turistas, por motivos de descanso, recreación, cultura, religión o salud*, toda conducta obedece a una motivación, y el fenómeno turístico no es la excepción.

La razón de enumerar estas motivaciones se deriva de la necesidad de distinguir entre viajes turísticos y no turísticos. Un viaje turístico es el que se realiza en virtud del tiempo libre (vacaciones), dicho sea de otra manera, en el período en el cual la persona tiene la oportunidad de separarse voluntariamente de su cotidianidad. De esta manera, no puede decirse que los viajes de negocios (que son incluidos como motivación en algunas

definiciones de turismo) sea una modalidad turística, pues ese desplazamiento, se debe a razones de carácter laboral, que es parte de lo cotidiano en un ser humano. Cabe la misma consideración para el caso de viajes académicos o científicos.

Es preciso hacer una aclaración respecto a la salud como razón para realizar un viaje. Bajo el motivo de salud pueden distinguirse dos tipos de viajes: los involuntarios y los voluntarios en virtud de un vínculo con aspectos religiosos o culturales. En el caso del primero se puede citar como ejemplo el viaje que una persona hace a Cuba para integrarse a determinado tratamiento que constituye la única opción para recobrar la salud. En cuanto al segundo, se puede citar el caso de una persona que viaja a la Ciudad de México para visitar la Basílica de Guadalupe, pues espera el milagro de recuperar la salud. Como se puede apreciar, existen otros factores ligados a la motivación salud: la fe (religión) y la cultura.

*Se desplazan voluntaria y temporalmente desde su lugar de residencia habitual*, el distintivo del turismo es el de ser un desplazamiento voluntario y temporal, es decir, la decisión libre de trasladarse del espacio rutinario a uno novedoso e interactuar en él durante el tiempo libre, el cual es limitado, en otras palabras, transitorio.

*Hasta otro, llamado destino turístico, anfitrión o receptor*, que es un punto del planeta que se caracteriza por un atractivo cultural, espiritual, histórico, natural o urbano, digno de ser visitado.

*En el que no ejercen actividades lucrativas o remuneradas*, el tiempo libre es resultado de la disminución del tiempo de trabajo, es decir, de la actividad que una persona desempeña de manera cotidiana con fines de lucro a fin de obtener una remuneración que le permita subsistir. Siendo el tiempo libre una opción para apartarse temporalmente de la cotidianidad, se opone al tiempo de trabajo y, por lo tanto, no sigue una finalidad de carácter monetario.

*Generando en éste (el destino) impactos sobre la sociedad, el entorno físico y la economía*, es imposible que el destino turístico permanezca inmune ante el fenómeno turístico, pues agrupa una serie de espacios o ámbitos que se encuentran en constante interacción (sociedad, entorno físico y economía) que perciben inevitablemente los impactos de los procesos de creación o de transformación emprendidos con el fin de adaptar el espacio turístico a las exigencias de quienes lo visitan.

El fenómeno turístico no es nuevo históricamente hablando, pues se registra como una actividad realizada por las élites de las sociedades griegas, los imperios romanos, e inclusive dentro de las sociedades prehispánicas, tal como lo sugieren los viajes de placer realizados por Moctezuma (Rioja, 2000, 47). De igual manera, Marco Polo (siglo XIII), David Livingstone y Thomas Cook (siglo XIX) son considerados como precursores de la actividad.

Lo que sí resulta reciente es el carácter masivo que adquirió en virtud de la "democratización" del tiempo libre como conquista de la lucha de la clase trabajadora.

En el período de recuperación que siguió a la Segunda Guerra Mundial, factores como el número creciente de personas empleadas, el aumento de los ingresos reales y tiempo libre disponible y el cambio de la actitud social con respecto a la diversión y al trabajo impulsaron la demanda de viajes y vacaciones al extranjero.

Entonces, el turismo dejó de ser el privilegio de la nobleza y de las clases altas para transformarse en un derecho de toda persona (que cuente con los recursos económicos para ejercerlo). De ahí la denominación de turismo de masas.

Del incipiente turismo de masas se derivaron exigencias diversas de las demandas tradicionales de bienes básicos. Las concepciones de sociedad de abundancia y del aumento del tiempo libre orientado al ocio y al consumo llevaron a una visión optimista del mundo, en sintonía con la idea del crecimiento sin límites. De esta manera, las esferas productivas se apoderaron del fenómeno turístico para desarrollar la gran "industria sin chimeneas", un mercado potencial en virtud de las fuerzas productivas y de la acumulación, diversificación, relocalización, regionalización e internacionalización del capital a través de la búsqueda y competencia por las mayores ganancias.

Sin embargo, ese crecimiento económico originado por el turismo de masas ha traído consigo impactos negativos cuyas consecuencias están pagando las sociedades y los entornos físicos de los destinos receptores. Debido a ello, la tendencia actual es la diversificación de las modalidades turísticas, pasando del turismo de masas a formas menos agresivas con la sociedad anfitriona y con el entorno físico como ecoturismo, turismo cultural, turismo de aventura, turismo comunitario, turismo de la salud o agroturismo (véase cuadro 1).

CUADRO 1. Evolución del mercado turístico

<i>En los 50's Turismo de élite</i>	<i>60's a 90's Turismo de masas</i>	<i>90's al presente Turismo segmentado</i>
<p><i>Requerimientos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Hoteles de lujo en ciudades famosas.</li> <li>· Limosina para transportarse.</li> <li>· Buenos restaurantes.</li> <li>· Excursiones con guías privados.</li> </ul>	<p><i>Requerimientos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Paquetes de viaje "genéricos" a precios bajos.</li> <li>· Hoteles de clase turista.</li> <li>· Viajes en autobús con guía.</li> <li>· <i>Resorts</i> de playa.</li> </ul>	<p><i>Requerimientos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Experiencias inusuales, aventuras, fantasías, sueños.</li> <li>· Viajes temáticos.</li> <li>· Destinos nuevos.</li> <li>· Variedad de productos turísticos.</li> <li>· Alojamientos típicos del destino.</li> </ul>

FUENTE: Programa Nacional de Turismo 2001-2006, 36.

La OMT reportó un total de 760 millones de llegadas de turistas internacionales durante 2004. Europa se mantiene en el primer lugar del turismo internacional, pues atrajo 414 millones de llegadas, es decir, el 54,6% del total. En segundo lugar se encuentran Asia Oriental y el Pacífico con 153 millones, los cuales constituyen el 20,2%. América ocupa el tercer lugar con 124 millones, equivalente a 16,3%. Le siguen Oriente Medio, que captó 35 millones, correspondiente al 4,6%, y África, que recibió 33 millones, es decir, el 4,3% del total.<sup>1</sup>

Los números de la actividad turística en México durante 2004 son los siguientes:

- El país recibió un total de 20,6 millones de turistas internacionales durante 2004, lo cual representa un crecimiento del 10,5% respecto del año 2003.
- Los ingresos por turistas internacionales alcanzaron la cifra de 8 382,2 millones de dólares, lo que significa un aumento del 15,6% en relación con el año anterior.
- La balanza turística mostró un saldo favorable de 3 879,9 millones de dólares, es decir, 21% más de lo registrado para el 2003.
- Las ocupaciones remuneradas en el sector se estimaron en 1,8 millones al término del mes de diciembre, lo que implica un incremento de 66 000 ocupaciones al comparar con diciembre de 2003.<sup>2</sup>

Las expectativas para el turismo a nivel mundial son muy favorables; se estima que para el año 2020 las llegadas de turistas internacionales se ubicarán por encima de 1 560 millones, en tanto que los ingresos turísticos alcanzarán los dos billones de dólares. Con

<sup>1</sup> Cifras disponibles en [http://www.world-tourism.org/facts/barometer/WTOBarom05\\_1\\_en\\_excp.pdf](http://www.world-tourism.org/facts/barometer/WTOBarom05_1_en_excp.pdf)

<sup>2</sup> Cifras disponibles en <http://datatur.sectur.gob.mx/publyrep/cua/2004/m12/cua122004.pdf>



ello las llegadas de turistas internacionales observarán una tasa media de crecimiento anual del 4,1%, y los ingresos se incrementarán al 6,7% anual. Sin embargo, la población real que estará en condiciones de viajar será sólo el equivalente al 7% del total de la población mundial.<sup>3</sup>

El derecho al turismo se encuentra reconocido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos mediante la armonía de sus artículos 13 y 24. El primero de ellos establece que: "Toda persona tiene derecho a circular libremente [...] a salir de cualquier país, incluso del propio, y a regresar a su país". El segundo señala que: "Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas".

De ese modo, un turista es la persona que viaja desplazándose temporalmente de su lugar de residencia habitual hasta un destino turístico en el que no ejerce actividad lucrativa o remunerada alguna.

No obstante las disposiciones ya mencionadas, que han sido reproducidas en ordenamientos legales mundiales, regionales, nacionales y locales, como se ha aseverado líneas arriba, el ejercicio del derecho al turismo requiere de un cierto potencial económico.

A partir de la "democratización" del tiempo libre, se formó una nueva élite, la élite de trabajadores que podían procurarse un viaje de vacaciones. Esto sucedió (y sucede) principalmente en países como Alemania, Estados Unidos, Francia, Italia o Reino Unido, los cuales ocupan los primeros lugares en emisión de turistas.

En la mayoría de las naciones, sobre todo en las del Tercer Mundo, el turismo es algo que está muy lejos de la realidad, muy a pesar de las declaraciones internacionales de derechos humanos repetidas en sus legislaciones internas.

En México, por ejemplo, la Ley Federal del Trabajo concede sólo seis días de vacaciones pagadas por el primer año de trabajo, los que aumentarán de dos en dos cada año hasta llegar al quinto año, a partir del cual los días de vacaciones aumentarán de dos en dos cada cinco años. Seis días de vacaciones al año resulta una cantidad ínfima en comparación a los, por lo menos, 30 días de los que disponen los trabajadores de los países señalados como principales emisores de turistas. Para que un mexicano logre igualar la

---

<sup>3</sup> Cifras mencionadas en *Programa Nacional de Turismo 2001-2006*, 35.

cantidad de días de vacaciones con que cuentan los trabajadores de esos países, deberá trabajar en el mismo lugar durante 45 años.

Además, en muchos de los casos, esos pocos días de vacaciones no se gozan juntos, aunque así lo recomiende la mencionada ley. Lo anterior, aunado a los bajos salarios, priva a gran parte de la población de las condiciones para el satisfactorio ejercicio del derecho al turismo.

De esa manera, la mayoría de la gente carece de la oportunidad que proporciona el turismo de experimentar un proceso de perfeccionamiento, el cual se traduce en educación, descubrimiento de capacidades, resistencia al desgaste, recuperación, éxtasis y proyección filosófica, elementos indispensables para el desarrollo pleno de sus potencialidades, pues en virtud del desplazamiento los turistas descubren las bellezas del mundo, otros universos simbólicos, una fundamental unidad humana en una diversidad espiritual y cultural que se afirma, no como un motivo de desconfianza, sino como una deslumbrante pluralidad de los aspectos del género humano.

Ese descubrimiento da a los turistas la posibilidad de tomar conciencia del mundo que les rodea. Se ha escrito posibilidad, porque la toma de conciencia presupone un descubrimiento que, a su vez, requiere de una actitud de apertura.

En esa toma de conciencia más justa y más clara de la diversidad deslumbradora de su medio de vida, los turistas, seres humanos al fin, podrían encontrar las bases mismas del equilibrio fundamental indispensable para su especie (*vid.* Haulot, 1991, 11-44).

Por ello, es vital que el turismo esté al alcance de todo ser humano, pues su ejercicio implica una serie de ventajas de orden educativo, es decir, de perfeccionamiento humano. No por nada se dice que "los viajes ilustran".

Para que el fenómeno turístico se complete, es necesario un destino turístico, anfitrión o receptor, es decir, un punto del planeta que se caracteriza por un atractivo cultural, espiritual, histórico, natural o urbano digno de ser visitado.

En ese destino reside una comunidad de hombres y de mujeres, es decir, la sociedad anfitriona o receptora o comunidad local, heredera legítima del sitio y su trascendencia.

En un destino anfitrión se desenvuelve cotidianamente un conjunto de relaciones, servicios e instalaciones cuya función es promover, favorecer y mantener la afluencia de turistas, el cual se conoce como actividad turística.

La actividad turística genera impactos positivos y negativos de carácter sociocultural, medioambiental y económico.

Santana (1997, 69) afirma que esta clasificación de los impactos del turismo es artificial o metodológica, porque los saltos de una a otra categoría son normalmente indistinguibles y sus contenidos suelen estar íntimamente relacionados. Lo anterior podrá apreciarse en la relación que se ofrece en los párrafos siguientes.

Los impactos socioculturales se refieren a los cambios en la estructura colectiva y forma de vida de la sociedad anfitriona.

El fenómeno turístico transforma a los seres humanos, a sus protagonistas: turistas y anfitriones. Como su definición lo indica, el turismo es antes que nada sociocultural, dado que facilita relaciones entre personas con distintos orígenes y universos simbólicos, lo cual deja huella en quienes participan en esos intercambios.

El turismo favorece el intercambio de información cultural al constituir una oportunidad para ensanchar el propio campo visual a través de la confrontación con diferentes universos simbólicos. La diversidad enriquece.

Además, la planeación turística propicia el conocimiento, la preservación y el impulso del patrimonio cultural y/o natural. El interés del turismo por esos patrimonios anima y aumenta el aprecio de la sociedad receptora, heredera legítima de aquéllos, el cual se traduce en responsabilidad respecto a su permanencia y a su integridad.

La actividad turística estimula la construcción y/o mejoramiento de infraestructuras: hoteles, restaurantes, terminales aéreas, marítimas o terrestres, calles, carreteras, electricidad, agua potable, telecomunicaciones, etc.

Por lo tanto, surgen oportunidades de empleo, pues se requiere el factor humano que haga funcionar las infraestructuras y sea a la vez el enlace entre ellas y los turistas.

El ambiente creado por el turismo se fortalece con la educación, formal e informal. Ambas contribuyen a la integración de una cultura turística.

Sin embargo, el fenómeno turístico también tiene la capacidad de despojar de significación al patrimonio cultural. Las manifestaciones de la cultura anfitriona se convierten en mercancías. La comunidad local actúa o modifica su herencia cultural bajo la motivación económica que recibe de turistas conmovidos ante esas expresiones.

Los anfitriones pueden reelaborar la propia identidad al imitar los patrones de conducta y de consumo de los turistas, fenómeno que se conoce como efecto demostración.

La diferenciación y exclusión social es más evidente en los destinos receptores. Son originadas por la discriminación, la falta de equidad en la distribución de ingresos y beneficios del turismo y por los elevados costos y las normas de seguridad de las instalaciones turísticas. En muchas ocasiones se obstaculiza o se niega a los locales el acceso y goce del destino turístico, su propia casa, dada la prioridad de atención satisfactoria a los turistas, lo cual acarrea resentimiento manifiesto en conflictos entre éstos y aquéllos.

Los empleos inferiores, mal retribuidos o despreciados son, por lo general, los que se asignan a los anfitriones. Para los puestos cualificados generalmente se contrata personal foráneo.

Como consecuencia de los impactos anteriores, se presentan problemas sociales como desintegración familiar, drogadicción, prostitución, violencia intrafamiliar, entre otros.

Los impactos medioambientales comprenden las alteraciones del entorno físico.

La actividad turística actúa en el entorno físico, el factor que propicia que algún sitio sea convertido en destino receptor y que resulta modificado para adaptar el lugar a las exigencias de ese sector.

El turismo no se concibe sin la preservación y/o restauración de construcciones y sitios históricos y naturales. Este impacto está relacionado con el de conocimiento, preservación e impulso del patrimonio cultural y/o natural. Constituye la expresión material de la valoración de los bienes turísticos de un destino anfitrión.

Lo anterior formula, en mayor o menor escala, conciencia ecológica, la cual tiene su expresión en la modificación de hábitos perjudiciales, ya sea por iniciativa de las personas o a través de campañas específicas de autoridades y organizaciones civiles. La creación de sitios como parques nacionales y de vida salvaje es otra manera de contribuir a la formación de esa conciencia al combinar diversión con educación ambiental.

Las autoridades intervienen a través de leyes e instituciones específicas que constriñen a individuales y a empresas al cuidado del entorno natural.

Pero el uso reiterado del entorno físico para el desarrollo turístico también engendra las condiciones para la contaminación del agua, la contaminación del aire, la contaminación

por ruido, el deterioro físico del ambiente, la destrucción de ecosistemas, daños a monumentos antiguos, etc.

Ciertos impactos económicos del turismo tienen efectos en el medio ambiente; puede mencionarse el caso del funcionamiento de industrias de producción de bienes o de la industria de la construcción.

De igual manera, la autoridad resulta incapaz de contrarrestar los impactos negativos de la actividad turística debido a leyes demasiado laxas que buscan favorecer el desarrollo turístico en el aspecto puramente económico.

Los impactos económicos consisten en los costos y beneficios que resultan del desarrollo y uso de los bienes y servicios turísticos (Santana, 1997, 69).

El turismo tiene implicaciones en la economía; aunque se ubica en el sector terciario de la economía, el de los servicios, para estar en posibilidad de brindarlos necesita del apoyo vital de los demás sectores, del primario, por la agricultura, la pesca y la ganadería; del secundario, por la industria, y del cuaternario, por la educación y tecnología.

La actividad turística genera divisas; es imposible hacer referencia al turismo sin tener en cuenta a los ingresos que trae consigo, fruto de los gastos realizados por los turistas durante sus viajes.

La generación de divisas ayuda a mantener el equilibrio en las balanzas de pagos nacionales, es decir, a obtener una diferencia favorable entre lo que un país gasta en el extranjero y lo que percibe de él.

El fenómeno turístico repercute indirectamente en la economía, porque parte de los ingresos que genera se destinan a la compra de otros bienes y servicios, produciéndose una cadena de gastos y consumos, es decir, el efecto multiplicador.

La expansión del mercado nacional se acelera, pues el turista adquiere una gama de productos manufacturados, un consumo turístico secundario que se equipara a la exportación.

La actividad turística aporta una considerable contribución al producto interno en virtud de que genera ingresos debido a los salarios, a los factores de producción y a la capacitación y tecnología turísticas (sectores primario, secundario y cuaternario).

El turismo aumenta la oferta de empleos, ya sea en la industria propiamente turística, en los sectores que la proveen o en actividades adicionales.

Además, se construyen y/o mejoran las infraestructuras a fin de facilitar la apertura de diversas fuentes de ingresos.

No obstante, el fenómeno turístico repercute en los presupuestos de egresos e inversiones. Las gestiones de desarrollo turístico se canalizan tanto por medio de los organismos nacionales de turismo como por empresas descentralizadas, lo cual da lugar a un incremento del gasto público.

Los países emisores de turistas son los realmente beneficiados. Las agencias de viajes venden paquetes que ya incluyen todos los servicios (transporte, hospedaje, excursiones, etc.), los cuales son generalmente operados por empresas del país emisor establecidas en los destinos turísticos.

Cuando el destino receptor no es capaz de proveerse los insumos requeridos para la actividad turística, se ve forzado a comprarlos a otros mercados, sean nacionales o internacionales, dicho en otras palabras, depende de éstos.

La sociedad anfitriona experimenta la inflación dado el aumento de los precios de los productos de la canasta básica, de los servicios, de las propiedades, entre otros.

El empleo es estacional en la temporada alta y hay desempleo en la temporada baja. Estas situaciones dan lugar a la insatisfacción personal y a la inestabilidad en los ingresos individuales y familiares.

El turismo impulsa algunas actividades como la construcción, aunque suele ser también temporal, pero pone en peligro otras tradicionales como la agricultura o la pesca.

La construcción y/o mejoramiento de infraestructuras obedece a las prioridades turísticas y no tanto a las necesidades de la población o a otras actividades productivas.

Como ya se ha visto, el turismo es un fenómeno que trae consigo impactos positivos y negativos para la sociedad anfitriona; es por eso que, independientemente de la intervención económica que pueda tener en la actividad turística,<sup>4</sup> se requiere de un proceso de aprendizaje que optimice la percepción y la actitud de la comunidad receptora hacia el turismo y crear conciencia acerca de los beneficios y riesgos que este fenómeno trae consigo.

---

<sup>4</sup> A través del turismo comunitario, que es la intervención de la sociedad anfitriona en la planeación y administración de la actividad turística, es decir, apoyando al gobierno y/o constituyéndose en empresaria del turismo.

El Código Ético Mundial para el Turismo, documento internacional formulado por la Organización Mundial de Turismo (OMT),<sup>5</sup> indica que ha de favorecerse la introducción en los programas de estudios la enseñanza del valor de los intercambios turísticos, de sus beneficios económicos, sociales y culturales, y también de sus riesgos.<sup>6</sup> Dicho sea en otras palabras, difundir la cultura turística.

En base al principio *pensar globalmente, actuar localmente*, corresponde a los niveles regionales, nacionales y locales ser más que un eco de esa política turística internacional, es decir, propiciar la búsqueda de enlaces entre teoría y práctica.

A pesar de las intenciones políticas, aún hay mucho que formular sobre la cultura turística. Teóricamente hablando, se cuenta con un escaso contenido a difundir, el cual es posible encontrar en el *Breviario de cultura turística*, elaborado por la Secretaría de Turismo (SECTUR), así como en las obras *Quince lecciones de turismo*, escrita por Miguel Alemán Valdés, *Turismo social*, cuyo autor es Arthut Haulot, y *Ética profesional. El turismo como ejemplo*, de Manuel Gurría di Bella.

La concepción de cultura turística se compone de dos palabras: cultura y turismo.

Para los efectos de la presente investigación se definirá cultura como todo lo que compone la vida del ser humano y del mundo en que vive. Está constituida por lo que adquirió en el pasado, la aportación del presente y el fermento del futuro.

Una cultura que ya no se nutre con el estremecimiento, la inquietud y la esperanza del futuro está a punto de ponerse al nivel de las civilizaciones fijas, inmutables, objetos de consumo, pero no actos de vida. La cultura no solamente "hace" al futuro, sino que al revés, el futuro nutre a la cultura, como la levadura que transforma la pasta en pan (Haulot, 1991, 95).

---

<sup>5</sup> La OMT es el principal poder de la política turística internacional, la cual se concibe como el conjunto de intervenciones, decisiones y actividades de distintos tipos de poderes existentes en la sociedad turística internacional, tendentes a estimular, fomentar y ordenar el proceso de desarrollo del turismo a escala mundial en todos los campos debido a la transversalidad e interdisciplinariedad del turismo, pero especialmente en los económicos, sociales y culturales (Montaner, 2002, 19).

<sup>6</sup> En el artículo 2, párrafo 5.

Por otra parte, la palabra turismo ha quedado ya definida, siendo en esencia un fenómeno predominantemente sociocultural motivado por el tiempo libre y la libertad de tránsito, por lo que involucra desplazamientos y la recepción de quienes se trasladan, se sustenta en el uso de recursos y en la prestación de servicios y genera impactos diversos.

Al igual que la cultura, el turismo se convierte en un cuerpo muerto si limita su interés, su apetito a lo adquirido. Es en sí mismo riqueza, fuerza, en la medida que, alimentado por el pasado, atento al presente, se considera a sí mismo como curiosidad abierta, interrogación ferviente acerca del futuro del ser humano y de la sociedad [...] Todos aquellos que estructuran el turismo actual están invitados a satisfacer esta necesidad superior. Lo que se nos invita a servir es la verdadera "invitación al viaje", la invitación al descubrimiento de la solidaridad humana y de la unicidad de las personas. Es una empresa a la altura de nuestras energías y de nuestras capacidades. Es preciso que nos convenzamos y que nos aferremos a ello con todas nuestras fuerzas, con todas nuestras esperanzas [Haulot, 1991, 95].

Gurría di Bella (1995, 17) comenta que la actividad turística constituye una de las formas más sofisticadas de la comunicación humana, donde los actos de quienes intervienen en ella tienen un significado no sólo en la economía regional o nacional de los países que desarrollan dicha actividad, sino también en su cultura y en sus características ideológicas.

En el espíritu expresado líneas arriba, al unir las palabras cultura y turismo y formar la concepción de cultura turística, se puede entender que es la parte de la cultura íntegra de una sociedad orientada al conocimiento y valoración del fenómeno turístico que busca la satisfacción de los turistas y los mayores beneficios cualitativos y cuantitativos para las comunidades anfitrionas.<sup>7</sup>

Al respecto, Alemán (1983, 106) afirma que:

Una vez que se hayan dado cuenta de la importancia moral y económica que entraña el turismo, es imprescindible que los ciudadanos se pongan en un estado de ánimo que les sea favorable. Ya desde la escuela se debería, en las clases de geografía e historia,

---

<sup>7</sup> Como se puede apreciar, la definición de cultura turística propuesta se refiere solamente a la sociedad anfitriona dada la línea de investigación a seguir en la presente tesis. Sin embargo, no está de más decir que, tal y como Gurría di Bella señala acertadamente, la cultura turística concierne tanto a turistas como anfitriones, pues se conforma de procesos sistemáticos de concienciación en los diversos ambientes en los cuales éstos se desenvuelven (familia, trabajo, escuela, etc.), de tal manera que las actitudes de visitantes y visitados se expresen como una comprensión mutua, dentro de un marco referencial común.



atraer la atención de los alumnos sobre el patrimonio artístico, los sitios interesantes, la variedad regional, las manifestaciones populares, así en juegos y danzas como en esa habilidad de manos que se llama artesanía. El ejemplo de los extranjeros que recorren grandes distancias para admirar lo que al alcance de nuestros ojos tenemos, debería ser estímulo y lección que nos sirviera para apreciar en lo que valen nuestras cosas.

Todo ciudadano debe ser promotor de turismo (Alemán, 1983, 107). Por ello, no sólo quienes trabajan específicamente en ese sector tienen la obligación de poseer una cultura turística, pues ésta va más allá de la simple capacitación turística, que es la preparación técnica para un empleo en el ramo.<sup>8</sup>

La sociedad receptora debe evitar los extremos: una actitud hermética carente de respeto por la diversidad y la actitud cínica de quien ve en el turista a una víctima de la cual aprovecharse. Que el diario recibir turistas no se convierta en indiferencia y frío negocio, sino que siempre se note la calidad y calidez, es decir, el sano interés por seres humanos que se encuentran en un ambiente distinto al de su cotidianidad y que, por ello, necesitan comprensión y ayuda hasta en las situaciones que pueden parecer insignificantes.

Sin embargo la cultura turística no es afectación, ni servilismo ni atención interesada y calculada. La cultura turística es preocupación por todo aquello que sea susceptible de favorecer la estancia de los turistas, por todo aquello que en valor humano, social, cultural, histórico y natural constituye la aportación de un pueblo a los demás pueblos en mérito del conocimiento y aprecio intercultural, facilitadores de la paz mundial.

El dato más lejano sobre la cultura turística se encuentra en la hospitalidad de los pueblos prehispánicos para con los sacerdotes y comerciantes.

La historia refiere que estas comunidades acostumbraban abastecer sus casas de todo lo necesario para proveer de alimentación y hospedaje a los viajeros, como una muestra de buena acogida y recibimiento.

Landa (2003, 95) hace referencia a esta hospitalidad al escribir "que se hiciesen casas fuera de la cerca donde cada uno de ellos pusiese alguna gente de servicio y donde los de

---

<sup>8</sup> Es preciso apuntar que la capacitación turística se encuentra orientada concretamente a los recursos humanos del sector, abarcando cuestiones tales como competitividad, calidad o profesionalización. En un sentido amplio, podría decirse que la capacitación turística forma parte de la cultura turística. Sin embargo, en la presente investigación se hace una distinción entre ambas, pues la cultura turística precede a la capacitación turística y es inherente a la comunidad de hombres y de mujeres que conforman la sociedad anfitriona y no sólo a quienes cuentan con un empleo en el sector turismo.

sus pueblos acudiesen cuando viniesen a la ciudad con negocios; y que en estas casas puso cada uno su mayor domo".

Cabe aclarar que esos viajes no se realizaban en virtud del tiempo libre, es decir, se trataba de viajes no turísticos. La razón de citar esos hechos como antecedentes obedece a que dan muestra de algunos elementos de la cultura turística, susceptibles de aplicarse en el caso de viajes turísticos.

Por las condiciones actuales resulta prácticamente imposible que todos los turistas fuesen recibidos gratuitamente, aunque sí es posible que sean recibidos con calidad y calidez (SECTUR, *Breviario de Cultura Turística*).

En 1964, Miguel Alemán Valdés, en su obra *Quince lecciones de turismo*, abordó por primera vez el concepto de conciencia turística resaltando el valor humano y social del turismo.

Alemán reconoce la necesidad de que la sociedad anfitriona comprenda la importancia que tiene el turismo para el desarrollo individual y comunitario, por lo que hace énfasis en la educación que conduzca al conocimiento y valoración de sus bienes y recursos turísticos.

Diversos autores analizaron la temática y aportaron sus propias definiciones sobre la cultura turística, las cuales coinciden en entenderla como un estado mental positivo que busca la conservación de los bienes y servicios turísticos y el establecimiento de contactos favorables de los seres humanos entre sí y con el entorno.

Esa visión se formula principalmente con base en la teoría del desarrollo sostenible, que es concebido como un conjunto de acciones encaminadas a satisfacer las necesidades de la generación presente sin menoscabar la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas.

De ese modo, la cultura turística es la conciencia encaminada a la adecuada administración de los bienes y recursos turísticos para lograr la mayor satisfacción del turista y el mayor beneficio cualitativo y cuantitativo para la comunidad local.

En ese sentido, la cultura turística representa una espiral creciente que gira en torno al turismo sostenible, que es aquél que satisface las necesidades de los turistas y de los anfitriones presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro, al estar orientado a la gestión de todos los recursos de manera que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetándose, al mismo tiempo, la integridad

cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida (OMT, *Carta del Turismo Sostenible*).

La difusión y asimilación de conocimientos y valores relacionados con el turismo propiciará la generación de actitudes encaminadas a una mejor comprensión de esta actividad y su alcance como fenómeno predominantemente sociocultural, así como en la estimación y adecuada administración de los bienes y recursos turísticos.

Lo anterior implica el diseño de una oferta turística diversificada, respetuosa de la sociedad anfitriona y del entorno físico, que permitirá atender con calidad y calidez al turista, lo cual dará lugar a mayores corrientes de visitantes.

Los beneficios de diversa índole generados en esta evolución (impactos positivos del turismo) favorecerán la consolidación de productos y destinos turísticos y, por consiguiente, la sostenibilidad del destino receptor.

Gurría di Bella (1995, 214-215) propone los siguientes elementos a tomar en consideración en el proceso de establecer y transmitir una cultura turística:

1. *Conocer* la historia del turismo para comprender los desplazamientos de personas en el tiempo libre, especialmente lo que se conoce como "turismo moderno".
2. *Entender* las estructuras políticas y administrativas que hacen posible el desarrollo turístico así como las funciones que desempeñan los organismos nacionales e internacionales que rigen al turismo dentro del plan general de la autoridad que gobierne el Estado.
3. *Comprender* la función de las entidades operativas y de las personas que proporcionan los servicios a los turistas y captar claramente los conceptos de eficacia y eficiencia de la acción productiva, para llegar a una calidad garantizada competitiva.
4. *Enmarcar* este hecho social dentro de los esquemas comerciales de producción, distribución y venta de la mezcla producto-servicio, como satisfactor de necesidades originadas por las diferentes motivaciones de desplazamiento.
5. *Analizar* los impactos económico-sociales que produce el turismo entre visitantes y comunidades visitadas, muy particularmente sobre el medio ambiente natural para orientar las conductas de ambos extremos hacia el respeto que merece el equilibrio ecológico y el ahorro de energéticos.
6. *Participar* en los procesos educativos, escolarizados o de capacitación, que requiere la sensibilización y formación profesional de quienes están involucrados en actividades relacionadas en cualquier forma o grado con el turismo y fomentar la investigación profesional en todas las manifestaciones del fenómeno.
7. *Concluir* que toda actividad profesional en este campo requiere de un rígido código de conducta personal y que las entidades que planeen, desarrollen, comercialicen y operen servicios turísticos deben hacerlo dentro de un esquema de responsabilidad y ética sociales.

De ahí que los elementos susceptibles de ser estudiados para identificar y caracterizar la cultura turística en un destino receptor específico sean:

1. *Conocimientos* referidos a las experiencias asimiladas que constituyen la disposición y preparación de quienes intervienen en el turismo para brindar calidez y servicios con calidad: Historia, geografía, bienes y recursos turísticos, impactos del turismo, particularidades de la región, nación y localidad en la cual se vive, técnicas y métodos de administración y operación de los servicios turísticos, objetivos y características del turismo sostenible.
2. Ciertos *valores* como elementos éticos y emotivos compartidos que instan a brindar calidez y servicios con calidad: Dignidad, estima, honradez, respeto, responsabilidad, compromiso, constancia, disciplina, vocación de servicio.
3. Como resultado de la asimilación individual y colectiva de conocimientos y valores, existirán ciertas *actitudes* que proporcionarán el sentido humano y social a la actividad turística: Aprecio por la diversidad, promoción de la dignidad humana, impulso del destino turístico, defensa de la integridad de los bienes y recursos turísticos, disposición, amabilidad, cortesía, eficiencia, profesionalismo.

Una síntesis de las consideraciones anteriores es susceptible de encontrarse en los diez principios básicos de cultura turística establecidos por la SECTUR, los cuales se exponen a continuación:

1. Recibe al visitante con calidez y amabilidad.
2. Trátalo como a ti te gustaría que te traten.
3. Ofrece siempre un servicio o apoyo amigable y rápido.
4. Interésate por capacitarte o estudiar continuamente.
5. Conoce tu ciudad o localidad y sus atractivos para que brindes una orientación oportuna y confiable.
6. Promueve con orgullo los atractivos de tu localidad.
7. Cuida los parques, monumentos y zonas de interés de tu localidad.
8. Comenta con tus compañeros, amigos y familiares que atender bien al turista es tarea de todos.
9. No abuses del turista cobrando más o prometiendo lo imposible.
10. Tu mejor cara será siempre una sonrisa.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Disponible en [http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_1362\\_10\\_principios\\_basico](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_1362_10_principios_basico)

Es así que la cultura turística constituye una vertiente del proceso que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) llama *educar para la viabilidad*, es decir, hacer concreta una abstracción.

## Capítulo II

### *Panorama turístico de Tulum, Solidaridad, Quintana Roo*

Una vez planteado el sustento teórico que regirá este trabajo, es preciso ofrecer un panorama del campo de estudio elegido, que en este caso es la localidad de Tulum, la segunda más importante del municipio de Solidaridad, Quintana Roo, caracterizada por un patrimonio natural y cultural que la ha transformado en un importante destino turístico.

Es precisamente ese patrimonio natural y cultural el que posibilita que la localidad de Tulum sea estudiada a través de la geografía del turismo, la historia regional, las teorías sobre región, el espacio turístico y la política turística.

#### I

#### GEOGRAFÍA, TURISMO Y REGIONES

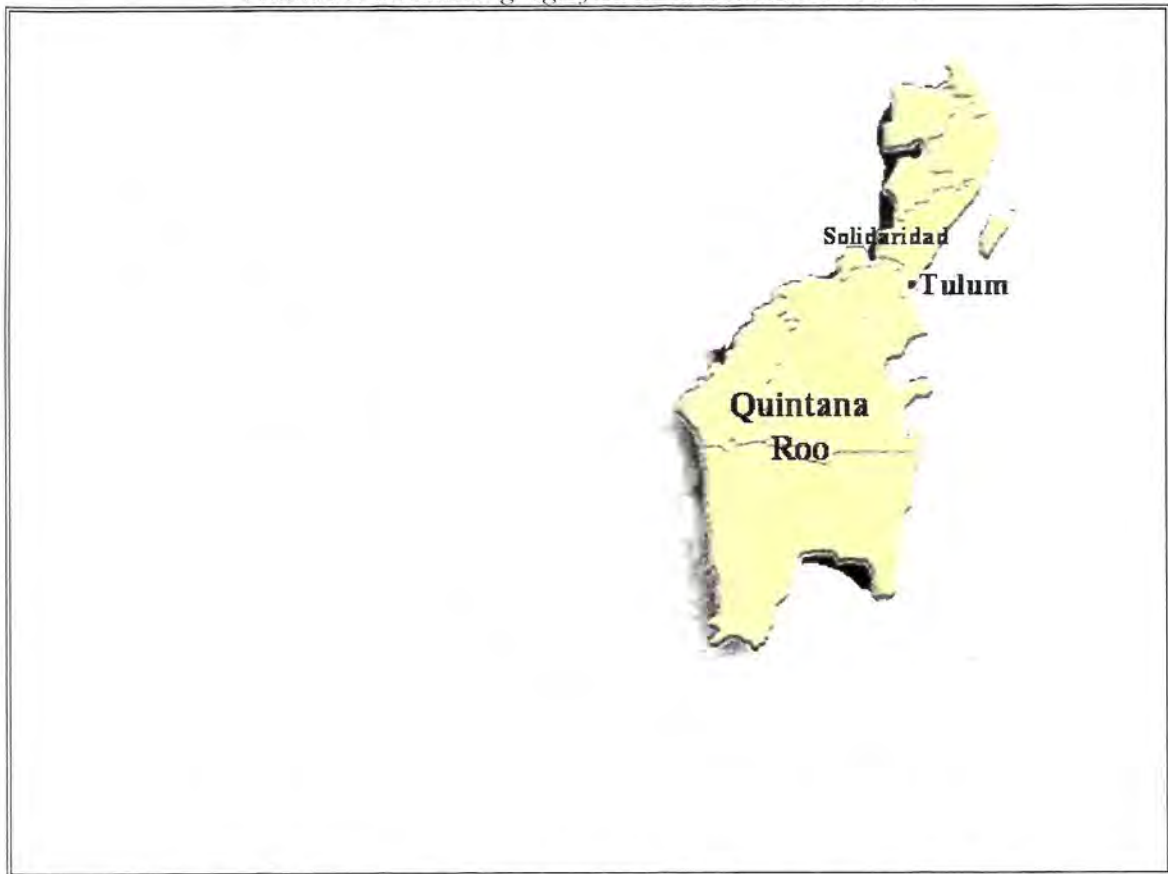
La localidad de Tulum se ubica en el extremo sur del territorio municipal de Solidaridad, estado de Quintana Roo, México, a los 20° 12' 19" de latitud norte y 87° 27' 59" de longitud oeste a una altitud de diez metros sobre el nivel del mar, sobre la carretera federal 307, a 123 kilómetros al sur de la ciudad de Cancún, municipio de Benito Juárez, y a 224 kilómetros al noroeste de la ciudad de Chetumal, municipio de Othón P. Blanco, capital del estado (véase figura 1).

Dada su ubicación geográfica, la localidad de Tulum forma parte de seis regiones:

1. No. 5
2. Riviera Maya.
3. Península de Yucatán.
4. Sur-Sureste.
5. Mundo Maya.

6. Caribe.

FIGURA 1. *Ubicación geográfica de la localidad de Tulum*



FUENTE: *Sistema de Información Empresarial Mexicano (modificado).*

Rentería (2001, 28) señala que la región puede ser interpretada como un simple sistema taxonómico o clasificatorio de unidades territoriales, que se basa en las características y propiedades intrínsecas de cada porción de la superficie de la Tierra.

Por lo tanto, de ser cierta esta característica taxonómica del papel de la región, entonces todas compartirán un conjunto de propiedades comunes independientemente del significado que tenga el concepto de región y del tratamiento metodológico que cada disciplina le otorgue.

De ahí que se distingan tres tipos de región: 1) Uniforme u homogénea; 2) Región funcional, polar o nodal, y 3) Región plan, administrativa o programa.

La región uniforme u homogénea es una unidad territorial definida por un factor de diferenciación espacial que bien puede ser relativo a las condiciones naturales, sociales o políticas del área considerada (Rentería, 2001, 29).

La región funcional, polar o nodal es entendida como una estructura que contiene un centro y un área de influencia, por lo general el centro ocupa una ciudad con una primacía y jerarquía urbana dentro del sistema regional (Rentería, 2001, 29).

En la región plan, administrativa o programa se asumen los límites político-administrativos con el fin de agregar unidades territoriales de menor tamaño, las que han sido organizados por criterios de tipo político, presupuestal, histórico, censal, de planeación o de cualquier otro tipo u objetivo (Rentería, 2001, 29-30).

El Plan de Gobierno 2005-2011 ha definido 25 microrregiones como unidades de planeación donde converge la política sectorial en el espacio territorial y sus condiciones y potencialidades que da viabilidad a los proyectos que detonan su desarrollo.

De esa manera, la localidad de Tulum, junto a Akumal, Chemuyil, Playa del Carmen y Xcaret integra la microrregión No. 5, revistiendo así el carácter de plan, administrativa o programa.

La región uniforme u homogénea denominada Riviera Maya, conocida también como corredor turístico Cancún-Tulum, es un litoral de 120 kilómetros de longitud que se extiende frente a las aguas del Mar Caribe y comprende los municipios Benito Juárez, Solidaridad y Cozumel, Quintana Roo.

El factor de diferenciación espacial es el Mar Caribe, lo que hace de la Riviera Maya un destino preferente del turismo nacional e internacional.

Sin embargo, en la Riviera Maya se desarrollan relaciones propias de una región funcional, polar o nodal, pues los flujos e intercambios de recursos humanos y materiales es un realidad latente en base a los polos, representados en este caso por ciudades como Cancún, Playa del Carmen o Cozumel, y su área de influencia, es decir, las poblaciones circundantes.

Esta región se encuentra prevista en los planes estatales de desarrollo, por lo que constituye también una región plan, administrativa o programa.



En la clasificación de las grandes regiones de México, presentada por Ayllón y Chávez (1992, 274-276), la localidad de Tulum resulta integrante de la región Península de Yucatán, conformada por los estados Campeche, Quintana Roo y Yucatán.

Esta región se formuló con base en criterios fisiográficos y socioeconómicos, sin embargo, el factor homogeneizador está constituido más que nada por la situación de vecindad y un poco menos por el aspecto fisiográfico.

La región Península de Yucatán, otrora considerada como poco productiva y de población irregular, contribuye de manera importante al producto interno y presenta uno de los índices más elevados de crecimiento poblacional en virtud de la actividad turística que se desarrolla desde los años setenta.

Esa dinámica deja ver características propias de una región funcional, polar o nodal, que se debe a la evolución, surgimiento y decadencia de las actividades socioeconómicas. El abandono de la agricultura y la pesca, el establecimiento de maquiladoras o la migración a los polos turísticos dan cuenta de lo anterior.

Para el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, Tulum pertenece a la mesorregión conocida como Sur-Sureste, formada por los estados Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

El objetivo fundamental de la mesorregión Sur-Sureste es la coordinación económica entre sus estados parte.

Concebida esta mesorregión en mérito de una estrategia gubernamental, tiene el carácter de plan, administrativa o programa.

Además, Tulum se encuentra inserta en la región denominada Mundo Maya, compuesta por los estados mexicanos Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán, y por las naciones centroamericanas Belice, El Salvador, Guatemala y Honduras.

Esta región es administrada por la Organización Mundo Maya (OMM), presidida por los cinco ministros de turismo de los países integrantes, que tiene como objetivo coordinar, asistir y estimular el desarrollo turístico, cultural y ambiental de la región, de manera que constituya una de las fuentes principales de ingresos para la población y así limitar la destrucción del entorno físico e impulsar la conservación del patrimonio cultural.

Esta región, que abarca un territorio de aproximadamente 500 000 kilómetros cuadrados, comparte el patrimonio cultural maya, que es una de las civilizaciones más

avanzadas de la antigüedad. Comprende un sinnúmero de sitios arqueológicos, bosques tropicales, flora y fauna con características muy singulares, y el arrecife de coral más largo de América (OMM, 2002, 1).

El criterio que define a la región Mundo Maya es sobre todo el patrimonio cultural común, por lo que puede considerarse como región uniforme u homogénea. Sin embargo, ese origen cultural compartido es impulsado más que nada por motivaciones de tipo político, razón que la convierte en región plan, administrativa o programa.

Por último, Tulum se encuentra enclavada en la región Caribe. Si bien existen diversas concepciones sobre el Caribe, en este caso se adoptará la más amplia, conocida como La Cuenca del Caribe, que incluye a las Antillas Mayores, las Antillas Menores, los países caribeños en el continente (las tres Guyanas y Belice), los países de Centroamérica (incluido El Salvador que sólo tiene salida al Océano Pacífico), los países continentales de América Latina (México, Venezuela y Colombia), más el estado de Florida y las Islas Vírgenes estadounidenses (St. Thomas, St. Croix y St. John).

Aunque para fines turísticos se pretende vender un Caribe como región uniforme u homogénea, lo cierto es que pretende configurar más que nada una región plan, administrativa o programa, lo que se deja ver en la serie de esfuerzos y acuerdos que buscan la integración caribeña, proceso no exento de dificultades y contradicciones.

Lo anterior se refleja en la noción de Caribe mexicano, que fue por mucho tiempo un gran desconocido, hasta que en el México moderno apareció Cancún, la ciudad que salió de la selva para transformarse en la capital del turismo internacional del país. Así el turquesa del Caribe aparece como un tesoro oculto que pocos conocían aunque perteneciera a nuestra realidad desde tiempos inmemoriales (César, 1992, 9).

## 2

### DE ECAB A SOLIDARIDAD

La presencia maya en el territorio de Tulum se remonta a la llegada de los putunes o mayas chontales, procedentes del actual estado de Tabasco.

Estos pobladores, expertos en la construcción de barcos y el arte de la navegación, ejercieron un amplio control sobre la costa a través del desarrollo de un gran comercio

marítimo que llegaba hasta Honduras, por lo que establecieron puertos y factorías de apoyo al comercio, es decir, la producción de sal y la explotación del mar.

Además de las actividades salinera, pesquera y comercial, los mayas practicaban la caza del manatí y la tortuga, dos especies que les proporcionaban abundante carne, además de la piel y el caparazón, según el caso (César, 1992, 18).

El nombre original del área correspondiente al actual territorio de Tulum era *Zamá*, que quiere decir amanecer. Esta ciudad, junto a Cobá, Polé, Tankah, Xamanhá y Xel-Há, perteneció al cacicazgo de Ecab. Su ubicación sugiere que se trataba de un pueblo de frontera entre el propio cacicazgo de Ecab y el de Cochuah.

Roys sugiere que el nombre de este asentamiento prehispánico se debe a una corrupción española de la palabra maya Tzamá: "... que es el nombre de una variedad antigua de frijol, además de ser el nombre de un linaje de la isla de Cozumel". Sin embargo, el encomendero del lugar dice que Zamá "en lengua de indios quiere decir mañana". A Zamá se le ha pretendido identificar con Tulum, denominación que pudo adquirir mucho tiempo después, puesto que los primeros reportes del lugar lo llaman Zamá y no Tulum; además, bajo el nombre de Tulum no ha sido identificado en los textos coloniales (Vargas, 1997, 125).

Se presume que el primer contacto entre mayas y españoles en la zona fue en 1511, cuando los naufragos de la expedición de Valdivia se convirtieron en esclavos del gobernante de Zamá. Entre esos naufragos figuran Jerónimo de Aguilar y Gonzalo Guerrero, conocido este último como el pionero del mestizaje.

Juan Díaz, integrante de la expedición de Juan de Grijalva en 1518, hace referencia a un sitio que probablemente se trata de Tulum, pues se expresa los siguientes términos:

Corrimos el día y la noche por esta costa, y al día siguiente, cerca de ponerse el sol, vimos muy lejos un pueblo o aldea tan grande, que la ciudad de Sevilla no podía parecer mayor ni mejor y se veía en él una torre muy grande. Por la costa andaban muchos indios con dos banderas que alzaban y bajaban, haciéndonos señales de que nos acercásemos; pero el capitán (Grijalva) no quiso. Este día llegamos hasta una playa que estaba junto a una torre, la más alta que habíamos visto, y se divisaba un pueblo muy grande... [Díaz, *cit. pos.* Vargas, 1997, 105].

Es probable que la *torre muy grande* se trate de El Castillo de la hoy zona arqueológica de Tulum.

Después del descubrimiento de Yucatán y de varios viajes a fin de explorarla, la Corona Española otorgó en 1526 la autorización al adelantado Francisco de Montejo para conquistar esas nuevas tierras.

En la organización colonial del territorio bajo la modalidad de provincias, Zamá perteneció a Valladolid.

El encomendero Blas González informa que hacia 1527 el pueblo tenía muy pocos habitantes; en 1549, estando la encomienda bajo la administración de Luis de Baeza, el lugar tenía solamente ocho indios tributarios. A pesar de esta disminución en la población, Zamá siguió siendo objeto de concesiones; así, en 1565 el pueblo pasó a manos de Diego Martín y finalmente en 1579 fue cedida a Juan Darreygosa (Vargas, 1997, 125). En el siglo XVII se agregó a esta encomienda la cercana Polé (hoy Xcaret), que pertenecía a la provincia de Tizimín.

Los habitantes de Zamá abandonaron el pueblo hacia 1688 para reinstalarse en Bolona y Chemax; esto explicaría el hecho de que en el mapa de González de 1776 el lugar esté registrado como una torre de observación (puesto militar) y no como un asentamiento. A partir de esa fecha el pueblo quedó deshabitado (Vargas, 1997, 126).

Después de la colonia, Zamá recibe el nombre de Tulum, que en maya yucateco quiere decir muralla, cerco o seto. Ese nombre alude a la construcción de piedra que rodea a la zona arqueológica por tres de sus lados, pues hacia el oriente se encuentra el mar.

Tulum reaparece en la historia como parte importante del escenario de la Guerra de Castas (1847-1901), rebelión armada del pueblo maya contra los *dzules* (blancos de origen español).

La localidad objeto de la presente tesis fue conocida en ese entonces como *Santo Cah Tulum* (Pueblo Santo de Tulum), que surgió como una comunidad rebelde independiente. Existía un Santuario de la Cruz Parlante, rival de la Santísima, sita en Chan Santa Cruz (hoy municipio de Felipe Carrillo Puerto), a cargo de María Uicab, llamada "la reina de Tulum", quien la hacía hablar e interpretar sus designios. En 1890, los Cruzoob atacaron esta población como castigo por haber mantenido buenas relaciones con los yucatecos; algunos sobrevivientes huyeron a Honduras Británica, otros se independizaron y entablaron relaciones con los pacíficos de Kantunilkin, manteniéndose alejados de Chan Santa Cruz (Xacur, 1998, 41-70).

Los rebeldes Cruzoob reconocieron el carácter sagrado de las ruinas y colocaron una cruz en el templo conocido como El Castillo.

La Guerra de Castas cierra un capítulo importante en 1901 con la entrada del general Ignacio Bravo a Chan Santa Cruz. Debido a ello, los mayas rebeldes se desplazaron a Tulum, su última trinchera, pues el ejército logró acabar con la insurrección.

Con la creación del Territorio Federal de Quintana Roo mediante el decreto de 24 de noviembre de 1902, Tulum queda inserta en la Delegación de Cozumel. A partir de entonces, comienza una nueva etapa caracterizada por la explotación del chicle, la copra y las maderas preciosas.

En 1931, Quintana Roo sufrió el desmembramiento como territorio federal, quedando Tulum bajo administración yucateca. En 1935, el entonces presidente, Lázaro Cárdenas, restituye el Territorio Federal de Quintana Roo (*Programa Director...*, 2001, 6).

De ahí en adelante, el historial agrario de Tulum se desenvuelve de la siguiente manera. Fue constituido ejido mediante decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación del 19 de noviembre de 1938, sin embargo, fue entregado hasta el 18 de octubre de 1971. En 1974, sufrió una segregación de 1 910 hectáreas. Por último, su superficie fue ampliada mediante los decretos de 6 de junio de 1974 y 16 de marzo de 1981.

En la década de los sesenta, una profunda crisis interna obliga al Estado mexicano a reformular el modelo de desarrollo. A los cambios políticos los acompañan los económicos, y el desarrollo del turismo empieza a tener primacía en el Caribe insular y continental (César, 1992, 77).

Una de las estrategias de la reformulación consistió en impulsar un desarrollo turístico que tuvo su punto de partida en Isla Mujeres y Cozumel, destinos turísticos incipientes, a los cuales fue integrada la franja de 120 kilómetros, denominada corredor turístico Cancún-Tulum (hoy Riviera Maya). De ese modo, Tulum da sus primeros pasos en la "industria sin chimeneas".

Por decreto de fecha 8 de octubre de 1974 se crea el estado Libre y Soberano de Quintana Roo; Tulum se convierte en una localidad del municipio de Cozumel.

Con la continua evolución altamente dinámica de la actividad turística del corredor Cancún-Tulum se crearon las suficientes condiciones sociales y económicas que culminaron el 28 de julio de 1993, cuando la VII Legislatura del estado Libre y Soberano

de Quintana Roo decretó la conformación del municipio de Solidaridad con cabecera en Playa del Carmen (*Programa Director...*, 2001, 6). Con ello, Tulum pasa a formar parte del octavo municipio, porque comprende el territorio de la parte continental que pertenecía a Cozumel.

Hoy en día, Tulum constituye la segunda localidad más importante del municipio de Solidaridad dado su potencial natural y cultural, lo que la ha convertido en un punto de atracción para el turismo nacional e internacional.

No se omite manifestar que la localidad de Tulum es sede de uno de los cuatro centros ceremoniales de los mayas de Quintana Roo en el que perviven rasgos de la organización religioso-militar que tuvo su origen en la Guerra de Castas, es decir, el culto a la Cruz Parlante.

### 3

#### UN SITIO COMPETITIVO

El entorno geográfico es de suma importancia en la vida económica de una región, pues resguarda una serie de elementos que, de un modo u otro, brindan al ser humano recursos que deben aprovecharse de manera adecuada para que sean satisfactores permanentes de las necesidades de la población (Vargas, 1997, 75).

En base a lo asentado en el párrafo que precede, Tulum constituye un espacio privilegiado para la industria turística. Dicho sea de otro modo, la localidad de estudio ofrece una diversidad de bienes y recursos que favorecen la competitividad.

A fin de conocer ese potencial es necesario contar con un sistema clasificatorio del espacio. En este trabajo se adopta el formulado por Casasola (1990, 8), quien entiende el medio, en su sentido más amplio, como el hábitat total del ser humano, distinguiendo en él tres subconjuntos: ambiente natural, ambiente sociocultural y ambiente transformado.

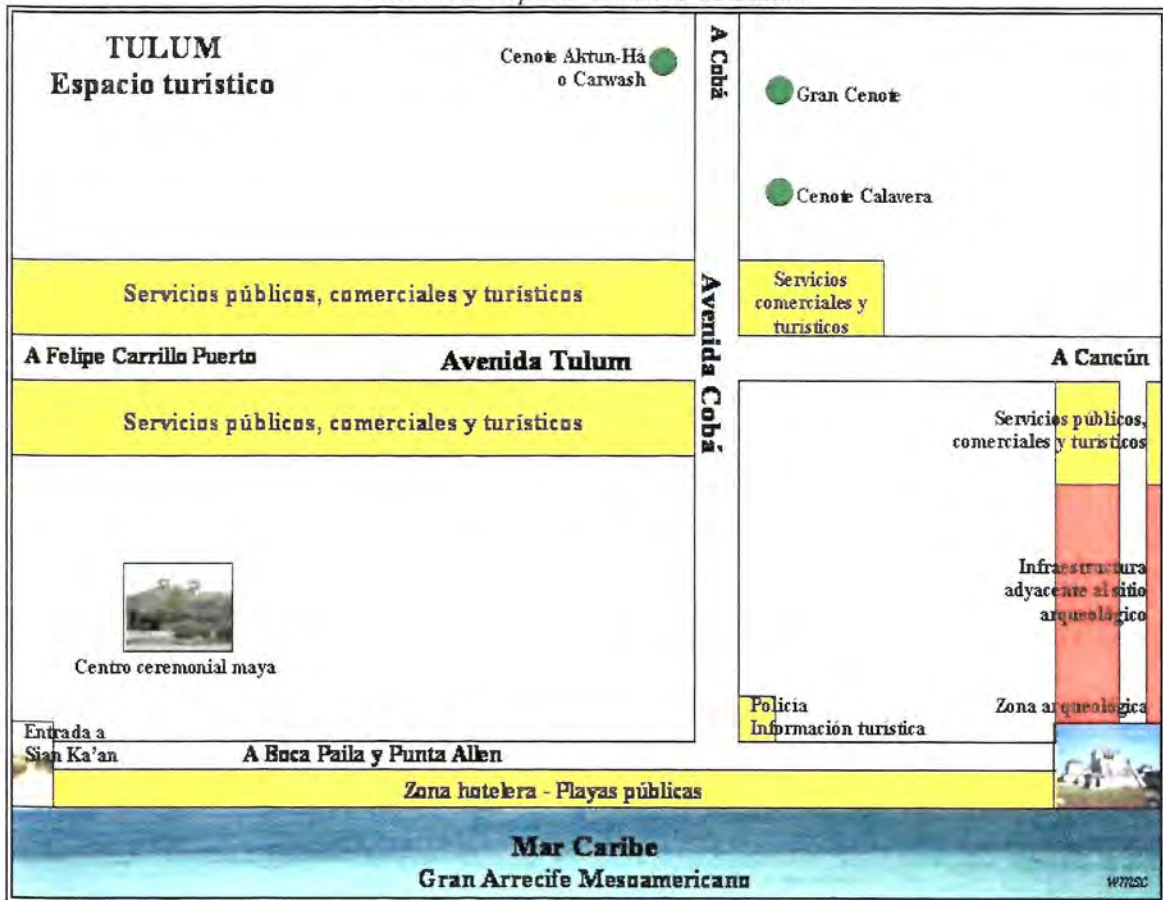
El ambiente natural se refiere al conjunto de ecosistemas naturales cuyos recursos se utilizan tal y como existen en la naturaleza.

El ambiente sociocultural comprende la gama de instituciones, creencias, valores y sistemas de vida que las sociedades han creado a través de su evolución histórica, es decir, la cultura en su sentido más amplio.

El ambiente transformado incluye todos aquellos espacios que han sido creados o modificados por el ser humano para realizar en ellos diferentes actividades, así como el espacio urbano.

El espacio turístico de Tulum comprende esos tres ambientes (véase figura 2).

FIGURA 2. *Espacio turístico de Tulum*



FUENTE: *Elaboración propia*

El ambiente (o patrimonio) natural de Tulum cuenta con un fuerte cimiento: un clima apto para el turismo de sol, playa y aventura. En la clasificación hecha por Besancenot (*vid.* Mesplier, 2000, 88-92), esta localidad se encuentra dentro de la zona cálida, en la región trópico lluvioso, es decir, latitudes bajas marcadas por una igualdad de condiciones climáticas a lo largo del año.

La temperatura media anual en la zona es de 26°C, con lluvias en verano (de mayo a octubre).

La actividad turística en Tulum está ampliamente determinada por este tipo de clima, sin duda atractivo para un turismo que proviene en gran parte de zonas urbanizadas del hemisferio Norte sometidas a largos y rudos inviernos.

El paisaje es otro elemento clave, pues representa la escenografía en la cual se llena el tiempo libre, se satisface la necesidad de ocio, recreación, descanso, espiritualidad y fantasía, elementos psicológicos sin duda necesarios para el éxito de la actividad turística.

Al estar enmarcada por las playas de arena fina y blanca y bañada por las aguas azul turquesa, ambas características del Mar Caribe, Tulum constituye un litoral, y los litorales son el primer destino turístico a nivel mundial (*vid. Mesplier, 2000, 93*).

La zona de playa se encuentra alejada del centro de población, lo cual crea una atmósfera que favorece la práctica del ecoturismo.

IMAGEN 1. *Tulum, destino turístico de litoral*



FUENTE: *Elaboración propia*

Además, Tulum forma parte de la reserva conocida como el Gran Arrecife Mesoamericano. Esta cadena de arrecifes de coral, que se extiende de Quintana Roo a Honduras, es considerada como la segunda barrera más larga del mundo (la primera se ubica en Australia).

La flora y fauna conservadas completan el paisaje y el patrimonio natural. La flora es de selva y manglar. La fauna es en su mayoría de origen neotropical; los principales grupos representados son anfibios, aves, mamíferos y reptiles. La gran variedad de aves y fauna marina constituyen un recurso importante de la localidad.



Asimismo, Tulum cuenta con una parte de la Reserva de la Biosfera de Sian Ka'an, que en maya significa "donde nace el cielo" o "regalo del cielo", otro ambiente natural por excelencia.

Por decreto de 20 de enero de 1986, Sian Ka'an fue declarada reserva natural, es decir, se convirtió en un espacio cuya finalidad es asegurar la supervivencia de más de 800 especies de flora y 2 161 de fauna, muchas de las cuales se encuentran en peligro de extinción. Con ello, se busca preservar un entorno ecológico fundamental que incluye la costa y el arrecife coralino.

Es bien sabido que la ausencia de ríos superficiales en la península de Yucatán se vio compensada por una red de cuevas y ríos subterráneos conocidos como cenotes. En Tulum y alrededores es posible encontrar los siguientes: Aktun-há o Carwash, Calavera, Casa Cenote, Cristal, Escondido o Maya Blu, Dos Ojos, Gran Cenote, Hidden Worlds y Tankah o Caleta Tankah.

Un concepto moderno de patrimonio cultural, el cual reúne el ambiente sociocultural y una parte del transformado, incluye no sólo los monumentos y manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos, arquitectura colonial e histórica, documentos y obras de arte), sino también lo que se llama patrimonio vivo: las diversas manifestaciones de la cultura popular (indígena, urbana, regional), las poblaciones o comunidades tradicionales, las lenguas indígenas, las artesanías y artes populares, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y tradiciones características de un grupo o cultura (Casasola, 1991, 31).

En ese sentido, la localidad de Tulum es poseedora de un importante patrimonio cultural.

Hablar de Tulum es hablar inevitablemente de la zona arqueológica que se ubica a dos kilómetros del centro de población, evidencia eterna del atrayente pasado del pueblo maya.

Otro elemento del patrimonio cultural es la Guerra de Castas, acontecimiento que convirtió a Tulum en un importante centro de culto a la Cruz Parlante, componente unificador de los mayas rebeldes.

Pero el culto a la Cruz Parlante forma también parte del patrimonio cultural vivo, pues esta devoción, compuesta de elementos prehispánicos y católicos, persiste en la localidad, que alberga uno de los cuatro Santuarios Mayas del estado, el cual es custodiado permanentemente por habitantes mayas organizados en un jerarquía religioso-militar, la

cual preside las ceremonias tradicionales y celebra reuniones regulares con otras localidades mayas de la región.

IMAGEN 2: *Centro Ceremonial Maya*



FUENTE: *Elaboración propia*

Lo anterior supone la persistencia del pueblo maya mediante su idioma, costumbres, tradiciones y actividades (pesca, agricultura, construcción de viviendas típicas, fabricación de artesanías textiles y muebles rústicos, entre otras).

No se omite manifestar que para esta comunidad existe un juez tradicional que aplica el derecho indígena cuya validez ha sido reconocida por la Ley de Derechos, Cultura y Organización Indígena del estado de Quintana Roo, de 1998.

Mesplier (2000, 107) señala que las fiestas religiosas atraen a un público mixto de peregrinos y turistas. En Tulum sucede así durante las dos fiestas anuales en honor a la Santa Cruz, las cuales tienen lugar del 7 al 14 de marzo y del 7 al 14 de octubre. En estas fiestas se congregan las comunidades mayas que dependen del Centro Ceremonial Maya situado en la localidad para participar en las ceremonias religiosas encabezadas por un sacerdote maya acompañado de un grupo musical tradicional denominado *mayapax*. Hay también procesiones, vaquería, corrida de toros, bailes y comidas que se ofrecen gratis a los visitantes (INEGI, 1999, 77-78).

Además de los bienes y recursos turísticos propios, la localidad de Tulum se encuentra situada en un itinerario más largo que abarca los demás destinos de la Riviera Maya, así como Cobá, Valladolid, Chichén Itzá, Holbox, Mérida, Sian Ka'an, Boca Paila, Punta

Allen, Felipe Carrillo Puerto, Costa Maya y Chetumal, entre otros; por lo que su vocación turística alcanza una gran dimensión.

IMAGEN 3. *Aspecto de la avenida Tulum*



FUENTE: *Elaboración propia*

IMAGEN 4. *Letrero informativo*



FUENTE: *Elaboración propia*

El ejercicio de esa vocación turística no sería posible sin el ambiente transformado, el cual es en gran parte fruto de la planeación urbana.

En la localidad de Tulum este ambiente se encuentra integrado por:

- La vía principal, es decir, la Avenida Tulum, en la que se ofrece gran parte de los servicios públicos, comerciales y turísticos. Asimismo, conecta a la localidad con los demás destinos de la Riviera Maya, así como Felipe Carrillo Puerto, Costa Maya y Chetumal.
- La Avenida Cobá, que conduce a la zona hotelera y a las playas públicas, constituye un camino alternativo hacia la zona arqueológica y enlaza a la localidad con destinos como Cobá, Valladolid, Chichén Itzá, Holbox, Mérida, Sian Ka'an, Boca Paila y Punta Allen.
- Las sedes del gobierno y otros servicios públicos.
- Andadores, carreteras, topes, pasos peatonales y señalamientos viales.
- Monumentos.
- Módulos de información turística.

- Letreros informativos.
- Sitios de taxi convencional y foráneo.
- Estaciones de autobuses.
- Aeropista.
- Diversos tipos de hospedaje. Predomina el denominado *hostel*, que puede encontrarse sobre todo en el área de playa (o zona hotelera).
- Restaurantes de comida nacional e internacional, ubicados en su mayoría en la Avenida Tulum, aunque también se localizan en la Avenida Cobá y en la zona hotelera.
- Centros de diversión.
- Tiendas de artesanías.
- Tiendas de abarrotes.
- Farmacias.
- Casetas telefónicas.
- Puntos de Internet.
- Agencias de viajes.
- Casas de cambio.
- Rentadoras de autos.
- Bancos.
- Despachos jurídicos.
- Consultorios médicos y hospitales.
- Oficinas de bienes raíces.
- Escuelas de idiomas, buceo y esnórquel.
- Estacionamiento.
- Gasolineras.

*La zona arqueológica de Tulum: Cohesión de tres ambientes*

La zona arqueológica de Tulum, principal atractivo turístico del área, conjuga de una manera particular los ambientes natural, sociocultural y transformado.

IMAGEN 5. *Aspecto de la zona arqueológica*



FUENTE. *Elaboración propia*

Esta ciudad prehispánica, una de las más visitadas del Mundo Maya, posee casi medio centenar de vestigios y de edificaciones.

Mediante decreto de 30 de abril de 1981, este sitio arqueológico fue declarado Parque Nacional, es decir, un espacio confiado al Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), organismo dependiente del gobierno, para su administración, investigación, conservación, promoción y control de las visitas, los accesos, la circulación y la infraestructura adyacente.

Este conjunto arquitectónico, enmarcado por el paisaje propio del Mar Caribe, se encuentra amurallado en tres de sus lados y como cuarta y quinta barreras se aprovecharon elementos del ambiente natural como el acantilado rocoso que da hacia la costa y los arrecifes, aproximadamente a 300 metros.

Como se indicó en el apartado anterior, los mayas se sirvieron del Mar Caribe para el desarrollo del comercio náutico, actividad que ejercía su influencia hasta Honduras.

El ambiente sociocultural del sitio está integrado por el legado del pueblo maya que se manifiesta en cada una de las construcciones (las cuales constituyen también un ambiente transformado) que transmiten aspectos de su historia, organización social y política, actividades productivas, militares, religiosas, entre otras.

El apogeo de esta ciudad como centro ceremonial de los mayas corresponde al período posclásico (800-1500 d. C.). En ese entonces, la hoy zona arqueológica era la parte central y se tenía como un conjunto de estructuras de tipo ceremonial, cívico-religiosas y

habitacionales (de reyes, sacerdotes, militares y comerciantes). Este centro era flanqueado por las partes denominadas norte y sur, que constituían las áreas habitacionales de la gente común.

Los edificios que componen el sitio son: El Castillo (su signo distintivo), el Templo del Dios Descendente, el recinto ceremonial, el Templo del Dios Viento, el Templo de los Frescos, la Casa del Cenote, la Casa del Noroeste, el Palacio, la Casa de las Columnas, los adoratorios y dos torres de vigilancia.

IMAGEN 6. *El Castillo*



FUENTE: *Elaboración propia*

IMAGEN 7. *Torre de vigilancia*



FUENTE: *Elaboración propia*

Con el fin de pulir su vocación turística, el patrimonio natural y cultural vivo en Tulum se complementa con un ambiente transformado.

Ese ambiente transformado se compone de la infraestructura adyacente a la zona, que tiene como objeto el ejercicio satisfactorio de las funciones propias del INAH, es decir, oficinas administrativas, taquilla, tienda, andadores, rampas, letreros, mapas, botes de basura, sitios para reposo, baños y estacionamiento.

Además, se ha habilitado una playa a la que los visitantes tienen acceso a través del mirador y sus respectivas escaleras, pues la altura de los acantilados impediría ese paso.

En esas áreas se prestan servicios de información, guía, primeros auxilios, salvavidas, vigilancia, limpieza, transporte hasta la taquilla, entre otros.

El ambiente transformado incluye también el área de servicios públicos, comerciales y turísticos que apoyan la actividad que se desenvuelve en el sitio arqueológico. Es así que es posible encontrar tiendas, baños y casilleros de cuota, restaurantes, hoteles, casas de

cambio, rentadoras de autos, casetas telefónicas, puntos de Internet, sitio de taxis, estación de autobuses y gasolinera.

No se omite manifestar que en esta área se pueden encontrar aspectos socioculturales como el gran mosaico de artesanías nacionales, así como la representación del ritual de los Voladores de Papantla, propio del estado de Veracruz.

IMAGEN 8. *Taquilla*



FUENTE: *Elaboración propia*

IMAGEN 9. *Mirador*



FUENTE: *Elaboración propia*

A modo de reflexión puede agregarse que los elementos integradores del espacio turístico de Tulum facilitan la práctica del ecoturismo y otras modalidades como un turismo de sol y playa moderado, turismo de aventura, turismo cultural y turismo comunitario, lo cual es conveniente para esta localidad cuya capacidad de carga no resistiría las implicaciones del turismo de masas.

#### 4

### PRODUCTOS DE POLÍTICA TURÍSTICA

En México, la Ley Federal de Turismo, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1992, establece como sus objetivos:

- I. Programar la actividad turística:

- II. Elevar el nivel de vida económica, social y cultural de los habitantes en las entidades federativas y municipios con afluencia turística;
- III. Establecer la coordinación con las entidades federativas y los municipios para la aplicación y cumplimiento de sus objetivos;
- IV. Determinar los mecanismos necesarios para la creación, conservación, mejoramientos, protección, promoción y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, preservando el equilibrio ecológico y social de los lugares de que se trate;
- V. Orientar y auxiliar a los turistas nacionales y extranjeros;
- VI. Optimizar la calidad de los servicios turísticos;
- VII. Fomentar la inversión en materia turística mediante capitales nacionales y extranjeros;
- VIII. Propiciar los mecanismos para la participación del sector privado y social en el cumplimiento de sus objetivos;
- IX. Promover el turismo social, así como fortalecer el patrimonio histórico y cultural de cada región del país, y
- X. Garantizar a las personas con discapacidad la igualdad de oportunidades dentro de los programas de desarrollo del sector turismo.<sup>10</sup>

Asimismo, asigna a la Secretaría de Turismo (SECTUR) la tarea de elaborar el programa sectorial turístico, que se sujetará al Plan Nacional de Desarrollo y especificará los objetivos, prioridades y políticas que normarán al sector.<sup>11</sup>

De ese modo, el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 aparece como el programa sectorial turístico actual,<sup>12</sup> que constituye

...ante todo, producto del esfuerzo y ejercicio democrático de la sociedad y el gobierno, con un horizonte de planeación hasta el año 2006, pero donde se sientan las bases para un escenario más amplio que reúne los objetivos, políticas, prioridades y acciones relevantes que deben confluir para alcanzar la Visión esperada en el año 2025 [*Programa Nacional de Turismo 2001-2006*, 8].

La localidad de Tulum, sea por sí misma o a través de las regiones a las que pertenece, está incluida en los objetivos del Programa Nacional de Turismo 2001- 2006, en los términos que se mencionan en los párrafos siguientes.

En términos del Objetivo sectorial 15 (*Desarrollar productos turísticos competitivos*), la zona arqueológica de Tulum aparece como un destino a consolidar y fortalecer mediante

---

<sup>10</sup> En el artículo 2o.

<sup>11</sup> En el artículo 8o.

<sup>12</sup> Dicho sea de otra manera, es el instrumento de política turística nacional, la cual se define como la parte de la política que establece las directrices de ordenación, planificación, promoción y control de la actividad turística en un país llevados a cabo por sus poderes públicos que se convierten en agentes turísticos a través de los órganos de la Administración Pública (Montaner, 2002, 17).



la práctica del turismo cultural, concebido como el conjunto de todas aquellas actividades que se realizan en contacto directo con el patrimonio tangible e intangible de una nación.

El Objetivo sectorial 12 (*Fomentar la oferta turística*) presenta una estrategia de desarrollo urbano y turístico del corredor Cancún-Riviera Maya que tiene como objetivo mantener la más alta competitividad internacional de esta región a través de la coordinación entre la Federación, el estado de Quintana Roo y los municipios de Benito Juárez, Cozumel, Felipe Carrillo Puerto y Solidaridad para reordenar el sistema de ciudades, la atención de rezagos en servicios básicos, la oferta de nueva vivienda, la protección ambiental y la ampliación de la red carretera, aeroportuaria y de transporte.

El Objetivo sectorial 10 (*Apoyar el desarrollo turístico municipal, estatal y regional*) da cuenta del Programa Mundo Maya cuyo objetivo es el impulso de la región denominada Mundo Maya mediante estrategias y acciones orientadas al desarrollo de nuevos productos, así como la consolidación de la oferta existente en el marco del desarrollo turístico sostenible, con la participación de los sectores público y privado e incorporando a las comunidades locales.

Además, el estado de Quintana Roo es atendido de manera indirecta por el Programa Centros de Playa que tiene como prioridad mantener un vínculo permanente y sistematizado con las autoridades estatales y municipales correspondientes a fin de identificar aspectos que inhiban el desarrollo armónico de los destinos de litoral, proponer alternativas, establecer mecanismos formales de colaboración para atenderlos, estimular su consolidación con base en criterios de sostenibilidad, todo ello con el fin de coadyuvar al impacto favorable desarrollo regional y al crecimiento dinámico de las poblaciones con esta caracterización natural.

El Programa Nacional de Turismo 2001-2006 hace énfasis en la coordinación entre la Federación, las entidades federativas y los municipios. Este tipo de coordinación encuentra su soporte legal en el artículo 17 de la Ley Federal de Turismo, el cual da las pautas para que los gobiernos de las entidades federativas y de los municipios, a través de órganos administrativos específicos, asuman funciones de planeación y gestión de la actividad turística dentro de sus jurisdicciones acordes con la política turística nacional.

De esa manera, el estado de Quintana Roo cuenta con una Secretaría de Turismo (SEDETUR), prevista también en el artículo 1o. de la Ley de Turismo del estado de Quintana Roo.

Asimismo, la mencionada ley dispone que:

Se considera de interés público la formulación y adecuación periódica de un Plan Estatal de Turismo, que tendrá por objetivo fijar los principios normativos y fundamentales para la planeación, fomento y desarrollo del turismo en el estado, así como asegurar la congruencia entre los propósitos y acciones en materia turística, de conformidad a lo establecido en el Plan Nacional de Turismo, el Plan Estatal de Desarrollo y en los objetivos fundamentales de esta Ley [artículo 10].

Por el momento, toda referencia de planeación turística estatal se puede encontrar en el Plan Estratégico de Desarrollo Integral del estado de Quintana Roo 2000-2025 y en el Plan de Gobierno 2005-2011.

El Plan Estratégico de Desarrollo Integral del estado de Quintana Roo 2000-2025 constituye una propuesta derivada de un proceso de gestión por parte del sector empresarial y de las autoridades estatales interesados en fincar las bases de un desarrollo sostenible con una visión de largo plazo.

Sus retos giran en torno a la indudable vocación turística del estado dada su ubicación geográfica privilegiada.

Es por eso que el citado plan se propone:

- La consolidación del desarrollo estatal teniendo como eje el turismo.
- El equilibrio entre las zonas norte, centro y sur a través del desarrollo sostenible, el cual requiere el control eficaz sobre el uso de los recursos naturales, el combate a fondo a la pobreza que se da en la zona maya y el afianzamiento de una sociedad madura y plural.
- La integración del estado al mundo globalizado en virtud de su naturaleza fronteriza.

En cuanto al sector turismo, el plan que se comenta cuenta con las siete líneas estratégicas que se mencionan a continuación:

1. Consolidación e integración de corredores turísticos regionales (Riviera Maya, Costa Maya y Ecoarqueológico del Sur) en una sola imagen destino denominada Caribe Mexicano.
2. Diversificación de la oferta turística a partir de las ventajas comparativas, fortaleciendo una posición de liderazgo del turismo cultural y de la naturaleza.
3. Integración de cadenas productivas al sector turismo, privilegiando a las regiones con mayor rezago económico en el estado.
4. Desarrollo de mecanismos para la toma de decisiones e implementación.
5. Desarrollo y modernización de la infraestructura turística y urbana en el marco del desarrollo sostenible.
6. Fortalecimiento de la cultura regional como fundamento del Caribe mexicano.
7. Desarrollo de programas de formación y capacitación permanente de los recursos humanos turísticos.

La localidad de Tulum está contemplada en la línea estratégica 1 mediante el proyecto de desarrollo de productos multidestinos hacia la cuenca del Caribe, pues impacta directamente al municipio de Solidaridad.

Por su parte, el Plan de Gobierno 2005-2011 señala que el turismo es el sector motor en el que descansa el 90% del desarrollo económico de Quintana Roo; es por ello que se propone consolidar a Quintana Roo como un multidestino turístico y comercial competitivo, ampliamente conocido en los mercados nacionales e internacionales, donde el estado tiene un rol de facilitador que genere las condiciones favorables a la inversión privada buscando siempre el desarrollo integral de la población.<sup>13</sup>

En mérito de lo anterior, se han formulado las diez estrategias que se mencionan a continuación:

1. Promover, mediante la planeación participativa, el desarrollo competitivo del sector turístico como una prioridad estatal.
2. Impulsar el desarrollo de corredores turísticos regionales con el fin de diversificar la oferta y potenciar los atractivos de cada región.
3. Generar y fortalecer productos turísticos con el fin de incrementar la afluencia y la estadía de los turistas.

---

<sup>13</sup> Capítulo III.- *Desarrollo integral*, III.3.- *Desarrollo económico*, 1.- *El turismo como motor de la economía*.

4. Promover el desarrollo de infraestructura turística que dé valor agregado y eficiente a los servicios turísticos.
5. Formación de capital humano competitivo como medio para elevar la calidad de los servicios turísticos.
6. Fomento de la cultura turística entre la ciudadanía como parte de un proceso que permita elevar la competitividad de los destinos turísticos.
7. Fortalecer la promoción turística estratégica de los destinos turísticos en los mercados nacional e internacional.
8. Impulsar la cobertura de los servicios de información, seguridad y asistencia a los turistas.
9. Promover la certificación de la calidad en materia turística del estado.
10. Promover la inversión privada como medio para la consolidación del desarrollo económico a través del turismo.

Como ya se ha mencionado, Tulum está incluida en la microrregión No. 5 cuya vocación es indudablemente el turismo. Es por ello que entre las tareas a realizar en este espacio se encuentran el mejoramiento de la imagen urbana, el reforzamiento de la seguridad pública y la modernización de la carretera federal Tulum-Playa del Carmen a cuatro carriles.

No se omite manifestar que los planes anteriores, así como su predecesor, es decir, el Plan Básico de Gobierno 1999-2005, han coincidido en dos realidades fundamentales:

1. El turismo como motor del desarrollo económico estatal y nacional.
2. La necesidad de planear la actividad turística en el marco del desarrollo sostenible.<sup>14</sup>

Por otra parte, la Ley de Turismo del estado de Quintana Roo señala como una de las facultades de la SEDETUR la promoción de acuerdos de coordinación para que los gobiernos municipales asuman funciones turísticas, lo cual presupone la existencia de dependencias u órganos municipales con injerencia en el sector.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> El concepto de desarrollo sostenible se acuñó en 1987, en el marco de la reunión que encabezó la noruega Gro Harlem Brundtland a instancia de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo. En el documento denominado *Nuestro futuro común*, también conocido como Informe Brundtland, se define el desarrollo sostenible como un conjunto de acciones encaminadas a satisfacer las necesidades de la generación presente sin menoscabar la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas.

<sup>15</sup> *Vid.* Artículos 21 y 22.

Es así que el Ayuntamiento de Solidaridad cuenta con una Dirección de Turismo supeditada a la Dirección General de Desarrollo Económico.

Esa unidad municipal se encuentra también prevista en el artículo 3º del Reglamento de Atención al Turista del Municipio de Solidaridad.

Además, el reglamento en cuestión dispone que el Comité de Planeación del Desarrollo Municipal y los subcomités especializados se reúnan con asistencia de los titulares de las dependencias estatales y federales que lo integren, a fin de planear, programar y autorizar las actividades turísticas en su territorio y con el propósito de coordinar acciones y programas.<sup>16</sup>

De ese modo, el Ayuntamiento, al inicio de su mandato aprobará el Programa Municipal de Turismo, que contendrá las prioridades y planes necesarios para el desarrollo de la actividad en el Municipio.<sup>17</sup>

Los productos de planeación hasta aquí referidos se aplican en lo que corresponda a la localidad de Tulum a través de su Delegación Municipal.

---

<sup>16</sup> En el artículo 5.

<sup>17</sup> En el artículo 6.

### Capítulo 3

#### *Consideraciones prácticas*

La cultura turística es mucho más que una mención política. Requiere de una base firme sustentada en la comunidad local, pues es la protagonista del conocimiento y aprecio del fenómeno turístico, que le brinda beneficios cualitativos y cuantitativos.

En el presente capítulo se demuestra la falta de adecuación entre política y realidad, pues la primera no considera a la segunda al planear y ejerce acciones que, si se estudian bajo el sustento teórico del presente trabajo, bien podrían clasificarse en otro rubro. La cultura turística, a pesar de constituir un objetivo de la política internacional, nacional y local, enfrenta aún una diversidad de obstáculos dadas las características de los contextos reales en donde se pretende aplicar.

La localidad de Tulum es sólo una muestra de una serie de fenómenos vinculados más bien con una ausencia de cultura turística, que tienen lugar en todo el estado, y, en general, en los destinos turísticos del denominado Tercer Mundo.

Se condensa, a manera de críticas y reflexiones, los resultados de la observación y de las entrevistas realizadas en el área de estudio. La información recabada confronta abiertamente el sustento teórico y político debido a la preponderancia del sistema capitalista que se ha apoderado del turismo para transformarlo en una industria más.

Es preciso comentar que la presente investigación se centra en planes y programas gubernamentales cuya temporalidad queda comprendida entre 1999 y 2006 (salvo el Plan Estratégico de Desarrollo Integral del estado de Quintana Roo 2000-2025), por lo que el examen de la presente tesis abarca hasta 2005. De esos instrumentos, únicamente el Código Ético Mundial para el Turismo y el PNT hacen referencia a la cultura turística, por lo que se prestará atención sobre todo a los contenidos de este último. En el caso local, es el Plan de Gobierno 2005-2011 el que la contempla, sin embargo, aún no se pueden observar

resultados, pues su aplicación apenas inicia, por lo que se examinará en cuanto portador de intenciones y la motivación para hacerlas concretas en una realidad nada optimista al respecto.

Los resultados que se consignan se clasifican en cuatro rubros: *Capitalismo*, que evidencia una cultura turística reducida a capacitación turística forzada y orientada a la competitividad, inherente al sistema capitalista y en vista de la diversidad de destinos turísticos. *Política*, que arroja una serie de aspectos interesantes sobre la ejecución de los planes y programas gubernamentales que prevén la cultura turística como elemento indispensable en la consolidación de los destinos turísticos. *Destino turístico*, que propicia una controversia sobre la consideración del patrimonio cultural y natural de la comunidad local, ¿cómo se puede apreciar el grado de autenticidad de aquéllos? ¿Existen por sí mismos o son bienes de consumo creados para contribuir a la satisfacción del turista, que a su vez contribuirá a la competitividad? En este caso, la cultura turística y el patrimonio cultural y natural se degradan a una escenografía a gusto del cliente. *Comunidad local*, que presenta el aspecto más sensible de la temática: la comunidad de hombres y de mujeres residentes en el destino turístico, por nacimiento o por vecindamiento, los cuales presentan un grado mínimo o nulo de cultura turística dependiendo de su participación en el sector y la calidad de vida que esa participación implica. Desde luego, el factor económico es el principal detonante de esa realidad.

De ese modo, quedarán cubiertos los cuatro puntos vitales del análisis que motiva el presente trabajo. En el capítulo I se trató sobre el contenido teórico existente sobre cultura turística, con base al cual se abordan los otros tres, es decir, la motivación de su establecimiento en los planes y programas gubernamentales, su ejecución y las características del entorno de aplicación.

La correlación de esas variables revelará el grado de cultura turística existente en la localidad de estudio.

A pesar de las cifras y expectativas del discurso, la actividad turística representa un sector frágil, sensible a las fluctuaciones económicas y a los acontecimientos naturales y políticos. Su inestabilidad se hace más evidente en los países del denominado Tercer Mundo, término que inicialmente tenía connotaciones políticas,<sup>18</sup> pero que ha adquirido un contenido económico que expresa las dificultades para alcanzar unos niveles de renta y de bienestar económico satisfactorios.

De ahí que, a pesar de las intenciones asentadas en los planes y programas gubernamentales, en la localidad de Tulum una aproximación a la cultura turística constituye más que nada una preocupación y práctica del sector privado, es decir, el sector empresarial, el cual se aboca a la habilitación de la mano de obra a fin de estar en condiciones de ofrecer mejores productos turísticos.

El esfuerzo constante por ofrecer los mejores productos obedece a la competencia dentro de la amplia gama de destinos turísticos, pues éstos son vistos como objetos de consumo susceptibles de ser preferidos o rechazados. De ahí que la satisfacción del turista (dicho sea de otro modo, el cliente potencial) sea el fin primordial de la actividad turística, pues de ella depende la continuidad en el consumo del producto y su recomendación.

Sin embargo, la habilitación para la calidad, que se define como la excelencia en la prestación de los servicios turísticos, está relacionada más que nada con la capacitación turística, que se refiere a la habilitación para un empleo en la actividad turística, lo que limita la difusión de una auténtica cultura turística, porque está enfocada únicamente a trabajadores del sector y no a la comunidad anfitriona como tal.

En Tulum, esa capacitación turística consiste en diversos cursos, por lo general, impartidos en los lugares de trabajo y de corta duración, a los que se asiste en calidad de trabajador, es decir, como parte de las funciones a desempeñar, lo que hace a un lado la orientación autónoma hacia una auténtica cultura turística.

Es por ello que esta capacitación aparece como un proceso forzado, pues en opinión de trabajadores entrevistados, la aportación de los cursos es limitada, los distraen de sus

---

<sup>18</sup> Es decir, agrupar bajo un solo término a los países que no pertenecían al bloque capitalista ni al comunista.



funciones cotidianas y, peor aún, los constriñen a permanecer horas adicionales que no les son remuneradas. Sin embargo, el negarse a participar en estas actividades implicaría desde sanciones de carácter económico hasta la pérdida del puesto de trabajo.

Las aseveraciones anteriores contrastan con la ambiciosa perspectiva sintetizada en el capítulo 1, en el sentido de considerar a la cultura turística como la parte de la cultura íntegra de una sociedad orientada al conocimiento y valoración del fenómeno turístico que busca la satisfacción de los turistas y los mayores beneficios cualitativos y cuantitativos para las comunidades anfitrionas.

La cultura turística precede a la capacitación turística, pues es un proceso de aprendizaje y concienciación por parte de la sociedad anfitriona, dicho sea de otra manera, se adquiere en la cotidianidad, forma parte del imaginario colectivo que surge en virtud del carácter de originarios o avecindados en un destino turístico. Es un universo simbólico que crece con el paso del tiempo y se refleja en el contacto con los turistas, independientemente de la actividad que se desempeñe.

En la localidad de Tulum, la ausencia de una cultura turística concebida en los términos apuntados en el párrafo anterior es evidente. El turismo representa, para algunos, un intruso que llegó a posesionarse de su espacio y estilo de vida; y, para otros, es una fuente de ingresos a mantener a cualquier costo, lo que revela la adaptación a las circunstancias y no la transmisión de valores socioculturales preexistentes en vista de la pertenencia a un destino turístico. De ahí que en la localidad de estudio se aprecie la presencia de una capacitación turística emergente, enfocada a satisfacer las expectativas de consumo.

La razón de esa limitación se encuentra en la dinámica del sistema capitalista que, habiéndose apoderado del turismo y transformarlo en un bien de consumo, se sostiene de la competitividad, la cual implica el desarrollo de una ventaja firme y duradera que permita alcanzar una posición favorable, al tiempo que se logran resultados financieros superiores y el crecimiento de la rentabilidad (González, 2002, 15).

El capitalismo, con la anuencia de los gobiernos, se ha posesionado de los destinos potencialmente turísticos a fin de proveer a la extensión y permanencia de ese sistema: los seres humanos y el entorno físico son medios de producción.

Las personas integran la mano de obra cuya aptitud se encuentra restringida a roles específicos cual piezas de rompecabezas para armar la infraestructura turística que funciona las 24 horas del día todos los días del año.

En esa dinámica no hay más lugar que para la capacitación turística, es decir, la habilitación para la competitividad.

## 2

### POLÍTICA

La formulación de una cultura turística para la localidad de Tulum parte de las referencias asentadas en los instrumentos de política turística como legislación, planes o programas gubernamentales.

En concordancia con el esquema jerárquico de productos de política turística presentado en el capítulo precedente, el punto de partida para el impulso de la cultura turística se encuentra en la Ley Federal de Turismo, la cual incluye entre sus objetivos elevar el nivel de vida económica, social y cultural de los habitantes en las entidades federativas y municipios con afluencia turística,<sup>19</sup> así como optimizar la calidad de los servicios turísticos.<sup>20</sup>

Es así que uno de los objetivos del Programa Nacional de Turismo 2001-2006 es precisamente el de mejorar la calidad de los servicios turísticos a través de las siguientes estrategias:

1. Desarrollar programas de mejoramiento de los recursos humanos del sector turismo.
2. Programas para asegurar la calidad de los servicios turísticos.
3. Propiciar el mejoramiento de la calidad de la enseñanza turística en México.
4. Realizar acciones para fortalecer la difusión de la cultura turística.<sup>21</sup>

La estrategia 4 propone que en las entidades federativas y los destinos turísticos se cuente con prácticas innovadoras orientadas a difundir los conceptos, valores y actitudes que conforman la cultura turística a través de las siguientes acciones:

---

<sup>19</sup> Artículo 2o., fracción II.

<sup>20</sup> Artículo 2o., fracción VI.

<sup>21</sup> Capítulo V.- *Objetivos sectoriales, estrategias y acciones*, Eje rector 2.- *Turistas totalmente satisfechos*, Objetivo sectorial 8.- *Mejorar la calidad de los servicios turísticos*.

- Participar en la identificación de necesidades y oportunidades para difundir la cultura turística en las entidades federativas y municipios con esa vocación.
- Promover la colaboración entre los sectores público y privado para generar sinergias y optimizar recursos orientados a la difusión de la cultura turística.
- Gestionar apoyos para la creación de materiales impresos, concursos, recorridos turísticos con talleres de cultura turística, campañas en medios de comunicación y clubes infantiles y juveniles.
- Coordinar la organización y participación en eventos que propicien el intercambio de información y experiencias en materia de difusión de cultura turística.
- Evaluar las acciones realizadas en materia de fomento a la difusión de la cultura turística, así como su impacto en el sector.

En el ámbito local, la Ley de Turismo del estado de Quintana Roo establece las bases para promover y fomentar una cultura turística entre los habitantes del estado.<sup>22</sup> Asimismo, determina que es facultad de la SEDETUR promover acciones de coordinación y formular recomendaciones en la elaboración de planes y programas de estudios con las instancias educativas correspondientes a fin de que se promueva a través de libros de texto, o cualquier otro medio didáctico, el significado de la actividad turística y su importancia para el estado.<sup>23</sup>

Como ya se ha visto, el Plan de Gobierno 2005-2011 cuenta con diez estrategias de acción para un desarrollo económico sustentado en el turismo. Es de subrayar la estrategia 6, que se refiere al fomento de la cultura turística entre la ciudadanía como parte de un proceso que permita elevar la competitividad de los destinos turísticos.

Las líneas de acción para concretar esa estrategia son:

- Promover la incorporación del tema "Cultura turística" dentro del currículo de educación formal en estudiantes de nivel básico.
- Implementar en coordinación con los ayuntamientos un programa de cultura turística con proyectos que permitan un impacto significativo en niños y jóvenes en la forma de percibir la importancia del turismo.

---

<sup>22</sup> Artículo 2o., fracción VIII.

<sup>23</sup> Artículo 33.

- Generar un programa que permita ofrecer a los estudiantes una orientación vocacional turística.
- Impulsar la generación de un espacio que permita la interacción entre maestros, estudiantes, sector privado y sector público a efecto de intercambiar información estratégica para todos los actores del sector.
- Diseñar e implementar una campaña estatal de concienciación de la cultura turística
- Implementar un programa de sensibilización para el trato al turista en órganos de procuración de justicia.

Según la Dirección de Capacitación y Cultura Turística de la SEDETUR, el turismo es una fuente de desarrollo económico y social debido a su capacidad de crear puestos de trabajo, directos e indirectos. Por ello, es urgente e importante inculcar una cultura turística en prestadores de servicios y comunidades locales, a fin de optimizar la actividad turística en el estado y proveer a su mantenimiento.

De ahí que la cultura turística signifique, para esa dirección, superar las expectativas de los clientes las 24 horas del día, circunstancia que incrementará la publicidad positiva y, por ende, el prestigio de un destino turístico, teniendo en cuenta que la mejor promoción es la que se hace de boca en boca, es decir, que los turistas se vayan satisfechos y deleitados, de manera que recomienden el sitio a clientes potenciales.

Es así que esa dirección diseña e imparte cursos de manera gratuita a estudiantes de nivel básico y medio superior y prestadores de servicios turísticos, aunque la propuesta es para todo público. Asimismo, a fin de incrementar la cartera de cursos a ofertar, trabaja en coordinación con instructores de la SECTUR.

En cuanto a una cultura turística en los términos en que se encuentra definida en la primera parte del presente capítulo, se tiene el curso denominado precisamente *Cultura turística*, el cual se enriquece con cursos de historia y geografía del estado y/o del destino turístico de que se trate. Existe además un programa titulado cultura turística, que agrupa los cursos *Tú y el turismo en México*, cuya finalidad es despertar una conciencia turística en niñas y niños de temprana edad; *Nuestras raíces*, que exalta las aportaciones de la cultura maya y orienta al aprecio del entorno físico; *Ciudades turísticas limpias y Playas limpias*, los cuales hacen referencia a la necesidad de establecer y mantener una imagen digna para

los destinos turísticos. No se omite manifestar que este programa se aplica en coordinación con la SECTUR.

También se ofrecen temas específicos de capacitación turística. Es el caso de los cursos titulados *Calidad... el camino a la excelencia*, *Cultura y calidad en el servicio turístico*, *Turismo alternativo*, *Desarrollo turístico sustentable*, *Autoestima y superación laboral*, *La calidad soy yo*, *Prácticas de higiene* (Distintivo "H") y *Personal de contacto*. Para los empresarios se ofertan los cursos de *Pequeños emprendedores*, *Genérica I* (apertura y organización de una pequeña empresa) y *Genérica II* (costos reales para la apertura de una empresa).

A nivel municipal, la Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Solidaridad, a través del Consejo de Desarrollo Turístico Municipal de la Riviera Maya, desarrolla una campaña de cultura turística infantil intitulada *Mi amigo el turista*, a través de la cual se pretende llegar a más de 4 500 niños.

La campaña está enfocada a niños de los últimos tres grados de primaria. Se lleva a cabo en escuelas de Playa del Carmen (cabecera municipal), como plan piloto, para posteriormente trasladarla a Tulum, Chemuyil y otras localidades.

Es preciso agregar que en los ámbitos municipal y local es posible encontrar más que nada acciones capacitación turística manifiestas en la diversidad de cursos impartidos en los centros de trabajo u ofrecidos por sindicatos, bolsas de trabajo y otras asociaciones.

Como se puede apreciar, existe una gama de posibilidades para la difusión de una cultura turística para Tulum, pues existe una legislación que la prevé y una planificación que la incluye entre sus objetivos, aunque por ahora las acciones específicas sean aún limitadas o se trate de aproximaciones, es decir, de capacitación turística.

El punto de partida de la presente investigación es precisamente ese conjunto de menciones políticas respecto a la cultura turística cuyo campo de concreción incluye la localidad de Tulum.

Sin embargo, como se ha visto, existe una falta de adecuación entre los objetivos establecidos y la práctica en el contexto de estudio.

Ha quedado asentado que la gestión de la actividad turística al puro estilo capitalista constituye uno de los obstáculos para la forja y afirmación de una cultura turística concebida en los términos establecidos en este trabajo. Ese estado de cosas encuentra apoyo

en la política, la cual se orienta hacia el denominado desarrollo económico que, en el caso de México y, en particular, del estado de Quintana Roo, encuentra en el turismo la fuente para lograr ese fin.

Es por eso que en la política turística nacional, la cultura turística se refiere más que nada a la habilitación para la calidad, es decir, para incrementar la competitividad de los destinos turísticos, dicho sea de otra manera, la cultura turística se considera como sinónimo de capacitación turística, y ya se ha dicho que la primera es un proceso educativo inherente a la comunidad local.

Bajo los disfraces conceptuales de prioridad nacional, calidad y desarrollo sustentable, el PNT apologiza la competitividad. De ahí los cuatro ejes de la política turística nacional:

1. *Turismo, prioridad nacional*: Pues se trata de una actividad económica fundamental para el país.
2. *Turistas totalmente satisfechos*: Mediante la creciente calidad de los servicios turísticos para estar en real posibilidad de competir con otros mercados.
3. *Destinos sustentables*: Valiéndose de un "espíritu" ecológico y de desarrollo social a fin de sentar las bases para la permanencia de los destinos turísticos, lo que trae consigo la posibilidad de seguir siendo explotados.
4. *Empresas competitivas*: El título lo dice todo.

Como se puede apreciar, esta política sectorial favorece el neocolonialismo al dejar la puerta abierta a la gestión económica extranjera en los destinos turísticos del país, sosteniendo de esa manera el círculo subdesarrollo-neocolonialismo-subdesarrollo-neocolonialismo.

La expectativa nacional se confirma en el nivel local. La tendencia no cambia, pues la cultura turística constituye una de las estrategias para elevar la competitividad de los destinos turísticos y confirmar al turismo como motor de la economía. Se pretende consolidar a Quintana Roo como un multidesestino turístico y comercial competitivo, ampliamente conocido en los mercados nacionales e internacionales, donde el estado tiene un rol de facilitador que genere las condiciones favorables a la inversión privada buscando siempre el desarrollo integral de la población (Plan de Gobierno 2005-2011).

De ahí que otras estrategias relativas a la actividad turística utilicen expresiones como desarrollo competitivo, diversificación de oferta, generación y fortalecimiento de productos

turísticos, desarrollo de infraestructura turística, capital humano competitivo, promoción turística estratégica, certificación de la calidad o inversión privada.

Lo anterior queda confirmado con las aseveraciones del jefe del Departamento de Cultura Turística de la SEDETUR, José María González Gómez, quien sostiene que la cultura turística significa superar las expectativas de los clientes (turistas) las 24 horas del día con la finalidad de incrementar la publicidad y el prestigio de los destinos turísticos del estado, para lo cual ese departamento prepara jornadas de capacitación. Como se puede apreciar, la cultura turística se limita a la habilitación para la competitividad, pues el estímulo que se difunde a través de los cursos que se imparten es la sensibilización de los participantes enfocada a la pertenencia a las empresas para las cuales trabajan, dicho sea de otra manera el "amor a la camiseta".

El entrevistado mencionó también que se han impartido cursos en la localidad de Tulum principalmente a prestadores de servicios turísticos, de los cuales resalta su buena participación, pues están conscientes que la actividad turística es su modo de vida y que dependen de los turistas (o clientes) y no a la inversa.

Asimismo, menciona que la capacitación es el factor más importante que tiene el gobierno en la actualidad, pues, si no se cuenta con mano de obra calificada, existe el riesgo a tener fallas y a que los turistas no se sientan satisfechos de su estancia. Nuevamente se orienta a la competitividad, es decir, capacitación turística.

Por otra parte, se pudo advertir que no existe coordinación entre niveles de gobierno. Fuera de la tímida colaboración entre SECTUR y SEDETUR, no existe una labor conjunta en seguimiento del plan estatal, pues el Departamento de Cultura Turística de la SEDETUR realiza su trabajo basado en una estructura ya definida, que no tiene que ver directamente con los instrumentos políticos analizados ni se vale de los ayuntamientos para ejecutarlo. Es el caso de la campaña *Mi amigo el turista*, emprendido por el Ayuntamiento de Solidaridad, en el cual el ente turístico estatal no tiene participación.

La política turística nacional y estatal, a pesar de emplear la expresión cultura turística, se encuentra limitada en sus mecanismos de concreción, es decir, propugna más bien por la capacitación turística con miras a estimular la competitividad y proveer al desarrollo económico, el cual es en realidad crecimiento económico para los gestores de la actividad turística, pues la comunidad local y el destino turístico son únicamente medios para

alcanzar ese fin, que fortalece al capitalismo y asegura su extensión a través de la globalización o estandarización de los productos turísticos en abierta oposición con la aspiración de la OMT: *liberalismo con rostro humano*.

### 3

#### DESTINO TURÍSTICO

Se afirmaba en el capítulo precedente que la localidad de Tulum cuenta con privilegiados ambientes natural, sociocultural y transformado, los cuales le proporcionan el carácter indudable de destino turístico.

Sin embargo, la valoración del patrimonio natural y cultural de un destino anfitrión puede estar basada en la función de bienes que se venden y se compran, es decir, productos a ofrecer a los turistas (o clientes) en aras de la satisfacción de sus necesidades de ocio.

Tanto la actividad turística como los medios de comunicación se encuentran en manos de empresarios, quienes lo entienden como doctrina para vivir del acrecentamiento del capital, aspecto que se ha recrudecido de forma significativa en los últimos años volviendo la actividad turística un acto burgués que pretende sólo reproducirse, además de estandarizar sus servicios y destinos [Guzmán, 2005, 60].

La formulación de la oferta atractiva del patrimonio natural y cultural de un determinado destino receptor está a cargo de una de las herramientas más efectivas del capitalismo: la publicidad.

La publicidad configura el imaginario turístico recurrente, es decir, el escape de lo "occidental": rutina, estrés, ausencia de valores y climas fríos. Entonces, el ideal del turista se enfoca hacia lo "auténtico", lo "puro" y lo "exótico", dicho sea de otra manera, lo "no occidental" en un entorno físico prácticamente intacto: climas cálidos, playas y flora y fauna espectacular y abundante.

Ese ideal se encuentra, por lo general, en los destinos turísticos de Tercer Mundo, y de ahí el entusiasmo por los pueblos que conservan formas "ancestrales" de vida: lengua, religión, usos y costumbres, aunque la realidad sea que quede poco o nada de la grandeza de esas culturas precolombinas.



La visión capitalista del turismo como un conjunto de recursos orientados a satisfacer las necesidades occidentales de ocio lleva a la organización de la actividad turística como industria, de manera que se procuren mayores ganancias con menores costos. Wallerstein (1998, 4) resalta que:

El capitalismo histórico ha implicado una mercantilización generalizada de unos procesos que anteriormente habían sido realizados a través de medios distintos al "mercado". Y, en el curso de su intento de acumular más y más capital, los capitalistas han intentado mercantilizar más y más procesos sociales en todas las esferas de la vida económica. Dado que el capitalismo es un proceso asocial, de aquí se desprende que ninguna transacción social ha estado intrínsecamente exenta de una posible inclusión. Esta es la razón para decir que el desarrollo histórico del capitalismo ha implicado una tendencia a la mercantilización de todas las cosas.

La gestión capitalista de un destino turístico erradica la posibilidad de creación o afirmación de la cultura turística, pues consiste precisamente en la instauración del teatro de lo exótico, donde el patrimonio natural constituye la deslumbrante escenografía en la que la sociedad anfitriona actúa su herencia cultural o, peor aún, se convierte en una espectadora más de la presencia de "extraños" que explotan comercialmente su lugar de origen y/o residencia.

La actividad turística se traduce en la mercantilización de los valores socioculturales y naturales de los destinos anfitriones. Bienes que se venden, que se compran, que se consumen, que se degradan y que se agotan. De ahí que se ponga en entredicho las aspiraciones del turismo sostenible, el cual se define como aquél que satisface las necesidades de los turistas y de los anfitriones presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro, al estar orientado a la gestión de todos los recursos de manera que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetándose, al mismo tiempo, la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida (OMT, *Carta del Turismo Sostenible*).

El turismo sostenible guarda una estrecha relación con la cultura turística, pues la difusión y asimilación de conocimientos y valores relacionados con el turismo favorecen su concreción.

Los beneficios de diversa índole generados en mérito de esa concreción (impactos positivos del turismo) favorecerían la consolidación de productos y destinos turísticos y, por consiguiente, la sostenibilidad del destino receptor.

No obstante, el turismo sostenible representa una estrategia más del capitalismo, rector de la actividad turística.

Rioja (2000, 48-49) opina que:

Los valores y prácticas en los que se reproduce el turismo actualmente son propios de la cultura occidental y sus necesidades de expansión. Es en este contexto que la preocupación por la "preservación", "conservación" y "cuidado" del ambiente se convierte en un elemento que la tendencia de la economía de servicios incorpora para "agregar un valor" a la actividad turística. Es decir, la incorporación del paisaje y sus recursos a la lógica de la explotación capitalista para el "disfrute", "recreación", "placer" y "descanso" de cientos de miles de personas provenientes en su mayoría de las sociedades desarrolladas. Es así que al fenómeno turístico simplemente se le antepone el término "sostenible" y se trata de modificar su contenido. Este hecho en realidad poco está aportando al lenguaje debido a que, en gran medida, pretende responder solamente a una moda propia de la mercantilización de los servicios turísticos. El turismo sustentable es la llave propicia para justificar la explotación de zonas de riqueza natural como reservas naturales, parques nacionales y reservas de la biosfera, entre otras categorías no menos importantes asociadas al patrimonio de la humanidad.

De ahí que el capitalismo preconice lo que Renzo Garrone denomina: una nueva línea de desarrollo del colonialismo (*cit. pos. Aime, 2005, 15*).

La dinámica descrita en los párrafos que preceden obstaculiza la creación o afirmación de una auténtica cultura turística en la localidad de Tulum, pues los elementos de su patrimonio natural y cultural se comercializan o se desenvuelven de manera aislada.

El patrimonio natural se ofrece como parte de los paquetes de hoteles o del consumo en restaurantes en la zona de playa. El área de playas públicas es claramente inferior a la administrada por hoteles y restaurantes. Y, aunque la playa es propiedad pública, la ignorancia de esta calidad, aunada a las restricciones en el acceso a hoteles y restaurantes a los no clientes, es decir, quienes no ha cubierto los costos de goce de servicios, traen consigo una aparente privatización del recurso. La misma situación se presenta en el caso de cenotes, reservas ecológicas y parques nacionales.

La zona arqueológica de Tulum se oferta, ya sea como una opción de excursión en los paquetes contratados en el lugar de origen o como el servicio de guías de turistas que

instruyen sobre el sitio mediante someras explicaciones a cambio de un precio a tratar dependiendo del número de turistas interesados.

El área comercial que precede al sitio arqueológico es una evidente capitalización de los valores originales, valores agregados, valores necesarios y valores creados: hoteles, restaurantes y otros servicios turísticos, algunos de firmas mundialmente conocidas.

La venta de artesanías tanto en la zona arqueológica como en la localidad se consolida mediante una falsa amabilidad y técnicas de persuasión, las cuales resultan impertinentes en algunos casos. Los productos no reflejan necesariamente el trabajo manual o un significado cultural inherente a la comunidad local, pues se ofrecen, a precios exorbitantes, artesanías procedentes de otras partes del país o de Centroamérica y toda clase de *souvenirs* estandarizados.

Las fiestas anuales en honor a la Santa Cruz y el culto a la Cruz Parlante representan raramente aspectos de interés para los turistas, pues no se encuentran comercializados, se desarrollan en espacios diversos al turístico bajo normas estrictas de adhesión, como el caso del Santuario Maya, que es custodiado por habitantes mayas organizados en una jerarquía religioso-militar. Resulta una paradoja que ambas, expresiones auténticas de la comunidad local, no sean apreciadas en el marco de un respetuoso encuentro entre turistas y anfitriones, que contribuya al verdadero conocimiento del destino turístico por parte de los primeros y a la práctica de la cultura turística por parte de los segundos.

Otros elementos que confirman la mercantilización de productos son: la presentación de rituales y danzas, que no son más que una mera actuación, como el caso del ritual de los Voladores de Papantla, procedente del estado de Veracruz, que se presenta en el área comercial del sitio arqueológico; o la presencia de "típicos" restaurantes de comida mexicana, y de especialidades italianas, francesas o argentinas, así como de centros de diversión, que no tienen relación alguna con la gastronomía y los hábitos de los locales.

Además, los enlaces favorecedores con otros destinos turísticos mediante modernas carreteras y la disposición inmediata de medios de transporte son accesorios indispensables de la actividad turística más que servicios públicos para la comunidad local, pues para esta los recursos citados constituyen simples herramientas de trabajo.

Las situaciones consignadas se encuentran vinculadas a los impactos negativos del turismo, lo que menoscaba la difusión, establecimiento o arraigo de la cultura turística.

*Neocolonialismo*

La cultura turística encuentra su sustento en la toma de conciencia por parte de la sociedad anfitriona sobre la importancia del turismo como actividad socioeconómica primordial, y en la actuación en consecuencia, es decir, la adquisición de conocimientos, valores y actitudes a manifestarse en su proceder ante la diaria recepción de turistas, por lo que esa situación, más que atención interesada y calculada, o afectación y servilismo, signifique una ocasión de contacto con la otredad, lo que facilitaría el conocimiento y aprecio intercultural.

Sin embargo, existe una razón fundamental que impide la efectiva concreción de ese equilibrio, dicho sea en otras palabras, una auténtica cultura turística: el neocolonialismo.

El tiempo libre, adoptado por el capitalismo y transformado en una operación más comercial que espiritual, implica una desconexión de la cotidianidad, pero no de la economía.

Uno de los mecanismos que refleja lo antes mencionado es la incursión de los países hegemónicos en los países del Tercer Mundo con potencial turístico a través de multinacionales, con la anuencia de la autoridades estatales y en sintonía con la globalización, o la tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión que sobrepasa las fronteras nacionales.

Entonces, se da a la perfección lo que Wallerstein denomina economía-mundo, dicho sea de otro modo, la operación de los factores económicos en una arena mayor de la que cualquier entidad política pueda controlar totalmente. De ese modo, los límites estatales no coinciden con los de la economía-mundo cuyas dimensiones son función del estado de la tecnología y posibilidades de transporte y comunicación dentro de su radio de acción (*vid.* Wallerstein, 1999, 490-494).

Y aquí entra en juego la teoría de la dependencia formulada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), que se refiere a la subordinación económica y tecnológica que sufren los países subdesarrollados o la periferia respecto de los industrializados o el centro.

La teoría precedente concuerda con la definición de neocolonialismo, que es el predominio e influencia económica, cultural, política, etc., sobre los países del Tercer Mundo, en general por parte de antiguas potencias coloniales o de países hegemónicos.

De ahí que autores como Cohen (1984) o Nash (1977) incluyan entre las caracterizaciones del turismo la que se formula en los términos siguientes: el turismo como una forma de neocolonialismo.

En una expresión del binomio centro-periferia, el turismo se presenta como creador de relaciones de sumisión de las naciones receptoras para con las generadoras<sup>24</sup>, las cuales reproducen formas coloniales o imperialistas de dominación y subdesarrollo estructural.

Las añejas plantaciones han sido sustituidas por un gran hotel o un estandarizado restaurante que ofrece a los locales empleos o subempleos<sup>25</sup> cuyas condiciones en muchos casos resultan abiertamente irrespetuosas de las legislaciones del trabajo nacionales dada la ineficacia estatal para aplicarlas o velar por su correcta aplicación.

El destino anfitrión percibe escasos beneficios en virtud de la dinámica capitalista, para la cual aquél se equipara al medio de producción del que se apodera para concretar la obtención de los mayores dividendos.

En general, las auténticas ganancias retornan al generador, raramente se quedan en el receptor, y cuando sucede así es debido al mantenimiento o ampliación de los medios materiales de ejecución.

De ese modo, la actividad turística resulta artífice del subdesarrollo, el cual se expresa en dependencia, pobreza, desaparición de empresas nacionales que compiten en desigualdad de circunstancias con las extranjeras, retroceso de actividades económicas alternas, conflictos de identidad, estructuras sociales desequilibradas, cultura del conformismo y de la inferioridad, migración, instituciones políticas inestables e inadaptadas que dan cuenta de un poder estatal insuficiente y cómplice del neocolonialismo, entre otros.

En la localidad de Tulum la dinámica descrita líneas arriba tiene lugar día con día. Siendo el turismo la actividad económica predominante en el área, la mayoría de los habitantes, en especial, los más jóvenes, se emplea en empresas turísticas como hoteles,

---

<sup>24</sup> Las naciones generadoras del turismo incluyen tanto a las empresarias como a las emisoras de turistas, las cuales coinciden habitualmente.

<sup>25</sup> No hay que olvidar que, salvo casos aislados, a los locales se asignan los puestos inferiores, mal retribuidos o despreciados.

restaurantes, tiendas, centros de recreación y otros, sitios en la localidad o en otros destinos turísticos como Akumal, Puerto Aventuras, Playa del Carmen o Cancún.

El cuadro 2 refleja el notable incremento de la población empleada en el sector terciario, dentro del cual se ubica la actividad turística. No es coincidencia que ese incremento se haya verificado entre 1990 y 2000, período en el que la localidad de Tulum se consolidó como potencial destino turístico, debido al crecimiento de la actividad turística en la región denominada Riviera Maya, lo que llevó a la creación del municipio de Solidaridad.

CUADRO 2. *Datos económicos de la localidad de Tulum*

<i>Año</i>	<i>1990</i>	<i>2000</i>
<i>Población económicamente activa</i> <sup>26</sup>	660	2550
<i>Población económicamente inactiva</i> <sup>27</sup>	647	1845
<i>Población ocupada</i> <sup>28</sup>	642	2516
<i>Sector primario</i>	103	113
<i>Sector secundario</i>	104	460
<i>Sector terciario</i>	408	1873

FUENTE: INEGI, XI y XII Censos generales de población y vivienda.

Es común observar en diferentes momentos del día a las mujeres y a los hombres que forman parte de la gran mano de obra que mueve a la industria sin chimeneas, vistiendo el uniforme que delata el puesto que desempeñan: recepcionista, animador, mesero, cocinero, etc., con los colores y logotipos de la empresa a la cual pertenecen, esperando los vehículos que habrán de transportarlos a los lugares de trabajo, donde desempeñan las funciones asignadas, raramente aprendidas en escuelas especializadas, pues ante la urgencia de personal se contratan personas a poner a prueba, la cual consiste en aprender lo más rápido posible las tareas y características del puesto en cuestión.

<sup>26</sup> Total de personas de 12 años y más que en la semana de referencia (en la cual se realizó el censo) se encontraban ocupadas o desocupadas (INEGI, 1991 (b), 210).

<sup>27</sup> Total de personas de 12 años y más que en la semana de referencia no realizaron ninguna actividad económica ni buscaron trabajo. La población económicamente activa se clasifica en: estudiantes, personas dedicadas a los quehaceres de su hogar, jubilados o pensionados, incapacitados permanentemente para trabajar y otro tipo de inactivos (*Ídem*).

<sup>28</sup> Total de personas de 12 años y más que realizaron cualquier actividad económica en la semana de referencia, a cambio de un sueldo, jornal u otro tipo de pago en dinero o en especie. Incluye además a las personas que tenían trabajo, pero no trabajaron en la semana de referencia por alguna causa temporal (vacaciones, licencia, mal tiempo, huelga o estaban en espera de iniciar o continuar con las labores agrícolas). Incluye también a las personas que ayudaron en el predio, fábrica, tienda o taller de algún familiar si recibir sueldo o salario de ninguna especie, y a los aprendices o ayudantes que trabajaron sin remuneración (*Ídem*).

Asimismo, al aceptar un empleo en un sector que funciona las 24 horas del día todos los días del año, los trabajadores se convierten prácticamente en propiedad de la empresa. La cuestión de la disponibilidad de horario constituye una de las violaciones más comunes a la Ley Federal del Trabajo, pues los turnos, por lo general, se dividen en tres de ocho horas cada uno: matutino, vespertino y nocturno<sup>29</sup>, contraviniendo de esta manera el artículo 61 de la legislación ya referida, el cual estipula que la duración máxima de la jornada de trabajo será de ocho horas la diurna, siete la nocturna y siete horas y media la mixta,<sup>30</sup> porque se uniformiza la duración de las jornadas y son pagadas sin considerar horas extras.

El salario representa siempre una de las cuestiones más controversiales en toda relación de trabajo. El salario que percibe la mayoría de los trabajadores locales del sector turismo es el mínimo, que, a decir de los trabajadores entrevistados, alcanza solamente para la satisfacción de las necesidades básicas (alimentación y vestido) y para cubrir el monto de los alquileres de vivienda y cuentas de electricidad y agua. Si se trata de familias con hijos, es necesario que ambos cónyuges aporten recursos para la economía familiar, pues, aún en el caso de personas que viven solas o con sus padres, los ingresos resultan insuficientes.

A mayor abundamiento, los trabajadores entrevistados señalaron que una de las injusticias más evidentes es la diferencia de salarios entre ellos y trabajadores extranjeros que desempeñan los mismos puestos, pues los contratos de estos últimos se rigen por las legislaciones laborales del país de la multinacional, por lo que la diferencia resulta notoria. "Hasta les pagan en dólares", expresan.

Además, como ya se ha señalado, el turismo es un sector inestable debido a los acontecimientos políticos y naturales (como los huracanes, comunes en el área), lo que se traduce en inestabilidad laboral y, por consiguiente, económica, de la población, lo que lleva a la insatisfacción individual y familiar.

"Tengo que hacer bien mi trabajo porque si no me corren... hay mucha gente que me puede sustituir en un dos por tres". Esa es la idea de la calidad: hacer bien el trabajo, no por

---

<sup>29</sup> Por lo general, el turno matutino puede ser de 7:00 a 15:00 ó de 8:00 a 16:00; el vespertino, de 15:00 a 23:00 ó de 16:00 a 24:00, y el nocturno, de 23:00 a 7:00 ó de 24:00 a 8:00.

<sup>30</sup> El artículo 60 de la Ley Federal del Trabajo establece que la jornada diurna es la comprendida entre las seis y las veinte horas; la jornada nocturna es la comprendida entre las veinte y las seis horas, y la jornada mixta es la que comprende periodos de las jornadas diurna y nocturna, siempre que el periodo nocturno sea menor de tres horas y media, pues si comprende tres horas y media o más, se reputará jornada nocturna.

vocación o por convicción, hacer bien el trabajo porque es el medio que les permite subsistir. La cultura turística no tiene lugar.

De igual manera, los trabajadores entrevistados refieren su paso por diversas empresas turísticas, situación que forma parte de la cotidianidad: "los de recursos humanos son los que trabajan más", agrega irónicamente uno de ellos.

Como se puede apreciar, en ese estado de cosas no puede desarrollarse una cultura turística en los términos establecidos en el capítulo 1, pues los habitantes de la localidad de Tulum resienten más que nada los impactos negativos de la actividad turística. La comunidad local se involucra en ella porque le proporciona un empleo que les permite proveer a su subsistencia, lo que deja de lado la expectativa de conocimiento y valoración del fenómeno turístico, se proporciona una satisfacción superficial de los turistas, aunque los beneficios cualitativos son nulos y los cuantitativos escasos.

### *Nosotros*

La expresión por excelencia de la cultura turística es una actitud de sano interés por los seres humanos que, bajo la calidad de turistas se encuentran en un ambiente distinto al de su cotidianidad, requieren de comprensión y ayuda hasta en las situaciones que pueden parecer insignificantes.

Es por ello que uno de los principios básicos de la cultura turística es precisamente *trátalo (al turista) como a ti te gustaría que te traten*, dicho sea de otro modo, el sano interés que se mencionaba en el párrafo precedente es el resultado de la empatía de los locales para con los turistas: el "ponerse en sus zapatos".

Sin embargo, las diferencias económicas y culturales entre visitantes y visitados dificultan la consolidación de esa empatía. Resulta una paradoja que esas diferencias sean las que la hagan prácticamente imposible a pesar de que, según el sustento teórico de la cultura turística, constituyan el motor para un contacto que motivaría el entendimiento y el aprecio intercultural.

Lo anterior encuentra su explicación en la visión que los habitantes de los destinos turísticos de Tercer Mundo tienen de los turistas procedentes, por lo general, de países hegemónicos.



Al respecto, Aime (2005, 50) señala que:

Quando il flusso di stranieri diventa costante, l'identità individuale del visitatore scompare agli occhi dei locali diventa un turista e basta. Spesso egli finisce per essere vittima degli stereotipi sulla sua nazionalità; in altri casi, la sua provenienza perde addirittura importanza, perché di fatto la sola società capace di generare un turismo esotico è quella occidentale, i cui membri appaiono culturalmente omogenei. In quanto ospite, il turista rischia di essere deumanizzato, e tollerato solo perché porta denaro.<sup>31</sup>

Varios habitantes de la localidad de Tulum, incluidos inmigrantes nacionales y extranjeros, expresaron que la única motivación para una actitud amable y disponible hacia los turistas es la recompensa económica que ello conlleva: la adquisición de un producto, el consumo de un bien o una propina. El turista puede procurarse un trato digno porque "tiene dinero", "el turista es rico", y "el cliente siempre tiene la razón".

En realidad, resulta casi imposible que el contacto entre turista y anfitrión pueda basarse en un auténtico interés por los seres humanos. No puede ignorarse la desigualdad entre un turista que puede acceder a un viaje de vacaciones y un local cuyos ingresos son insuficientes incluso para la satisfacción de necesidades primarias. Toda disposición al conocimiento y aprecio mutuos y al servicio desinteresado es superada por la ostentación, en ocasiones inconsciente, de una riqueza relativa que no resulta indiferente a los ojos de los locales, pues refiere a un estilo de vida occidental que estimula la ambición, alimenta la frustración y propaga el efecto demostración en aquéllos que Serge Latouche llama "los naufragos del desarrollo" (*cit. pos.* Aime, 2005, 38).

De ahí que el sano interés que requiere la cultura turística tenga pocas, por no decir nulas posibilidades de concretarse mientras las diferencias basadas en las capacidades económicas subsistan.

No puede comprenderse lo qué es un turista si no se ha vivido una experiencia como tal, y es bien sabido que esa es una oportunidad negada para la mayoría de la población de Tercer Mundo, donde se ubican los destinos recurrentes de turistas procedentes de países hegemónicos, como es el caso de la localidad de Tulum.

---

<sup>31</sup> Cuando el flujo de extranjeros es constante, la identidad individual del visitante desaparece para los locales, se convierte en un turista y nada más. Con frecuencia, el turista termina por ser víctima de estereotipos sobre su nacionalidad; en otros casos, su origen pierde importancia porque, a fin de cuentas, la única sociedad capaz de generar un turismo exótico es la occidental cuyos miembros aparecen culturalmente homogéneos. En cuanto huésped, el turista corre el riesgo de ser deshumanizado y tolerado sólo porque trae dinero.

## *Los otros*

Otro aspecto a considerar es la disposición de los turistas para establecer los contactos necesarios para la expresión de la cultura turística. Esa disposición se encuentra condicionada por la motivación del viaje y el imaginario turístico.

Como se ha señalado, las relaciones que se establecen entre turistas y anfitriones no son siempre equitativas dadas las desigualdades económicas entre unos y otros. Además, existe una serie de estereotipos creados por la publicidad, la cual estandariza los destinos turísticos, presentándolos como el escape de lo "occidental".

Entonces, los turistas contratan el viaje para experimentar ese escape en contextos de naturaleza prácticamente intacta y seres humanos "incontaminados", "primitivos", "puros". En realidad, ante este panorama, el papel del turista es contemplar más que involucrarse: observa, se maravilla, toma fotografías o graba un video y comenta la experiencia con otros turistas.

De ahí que el encuentro no coincide siempre con intercambio. Fuera de su casa, el turista necesita de alguien que lo auxilie, y si exceptuamos los casos de paquetes *all inclusive*, que incluyen obviamente un contacto de su misma nacionalidad o idioma, quien puede prestar el auxilio es un local.

Y esos estereotipos y maneras de involucrarse son los que obstaculizan también la consolidación de una cultura turística en la localidad de Tulum, pues a decir de turistas entrevistados, ese encuentro no puede ser posible dada la gran desconfianza que perciben de los locales. Según refirieron, establecen contactos solamente con los locales que se dedican a la actividad turística, quienes ya saben cómo tratar, cómo persuadir, cómo obtener beneficios y cómo embellecer el destino turístico. No se omite manifestar que los turistas resaltaron el buen trato que brindan aquéllos, aunque están conscientes del interés que mueve esa actitud.

Asimismo, el considerar a los locales como "primitivos" lleva a los turistas a experimentar la desilusión de no haber conocido la "magia" de lo "no occidental" en hombres con el *grande cappello*, o en las mujeres que usan el *vestito tipico*. Al no ser así, se sorprenden o se desilusionan de un Tercer Mundo "occidentalizado" que se viste "a la europea" y usa teléfonos celulares y la Internet, al igual que ellos.

Además, para que se establezca un verdadero vínculo de intercambio se necesita tiempo, y este tiempo no lo poseen ni los turistas ni los locales, porque el turista tiene prisa, debe cubrir un itinerario en un tiempo breve, y los locales requieren del trato con el mayor número posible de turistas para obtener más ingresos (cantidad, no calidad, o calidad que se traduce a números: más números, más calidad). Los contactos más comunes son la solicitud de información, el regateo en las tiendas de artesanías, el contrato de un guía y las fotografías a cambio de una propina, como el caso de los "mayas músicos" o los Voladores de Papantla en el sitio arqueológico.

Sin embargo, algunos turistas refirieron muestras de amabilidad y disposición por parte de los locales, manifiestos en alguna agradable plática, a pesar de los obstáculos del idioma, o como refiere un turista italiano:

Ya no nos quedaban pesos, teníamos solamente euros y las casas de cambio ya estaban cerradas. Regresamos al hotel y referimos la situación a la recepcionista. La chica nos dijo que en domingo las casas de cambio cerraban temprano y los bancos no abrían, pero que si necesitábamos dinero, ella nos podía prestar y que se lo devolviéramos la mañana siguiente. Nos prestó 150 pesos y gracias a ella cenamos esa noche. No nos pidió nada en garantía, ni los euros, ni los pasaportes, ni otra cosa. Al día siguiente, fuimos al banco y cambiamos los euros, fuimos inmediatamente a devolver el dinero prestado, le agradecemos, ella sólo respondió con una sonrisa. Nunca olvidaremos ese gesto, ¿quién presta dinero a un desconocido?

Como se puede apreciar, derivado de una cierta empatía podrían existir mayores expresiones de una auténtica cultura turística, pero resultan casos aislados.

Muchas veces el contacto no se consolida porque tanto por parte de los turistas y anfitriones existe una desconfianza basada en estereotipos creados por el capitalismo que estandariza: los turistas ven a los locales como "primitivos" que buscan dinero y los locales ven a los turistas como los "ricos" a quienes pueden explotar, o como intrusos. Ése es en realidad el obstáculo principal, pues podrían establecerse verdaderos vínculos a pesar de la prisa si no existieran los estereotipos ya referidos.

### *Universos paralelos*

La cultura turística requiere del contacto entre turistas y anfitriones, de un acercamiento en el que se pongan de manifiesto las motivaciones de los primeros y la disposición de los

segundos a fin de posibilitar una experiencia de viaje satisfactoria que favorezca el conocimiento y aprecio intercultural.

Sin embargo, debido a la manera en que se gestiona la actividad turística, resulta difícil que se entable una relación entre iguales, pues predominan las diferencias de naturaleza económica y el imaginario respecto de los locales que los turistas han preconcebido con base en falsas nociones, erróneas referencias o engañosa publicidad.

De ahí la existencia de "universos paralelos" en un destino turístico, es decir, espacios específicos en los que se desenvuelve la actividad turística, separados de los espacios de cotidianidad de los locales. Las relaciones sociales que se entablan son las estrictamente necesarias para la satisfacción de las expectativas de los turistas.

En Tulum, se observa lo anterior en la clara división de espacios: la avenida Tulum, las playas, el sitio arqueológico, los cenotes, Sian Ka'an y el entronque para los turistas, y el espacio restante para la comunidad local. Es raro ver a un turista concurrir en un espacio propio de la comunidad local, por ejemplo, el parque principal, que se ubica sólo a una calle de la avenida principal.

En general, la localidad de Tulum refleja la imagen de una pequeña ciudad en construcción. No obstante, los espacios de afluencia turística presentan condiciones mucho mejores que los espacios de la comunidad local, es decir, se encuentran limpios y poseen todos los servicios públicos (salvo el caso de las cabañas ecológicas), pues basta hacer un recorrido por la localidad para advertir infinidad de edificios en construcción, obras negras, calles sucias, ausencia de servicios públicos y hacinamiento.

Además, como se asentó en la enumeración de los impactos negativos del turismo en el ámbito sociocultural, la discriminación, la falta de equidad en la distribución de ingresos y beneficios del turismo, los elevados costos y las normas de seguridad de las instalaciones turísticas desarrollan la diferenciación y exclusión social; aunque se pudo apreciar que esos aspectos son considerados por los locales como naturales e inevitables: los habitantes de la localidad, exceptuando aquéllos que cuentan con un empleo en la actividad turística, se autoexcluyen de los espacios turísticos y se confinan en los espacios que sienten suyos como el parque, la cancha, la iglesia o la escuela.

Sobre el fenómeno referido en el párrafo que precede, Cohen asevera que el valor del turismo tiene estrecha relación con el grado de inserción y participación de la sociedad

anfitriona (*cit. pos.* Aime, 2005, 25-26). Mientras más posibilidades existan para gestionar el propio territorio y, por consiguiente, el propio desarrollo, mayor será el nivel de aprecio por el turismo, aunque sea considerado únicamente como fuente económica. Pero, si las reglas de gestión y "desarrollo" son establecidas por agentes externos, entonces se trata de un desarrollo inducido que no representa ventaja alguna para la sociedad receptora. Ese es el caso de Tulum.

No se omite manifestar que son los inmigrantes extranjeros quienes comparten espacios con los turistas, pues son, en general, los propietarios de pequeñas o medianas empresas turísticas como hoteles, restaurantes o centros de diversión en los que concurren los turistas. Un aspecto importante es el conocimiento de idiomas, lo cual hace menos difícil la comunicación entre ellos; de ahí que los turistas busquen con frecuencia a sus connacionales más que a los locales.

Otro factor que influye en la separación de espacios es la naturaleza del turismo que se practica en Tulum: se visita la zona arqueológica, la playa o se utilizan los servicios que se ofrecen en la avenida Tulum. Se puede decir que la localidad de estudio representa un punto de enlace con otros destinos turísticos, por lo que la estancia en ella no resulta duradera. Y esta falta de tiempo obstaculiza el establecimiento de un contacto que pueda favorecer la expresión de la cultura turística.

Si existen espacios diferenciados no es posible la consolidación de una cultura turística, la cual presupone el contacto entre turistas y locales en los espacios de la cotidianidad de los segundos en aras de un auténtico conocimiento del destino turístico y su sociedad anfitriona.

### *¿Cultura o capacitación?*

Quizá el aspecto que más se ha subrayado en la presente tesis es la distinción entre cultura turística y capacitación turística. Como ya se ha señalado, la cultura turística precede a la capacitación turística, dado que la primera es un proceso educativo y la segunda se refiere a una preparación técnica.

Si la cultura turística es inherente a la sociedad anfitriona y precede a la capacitación turística, entonces la primera es condición *sine qua non* para la segunda, pues para aspirar a

la calidad, a la profesionalización y a la competitividad, que son procesos instructivos, se requiere de una base educativa, que en este caso sería la cultura turística.

Cabe hacer la distinción entre educación e instrucción. Para el Diccionario de la Real Academia Española, educar es "dirigir, encaminar, doctrinar", "desarrollar o perfeccionar las facultades intelectuales y morales", mientras que instruir es "comunicar sistemáticamente conocimientos o doctrinas". La educación alude al desarrollo y perfección del ser humano a lo largo de toda su vida, y la instrucción es un esfuerzo de habilitación cuya duración se reduce a la del curso, seminario o programa que le da lugar.

Se ha señalado reiteradamente que la cultura turística, como proceso educativo, forma parte de la cultura íntegra de las sociedades anfitrionas dada la inserción del turismo como actividad preponderante, por lo que resulta un aspecto de la cotidianidad, algo que les pertenece y a lo cual pertenecen. De ahí la diferencia con la capacitación turística, pues ésta es específica y se limita a la habilitación de una función, y la cultura turística es parte del imaginario colectivo que favorece la identidad y el arraigo en relación al destino turístico.

En la localidad de Tulum, dadas las condiciones económicas en las que se desenvuelve la actividad turística, el conocimiento del destino turístico se reduce a información elemental, es decir, "el lugar estuvo habitado por los mayas", "las *ruinas* y la playa están cerca", o "en la calle principal (avenida Tulum) encuentra todo lo que necesite".

A pregunta expresa sobre fechas y circunstancias del asentamiento de los mayas o pormenores de la Guerra de Castas, los entrevistados no supieron responder. De igual manera, al requerir información sobre distancias y tiempos entre la localidad y otros destinos turísticos como Valladolid, Chichén Itzá, Mérida o Palenque, no aportaron o no supieron aportar información certera. "Es que no soy de aquí, acabo de llegar para trabajar y no conozco todavía", agregó uno.

Respuestas en el mismo sentido fueron obtenidas en los diversos lugares en los que se hicieron esos cuestionamientos: hoteles, restaurantes, tiendas de artesanías y puntos de Internet. La mayoría de las personas entrevistadas aseguró no ser originaria de la localidad de Tulum como modo de justificación ante su falta de conocimiento sobre el lugar y sus alrededores.

Sin embargo, ni siquiera los entrevistados originarios supieron responder a las preguntas ya indicadas.

No se omite manifestar que todos los entrevistados demostraron una actitud amable y abierta. Esa actitud favorecería la forja de una actividad turística si no es del todo interesada, pues, en ocasiones, esa disposición se encuentra motivada por la posibilidad de obtener un beneficio económico todavía mayor por parte del turista.

En la revisión de los planes programas gubernamentales se ha visto que la cultura turística se encuentra prevista para todo el estado, sin embargo, este objetivo se encuentra todavía en preparación. Por el momento, las acciones gubernamentales revisten más bien el carácter de capacitación turística,<sup>32</sup> como es el caso de los cursos que se señalan en el presente capítulo, aunados a aquellos proporcionados por las empresas y asociaciones turísticas.

Lo anterior favorece cuestiones como calidad, profesionalización y competitividad, propias del sistema capitalista que gestiona la actividad turística, pero deja de lado aspectos esenciales de la cultura turística como el conocimiento y aprecio del fenómeno turístico y del destino anfitrión por parte de un público más amplio, es decir, la comunidad local. Más aún, quienes cuentan con un empleo en el sector turístico, sin el sustento de la cultura turística, la capacitación turística resultará prácticamente inútil si la consideran como una carga más que como una oportunidad de superación.

### *Migración*

En los últimos diez años la población de la localidad de Tulum ha experimentado un incremento debido al fenómeno turístico, que da lugar a otro fenómeno: la migración.

Serán considerados migraciones los movimientos que supongan para el sujeto un cambio de entorno político-administrativo, social y/o cultural relativamente duradero; o de otro modo, cualquier cambio permanente que implique la interrupción de las actividades de un lugar y su reorganización en otro (Blanco, 2000, 17).

En el cuadro 3 se puede apreciar un aumento poblacional del 71% entre 1990 y 1995, y del 87% entre 1995 y 2000.

---

<sup>32</sup> Salvo el caso de los cursos *Tú y el turismo en México* y *Mi amigo el turista*, dirigidos a estudiantes de primaria, cuyos contenidos se encuentran enfocados a cuestiones de cultura turística.

CUADRO 3. *Incremento de la población en la localidad de Tulum*

<i>Año</i>	<i>1990</i>	<i>1995</i>	<i>2000</i>
<i>Población total</i>	2111	3603	6733
<i>Hombres</i>	1095	1884	3511
<i>Mujeres</i>	1016	1719	3222

FUENTE: INEGI, *XI y XII Censos generales de población y vivienda y Conteo de población 1995*.

Según el censo del año 2000, el número de personas que residían en otra entidad o país en 1995 fue de 1047. Ese dato refleja claramente el incremento de la población debido a la migración de nacionales y extranjeros movidos por la posibilidad de encontrar un empleo o emprender un negocio.

Se trata, pues, de un interés económico que muy poco tiene que ver con la cultura turística, pues no se puede hablar de una sociedad anfitriona uniforme o en seguimiento de intereses comunes.

Es verdad que la cultura es mutable, pero se encuentra ligada a una identidad, y la identidad a un pueblo; si no existe ese pueblo no existe identidad y, por ende, no existe una cultura como universo simbólico compartido.

Y si no existe una cultura íntegra como identificación de un pueblo no puede existir una cultura turística, pues ésta forma parte de aquélla.



## *Conclusión*

La presente tesis se abocó a la identificación y explicación de los alcances de la cultura turística en Tulum, Solidaridad, Quintana Roo. Para ello, en el capítulo 1, se integró un marco teórico sobre el turismo, haciendo énfasis en su carácter sociocultural a fin de vincularlo a la concepción de cultura turística, que es la parte de la cultura íntegra de una sociedad orientada al conocimiento y valoración del fenómeno turístico que busca la satisfacción de los turistas y los mayores beneficios cualitativos y cuantitativos para las comunidades anfitrionas.

En el mencionado capítulo se parte de concebir al turismo como un fenómeno predominantemente sociocultural, lo que implica un contacto entre turistas y anfitriones, produciéndose impactos positivos y negativos, que varían según el grado de cultura turística existente, lo cual representa una aportación diversa en relación con los contenidos recurrentes en los estudios del turismo.

De ahí la importancia de la cultura turística, aunque, como se comentó en el apartado respectivo, a pesar de que se menciona como ideal y objetivo, no existe mucha información al respecto, por lo que, con base en el Breviario de cultura turística, material expreso sobre el tema y la interpretación de las obras de Alemán, Gurría y Haulot, se integró un marco teórico y referencial, lo que constituye otra aportación.

Para vincular el marco teórico con el espacio de estudio se ofreció, en el capítulo 2, un panorama sobre Tulum, Solidaridad, Quintana Roo, elegida por ser la segunda localidad más importante del municipio, dado su potencial natural y cultural, lo que la ha convertido en un punto de atracción para el turismo nacional e internacional.

La información proporcionada en ese capítulo constituye sin duda una valiosa aportación al ofrecer la posibilidad de conocer el área de estudio a través de los contenidos de diversos autores, es decir, una mirada científica del espacio a fin de confirmar su

carácter de destino turístico y, junto a la base teórica y el trabajo de campo, integrar el último capítulo, que inserta un factor inexorable en los estudios sobre el turismo: la actividad turística organizada por el capitalismo.

Fruto del trabajo de campo, el cual se centró en aspectos cualitativos, el capítulo 3 presenta la realidad encontrada en la localidad de estudio, la cual dista por mucho del optimista marco teórico y a pesar del potencial detallado en el capítulo referente al panorama turístico.

Un trabajo como éste, en el que la noción de cultura turística ya asentada líneas arriba se insertó en el análisis del fenómeno turístico, recurrente en estudios sobre Quintana Roo, resulta por demás novedoso, pues el haber incluido cuestiones de cultura turística, colocando en primer plano el elemento sociocultural, arroja aportaciones diversas y enriquece la visión ya conformada de la actividad turística que se desenvuelve día a día en el estado.

Así que, las aportaciones que se han mencionado se entremezclan con los cuatro puntos motor de esta tesis, es decir, el contenido teórico existente sobre cultura turística, la motivación de su inserción en los planes y programas gubernamentales, su ejecución y las características del entorno en el que se pretende aplicar. Los últimos tres se responden en el capítulo 3 y revelan el grado de cultura turística existente en la localidad de Tulum.

Es evidente la falta de coherencia entre teoría el marco teórico y político y la realidad y la práctica de la política en el área de estudio, pues, como se mencionó en infinidad de ocasiones, en la localidad de Tulum la cultura turística es un proceso instructivo motivado por la competencia entre destinos turísticos. Ese proceso tiene su mayor alcance, aunque de manera superficial, en los trabajadores del sector y no en la sociedad anfitriona, por lo que bien podría denominarse capacitación turística. Lo anterior confirma la hipótesis de la cual partió la presente investigación.

La cultura turística es un proceso exigente, pues forma parte del imaginario simbólico de una sociedad y presupone una identidad y una cultura íntegra: no existiendo esos elementos, la cultura turística se convierte en letra muerta a pesar de los planes y programas internacionales, nacionales y locales, que incluyen la cultura turística como ideal o como objetivo, pero sin tener en cuenta las circunstancias en que es susceptible de desarrollarse.

Además, la misma política, al considerar cultura turística como sinónimo de capacitación turística, deja de lado la importancia del proceso de aprendizaje que la primera implica para dar paso al capitalismo, que estimula la competitividad a través de la segunda en busca de las mayores ganancias en la gestión de uno de los tantos procesos sociales de los cuales se ha apropiado: el turismo.

De esa manera, el turismo se deshumaniza y se mide a través de parámetros exclusivamente económicos. No hay lugar para la cultura turística.

De ahí que en la localidad de Tulum se aprecie más que nada los impactos negativos del turismo, sobre todo en lo que respecta a la falsa autenticidad, empleos mal remunerados e inestables, falta de impulso de las actividades tradicionales y diferenciación y exclusión social.

Como se puede apreciar, dada la manera en que se gestiona la actividad turística, no se dan las condiciones para el afianzamiento de una cultura turística.

Por ello, en la localidad de Tulum se desarrolla, aunque de modo escueto, la capacitación turística, es decir, la habilitación para la competitividad, y no la cultura turística, la cual implica mucho más. Lo anterior se origina por la falta de identidad manifiesta en una cultura íntegra uniforme como signo de una verdadera sociedad anfitriona, lo cual se acentúa con la situación económica, resultado de una administración capitalista del turismo.

De continuar así, los adjetivos ético, responsable y sostenible serán únicamente el ornato de los planes y programas gubernamentales, sin posibilidad de concreción.

En realidad, mientras el capitalismo organice la actividad turística con la venia de los gobiernos, no podrá configurarse un turismo ético, responsable y sostenible.

La comunidad local se ha adaptado a esa intervención capitalista de organización, situación que ha impedido la conformación de una auténtica cultura turística, lo cual se cuenta entre los impactos negativos del turismo en la localidad de Tulum.

Sin embargo, esa cuestión podría enmendarse mediante el incremento del turismo comunitario, es decir, la intervención de la sociedad anfitriona en la planeación y administración de la actividad turística, es decir, apoyando al gobierno y/o constituyéndose en empresaria del turismo.

De esa manera, tal y como apunta el ya citado Cohen,<sup>33</sup> el valor del turismo crecerá en relación con el grado de inserción y participación de la sociedad anfitriona.

No se trata de excluir lo económico, pero es fundamental incluir lo humano. Ese es el llamado que hacen documentos internacionales como el Código Ético Mundial para el Turismo, el cual propugna por el turismo como actividad favorable para los países y comunidades de destino en mérito de la participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporte.<sup>34</sup>

Además, se cuenta con el Plan de Gobierno 2005-2011, el cual incluye líneas de acción específicas de posicionamiento de la cultura turística. De ahí que la recomendación gire en torno a su cabal cumplimiento, evaluación y seguimiento, como resultado de favorecer las coordinación entre los niveles de gobierno, el sector privado y el sector social, evitar las acciones aisladas y tener siempre en cuenta los contenidos del plan estatal y la facultad (y obligación a la vez) de la SEDETUR consignada en el artículo 33 de la Ley de Turismo del estado de Quintana Roo,<sup>35</sup> así como las características del entorno de aplicación.

En relación al último elemento mencionado, este trabajo constituye un diagnóstico de la localidad de Tulum que puede ser tomado en cuenta para el diseño de las actividades y recursos para el fomento de la cultura turística.

En cuanto a las líneas de acción asentadas en el plan estatal vigente, y ya indicadas en el capítulo 3 de la presente tesis, se tiene que la promoción del tema "Cultura turística" ha de insertarse en los programas educativos de nivel básico, lo cual puede constituir un esfuerzo para una primera instancia, pero es importante que la temática sea incluida en los demás niveles de enseñanza, pues la actividad turística constituye el motor económico del estado de Quintana Roo y esto no resulta ajeno a otros sectores educativos y productivos.

Por otra parte, se pretende implementar un programa de cultura turística a través de proyectos enfocados a niños y jóvenes. Si bien es cierto que en la población infantil y juvenil el impacto de esos proyectos puede resultar mayor y duradero, es imprescindible que se incluya al resto de la población, por lo que la línea de acción mencionada podría reformularse mediante la fusión con la que destaca el diseño e implementación de una campaña estatal de concientización de la cultura turística. Es de recordar que la cultura

---

<sup>33</sup> *Vid.* pp. 76-77.

<sup>34</sup> En el artículo 5.

<sup>35</sup> La promoción del significado de la actividad turística y su importancia para el estado.

turística es parte de la cultura íntegra de la sociedad, por lo que todos los sectores poblacionales deben ser incluidos en esas líneas de acción, pues, como ya se ha visto, las tímidas acciones emprendidas han tenido a profesionales, niños y jóvenes como destinatarios, lo cual deja a un lado al resto de la población. Después de todo, la cultura turística es mucho más amplia que la capacitación turística y es inherente a la comunidad de hombres y de mujeres que conforman la sociedad receptora y no sólo a quienes cuentan con un empleo en el sector turístico.

Por último, es de mencionarse que la concreción de las líneas de acción restantes se vería favorecida con el carácter de feliz consecuencia de las anteriores, pues la formulación y posicionamiento de la cultura turística es un proceso del cual no debe ignorarse ninguna etapa, y la primera es la educación, es decir, la concienciación.

Los pequeños pasos, presentados líneas arriba en forma de sugerencias para la localidad de Tulum, podrán propiciar al menos una aproximación real a la convicción de la OMT, manifiesta en el Código Ético Mundial para el Turismo en los siguientes términos:

"[...] gracias al contacto directo, espontáneo e inmediato que permite entre hombres y mujeres de culturas y formas de vida distintas, el turismo es una fuerza viva al servicio de la paz y un factor de amistad y comprensión entre los pueblos".

## *Fuentes de investigación*

### ENTREVISTAS

- Campos Cámara, Bonnie Lucía. Profesora investigadora de la Universidad de Quintana Roo, Chetumal, Quintana Roo, 6 de octubre de 2004.
- González Gómez, José María. Jefe del Departamento de Cultura Turística de la Secretaría de Turismo del estado de Quintana Roo, 17 de febrero de 2006.
- Romero Mayo, Rafael I. Profesor investigador de la Universidad de Quintana Roo, Chetumal, Quintana Roo, 4 de octubre de 2004.

### BIBLIOGRAFÍA

- Aime, Marco  
2005 *L'incontro mancato. Turisti, nativi, immagini*, Turín, Bollati Boringhieri, 181 p.
- Alemán Valdés, Miguel  
1983 *Quince lecciones de turismo*, México, Diana, 115 p.
- Apostolopoulos, Yiorgos et al. (eds.)  
1999 *The sociology of tourism: theoretical and empirical investigations*, Londres, Routledge, 358 p.
- Asociación de Hoteleros y Restauranteros de Tulum, A. C.  
2003 *Tulum. Guía del viajero*, año 1, núm. 0, México, AHRT, 28 pp.
- Ayllón Torres, Teresa y José Chávez Flores  
1992 *México, sus recursos naturales y su población*, 2a. ed., México, Limusa, 288 p.
- Blanco, Cristina  
2000 *Las migraciones contemporáneas*, Madrid, Alianza Editorial, 202 p.
- Campos Cámara, Bonnie Lucía  
2000 "Los procesos de urbanización y sus impactos socioambientales en la región Riviera Maya, Quintana Roo", en Alberto Pereira et al. (comps.), *Turismo, desarrollo y recursos naturales en el Caribe*, México, Universidad de Quintana Roo, University of West Indies, Plaza y Valdés, pp. 201-210.
- Casasola, Luis  
1990 *Turismo y ambiente*, México, Trillas, 73 p.
- César Dachary, Alfredo y Stella Maris Arnaiz B.  
1992 *El Caribe mexicano. Una introducción a su historia*, 2a. ed., México, CIQROO, 110 p.

- Comas D'Argemir, Dolors  
1998 *Antropología económica*, Barcelona, Ariel, 240 p.
- Cooper, C. et al.  
1997 *Turismo, principios y práctica*, México, Diana, 358 p.
- Cowell, Noel M. y Anne P. Crick  
2000 "Service and servility in contemporary Caribbean hospitality. The myth and the reality", en Alberto Pereira et al. (comps.), *Turismo, desarrollo y recursos naturales en el Caribe*, México, Universidad de Quintana Roo, University of West Indies, Plaza y Valdés, pp. 239-256.
- Declaración Universal...*  
1999 *Declaración Universal de Derechos Humanos*, Madrid, Editorial Amnistía Internacional, 12 p.
- De la Torre, Francisco  
1989 *Introducción al estudio del turismo*, México, Compañía Editorial Continental, 279 p.
- Fernández Fúster, Luis  
1985 *Introducción a la teoría y técnica del turismo*, Madrid, Alianza Editorial, 974 p.
- Fideicomiso para la Promoción Turística de la Riviera Maya  
[s. f.] *Riviera Maya. Guía del viajero*, Playa del Carmen, Fideicomiso para la Promoción Turística de la Riviera Maya, 48 p.
- Gerhard, Peter  
1991 *La frontera sureste de la Nueva España*, México, UNAM, 198 p.
- González Rubiera, Sergio E.  
2002 *Turismo, beneficio para todos*, México, Siglo Veintiuno Editores, 89 p.
- Gurría di Bella, Manuel  
1995 *Ética profesional. El turismo como ejemplo*, Colombia, Universidad Externado de Colombia, 220 p.
- Guzmán Hernández, Celia  
2005 "La industria cultural y el consumo turístico", en Palafox Muñoz, Alejandro (coord.), *Turismo. Teoría y praxis*, México, Plaza y Valdés, pp. 39-62.
- Haulot, Arthur  
1991 *Turismo social*, México, Trillas, 182 p.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática  
1991 (a) *Quintana Roo. Resultados definitivos. Datos por localidad (integración territorial). XI Censo general de población y vivienda 1990*, Aguascalientes, INEGI, 60 p.  
1991 (b) *Quintana Roo. Resultados definitivos. Tabulados básicos. XI Censo general de Población y Vivienda 1990*, Aguascalientes, INEGI, 224 p.  
1996 *Quintana Roo. Censo de población y vivienda 1995*, Aguascalientes, INEGI, 219 p.  
1997 *División territorial del estado de Quintana Roo. De 1810 a 1995*, México, INEGI, 127 p.  
1999 *Estado de Quintana Roo, México. Guía turística*, México, INEGI, 146 p.  
2001 *Tabulados básicos Quintana Roo. XII Censo general de población y vivienda 2000*, Aguascalientes, INEGI, 483 p.

- Jayawardena, Chandana  
 2000 "Community development and Caribbean tourism", en Alberto Pereira et al. (comps.), *Turismo, desarrollo y recursos naturales en el Caribe*, México, Universidad de Quintana Roo, University of West Indies, Plaza y Valdés, pp. 91-110.
- Landa, Diego de  
 2003 *Relación de las cosas de Yucatán*, México, CONACULTA, 221 p.
- Ley Federal...*  
 2002 *Ley Federal de Turismo*, México, Porrúa.
- Ley Federal...*  
 1992 *Ley Federal del Trabajo*, México, Pac.
- Mesplier, Alain y Pierre Bloc-Duraffour  
 2000 *Geografía del turismo en el mundo*, 4a. ed., España, Síntesis, 382 p.
- Molina E., Sergio  
 1987 *Planificación integral del turismo. Un enfoque para Latinoamérica*, México, Trillas, 101 p.
- Montaner Montejano, Jordi  
 2002 *Política y relaciones turísticas internacionales*, Barcelona, Ariel, 288 p.
- Programa Director...*  
 2001 *Programa Director de Desarrollo Urbano 2001-2026. Versión abreviada. Tulum. Municipio de Solidaridad, Quintana Roo*, México, Ayuntamiento de Solidaridad 1999-2002, Gobierno del estado de Quintana Roo, Grupo Entorno, 43 p.
- Programa Nacional...*  
 2001 *Programa Nacional de Turismo 2001-2006*, México, SECTUR, 172 p.
- Rentería Vargas, Javier  
 2001 "Una aproximación teórica y práctica al concepto de región", *Geocalli. Cuadernos de geografía*, Guadalajara, año 2, núm. 4, pp. 15-36.
- Rioja Peregrina, Leonardo H.  
 2000 "¿Puede ser el turismo desarrollado sustentablemente?", en Johannes Maerk e Ian Boxill (coords.), *Turismo en el Caribe*, México, Universidad de Quintana Roo, University of West Indies, Plaza y Valdés, pp. 41-55.
- Santana, Agustín  
 1997 *Antropología y turismo ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*, Barcelona, Ariel, 220 p.
- Vargas Pacheco, Ernesto  
 1997 *Tulum. Organización político-territorial de la costa oriental de Quintana Roo*, México, UNAM, 253 p.
- Wallerstein, Immanuel  
 1997 *El capitalismo histórico*, 3a. ed., México, Siglo XXI, 101 p.  
 1999 *El moderno sistema mundial. La agricultura capitalista y los orígenes de la economía-mundo europea en el siglo XVI*, 9a. ed., México, Siglo XXI, 580 p.
- Xacur Maiza, Juan Ángel (dir.)  
 1998 *Enciclopedia de Quintana Roo. Tomo 8. S-W*, México, Verdehalago.



## RECURSOS ELECTRÓNICOS

- Ayuntamiento de Solidaridad, Quintana Roo "Campana de cultura turística infantil *Mi amigo el turista*" [en línea]. México: *Página Oficial del Municipio de Solidaridad Quintana Roo*. 2003-2005.  
<[http://www.solidaridad.gob.mx/Imagenes/des\\_eco/bol001lr.jpg](http://www.solidaridad.gob.mx/Imagenes/des_eco/bol001lr.jpg)> [Consulta: 17 febrero 2006].
- "Tu Municipio" [en línea]. México: *Página Oficial del Municipio de Solidaridad Quintana Roo*. 2003-2005,  
<[http://www.solidaridad.gob.mx/Tu\\_municipio](http://www.solidaridad.gob.mx/Tu_municipio)> [Consulta: 7 abril 2005].
- Cañada, Ernest y Jordi Gascón "Turismo sostenible y turismo responsable" [en línea]. *Solidaridad para el Desarrollo y la Paz*. Diciembre 2003,  
<<http://www.sodepaz.org/opinion/turismosostenible.html>> [Consulta: 2 abril 2004].
- Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo Sustentable "Caso 4. Hacia el turismo sustentable en México" [en línea]. México: *Página oficial de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales*.  
<[http://cecadese.semarnat.gob.mx/biblioteca\\_digital/desarrollo\\_sustentable/caso04.s.html](http://cecadese.semarnat.gob.mx/biblioteca_digital/desarrollo_sustentable/caso04.s.html)> [Consulta: 29 noviembre 2004].
- Centro Nacional de Desarrollo Municipal y Gobierno del estado de Quintana Roo "Solidaridad" [en línea]. México: *Enciclopedia de los Municipios de México*. 2001,  
<<http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/qroo/Mpios/23008a.htm>> [Consulta: 3 diciembre 2004].
- Enciclopedia Microsoft Encarta 2001 Básica [CD-ROM]. Madrid: Microsoft Corporation. 1993-2000. Versión en español.
- García, Eduardo "El Caribe y los procesos de integración" [en línea]. Venezuela: *Universidad de los Trabajadores de América Latina "Emilio Máspero"*.  
<<http://www.uta1.org/integracion/caribe.htm>> [Consulta: 14 abril 2005].
- Gobierno del estado de Quintana Roo "Ley Estatal de Turismo del estado de Quintana Roo" [en línea]. México: *Página Oficial del Gobierno del estado de Quintana Roo*.  
<<http://www.qroo.gob.mx/qroo/Legislacion/Administrativo.php>> [Consulta: 28 abril 2005].
- "Plan de Gobierno 2005-2011" [en línea]. México: *Página Oficial del Gobierno del estado de Quintana Roo*.  
<<http://www.qroo.gob.mx/qroo/PlanGobierno/index.php>> [Consulta: 31 mayo 2005].
- "Plan Estratégico de Desarrollo Integral del estado de Quintana Roo 2000-2025" [en línea]. México: *Página Oficial del Gobierno del estado de Quintana Roo*.  
<<http://www.qroo.gob.mx/qroo/Documentos/Documentos.php>> [Consulta: 28 abril 2005].
- "Municipio de Solidaridad, Quintana Roo" [en línea]. México: *Página Oficial del Gobierno del estado de Quintana Roo*. 2001-2004,  
<<http://www.qroo.gob.mx/qroo/Municipios/Solidaridad.php>> [Consulta: 3 diciembre 2004].
- Marcano, José E. "Hacia el turismo sostenible" [en línea]. *Foro para el turismo sostenible*.  
<<http://www.turisos.net/sostenible/index.html>> [Consulta: 30 marzo 2004].

- Organización Mundo Maya (OMM) "Organización MM" [en línea]. Guatemala: *Organización Mundo Maya*. 2005, <<http://www.organizacionmundomaya.com>> [Consulta 16 abril 2005].
- "Componentes de la planeación ecoturística en el Mundo Maya" [en línea]. Madrid: *World Tourism Organization (WTO)*. 2002, <<http://www.world-tourism.org/sustainable/IYE/quebec/cd/statmnts/pdfs/avelss.PDF>> [Consulta: 9 abril 2005].
- Real Academia Española de la Lengua "Diccionario de la Lengua Española, 22a. ed." [en línea]. Madrid: *Página de la Real Academia Española de la Lengua*. <<http://www.rae.es/>> [Consulta: 06 abril 2006].
- Representación del Gobierno del estado de Quintana Roo en la Cd. de México, D. F. "Plan Básico de Gobierno 1999-2005" [en línea]. México: *Página Oficial del Gobierno del estado de Quintana Roo*. 2001, 2002, 2003, 2004, <<http://www.quintanaroo.gob.mx/nuestrogobierno/flash/ng10.htm>> [Consulta: 31 mayo 2005].
- "Reglamento de Atención al Turista del Municipio de Solidaridad" [en línea]. México: *Página Oficial del Gobierno del estado de Quintana Roo*. 2001, 2002, 2003, 2004, <<http://www.quintanaroo.gob.mx/legislacion/legislacion.htm>> [Consulta: 28 abril 2005].
- Secretaría de Turismo "Breviario de cultura turística" [en línea]. México: *Página Oficial de la Secretaría de Turismo*. <[http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect\\_9070\\_breviario\\_de\\_cultura](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_9070_breviario_de_cultura)> [Consulta: 28 octubre 2004].
- "Resultados acumulados de la actividad turística. Enero-diciembre 2004. Resultados preliminares" [en línea]. México: *Página Oficial de la Secretaría de Turismo*. Febrero 2005, <<http://datatur.sectur.gob.mx/pubbyrep/cua/2004/m12/cua122004.pdf>> [Consulta: 22 febrero 2005].
- Secretaría de Turismo del estado de Quintana Roo "Dirección de Capacitación y Cultura Turística" [en línea]. México: *Página Oficial de la Secretaría de Turismo del estado de Quintana Roo*. 2004, <<http://sedetur.groo.gob.mx/direcciones/capacitacion/bienvenida.php>> [Consulta: 17 febrero 2006].
- Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) "Quintana Roo" [en línea]. México: *Sistema de Información Empresarial Mexicano*. <<http://www.siem.gob.mx/portalsiem/>> [Consulta: 14 abril 2005].
- World Tourism Organization "Carta del Turismo Sostenible" [en línea]. Madrid: *World Tourism Organization*. 2001, <<http://www.world-tourism.org/sustainable/doc/Lanz-es.pdf>> [Consulta: 30 marzo 2004].
- "Código Ético Mundial para el Turismo" [en línea]. Madrid: *World Tourism Organization*. 2001, <[http://www.world-tourism.org/code\\_ethics/pdf/languages/Codigo%20Etico%20Esp.pdf](http://www.world-tourism.org/code_ethics/pdf/languages/Codigo%20Etico%20Esp.pdf)> [Consulta: 22 febrero 2005].
- "WTO World Tourism Barometer. Volume 3, No. 1, January 2005" [en línea]. Madrid: *World Tourism Organization*. Enero 2005, <[http://www.world-tourism.org/facts/barometer/WTOBarom05\\_1\\_en\\_excp.pdf](http://www.world-tourism.org/facts/barometer/WTOBarom05_1_en_excp.pdf)> [Consulta: 19 febrero 2005].