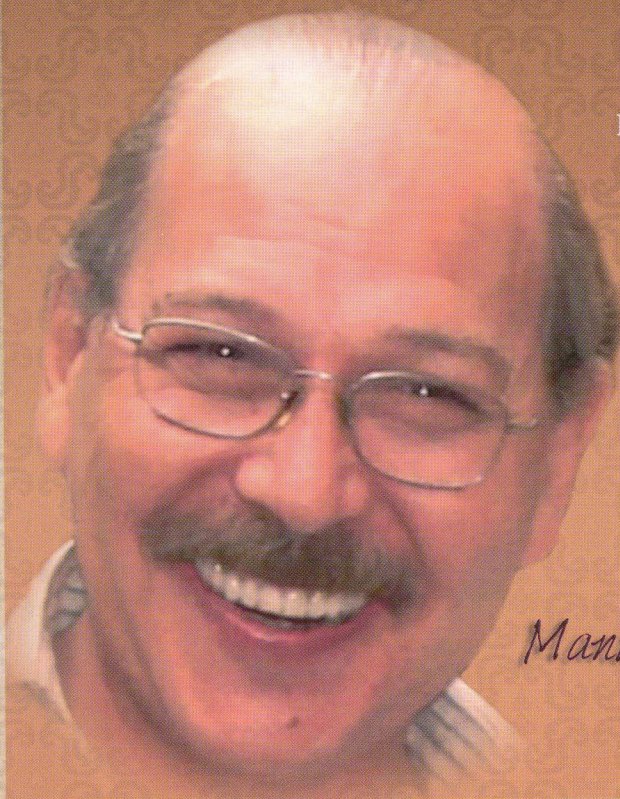


TURISMO, SOCIEDAD Y TERRITORIO: UNA LECTURA CRÍTICA

Coordinador
Daniel HIERNAUX-NICOLAS



Libro homenaje a
Manuel Rodríguez Woog
(1957-2015)

Universidad Autónoma de Querétaro
Editorial Universitaria
Colección Academia
Serie Nodos



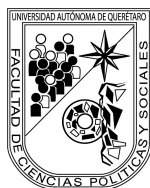
Turismo, sociedad y Territorio: Una lectura crítica

Libro Homenaje a Manuel Rodríguez Woog

Daniel Hiernaux Nicolas (Coordinador)

Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

2015



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Dr. Gilberto Herrera Ruíz
Rector

Dr. Irineo Torres Pacheco
Secretario Académico

Dra. Ma. Guadalupe Flavia Loarca Piña
Directora de Investigación y Posgrado

Mtro. Carlos Praxedis Ramírez Olvera
Director de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Daniel Hiernaux-Nicolas
Diseño de portada

Rosario Barba González
Diseño Editorial



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Índice

“Esto no es un libro” A manera de introducción Daniel Hiernaux-Nicolas	i
PRIMERA PARTE CONCEPTUALIZANDO EL TURISMO Y SU DESARROLLO	1
Sueños y aspiraciones de los y las mexicanas: Descubriendo al <i>liberal salvaje</i> Marco Robles e Isabel Gil Everaert	3
Notas sobre el sistema turístico y la hermenéutica del viaje y la hospitalidad Napoleón Conde Gaxiola	11
Fantasías, sueños e imaginarios del turismo contemporáneo Daniel Hiernaux-Nicolas	25
Turismo creativo Sergio Molina Espinosa	43
Tendencias y problemas actuales relacionados con la actividad turística Irma Luz Ramírez de la O, Maribel Osorio García e Irma Cortés Soto	57
SEGUNDA PARTE ÉXITOS Y FALLAS: LAS PARADOJAS DEL TURISMO TRADICIONAL	71
Las paradojas del turismo a 40 años del modelo de turismo mexicano. El caso Cancún Marisol Vanegas Pérez	73
Una aproximación al dimensionamiento de las actividades recreativas náuticas en Cancún en el <i>Parque Nacional Costa Occidental Isla Mujeres, Punta Cancún y Punta Nizuc</i> Alfonso de J. Jiménez Martínez, Damayanti Solano Cristerna y Francisco Domínguez Estrada	91
Majahual, destino turístico y de cruceros: Notas sobre las contradicciones de la gestión pública Pricila Sosa	123
Turismo, pobreza y medio ambiente en Quintana Roo: Un análisis crítico David Velázquez Torres y Lourdes Castillo Villanueva	141
Turismo y pobreza Roger Joseph Bergeret Muñoz y Mónica Corazón Gordillo Escalante	165
TERCERA PARTE EN BUSCA DE UN TURISMO ALTERNATIVO	177
Turismo Armónico, hacia el desarrollo local y la sustentabilidad Rocío Serrano-Barquín y Daniela Palmas-Castrejón	179
Turismo, desarrollo territorial y comunidades indígenas en México Gustavo López Pardo y Bertha Palomino Villavicencio	197
Ecoturismo en México: Ilusión del desarrollo rural para la conservación de la naturaleza Cuauhtémoc León y Marisol Vanegas	221
¿Es posible promover modelos alternativos de turismo en sitios de turismo tradicional? El caso de Maya Ka’an, Quintana Roo Vicente Ferreyra Acosta	243
Cultura turística: más allá de la idiosincrasia	251

Guido Lara	
Turismo cultural, una plataforma productiva de la cultura	259
René R. Rivera Lozano	
Reflexiones sobre el patrimonio cultural y el turismo: Hacia un ocio cultural en México	271
Sergio Rodríguez Abitia	
CUARTA PARTE LECCIONES DE EXPERIENCIAS INTERNACIONALES	281
Cuestiones de Género en la Evolución del Turismo de Sol y Playa. Un ejemplo del litoral marítimo argentino	283
Regina Schlüter	
Turismo y desarrollo, el papel de los hoteleros baleares	299
Macià Blázquez Salom	
La construcción de la opinión pública sobre el turismo: Crítica a la teoría del intercambio social	311
Raquel Huete y Alejandro Mantecón	
Produciendo urbanización en el litoral de la región de Valparaíso: imaginarios y producción inmobiliaria	327
Daniel Hiernaux, Rodrigo Hidalgo, Daniel Santana y Federico Arenas	
LOS AUTORES (por orden alfabético)	347

Turismo, desarrollo territorial y comunidades indígenas en México

Gustavo López Pardo¹ y Bertha Palomino Villavicencio²

Introducción

A pesar de que el turismo es una invención de finales del siglo XVIII, en la década de 1970, destacó como una de las actividades más dinámicas en el mundo hasta la actualidad. Es innegable su creciente importancia en la economía global y en la de las naciones dedicadas a esta actividad, para estos es una actividad económica globalizada, vinculada al desarrollo de los medios de transporte y de servicios, que conforman una infraestructura estable y en permanente expansión. En el caso de los países emergentes, se ha consolidado como un sector para promover su desarrollo, sobre todo cuando cuentan con recursos naturales y culturales y con capacidad para recibir y albergar turistas.

Como el turismo ha surgido como alternativa para reactivar y dinamizar las economías de diversos países, suele ser considerado como uno de los sectores que contribuyen al desarrollo de la sociedad pues, además de proveer beneficios económicos, influye en la organización de la población y la colaboración entre empresas para ponerlo en funcionamiento, en la dinamización de las instituciones, ayuda a mejorar la estética de los centros de acogida y a recuperar el patrimonio, aunado a que a través de la promoción se proyecta una imagen de los lugares donde confluyen tradición y originalidad, y como uno de los motores para el desarrollo de las infraestructuras locales (Álvarez, 2005, p. 61).

Su importancia destaca por encontrarse en constante ascenso (ya para el 2013, fueron 1, 087 millones de llegadas turísticas) y por convertirse en una de las actividades con mayor peso en la economía mundial al generar el 9% del PIB mundial, cuyos ingresos en el 2013 ascendieron a 1,159,000 millones de dólares de EE.UU, representando el 29% de las exportaciones de servicios a escala mundial (OMT, 2014).

Su presencia en varios países latinoamericanos reafirma lo anterior debido a que alcanza unos 70 millones de visitantes, aproximadamente un 9% del turismo mundial, destacando el caso de México y Centroamérica (específicamente Costa Rica), quienes representan el 45% de captación, mientras que el Caribe (República Dominicana, Puerto Rico, Cuba, Jamaica, y Bahamas) constituye el 32%, y el resto lo recibe Sudamérica (Brasil, Argentina y Uruguay) (cf. Buades, 2012: 25). Por ello, en diversas partes del mundo, particularmente en los países considerados emergentes, en las últimas décadas se ha buscado promover proyectos turísticos bajo el argumento de propiciar el “desarrollo del nivel y la calidad de vida de quienes viven en zonas receptoras de turistas y, a su vez, en el disfrute de estos últimos” (Álvarez, 2005, p. 58).

Desde esta visión, el turismo se concibe actualmente como un elemento dinamizador de las economías locales, y por tanto, se ha planteado como estrategia

¹ Universidad Nacional Autónoma de México

² Instituto Politécnico Nacional

de desarrollo en diversos contextos como respuesta a la crisis del modelo desarrollista industrial, llegando a incidir, incluso, en el diseño, la planeación y la puesta en marcha de políticas económicas, sociales y culturales con el objetivo de impulsar su expansión. No obstante, las diversas experiencias conocidas en el ámbito de la investigación social indican que esta actividad no siempre involucra desarrollo, y que los impactos debido a su incremento pueden resultar desfavorables para ciertos sectores de la población o para el medio ambiente. De este modo, la relación entre turismo y desarrollo resulta compleja, por lo cual es necesario analizarlo teniendo en cuenta la dimensión de conflicto social que supone, ya que existen muchos tipos de conflictos asociados al turismo: por el acceso y uso de los recursos (lo cual comporta una reestructuración en la asignación de estos), por la distribución de los beneficios, por las condiciones laborales o por quien controla su crecimiento (Cañada y Gascón, 2006).

En este sentido, el turismo también puede considerarse como una de las múltiples expresiones del sistema capitalista contemporáneo, no solo por cuanto consume lugares y territorios, esculpe paisajes o perpetúa relaciones de dependencia, produce sentidos y significados, y convierte al lugar a través del espacio turístico actualizando los espacios de acuerdo con los principios definidos por el mercado global (Nogués, 2005), sino también por su marcada tendencia a incorporar todo aquello que sea posible de transformarse en producto dentro de esta nueva sociedad de consumo, en la cual la dualidad sujeto-objeto suele quedar subsumida en la de consumidor y mercancía (Bauman, 2007), lo que implica ir más allá de las prácticas económicas y mercantiles que produce ya que también es un fenómeno sociocultural, global y dinámico (Salazar, 2005), deslocalizado y extraterritorial (Canestrini, 2009). Por otro lado, además de ser un acelerador de cambios, el turismo no es sino un cauce más a través del cual la globalización llega a los lugares más reducidos y apartados del planeta, en los cuales se pensaría que sería más difícil que tuviera presencia (Nogués, 2008).

A partir de dicha tendencia, Lipovetsky refiere que hoy en día lo que se consume en abundancia son ficción, juegos, música y viajes, y dentro de los viajes está el turismo. Esta preponderancia a las distracciones ha propiciado que se hable de un “nuevo capitalismo”, ya no centrado en la producción material sino en el entretenimiento y en las mercancías culturales (Lipovetsky, 2007), en la que la civilización del objeto ha sido reemplazada por una economía de la experiencia, de la diversión, del espectáculo, del juego, el turismo y la distracción (Ibíd.), situación acontecida principalmente en países europeos. No obstante, en el caso de Europa, ésta ha despertado abruptamente de ese estado de confortabilidad. El tiempo que se dedicaba, precisamente, al ocio y a la recreación de los individuos, resultado de la separación entre las actividades cotidianas de las de descanso, comienzan a difuminarse ante las actuales condiciones de crisis económica y social que atraviesa el continente, y que parecen extenderse hacia otros puntos del planeta como representación del capitalismo vigente.

Al pensar que las implicaciones del turismo van más allá de lo económico, y que sus efectos se pueden percibir en otros ámbitos como el ecológico, el social y cultural, se hace referencia a las transformaciones que tanto el turismo como sus destinos clásicos experimentan dentro de este orden global en vías de expandirse y echar mano de todo aquello que pueda ser apropiado turísticamente. Esto se debe a que, en el mercado global de lo local, la actividad turística desempeña un papel

fundamental al crear mercados nacionales e internacionales de lugares específicos al recurrir a mecanismos que espectacularizan, teatralizan o convierten en *souvenirs* una amplia gama de bienes culturales y naturales que suelen ser consumidos bajo la denominación de turismo cultural, o alguna de las modalidades de turismo alternativo, por una población ávida de apropiarse de lo auténtico (MacCanell, 1973; Cohen, 1998, citado en Díaz y Hernández, 2008), pero también del exotismo y vivir experiencias totalmente distintas a las de la rutina diaria en las sociedades contemporáneas.

Aunado a esto, también es importante insistir en su función como factor que promueve el desarrollo, principalmente en términos económicos, aspecto que se encuentra íntimamente ligado a los discursos oficiales tanto de las instituciones globales como de los gobiernos que buscan incluirlo como parte, precisamente, de sus políticas de desarrollo.

Como la forma hegemónica de entender el desarrollo es aquella que lo equipara con crecimiento económico, en la que un territorio desarrollado es aquel que acumula una importante dotación de recursos productivos, humanos, naturales y, sobre todo, de capital y tecnología (Méndez, 1997), la mayoría de las políticas de desarrollo se entienden destinadas a generar ventajas competitivas mediante el impulso al incremento o la mayor eficiencia productiva (infraestructuras de transporte y comunicación, formación de los recursos humanos, promoción del suelo). No obstante, el crecimiento económico registrado en países y regiones no siempre se ve acompañado por una mejora paralela en las condiciones de vida que disfruta la mayor parte de la población, aspecto que tiene relación directa con las condiciones sociales y políticas que determinan la forma en que se reparte el excedente generado, tanto entre las personas como entre los territorios, situación que con el turismo se refleja en el sentido de que la población local suele ser la menos beneficiada. En este sentido, como señalan Daltabuit, *et al.*, (2000), es necesario analizar el desarrollo como un discurso dentro del sistema capitalista, producido históricamente.

El desarrollo y el progreso, desde la perspectiva del turismo, se manifiestan claramente en la transformación que esta actividad ha generado en los lugares hoy turísticos. Efectivamente de acuerdo con Nogués (2008) el turismo desata procesos de transformación de los territorios al convertirlos en destinos turísticos a través de la aparición de espacios negociados, mediante la estrategia metodológica de “*dar valor y poner en valor*”. Es decir, otorgarle cierta valoración simbólica a un determinado número de elementos culturales o naturales, que posteriormente habrán de adquirir un valor económico y de mercancía conforme a la demanda del turismo. Debido a esto, comúnmente la valorización de un territorio se debe a la intervención de diversos factores que buscan mejorarlo, transformarlo y enriquecerlo (Giménez, 1996), lo que hace referencia al término de “puesta en valor”, el cual bien puede situarse como parte del proceso de mercantilización.

Por otro lado, desde la lógica del capital esto, además de hablar de una reconfiguración o reorganización del territorio, en este caso a partir de la actividad turística, sugiere también que en el mundo moderno el territorio es cada vez más una fabricación, un producto que se puede ofertar dentro del mercado turístico a partir de su contenido natural y cultural. Estos contenidos se constituirían en lo que Giménez (1996) denomina “bienes ambientales” (áreas ecológicas, paisajes rurales,

urbanos y pueblerinos, sitios pintorescos, peculiaridades del hábitat, los monumentos, la red de caminos y brechas, los canales de riego y, en general, cualquier elemento de la naturaleza antropizada), aunque también deben considerarse los “bienes culturales”, es decir, las formas objetivadas, materiales de la cultura.

El territorio tiene que ver con valores, con una construcción, con poder y con sujetos sociales. Estos, al valorar el territorio y la cultura con fines mercantiles para ofertar en un mercado, como el turístico, obedecen a un conjunto de discursos, contenidos en políticas y programas de instituciones del Estado que impulsan su desarrollo, aunque en ocasiones puede ser en detrimento de la cultura y el medio ambiente.

El Turismo Alternativo y desarrollo local

Aunque el turismo es un gran transformador de los espacios y revalorizador de los territorios, estos procesos no siempre son positivos, sobre todo cuando no se siguen las pautas marcadas por los instrumentos de gestión ambiental y no se toma en cuenta la resiliencia de los ecosistemas ni se incorpora en los beneficios a las comunidades locales. Si bien la actividad turística genera cuantiosas ganancias, en la mayoría de los casos, éstas se concentran en el capital privado, dejándole, a las regiones y comunidades receptoras, los efectos de la desintegración de las actividades económicas tradicionales, así como de los procesos de aculturación, migración, crecimiento poblacional y urbano desordenado, etc. Si bien el crecimiento del turismo se sustentó históricamente en el llamado Modelo Turístico Convencional de "avión, hotel, playa", a finales de la década de los ochenta, surgieron nuevas modalidades turísticas como: el llamado Turismo Alternativo (TA). Esta corriente turística es resultado de los cambios en los valores y hábitos de vida ocurridos en las poblaciones de los países desarrollados (principales generadoras de la demanda), que al procurar mejorar su calidad de vida desarrollaron nuevas formas de utilización del tiempo libre y demandaron cada vez más un ambiente limpio.

Efectivamente, las transformaciones ocurridas en estas sociedades durante el último cuarto del siglo XX (Álvarez, 1994, pp. 98-99), como resultado del envejecimiento de la población, el incremento del trabajo remunerado femenino, el aumento de adultos solteros, de parejas sin hijos y de la postergación de la paternidad, así como la reducción en el tamaño de las familias y la tendencia a constituir familias monoparentales, entre otros factores, generaron cambios en los valores y hábitos de vida de estas poblaciones que a su vez determinaron modificaciones sustanciales en los patrones de consumo turísticos internacionales (OMT, 1990, p. 7).

De igual manera, la pérdida de las certidumbres con relación a los efectos de largo plazo de todo acto humano, la resignificación del individualismo, la recuperación social del ocio y de lo lúdico (Habermas, 1989), así como la revalorización de lo efímero sobre lo duradero (Lipovetsky, 1992), y una mayor aceptación del riesgo le imprimieron nuevas características a la demanda turística constituyendo el marco adecuado para la expansión del TA, es decir, de aquellas prácticas turísticas *participativas y especializadas* que se desarrollan preferentemente en el ámbito natural. En esta modalidad turística se incluían las actividades dirigidas a desafiar retos impuestos por la naturaleza (turismo de aventura) como la caminata, el rappel, el ciclismo de montaña, el montañismo, el paracaidismo, el kаяquismo, etc.

También las actividades que permitían interactuar y convivir con las comunidades rurales anfitrionas en su cotidianeidad sociocultural y productiva (Turismo Rural), y las dirigidas a disfrutar, conocer y valorar la naturaleza a través del contacto con ella (Ecoturismo), como la observación y/o el rescate de ecosistemas, de flora y fauna, el senderismo interpretativo y los safaris fotográficos, entre otras (SECTUR, 2002).

La creciente conciencia y preocupación por el deterioro ambiental que se vivió en la sociedad mundial en estas décadas, también generaron cambios importantes en el turismo, pues el medio ambiente constituye la base y la oferta ecológica sobre la que se realiza esta actividad.

Si bien el TA centrado en la naturaleza sale a la luz pública a finales de los años ochenta, para la década de los años noventa se difundió como Turismo Sustentable. De forma obvia procede del concepto de desarrollo sustentable, definido en el informe Nuestro Futuro Común, documento elaborado por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, de la Organización de las Naciones Unidas, en 1987.

Desde 1992, después de la Reunión de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo, se difundió la importancia de incorporar los principios de la Agenda 21 a la práctica turística, y la Organización Mundial de Turismo (OMT) se dio a la tarea de proporcionar una amplia información al respecto, incluida la definición misma de Turismo Sustentable que lo concibe como: "Aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida". Además, se establecieron los siguientes requisitos fundamentales para la implantación de la Agenda 21 en los centros y actividades turísticas: la minimización de los residuos, la conservación y gestión de la energía, la gestión del recurso agua, el control de las sustancias peligrosas, transporte, planeamiento urbanístico y gestión del suelo, compromiso medioambiental de los políticos y de los ciudadanos, diseño de programas para la sostenibilidad, entre otros.

A partir de entonces, el TA-Turismo Sustentable-Turismo de Naturaleza se manejan como sinónimos y su desarrollo se ha hermanado con los diversos sucesos que en torno al desarrollo sustentable se dan.

Hoy, el TA es tomado en cuenta como parte de la estrategia de desarrollo regional y de expansión empresarial en el mundo, pues se ha demostrado que puede darle valor agregado a los destinos tradicionales como producto turístico flexible que se enfoca a diferentes segmentos socio-económicos y ayuda a la diversificación de la oferta de productos, aumentando así la estancia y el gasto de los visitantes. Países como Estados Unidos, Japón, India, Perú, Bolivia, Chile, Senegal, Chad, Nepal, Yemen del Sur, Kenia, Costa Rica y regiones como la Europea o el norte de África apoyan su economía en la derrama que generan actividades de Turismo Alternativo, pues este tipo de turista, contrario a lo que se piensa, no excluye el confort, el lujo y la seguridad, incluso paga un precio alto por servicio de calidad: agencias especializadas, tour operadores y guías profesionales (SECTUR, 2000).

La aparición del TA, lejos de ser un fenómeno pasajero se constituyó en una de las grandes transformaciones del turismo de finales del siglo XX. Sin embargo, el creciente interés por destinos naturales no basta para pensar que la actividad turística se transforma o se vuelve más sustentable. El turismo como actividad social responde a una racionalidad dominante y la sola modificación del destino turístico no implica una transformación en la práctica social ni en la práctica económica.

Por su parte, las actividades incluidas en el TA, frecuentemente son solo nuevos nichos de mercado que se explotan en forma tradicional y por ello su espectacular crecimiento se ha convertido en una amenaza para el medio ambiente. Este tipo de turismo, preferentemente, promovido por las agencias de viaje interesadas en la captación de la demanda más que en la preservación de los recursos naturales, constituye un enorme riesgo para los ecosistemas frágiles y protegidos, de gran biodiversidad y de importancia estratégica para la calidad ambiental a escala mundial.

La magnitud y ritmo de su crecimiento, la falta de planeación ambiental (inserción en planes de ordenamiento ecológico, estudios de impacto ambiental, capacidad de carga de los ecosistemas) y su excesiva explotación (promoción masiva y sin control) no solo han puesto en grave riesgos los nuevos recursos turísticos, sino que además, dichas actividades no han representado mejorías sustanciales en los niveles reales de ingreso y en las condiciones de vida de las comunidades anfitrionas. En las zonas donde se desarrolla la nueva actividad, en general, las poblaciones son privadas de sus fuentes de ingresos tradicionales y cuando mucho reciben los “beneficios” que genera el turismo convencional: pocos empleos y bajos sueldos, mientras la mayor parte de las ganancias son concentradas y centralizadas por el capital transnacional que controla monopólicamente la actividad turística.

De hecho, este tipo de turismo también ha representado un proceso acelerado de explotación y expropiación de los recursos naturales y de las zonas que por su diversidad biológica y sus atractivos naturales constituyen los nuevos polos de atracción turística que por lo general son propiedad de las comunidades y de los países pobres.

Si bien es cierto que el turismo es una clara manifestación de la globalización actual y de la desposesión de territorios conservados y la mercantilización del patrimonio cultural de las comunidades y pueblos indígenas, también es una actividad que tiene un gran potencial para convertirse en detonador del desarrollo local, como lo demuestran experiencias comunitarias y locales en todo el mundo.

En este contexto, las comunidades locales y otros grupos minoritarios se convierten en parte esencial de la reestructuración de los procesos de desarrollo, desde el enfoque local (Bringas, 2003), en materia de turismo se vive con mayor intensidad sobre todo entre los grupos indígenas quienes buscan un aprovechamiento turístico de sus recursos naturales y culturales.

Por ello, la emergencia del desarrollo local como respuesta ascendente, es decir, desde abajo, en contraposición a las teorías del desarrollo vigentes, busca propiciar una mejora alternativa que responda a las necesidades humanas; un proceso endógeno, independiente, ecológicamente sólido y basado en la autodeterminación y las decisiones tomadas por los involucrados (Hettne, 1982, pp. 27-28, citado en

Ortíz, 2009, p. 88), lo cual se puede lograr mediante la puesta en marcha de un progreso con identidad propia basado en las fortalezas, conocimientos y recursos locales; es decir, un modelo de impulso sustentable generado desde la identidad indígena o campesina en diálogo con otras identidades, denominado “desarrollo intercultural” (Ortíz, 2009), pero también a partir de su conexión entre lo local, lo nacional y lo global. En este sentido el turismo se puede convertir en factor y elemento generador de nuevas iniciativas de florecimiento territorial, de actividades económicas y de nuevos dinamismos (Delgado, 2003).

El Turismo Alternativo como estrategia de desarrollo en México

Por décadas, en México las políticas gubernamentales han impulsado el modelo convencional turístico y su crecimiento descansó fundamentalmente en los llamados Centros Integralmente Planeados que implicaban la construcción, a gran escala, de zonas hoteleras, áreas de recreo y zonas comerciales y en menor medida, la consolidación y fortalecimiento de los centros tradicionales de playa. Sólo hasta finales de la década de los ochenta la Secretaría de Turismo y un conjunto de operadores privados se preocuparon por desarrollar el Turismo Alternativo.

Con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) entre México, Estados Unidos y Canadá, el 1 de enero de 1994, el campo mexicano experimentó una serie de profundas transformaciones no sólo en el ámbito productivo y económico, sino que también tuvo severas afectaciones para sus habitantes en el contexto de sus relaciones sociales comunitarias y en determinadas prácticas culturales, al igual que en su entorno ecológico y territorial. Como efecto de dichas transformaciones encontramos, entre algunos ejemplos, un fuerte incremento de flujos migratorios hacia el vecino país del norte y los centros urbanos del país, un acelerado proceso de privatización y cambio en el uso de las tierras ejidales, abaratamiento en los precios de la producción agropecuaria, mayor presencia de agroindustrias, cambios en la relación campo-ciudad, reorientación en las políticas agrícolas y agrarias y agudización de la pobreza, aunado a un grave estancamiento en el desarrollo local de los espacios rurales (Juárez, *et al.*, 2010, p. 190).

En este sentido, Suárez (2011) apunta que, debido a que hoy en día las áreas rurales se encuentran estrechamente vinculadas en una economía política nacional e internacional, derivadas de una reestructuración económica que las diversifica más y las fragmenta social y territorialmente (Suárez, 2011, p. 65); parte de esta diversificación económica-productiva-laboral en el campo ha traído consigo la expansión de nuevas actividades como la industria manufacturera (maquiladoras) y agrícola, el comercio y el turismo, aunado a incipientes procesos de urbanización en ciertas áreas. Debido a esto, se puede apreciar que, además de la reconfiguración social y territorial donde se asientan las comunidades agrarias, el espacio rural ya no se considera como exclusivo para el desarrollo de la agricultura y otras actividades productivas vinculadas al campo, sino que se concibe también como un lugar en el que pueden realizarse actividades no agrícolas que promueven nuevas fuentes de ingresos, así como una nueva multifuncionalidad o plurifuncionalidad, tomando en cuenta dicha diversificación productiva y laboral (Suárez, 2011). Con ello, aunque parece generarse un proceso de tercerización del campo derivado de la inserción del capital, no debe soslayarse que, para el caso que nos ocupa, el turismo desde sus orígenes ha tenido como uno de sus principales escenarios y destinos al

espacio rural, resaltando que en los últimos años la actividad turística se ha venido planteando como parte de estas nuevas alternativas económicas con mayor dinamismo y de más rápido crecimiento en México, pero también por la conformación de nuevos escenarios turísticos (Ioldi, 2010).

De esta manera, con el objetivo de ampliar tanto la oferta de productos turísticos como los destinos se ha puesto énfasis en promocionar otras formas de hacer turismo: turismo cultural, turismo gastronómico, turismo de salud, turismo alternativo resaltando los beneficios que esta actividad puede aportar para el país más allá del aspecto económico. Y es que el turismo:

“[...] es un negocio que consiste en vender productos que se basan en atractivos, a veces naturales y otras socioculturales, y últimamente, cada vez con mayor frecuencia, una combinación de ambos, por lo que la defensa de la naturaleza, la sociedad y de la cultura es, para el turismo, la defensa misma de su producto y razón de ser” (Medina y Santa Marina, 2004, p. 95).

En México, distintas dependencias públicas han intentado utilizar al turismo como un detonador del desarrollo local y han invertido o canalizado recursos materiales para alcanzar tal fin, acciones que han incluido una recuperación y mantenimiento propiamente material o “físico” del patrimonio de las regiones, acometidas para su acceso, equipamientos culturales y ambientales, museos, y rehabilitaciones de monumentos histórico-artísticos, adecuación y señalización de los recursos paisajísticos para la actividad turística, recuperación de las vías de comunicación tradicionales, rutas, y en general, los variados recursos patrimoniales y culturales de esas regiones.

Si bien el espacio rural ya era escenario de las prácticas recreativas, el TA (hoy llamado Turismo de Naturaleza) y las modalidades consideradas en éste, aparece como una actividad económica complementaria que permite al pequeño productor, diversificar y ampliar su fuente de ingresos sin depender únicamente del trabajo agrícola (López, 2012).

El desarrollo de esta nueva actividad no fue resultado de la estrategia y política del sector turismo, en su desarrollo tuvo más peso la instrumentación de otras políticas desde el sector ambiental, económico y social; así como de la concurrencia de las organizaciones no gubernamentales. Como una alternativa para coadyuvar en el cambio de actividades económicas en el medio rural y frenar el deterioro ambiental, el gobierno federal impulsó en las regiones campesinas, indígenas y pobres, en las que coincidían las grandes riquezas biológicas y ambientales, diversos programas sociales condicionados a la preservación del medio ambiente. Tal es el caso del Programa para el Desarrollo Sustentable de Regiones Marginadas e Indígenas (PRODERS) que bajo el auspicio de la SEMARNAT, se crea con la visión de fomentar la productividad, combatir la pobreza, y articular la política ambiental, de preservación y aprovechamiento de los recursos naturales, con las políticas de crecimiento económico y mejoramiento de la calidad de vida de la población. Para ello, mediante el PRODERS se aportaron recursos económicos para el desarrollo comunitario y micro regional, con la intención de desarrollar proyectos sustentables comunitarios, dedicados a la conservación y restauración de los ecosistemas, el aprovechamiento sustentable de la flora y la fauna silvestre, así como promover una cultura ambiental.

Estos proyectos se desarrollaron, tanto dentro de las Áreas Naturales Protegidas (ANP) como en las zonas aledañas, o bien, en áreas consideradas como de alta marginación y partiendo del principio de que la conservación de la biodiversidad a largo plazo no era viable de no enfrentarse los problemas de la pobreza. En apoyo a esta iniciativa se creó también el Programa de Empleo Temporal con el objetivo principal de generar oportunidades de ingreso en el medio rural, en zonas de alta y muy alta marginación, con acciones dirigidas al desarrollo del capital natural así como el de la infraestructura social y productiva.

Por su parte, otros organismos del sector social encargados del combate a la pobreza también visualizaron que la nueva demanda de destinos turísticos podría ser aprovechada para generar alternativas económicas para las poblaciones rurales quienes eran poseedoras de muchos de los nuevos destinos. Así, bajo la estrategia para promover el desarrollo productivo, generar empleo y mejorar el bienestar social en las zonas de marginación, FONAES, SEDESOL e INI canalizaron recursos a grupos campesinos e indígenas en las zonas rurales que contaban con una relevancia ambiental y disponían de atractivos naturales, o socioculturales con potencial para convertirse en recursos turísticos.

Ya en el siglo XXI, los nuevos gobiernos sensibles a los cambios ocurridos en el entorno internacional incorporaron en la política turística los criterios de sustentabilidad y revaloración de los recursos ecológicos y culturales. Así se estableció que el turismo debía traducirse en una mejoría en el bienestar de las poblaciones locales, que les permitiera ser partícipes plenos del proceso de desarrollo, buscando promover la equidad social, la preservación del ambiente y la rentabilidad de la inversión, social, pública y privada. Por su parte, a partir del reconocimiento de la existencia de una generación de turistas cada vez más “verdes”, más conscientes y que buscaban destinos más auténticos; así como del incremento en la demanda de operadores y mayoristas de destinos turísticos alternativos, se estableció, en el Programa de Desarrollo del Turismo 2001-2006, la consolidación de destinos sustentables como uno de los tres grandes ejes de la política turística nacional.

También en la Agenda 21 para el Turismo Mexicano, que elaboró la SECTUR, se planteó la necesidad del desarrollo sustentable en la actividad turística, propiciando el bienestar humano, respetando los tiempos y ciclos del ambiente y optimizando los beneficios económicos y sociales de las comunidades. Entre sus siete estrategias sustantivas se incluyó el Ecoturismo como elemento clave para el turismo en áreas naturales protegidas.

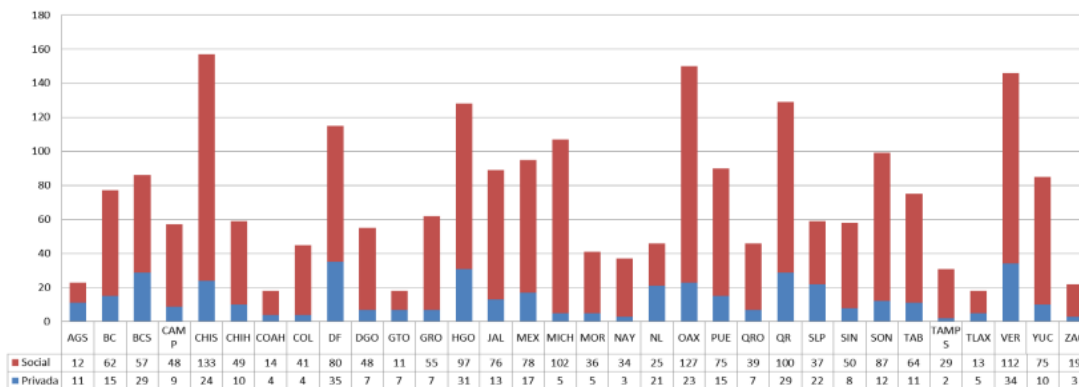
Aunque el Ecoturismo y otras modalidades del TN son actividades de recién incorporación a la política turística nacional en nuestro país también se vive su “boom” y actualmente, es posible encontrar por lo menos 602 destinos en los que se puede practicar alguna de sus actividades.

Sólo en el periodo 2006-2012, 42 programas gubernamentales canalizaron más de 3 mil 181 millones de pesos al desarrollo del Turismo de Naturaleza (López y Palomino, 2014), cifra que aún siendo importante nada tiene que ver con los más de nueve mil millones de dólares que sólo en el periodo 2000-2006, el capital privado nacional y extranjero destinó al turismo convencional.

Como resultado de las diversas acciones gubernamentales y de las organizaciones civiles, en la actualidad se tienen registradas 2,323 empresas de Turismo de Naturaleza operando en el país de las cuales 1,885 son sociales (81.14% del total) y 438 privadas (18.86%) (López y Palomino, 2014a).

Estas empresas se concentran principalmente en entidades federativas reconocidas por su riqueza natural, cultural y la existencia de importantes comunidades indígenas, en donde la política de los tres niveles de gobierno se ha orientado a impulsar, a través de diversos mecanismos de apoyo, la creación de empresas turísticas de TN como estrategia para el uso alternativo de los recursos naturales o para el impulso del desarrollo local y mejora de la calidad de vida de los pueblos rurales, brindando básicamente apoyos orientados a la dotación de infraestructura y equipamiento para la operación de establecimientos de hospedaje, principalmente del tipo cabañas (Ver gráfica 1).

Gráfica 1. Distribución de las empresas sociales y privadas operando por entidad



Fuente: Construcción de los autores.

En tanto la mayoría de los nuevos destinos del TN se encuentran en zonas rurales y áreas naturales protegidas y como aún más del 70% del territorio nacional es de propiedad de ejidos y comunidades rurales e indígenas, el turismo en general y el alternativo en particular, se ha convertido en una actividad emergente potencialmente capaz de paliar en parte la crisis del sector agrario y beneficiar a estas poblaciones al generar nuevos empleos y un mercado adicional a sus productos.

El Turismo Alternativo en zonas indígenas

El turismo y particularmente el llamado de naturaleza, para las comunidades y pueblos indígenas, representó una oportunidad inesperada para mejorar sus condiciones de vida y aspirar al desarrollo aprovechando que la mayoría de los nuevos destinos se encuentran en sus territorios. En México, la población indígena se ubica en todas las entidades federativas, pero se calcula que el 90% de ella vive en las regiones biogeográficas más ricas del país como lo son el trópico húmedo, el trópico seco y las zonas templadas (CDI-PNUD, 2002).

La instrumentación del Turismo Alternativo (Turismo de Naturaleza o Ecoturismo) entre los pueblos y comunidades indígenas ha pasado por la conformación de proyectos y empresas que asumen diferentes modalidades y que se pueden expresar en campamentos, centros turísticos comunitarios o, simplemente,

proyectos familiares, gestionados de manera diferente según los propósitos del grupo constituyente y del responsable de éste (Pastor y Gómez, 2010).

El desarrollo de las Empresas Turísticas Indígenas (ETI) arranca por lo menos desde hace 20 años, producto de la combinación de una serie de factores entre los que destacan: Primero, el que la actividad turística se convirtiera en política gubernamental, al considerar su pertinencia como factor de desarrollo para el país, fomentado su diversificación, más allá del turismo de sol y playa, a través de otras modalidades turísticas, entre las que destaca el Turismo de Naturaleza. Segundo, la existencia de un amplio inventario de recursos naturales conservados, presentes en los territorios indígenas que aunados a sus bienes culturales constituyen un enorme atractivo para las nuevas actividades comprendidas en este segmento turístico. Tercero, millones de pesos de los programas gubernamentales de atención a la pobreza, a los grupos vulnerables y a la conservación de los recursos naturales fluyeron a las comunidades y pueblos indígenas para conformar proyectos que pudieran convertir la creciente demanda de estos destinos en beneficios para ellos. Cuarto, debido también a que muchos grupos, organizaciones y comunidades indígenas vieron en la actividad turística una oportunidad de recuperar el uso y usufructo de sus territorios que fueron decretados en Áreas Naturales Protegidas (ANP) pero también como un instrumento para fortalecer su empoderamiento local e incidir en la conformación de capital social comunitario (López y Palomino, 2014a).

Así estas actividades turísticas (particularmente el Ecoturismo, el rural y el de aventura), adquirieron pasaporte de llegada entre los pueblos y comunidades indígenas por dos frentes; desde *la perspectiva de las instituciones gubernamentales* como un nuevo medio para su incorporación productiva al mercado nacional, y a través de *iniciativas comunitarias* autodirigidas que lo consideraron además de opción económica, como el mecanismo para reapropiarse y reusar los recursos naturales básicos para su existencia así como la oportunidad de mejorar su calidad de vida, fortalecer su organización social y valorar su patrimonio identitario y, modificar su tradicional vinculación desventajosa con el mercado nacional.

Llama la atención que en el caso mexicano, la principal motivación para el desarrollo del Turismo de Naturaleza es la generación de opciones productivas para las comunidades indígenas que les permitan mejorar sus condiciones materiales y no materiales; le siguen la búsqueda de la conservación ecosistémica y de los bienes y servicios ambientales que estos proporcionan; la diversificación productiva de las actividades rurales y por último un enfoque que busca ampliar la oferta nacional turística.

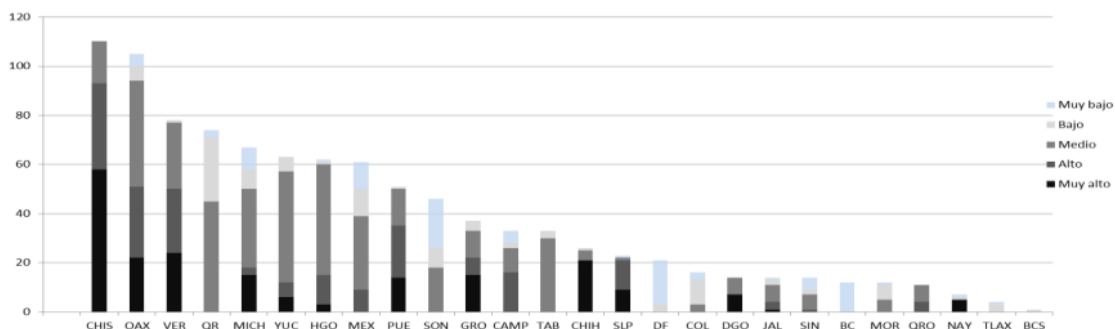
En estos años diversas dependencias de la administración pública han considerado al TN en sus programas y políticas para impulsar el desarrollo económico y social entre los pueblos y comunidades rurales e indígenas. De ello dan constancia programas como el Fondo Nacional de Empresas de Solidaridad (FONAES), la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), Reforma Agraria, Programa de Conservación para el Desarrollo Sostenible (PROCODES), Secretaría de Turismo (SECTUR) y la Comisión Nacional de Áreas Protegidas (CONANP), entre otras (López, 2012).

Si bien Guerrero (2010) refiere que el Turismo de Naturaleza (específicamente el Ecoturismo) supone cuando menos en el discurso una mayor preocupación ambiental y el fomento al desarrollo socioeconómico comunitario, la realidad analizada en diferentes espacios donde se promueve dicha actividad indica que lo anterior no necesariamente se cumple totalmente, lo cual se debe a una falta de organización e interés por parte del Estado mexicano que impide el crecimiento ordenado y desarrollo de esta actividad (Guerrero, 2010, p. 37). No obstante el impulso que actualmente se le da al Turismo de Naturaleza mediante la participación de diversos sectores gubernamentales, sociales y privados, todavía no se cuenta con una política clara y definida que haga avanzar a dicha actividad debido a que los programas siguen siendo operados desde visiones sectoriales, con mayor orientación por sus objetivos específicos que por un enfoque de desarrollo de territorios que tome en cuenta las necesidades de las poblaciones locales (López, 2012, pp. 107-108). Sin embargo, por ahora resulta ser la única vía posible en términos sectoriales para lograr incidir en el desarrollo sustentable de las comunidades.

Actualmente, como resultado de la acción gubernamental o por las iniciativas comunitarias autodirigidas encontramos 998 empresas con participación indígena dedicadas al Turismo de Naturaleza en México, asentadas en 729 localidades de 27 entidades federativas y que involucran a 414 municipios que representan el 16.82% de los 2,461 que da cuenta el catastro municipal nacional (López y Palomino, 2014a). Si bien la mayoría de las ETI (61%)³ se ubican en municipios catalogados de medio, bajo y muy bajo grado de marginación (GM), por lo que cuentan con condiciones para desarrollar las actividades de turismo, al contar con factores externos adecuados (comunicaciones, accesibilidad, infraestructura de servicios y comerciales, de salud y educación, etc.) según lo establecido en los lineamientos de la propia Secretaría de Turismo Federal; la realidad es diferente pues por ejemplo en los estados de Chiapas, Oaxaca y Veracruz en los que se concentra el 29% del total, la mayoría se ubican en municipios catalogados de alto y muy alto grado de marginalidad lo que significa dificultades externas adversas para los grupos indígenas que impulsan proyectos de TN en esas zonas. Por ello, el que en Oaxaca y Chiapas se ubiquen las ETI con mayor presencia en el mercado nacional, es de gran relevancia. Primero, porque muchas son comunitarias, particularmente las empresas ubicadas en la Sierra Juárez de Oaxaca y segundo, porque han logrado mantener sus servicios y actividades por más de 15 años, superando los principales obstáculos que el mercado presenta a las Mipymes, quienes en un amplio número no logran sobrevivir tres años de competencia.

³ A partir de esta sección los datos sobre las características de las ETI son resultado de la investigación “Las empresas comunitarias de turismo de naturaleza: factores de éxito y de fracaso”, que con apoyo del fondo sectorial SECTUR-CONACYT Clave 148201, realizamos en el Instituto de Investigaciones Económicas, de la Universidad Nacional Autónoma de México, en el periodo 2012-2014.

Gráfica 2. Empresas indígenas por entidad y municipio por grado de marginación, 2010



Fuente: “Las empresas comunitarias de turismo de naturaleza: factores de éxito y de fracaso.” Base de datos TURNATU. López y Palomino, 2014

Como apuntamos más arriba, el crecimiento y desarrollo de las ETI ha sido en mucho resultado de la intervención gubernamental que del 2000 al 2012 canalizó más de mil 300 millones de pesos para el desarrollo de estas actividades entre la población indígena. Si bien la evolución de los recursos otorgados por un conjunto de instituciones del Gobierno Federal a través de programas específicos fue constante, es a partir del 2006 que se inicia el repunte de la inversión cuando la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) mediante su Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas (PTAZI) decide apoyar a las comunidades y pueblos indígenas para que conformaran opciones productivas viables, aprovechando el *boom* del TN en nuestro país.

Si bien la inversión gubernamental fue progresiva en esos años, también se caracterizó por invertir casi exclusivamente en la construcción de infraestructura⁴ turística y muy poco para fomentar la reconversión productiva (generación de habilidades y capacidades) que los grupos y empresas indígenas requerían para brindar servicios y actividades de calidad que les permitieran competir en un mercado hegemonizado por el capital privado. Por ello, la mayoría de las ETI aún no logran consolidarse como proyectos empresariales sustentables y siguen requiriendo del apoyo gubernamental, pero sobre todo de un acompañamiento diferente que permita dicha reconversión productiva y las fortalezca para encontrar la manera de conciliar las necesidades del mercado con las formas tradicionales de organización social que determinan el uso de sus recursos colectivos. Estos emprendimientos enfrentan una difícil situación pues al mismo tiempo que deben de buscar la rentabilidad económica tienen que servir para la reconstitución social comunitaria, la preservación de su patrimonio cultural y de sus recursos naturales. Por ello, en general, las experiencias indígenas que han logrado permanecer y tener un lugar en el mercado, son aquellas que han superado las dificultades y retos que la actividad presentaba, superando los límites de la intervención gubernamental y las contradicciones entre la organización tradicional y las exigencias organizativas que planteaba el mercado, fortaleciendo su organización comunitaria, es decir, su capital social.

⁴ De los \$1, 396, 892,472 pesos que, de acuerdo a nuestra base de datos, recibieron las empresas indígenas en el periodo de 2000 a 2012, el 90% fue para infraestructura, el 3.15% para equipamiento, el 2.38% para capacitación y el 1.30% para difusión y promoción (López y Palomino, 2014a).

Si bien la propiedad comunitaria sujeta y subordina el desarrollo de la organización empresarial a los objetivos de la comunidad, a su estructura de organización y a su manera específica de toma de decisiones, esta situación no les impide su funcionamiento y organización empresarial, o conformarse en sociedades civiles o mercantiles, asociarse con terceros, encargar la administración o ceder temporalmente el uso y disfrute de sus bienes para su mejor aprovechamiento, etc. Es por ello que los emprendimientos con participación indígena asumen distintas figuras jurídicas⁵ para organizar la prestación de los servicios y de las actividades de TN, aunque se basan principalmente en aquellas vinculadas a la producción rural y agropecuaria y en la organización ejidal y comunitaria en lo referente al trabajo colectivo. De acuerdo con nuestra investigación, el 49% de los emprendimientos tienen formas de organización formalmente empresariales que responden a la necesidad planteada por los programas gubernamentales para el otorgamiento de recursos económicos, y que hacen referencia a estructuras empresariales formales parecidas a las agropecuarias y de servicio existentes en el ámbito rural. En tanto, otro 46% de las experiencias indígenas están organizadas en grupos de trabajo y comités y bajo la conducción directa de los comisariados de bienes comunales y ejidales. Sin duda, esto constituye un rasgo importante a resaltar, pues los grupos de trabajo y los comités son formas de organización primarias que corresponden a las exigencias que las comunidades plantean a sus miembros a fin de que desarrollen actividades de beneficio colectivo de manera voluntaria y sin remuneración. Así los comités de agua, de luz, de escuela o de iglesia son expresiones en que tradicionalmente estas colectividades organizan el trabajo enfocado a la resolución de una necesidad común y que distinguen a estas sociedades rurales en nuestro país. Estas formas de organización reflejan que la actividad turística empieza a ser considerada como una actividad más de la comunidad o del ejido y que la ausencia de una organización estructurada de manera gerencial no impide la organización y división del trabajo que la actividad turística requiere, sobre todo cuando existen experiencias previas en el manejo de actividades forestales, agropecuarias y artesanales.

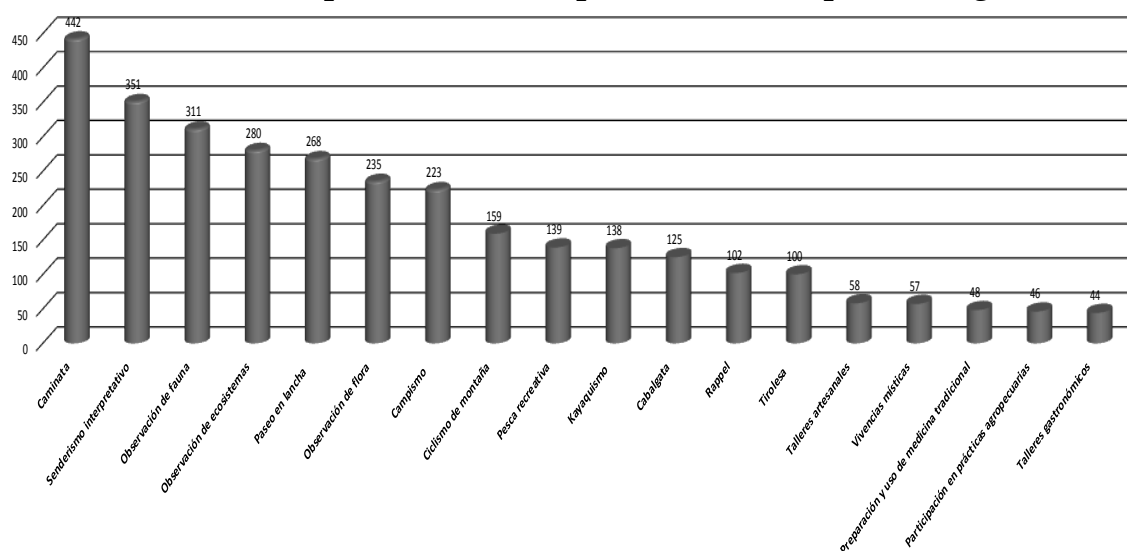
Actualmente, los emprendimientos indígenas ofertan actividades y servicios propios del TN combinando sus distintos componentes (ecoturismo, aventura y rural), aunque las actividades que predominan son aquellas relacionadas con el “Ecoturismo” en correspondencia a que muchas de las iniciativas se ubican en las cercanías de las ANPs (Gráfica 3). Pero también destacan aquellas en las que se utilizan los recursos comunitarios inmediatos propios del ámbito rural indígena y que no requieren inversiones en infraestructura o capacitación. Las actividades cotidianas y productivas, y los recursos naturales y culturales, adquieren nueva relevancia al figurar como parte de la oferta de actividades y servicios turísticos de las ETI. Así, por ejemplo la caminata, el senderismo y la observación de los ecosistemas son las principales actividades ecoturísticas ofertadas y se realizan, en su mayoría, recuperando los senderos, brechas y caminos de herradura que existen en gran parte del campo y las comunidades rurales⁶; y desde donde se efectúa la

⁵ Las figuras que van desde Sociedades de Producción Rural, [S.P.R.], Sociedades Cooperativas, [S.C.], Sociedades de Solidaridad Social, [S.S.S.], Asociaciones Civiles, [A.C.], Sociedades de Riesgo Limitado [S.R.L.] hasta Uniones, Redes y Cadenas Productivas.

⁶ Estas vías vecinales por las que habitualmente transitan los pobladores de una localidad a otra, a los que se les ha agregado un nuevo valor y uso en función de la actividad turística, son

contemplación del entorno natural aderezada con el conocimiento de la población local, cuyos integrantes fungen como guías que condensan los conocimientos sobre la flora, fauna, y aspectos de la historia local. También en los paseos en lancha se recuperan los instrumentos de trabajo cotidiano utilizados por las sociedades cooperativas pesqueras y de transporte fluvial existentes en los municipios costeros o localidades de núcleos agrarios, aledañas a presas de temporal, lagunas, esteros y manglares y que encontraron en el Ecoturismo una complementariedad a sus actividades tradicionales.

Gráfica 3. Principales actividades que ofertan las empresas indígenas



Fuente: “Las empresas comunitarias de turismo de naturaleza: factores de éxito y fracaso.” Base de datos Tumatur. López y Palomino, 2014

Con referencia al turismo de aventura, las actividades más destacadas son: los paseos en bicicleta, la pesca recreativa y la cabalgata. Como en el caso anterior, las ETI echan mano de los recursos usados en otros procesos productivos como los caballos y las lanchas. En el caso de la pesca recreativa, que requiere una infraestructura y equipo especializado, se recupera la infraestructura construida por muchos programas gubernamentales agropecuarios destinados al fomento de la producción pecuaria (truchas-turcicultura) como complemento a la dotación alimenticia de las comunidades rurales.

El Turismo Rural se encuentra vinculado fundamentalmente a las actividades artesanales, las vivencias místicas y a la recolección de especies vegetales silvestres (frutos, semillas y hongos) de consumo humano y con fines ornamentales en espacios naturales. Son en estas actividades, relacionadas con el conocimiento tradicional (médico o gastronómico) en donde mejor se expresa la activación del patrimonio cultural intangible por el turismo. Un ejemplo de esto es la tradición culinaria de Michoacán que fue reconocida por la UNESCO como Patrimonio Cultural Intangible de la Humanidad. También el rescate de rituales tradicionales medicinales como el baño de purificación, el temazcal, las limpiezas esotéricas, muy demandadas por el turista extranjero.

acondicionados y mantenidos, en general, por el trabajo de los miembros de la colectividad mediante las “faenas”, “mano vuelta” o “tequio”.

Paradójicamente los proyectos de investigación biológica, rescate de flora y fauna, los talleres de educación ambiental, actividades especializadas de manejo y conservación del medio natural y que están dirigidas a concientizar al turista de la importancia de preservar la biodiversidad sólo son realizadas de manera marginal.

En general las ETI no ofertan actividades especializadas como el vuelo en globo, vuelo en parapente, paracaidismo, o espeleobuceo, éstas se encuentran en manos de empresas privadas, pues requieren una gran inversión y personal altamente capacitado, aunque también son las que mayor demanda tienen en el mercado.

Si bien las ETI proporcionan servicios básicos (alojamiento y alimentación)⁷ o complementarios en correspondencia con el tipo de actividad turística ofertada, sólo una quinta parte de ellas proporcionan estos servicios en su totalidad, es decir, alimentación, hospedaje y organización de actividades de manera integral. Si bien estas empresas cuentan con la infraestructura de hospedaje y alimentación de calidad, una tarea pendiente y que explica las dificultades que han enfrentado para posesionarse en el mercado es una mayor capacitación de los recursos humanos para brindar el servicio, pero también para tener una gestión empresarial y ambiental más acorde con las exigencias de sustentabilidad del mercado turístico actual. Ello se expresa en el hecho de que sólo un 15% cuenta por ejemplo con el Distintivo M (mejoramiento de los sistemas de gestión, desarrollo humano y sistemas de información) y sólo 37% lograron la calificación para obtener la certificación en la MNX133 que aplica a las actividades e instalaciones que se dedican al Ecoturismo.

Comportamiento similar presentan las ETI, cuando se trata del uso de tecnologías de la información como medios para promocionar sus atractivos, actividades y servicios, así como canal de comercialización, pues si bien 359 tienen presencia en las páginas promocionales turísticas y 234 en portales digitales de instituciones gubernamentales federales, estatales e incluso municipales; sólo 190 empresas implementan páginas o dominios propios, en tanto que 204 utilizan las redes sociales como Facebook y Youtube como canal de comunicación comercial. Efectivamente como señala Viñals, en este orden globalizado la presencia en Internet constituye una de las mejores maneras de hacer llegar a los posibles consumidores la oferta turística. Esta aseveración se fortalece cuando se trata de las empresas de Turismo de Naturaleza, ya que sus viajeros tienden a ser más independientes y activos en la planeación de su viaje dándole mayor valor a una página de internet que sea funcional para sus necesidades. Por lo tanto, las empresas que cuentan con algún tipo de página web propia reflejan un grado de madurez y planeación en su producto turístico representando una ventaja frente a sus competidores y proyectando una imagen de consolidación y seriedad en la empresa (Viñals, et al, 2010).

⁷ Su esquema va desde zonas para acampado, cabañas rústicas, albergues de media y alta montaña, hostales rurales, hasta hoteles con servicios básicos como agua, luz y alimentación y servicios complementarios como estacionamiento, televisión por cable e internet. Con respecto a la alimentación también se distinguen distintas modalidades como los comedores comunitarios o cocinas rurales basados en la cultura gastronómica local hasta los paradores turísticos ubicados en carreteras primarias y que aprovechan aspectos del paisaje natural como producto complementario a los servicios de alimentación.

Una de las grandes ausencias que presentan la mayoría de las ETI, y que es básica para un mercado preocupado por los asuntos ambientales, es un manejo ambiental que garantice el uso sustentable de sus recursos naturales. Sólo el 26% mencionan medidas ambientales y en concreto 198 empresas implementan ecotecnias, 142 tienen manejo de residuos sólidos y 62 de aguas residuales.

El conjunto de elementos que aquí se han descrito conforman algunas de las características que tienen las ETI y que reflejan su posibilidad y capacidad para abrirse camino en un mercado turístico altamente competitivo y dominado por el capital privado.

Si bien estas empresas son potencialmente el instrumento para lograr que la creciente actividad del turismo de naturaleza beneficie en mayor medida a las poblaciones indígenas, esto no ha sido fácil ni será pronto. Después de más de 20 años de acciones gubernamentales los resultados han sido desiguales. Si bien existen proyectos exitosos que se han convertido en verdaderos instrumentos de las comunidades indígenas para mejorar sus condiciones materiales de existencia, conservar y revalorar su patrimonio natural y cultural, la gran mayoría aún enfrentan una serie de problemas organizativos, financieros, técnicos y de comercialización que les han impedido su consolidación. La problemática del sector es compleja y no solamente se inscribe en el funcionamiento empresarial, sino que tiene que ver con el ámbito social comunitario. Algunos de estos problemas están relacionados con la organización interna de los grupos que encabezan estos procesos, con su relación con la comunidad y sus autoridades legales; otros tienen que ver con el desarrollo de la actividad emergente, que requiere conocimientos y habilidades específicas; pero otros tienen que ver con los esquemas de intervención gubernamental, con sus políticas y proyectos.

Las ETI tienen una situación paradójica, por un lado, muchas de estas si bien se asientan en territorios donde se encuentran mejor conservados los recursos naturales, gracias a un apropiado aprovechamiento de las comunidades con base en su cosmovisión y determinadas prácticas culturales, también muchas de las localidades donde se ubican y desde las cuales operan están en relativo aislamiento (de ahí sus condiciones de pobreza y marginalidad ante la ausencia de servicios apropiados de salud, educación y comunicaciones) lo que ha sido una de las principales limitantes para su desarrollo y consolidación. Por ello, parte del fracaso en muchos de los proyectos ecoturísticos desarrollados en zonas rurales-indígenas se debe a la falta de una adecuada infraestructura carretera o de caminos, y por ende de servicios básicos, que permita acceder con facilidad a la comunidad, o a las cercanías donde se encuentra instalada la empresa, lo que constituye un factor negativo que va en detrimento de su rentabilidad.

La existencia de empresas comunitarias indígenas en Oaxaca, Puebla, Hidalgo, Chiapas, Baja California, Veracruz, Quintana Roo, Yucatán y Michoacán entre otras entidades, con la voluntad de apropiación de la actividad turística como forma de empoderamiento y de contribución al desarrollo económico y social comunitario, aunado al manejo, aprovechamiento y conservación de sus recursos y territorios, demuestra el significado estratégico que puede tener el Turismo de Naturaleza como parte de un proceso mucho más amplio de empoderamiento social (Ruíz, 2002).

La identificación de ETI nos habla de la importancia que la actividad turística comienza a tener para el desarrollo de las regiones indígenas, pues está representando una alternativa económica para los campesinos indígenas. Muestra de ello son los casos de Ecoturixtlan, Capulalpam de Méndez y los Pueblos Mancomunados, localizados en la Sierra de Juárez, los cuales son ejemplo de articulación exitosa de comunidades rurales indígenas con la sociedad urbana industrial, a través de una estrategia de desarrollo integral y diversificación productiva, entre las que destaca el Ecoturismo. Que han demostrado una gran capacidad para resolver los conflictos que plantea la racionalidad económica a las empresas sociales en general y a las comunitarias en particular. En este sentido, estos proyectos son un intento serio de las comunidades por establecer una actividad turística bajo control comunitario, pero también garantizando la conservación de los recursos naturales en el largo plazo mediante la implementación de programas productivos y educativos relacionados con la naturaleza (Gasca, et al., 2010).

Por otro lado, en Chiapas, no obstante que más del 84% de los municipios en donde se asientan las empresas están clasificados de alto y muy alta marginalidad, existen las 18 empresas que mayor posicionamiento presentan en el mercado al contar con un conjunto de servicios y actividades de ecoturismo, turismo de aventura y rural claramente estructurados, que utilizan las páginas web propias, promocionales e institucionales para dar a conocer sus servicios, y en las que existe una estructura administrativa más cercana a la gerenciación, con raíces comunitarias, y han logrado resolver las tensiones que el uso y usufructo de recursos colectivos genera en los proyectos de Turismo de Naturaleza.

Lo anterior, se ve reflejado, por ejemplo, en la participación de los grupos indígenas que residen en las inmediaciones de la Selva Lacandona, quienes están focalizando su interés en proyectos que impulsen el desarrollo local, aplicando propuestas en las que han incorporado su organización comunitaria y de gestión de la tierra y sus productos, caso del Centro Turístico Las Nubes-Causas Verdes quienes mediante una triple SSS ha dado un gran salto cualitativo hacia el posicionamiento en el mercado de Turismo de Naturaleza, representando ya un proyecto económico que ha contribuido a la diversificación de sus ingresos.

También es de destacar los proyectos ubicados en Frontera Corozal, en donde tres empresas indígenas compiten por el mercado de turismo nacional y extranjero interesado en visitar las nuevas zonas arqueológicas de Yaxchilan. Escudo Jaguar, la empresa indígena emblemática por ser de las primeras que recibieron amplios apoyos del Gobierno Federal y Estatal para la construcción de infraestructura turística de hospedaje y alimentación complementada con servicio de transporte pluvial a la zona arqueológica maya, ha sido cuestionada por su manejo cuasi privado de una zona comunitaria, sin embargo, como es sabido, la tenencia de la tierra comunitaria permite que un individuo, grupo o familia de la comunidad puedan usufructuar los recursos colectivos, volviendo casi privados los espacios anteriormente colectivos.

Otra empresa, es el Centro Ecoturístico Nueva Alianza que con un esquema de cooperativa reúne a comuneros y ejidatarios en una empresa que complementa la oferta de servicios de hospedaje, alimentación y transporte en la zona. Siyaj Chan. Turismo Bio-arqueológico constituye una empresa que se diferencia de las demás

pues basa su fortaleza en la capacidad de sus integrantes para compartir una experiencia diferente en las visitas a la selva y a la zona arqueológica de Yaxchilan. El concepto de la empresa se ubica en el ámbito del ecoturismo y se distingue por ofrecer a los visitantes una interpretación socio-bio-cultural del recorrido por el río y de la zona arqueológica. Son los jóvenes, hijos de comuneros y ejidatarios, que sin tener derecho a la posesión de la tierra y por tanto sin espacio para la construcción de infraestructura de hospedaje y alimentación, los que han basado su desarrollo y crecimiento en la interpretación ambiental y la guianza especializada por la selva y la reserva arqueológica, pero también cada vez más en verdaderos safaris fotográficos por el río y la observación de tucanes y otras aves del lugar.

En Chiapas también se localizan los Centros Ecoturísticos de Ara Macao-Las Guacamayas y el Centro Ecoturístico de Misol Ha, ambos ofertan servicios de hospedaje y alimentación en espacios naturales con cuerpos de agua, en los que realizan actividades ecoturísticas y de aventura vinculadas a éstos. Ara Macao complementa su oferta de observación de Guacamayas con la visita a su UMA de reproducción de estas aves.

En el segmento de ecoturismo combinado con el de aventura destaca el Centro Ecoturístico de Cascadas del Chiflón por la espectacularidad de su caída de agua, y la intensidad que representa la tirolesa al pie de la misma. Este centro es un ejemplo de que las comunidades indígenas pueden conformar empresas económicamente exitosas con productos turísticos consolidados sin perder su razón de ser como alternativa para impulsar el desarrollo social. Opera desde una perspectiva gerencial con una estructura y organización administrativa que le da fortaleza en sus procesos internos y ante su competencia regional.

Otros ejemplos, los encontramos en el estado de Hidalgo en el que destacan proyectos como el de la comunidad otomí de El Alberto, enclavada en el Valle del Mezquital, en el municipio de Ixmiquilpan que, por encontrarse ubicada en la zona de balnearios de la entidad esto le ha permitido aprovechar la afluencia turística ya existente por la ruta de la salud. La puesta en marcha de este proyecto desde el año 2002, ha fungido como una alternativa al desempleo y la marginación existente en la región, aspecto que ha obligado a los miembros de esta comunidad a emigrar principalmente hacia los Estados Unidos (Palomino, et al., 2008).

También se identificó a la empresa indígena de Grutas de Xoxafi El Palmar, la que junto con otras 4 empresas de la entidad han integrado recientemente una operadora turística denominada Hatsi que está orientada a promover y comercializar un producto turístico conformado por las empresas indígenas del Valle del Mezquital que combinan el ecoturismo, el turismo rural y el de aventura.

Otra muestra representativa la constituye el estado de Puebla, particularmente la Sierra Norte, debido a una serie de elementos que la han situado como una región de atención prioritaria; ya que históricamente enfrenta severos problemas sociales, de pobreza y marginación, donde la política agrícola y los bajos precios del café, aunado a los cacicazgos locales, han jugado un papel importante en la configuración de esta región indígena. Mientras que, por otro lado, la amplia riqueza de recursos naturales y culturales permiten que estos sean aprovechados en el marco del Turismo de Naturaleza. Por ello, es en la Sierra Norte de Puebla donde se ubican los espacios turísticos rurales más importantes del estado, tomando

en consideración estos factores naturales y socioculturales. Particularmente es de llamar la atención la operación de la empresa ecoturística de Tosepan Kali quien oferta sus servicios en la entidad serrana de Cuetzalan, aprovechando la gran afluencia turística que tiene esta localidad por ser uno de los denominados Pueblos Mágicos del país. Tosepan Kali forma parte de la cooperativa Tosepan Titataniske, que junto a las iniciativas propuestas por otras cooperativas, empresas sociales de turismo en la región, instituciones y actores locales de otros municipios conforman una gran alternativa para el desarrollo local comunitario (López, et al., 2014).

En Quintana Roo, aunque la mayoría de las empresas se encuentran subordinadas a la lógica que dictan las empresas privadas que dominan el mercado del turismo en la región, encontramos la empresa Community Tours Sian Ka'an que ha logrado destacar tanto en la calidad de sus servicios de hospedaje y alimentación como por las actividades de ecoturismo que ofertan. En Michoacán, encontramos ETI importantes de mencionar como: el Centro Ecoturístico Pantzingo de la comunidad Indígena de Nuevo San Juan Parangaricutiro en la región de la Meseta Purépecha. Esta empresa es otra de los iconos del Turismo de Naturaleza Indígena y sus orígenes se relacionan con las prácticas comunitarias de manejo forestal. La necesidad de tener un manejo sustentable de los bosques y convertirlos en opción real para la comunidad llevó a estos indígenas rápidamente a asumir manejos sustentables de los mismos y a buscar su uso diversificado, en este contexto el ecoturismo resultó una buena opción.

Las experiencias documentadas si bien hacen referencia a casos consolidados, nos hablan de que la opción del TN puede ayudar a la generación de ingresos, empleo, frenar la migración y, a su vez, contribuir a mitigar la degradación ambiental y a la disminución de la pobreza, a la par de cubrir las expectativas de utilizar y conservar los recursos naturales, mejorar la calidad de vida de los pobladores y desarrollar la parte emotiva e identitaria de la comunidad, siempre que los pueblos y comunidades indígenas tengan el control y la administración total de los proyectos empresariales de este tipo que se pretendan llevar a cabo al interior de sus territorios (Adame, 2011; Azevedo, 2007, Palomino et. al., 2008).

Sin duda, para que una ETI pueda verdaderamente contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de la población local, con el aumento de recursos económicos vía la afluencia de visitantes deberá cubrir los mínimos estándares de calidad con el objetivo de posicionarse en el mercado del Turismo de Naturaleza (en su expresión comunitaria), sin descuidar el tema de la sustentabilidad en todos sus ámbitos. El mayor desafío radica en que las iniciativas comunitarias puedan poner en marcha una oferta de calidad, diferenciada, y con una capacidad de gestión y comercialización que les permita funcionar más allá de los apoyos institucionales.

A partir de esto, insistimos en que una adecuada y eficiente organización administrativa-empresarial puede hacer viable este tipo de proyectos para contribuir al desarrollo económico-social comunitario, dentro de un marco de sustentabilidad ambiental, social, cultural y económica.

El turismo ha fungido como vía de diversificación de las actividades productivas de las comunidades rurales. Los nuevos empleos, aunado a la generación de ingresos monetarios, han permitido que las familias implicadas en dichas actividades

puedan mejorar su bienestar y condiciones de vida, especialmente en alimentación y educación. De igual forma el desarrollo de actividades turísticas, por parte de las comunidades o algunos de sus miembros, ha contribuido a la revalorización de los bienes y recursos comunitarios, como la tierra, el bosque o el agua. Además, las infraestructuras familiares y comunitarias creadas para atender a los turistas (habitaciones, comedores, albergues, salas de actos) han tenido también otros usos, beneficiando así a las poblaciones locales. Las ETI han permitido una mayor capitalización del campo en manos de la población local y los beneficios generados también han sido utilizados para el fortalecimiento de otras actividades productivas dentro de las mismas cooperativas o comunidades rurales. Al mismo tiempo ha generado una fuerte demanda vinculada a la producción y venta de alimentos y bebidas, alquiler de servicios, transporte, etc.

El hecho a destacar en el turismo emprendido por las poblaciones indígenas, independientemente de la etiqueta con la que se le pretenda definir, “comunitario”, “rural” “ecológico”, “alternativo”, “solidario”, tiene que ver principalmente con la voluntad de los actores locales organizados sobre la apropiación de la actividad turística como forma de empoderamiento y de contribución al desarrollo económico y social comunitario, aunado al manejo, aprovechamiento y conservación de sus recursos y territorios, lo que constituye una búsqueda y afirmación de control social, en aras de fomentar una participación activa en la planificación del desarrollo turístico por parte de las propias comunidades, integrando también la colaboración del Estado, gobiernos locales, comunidades, organizaciones sociales representativas y empresas sociales (Ruiz, 2002).

Bibliografía

- Adame Cerón, Miguel Ángel. (2011), *Antropología de los encuentros y de los impactos turísticos en las comunidades*, México: Ediciones Navarra.
- Álvarez Sousa, A. (1994), *El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas*. Barcelona, España: Bosch.
- Álvarez Sousa, A. (2005), La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teóricos-metodológicos, en: *revista Política y Sociedad*, Vol. 42, No. 1, Madrid, pp. 57-84.
- Azevedo Luíndia, Luisa. (2007), *Ecoturismo de pueblos indígenas: propuestas sostenibles*, Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe, La Paz, Bolivia.
- Bauman, Z. (2007), *Vida de consumo*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Bringas Rábago. N. L. y J. I. I. González Aguirre. (2003), Algunos aspectos sobre el turismo en la frontera norte de México, en: *Por las fronteras del norte. Una aproximación cultural a la frontera México-Estados Unidos*, José Manuel Valenzuela Arce (Coord.), México: CONACULTA/FCE.
- Buades, J. (2012), “Turismo, la globalización invisible”, en: *El turismo en el inicio del milenio. Una lectura crítica a tres voces*, J. Buades, E. Cañada y J. Gascón (Coords.), Col. Thesis, No. 3, Eds. Foro de Turismo Responsable y Red de Consumo Solidario, Madrid, pp. 25-27.
- Canestrini, D. (2009), *No disparen contra el turista. Un análisis del turismo como colonización*, Barcelona: Ed. Bellaterra.

- Cañada, E. y J. Gascón (2006), *Turismo y desarrollo. Herramientas para una mirada crítica*, Nicaragua: Ed. Enlace.
- CDI-PNUD. (2002), *Sistema nacional de indicadores sobre población indígena de México*, a partir de INEGI, XII Censo general de población y vivienda 2000.
- Daltabuit, M., et al., (2000), *Ecoturismo y desarrollo sustentable. Impacto en comunidades de la selva maya*, México: CRIM-UNAM.
- Delgado, V. C. (2003), *Turismo y desarrollo local en algunas comarcas de la Montaña Cantábrica: Recursos y Planificación* (Vols. Cuadernos de Turismo 12). Universidad de Cantabria.
- Díaz, E. y J. Hernández. (2008), *Patrimonio cultural, turismo y religión*, México: INAH-ENAH.
- Gasca, J., et al., (2010), *La gestión comunitaria de recursos naturales y ecoturísticos en la Sierra Norte de Oaxaca*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Económicas.
- Giménez Montiel, G. (1996), *Territorio y cultura*, en: *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Universidad de Colima, diciembre, No. 004, Vol. II, México, 1996.
- Guerrero Rodríguez, R. (2010), “Ecoturismo mexicano: la promesa, la realidad y el futuro. Un análisis situacional mediante estudios de caso”, en: *revista El Periplo Sustentable*, UAEM, No. 18, enero-junio, 2010, pp. 37-67.
- Junger., H. (1989), *El discurso filosófico de la modernidad*. Madrid: Taurus.
- Ioldi, Óscar. (2010), Turismo en espacios rurales: una perspectiva latinoamericana, en: *Turismo rural. Teoría, casos y análisis del impacto económico-ambiental*, María José Viñals Blasco (Coord.), México: Universidad Politécnica de Valencia-Limusa, pp. 307-329.
- Juárez Sánchez, José Pedro et al., (2010), *Turismo rural y desarrollo territorial en espacios indígenas de México*, en: *Investigaciones Geográficas*, Instituto de Geografía-Universidad de Alicante, No. 48, pp. 189-208.
- Lipovetsky, G. (1992), *La Era del Vacío*, Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G. (2007), *La felicidad paradójica*, Barcelona: Anagrama.
- López Pardo Gustavo, (2012), Políticas gubernamentales para el desarrollo del turismo naturaleza en comunidades y pueblos indígenas en México, en *Patrimonio Cultural y Turismo*, cuadernos 19, México: CONACULTA, pp. 101-110.
- López Pardo, Gustavo y Palomino Villavicencio Bertha, (2014), “Lineamientos para la asignación de recursos gubernamentales para el desarrollo del turismo de naturaleza en comunidades y pueblos indígenas”. Informe técnico de la investigación “Las empresas comunitarias de turismo de naturaleza: factores de éxito y de fracaso”. Fondo sectorial SECTUR-CONACYT Clave 148201. Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Nacional Autónoma de México.
- López Pardo, Gustavo y Palomino Villavicencio Bertha, (2014a). El Turismo naturaleza en comunidades y pueblos indígenas. Informe técnico de la investigación “Las empresas comunitarias de turismo de naturaleza: factores de éxito y de fracaso”. Fondo sectorial SECTUR-CONACYT Clave 148201. Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Nacional Autónoma de México.
- López Pardo, Gustavo, et al., (Noviembre, 2014), El impacto e importancia de las empresas cooperativas comunitarias de turismo naturaleza en México. Caso práctico cooperativa Tosepan Kali, Puebla en: *De la dimisión teórica al abordaje empírico del turismo, Perspectivas multidisciplinares*. López, et al., UNAM-Instituto de Geografía.

- MacCanell, D.(1973), Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings, en: *American Journal of Sociology*, Vol.3, No. 79, 1973, pp. 589-603.
- Méndez, R.(1997), *Geografía Económica. La lógica espacial del capitalismo*, Barcelona: Ed. Ariel, Col. Geografía.
- Medina, Norman y Jorge SantaMarina. (2004). *Turismo de Naturaleza en Cuba*, La Habana, Cuba: Ediciones Unión.
- Nogués, A. (2005), Etnografías de la globalización. Cómo pensar el turismo desde la antropología, en: *Archipiélago. Cuadernos de crítica de la cultura*, No. 68, 2005, pp. 33-38.
- _____ (2008), Poder político local y urbanismo en entornos turísticos. La mediación del espacio turístico en la producción de significados, en: *Gazeta de Antropología*, Vol. 24, No. 2, pp. 1-26.
- OMT. (1996), *Previsiones del Turismo Mundial hasta el año 2000 y después. El Mundo, 1. El mundo*, Vol. 1. Madrid, España.
- _____ (1990), *El turismo hasta el año 2000. Aspectos cualitativos que afectan su crecimiento mundial*. Madrid, España.
- _____. (2014), Panorama OMT del turismo internacional. <http://mkt.unwto.org/es/publication/panorama-omt-del-turismo-internacional-edicion-2014>
- _____. <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Ortiz Rodríguez, T. (2009), *Bordando paradigmas para el desarrollo. Metodología para abordar el turismo rural desde el sujeto social*, México: UAM-Universidad Latina, Col. Docencia y Metodología.
- Palomino Villavicencio, Bertha et al., (2008), Ecoturismo indígena en México. Caso de estudio: la comunidad Hñahñu de El Alberto en Ixmiquilpan, Hidalgo, México, en: *Negotia. Revista de investigación de negocios*, Vol. 4, No. 14, enero-marzo, Instituto Politécnico Nacional, México, pp. 3-12.
- Pastor Alfonso, María José y Domingo Gómez López. (2010), *Impactos socioculturales en el turismo comunitario. Una visión desde los pueblos implicados Selva Lacandona, Chiapas, México*, Universidad de Alicante/Universidad Intercultural de Chiapas, Alicante, España: Ed. Aguaclara.
- Ruíz Lavalle, Pablo. (2002), *Proyecto ecoturístico de los Pueblos Mancomunados, tendencias del turismo del futuro: la integración de redes de proyectos comunitarios*, en *Turismo rural, agroturismo y ecoturismo*, México: Universidad Autónoma del Estado de Morelos, 2002, pp. 45-62.
- Salazar, N. (2005), *Más allá de la Globalización: La "Glocalización del Turismo*, en: revista *Política y Sociedad*, Vol. 42, No. 1, Madrid, 2005, pp. 135-149.
- Servín Herrera, A. E. L. (2008), *Mujeres indígenas y desarrollo*, Col. ENAH-Chihuahua, INAH.
- SECTUR. (2000), *Estudio de gran visión del Turismo en México: perspectiva 2020*. México: Gobierno Federal.
- SECTUR. (2002) Turismo alternativo: una nueva forma de hacer turismo. México. En http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_8927_fasiculos_de_turismo.
- Suárez Paniagua, Susana. (2011), Globalización y transformaciones socioterritoriales en el ámbito rural. Puntualizaciones sobre una nueva ruralidad, en: *Nuevas ruralidades. Expresiones de la transformación social en México*, Hernán Salas, Ma. Leticia Rivermar

y Paola Velasco (Coords.), México: Instituto de Investigaciones Antropológicas-Universidad Nacional Autónoma de México/Juan Pablos Editor, pp. 59-81.

Viñals Blasco, María José et al., (2010), La capacitación y comunicación en el marco de los programas de cooperación dedicados a la gestión turística de los recursos naturales y culturales. Casos de América Latina, en: *Turismo rural. Teoría, casos y análisis del impacto económico-ambiental*, María José Viñals Blasco (Coord.), México: Universidad Politécnica de Valencia-Limusa, pp. 345-362.

“Este libro no es un libro” se plantea en la introducción a esta obra. Efectivamente y a pesar de presentarse como libro, de tener capítulos, autores y formato como cualquier libro, es mucho más que esto. No es tan frecuente que un número importante de autores y autoras se asocian para rendir homenaje a un destacado especialista del turismo que, además y quizás sobretodo, resulta ser un amigo de larga data.

En esta ocasión todos los colaboradores de esta obra aportaron un trabajo fruto no solo de sus aportes personales al estudio del turismo, sino que además refleja a la vez los intercambios y las relaciones académicas o de trabajo que durante varias décadas para unos, sostuvieron con Manuel Rodríguez Woog, destinatario de este libro-homenaje. El ha sido animador de muchos debates sobre el turismo, con una posición a la vez crítica y constructiva. Sus aportes se han dado en el campo de la academia por publicaciones y docencia, en el diseño de políticas públicas desde el sector público mexicano y en la consultoría, mediante la dirección de estudios que han aclarado y reforzado el desarrollo del turismo en México.

Esta obra es también un estado de la cuestión sobre diversas facetas del turismo –si bien cubre muchas, falta aun más por hacer- y todos los participantes esperamos que este libro sea de utilidad para quienes participan del desarrollo del turismo en la actualidad, o están en proceso de formación sobre los temas correspondientes.

Daniel HIERNAUX-NICOLAS

Santiago de Querétaro, mayo 2015