

La producción del paisaje turístico en Ek-Balam

Yassir Rodríguez Martínez

RESUMEN: En este texto se abordará la práctica turística que se lleva a cabo en la comunidad maya de Ek Balam, Yucatán. Se discutirá cómo a lo largo de los años y desde la inserción de esta comunidad a la actividad turística se ha ido produciendo un paisaje turístico acorde a una variedad de agentes, “miradas” e intereses tanto internos como externos. Dentro de esta variedad de agentes y “miradas”, se prestará particular atención a la relación que existe entre ciertos agentes externos – que buscan activamente la autenticidad cultural- y la producción de un paisaje adecuado a las idealizaciones occidentales de los lugares concebidos como ajenos a la “modernidad”.

Rodríguez Martínez, Yassir. (2018). “La producción del paisaje turístico en Ek-Balam”. AV Investigación 9-2018, Revista Académica del CINAV-ESAY, pp. 9-14.

> Presentado en el coloquio de artes visuales Estéticas del turismo, 19-20 de abril de 2018.

Actualmente la actividad turística se considera una de las principales actividades para alcanzar el desarrollo al interior de las comunidades rurales en México. El Estado mexicano ha sido uno de los grandes promotores de dicha actividad, desde el turismo de masas en las grandes zonas turísticas, hasta el actual auge del ecoturismo (Oehmichen, 2013).

El turismo y el auge en el consumo de la diversidad cultural, coincide con la política neoliberal que busca convertir la etnicidad en objeto de consumo. El Estado mexicano se ha ido adecuando a las diversas circunstancias sociales y una de ellas ha implicado responder a las distintas demandas de una diversidad de grupos sociales, entre los cuales destacan los indígenas. Esta adecuación se corresponde con lo que algunos denominan las reformas de Estado, particularmente la denominada tercera generación de reformas (Escobar et al., 2010). Así, el Estado alienta y conduce a determinadas poblaciones a mostrar y expresar una diversidad étnica; ser maya se vuelve “deseable” siempre y cuando la expresión de dicha etnicidad no se oponga a los intereses económicos y políticos del Estado. Me ubico en este amplio contexto para comprender la producción del paisaje turístico en Ek Balam; producción generada por una diversidad de agentes que modelan un paisaje vinculado a discursos sobre la autenticidad maya.

Turismo, autenticidad y paisaje

El turismo es una actividad económica en la cual se utiliza la cultura como un recurso para generar ingresos económicos; así, existe una fuerte discusión sobre la mercantilización de la cultura, pero también acerca de la producción de la alteridad, la autenticidad cultural y la producción de estereotipos (Greenwood, 1989; Kirshanbaltt-Gimblet, 1998; Bendix, 1997).

El auge que ha tenido el turismo centrado en la

experiencia de la otredad -particularmente indígena-, ha sido abordado y conceptualizado de distintas formas, esto debido a la existencia de distintas modalidades de turismo que se centran en su búsqueda, como son el ecoturismo, turismo cultural y el turismo solidario (West & Carrier, 2004; Baud and Ypeij, 2009). Las poblaciones indígenas han gestado a lo largo de su devenir una particular relación con su territorio y de esta forma han configurado un particular paisaje que da cuenta de la vinculación entre el hombre y la naturaleza (Fischer-Kowalski, 2002), lo cual, en el ámbito turístico se vuelve un atractivo. El paisaje también se vincula con una dimensión subjetiva, la cual alude a la acción social de carácter imaginario que los sujetos efectúan sobre un espacio; esta dimensión se relaciona directamente con la valoración, percepción y representación de los sujetos sobre un espacio (Zuluaga, 2006). En el caso particular de los destinos turísticos, las representaciones sobre el espacio son producidas por distintos agentes. Precisamente esta dimensión subjetiva es la que considero en este trabajo.

Mientras unos buscan la alteridad, otros están dispuestos a mostrarla, representarla y producirla. Uno de los puntos centrales que vinculan al turismo con las culturas indígenas es la idea de autenticidad. Los “destinos” turísticos desarrollan una serie de procesos complejos de producción de lo diferente para atraer a los turistas, que buscan el contacto con aquello que se supone como auténtico (López Santillán y Marín Guardado, 2010).

La búsqueda por la autenticidad se podría decir que está motivada por un sentimiento de pérdida por parte de los sujetos modernos que sienten haber perdido los lazos comunitarios y la relación con la naturaleza, motivo por el cual se sienten fuertemente atraídos por aquellos grupos que supuestamente aún conservan estos elementos (MacCanell, 1999).

La idea de que algunos grupos conservan algo, está relacionada con la discusión sobre la

autenticidad; ésta, es definida por Clifford (1988) como “lo que no ha cambiado”, lo cual implica que la autenticidad se defina por una serie de características culturales que se pretenden no cambien a lo largo del tiempo. Al existir una determinación acerca de ciertas características como legitimadoras de autenticidad, entonces, ésta puede ser vista como una categoría construida socialmente, de la cual no existe una connotación dada, sino que es “negociable” (Hiwasaki, 2000). Esto implica la posibilidad de que distintos actores se vean involucrados en la producción de paisajes vinculados a discursos sobre la “autenticidad local” (Gilmore, 2000).

La comunidad de Ek Balam se ubica en el municipio de Temozón, a dos kilómetros de la zona arqueológica del mismo nombre y 30 kilómetros de la ciudad de Valladolid. Ek Balam es un pueblo pequeño, habitan alrededor de 300 personas y 94% de éstas habla maya (INEGI 2010). La principal actividad económica es la agricultura, seguida por la cría y explotación de animales (INEGI 2010). Actualmente Ek Balam es una comunidad donde ya existe una infraestructura y una dinámica centrada en el turismo, resultado de un proyecto de desarrollo propuesto por la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) desde el año 2000 y que derivó en la asociación Uh Najil Ek Balam, conformada por un total de 13 socios. El proyecto U Najil cuenta con doce cabañas que funcionan como alojamiento de los turistas y ofrece servicios como restaurante, senderismo, observación de aves, visita al sitio arqueológico Ek Balam, así como tours a las milpas y casas de los habitantes locales.

Ser maya y el paisaje turístico: la búsqueda de lo auténtico

Actualmente Ek Balam es una comunidad conocida dentro del ámbito turístico, acuden a ella una variedad

de turistas, desde aquellos que buscan una aventura hasta los que buscan expresamente a los mayas por ser representantes de una cultura auténtica. Parte importante en esta búsqueda, es el posicionamiento de la comunidad como un auténtico pueblo maya; lo cual hace alusión a elementos de distinta índole como el uso de la lengua maya, las tradiciones locales y el contacto con la naturaleza. Muchas de estas imágenes son producidas por agentes externos, quienes caracterizan el lugar como una comunidad indígena, apegada a la naturaleza, con costumbres arraigadas y por ende ajena a la “contaminación” del mundo moderno.

De entre los distintos turistas que llegan a Ek Balam, los denominados turistas solidarios se encuentran particularmente interesados en tener un “verdadero encuentro entre culturas”, y es en la relación entre éstos y los habitantes de la comunidad que se tejen entramados de autenticidad. En sus propias palabras, estos turistas buscan tener relación con un grupo prístino, auténtico, no tocado por las “perversiones” de la modernidad; así mismo, buscan ayudar económicamente a la comunidad local.

La cultura del otro es fundamental en el interés de estos turistas, una cultura que a su entender no debe alterarse. Jean Pierre, turista solidario, comentó: El turismo solidario, yo lo pienso como una forma alternativa de complementar los ingresos... pero tienen que conservar la cultura, los campos, que no abandonen las actividades tradicionales... (Jean Pierre, 2012).

En este comentario se externa una preocupación por mantener las tradiciones, lo cual puede relacionarse con la idea de que la autenticidad es aquello que “no ha cambiado. De acuerdo con los turistas solidarios, su práctica puede ayudar a que las personas “vivan como siempre han vivido”. Así, la idea de autenticidad aparece ligada a la idea de culturas inalteradas, no afectadas por el exterior (MacClancy, 2002).

Considero que el pensar de cada uno de los turistas solidarios representa en mayor o menor grado el sentimiento de nostalgia que sugiere Stewart (1993); sentimiento de atracción por formas culturales “pasadas” de acuerdo con el imaginario de los turistas. ¿Cómo se adecuan los sujetos locales y agentes externos a estas idealizaciones en el proceso de producir un particular paisaje? Representando entramados de autenticidad que se expresan mayormente en el tour que se ofrece a los turistas.

El tour está dividido en dos momentos, cada uno de aproximadamente 4 horas; la idea central es mostrar los aspectos primordiales de la vida maya: el trabajo de los varones en la milpa y el de las mujeres en las casas “tradicionales”, particularmente la elaboración de tortillas y el urdido de hamacas. Si bien estos recorridos que ofrecen los habitantes de Ek Balam no son una burda fabricación, sino que en realidad se corresponden en cierto grado con lo que acontece en la comunidad, sí es posible decir, que los habitantes han “exagerado” sus diferencias en lo que respecta a su forma de vivir.

Quizás el recurso que más se vincula con este uso de la diferencia y adecuación a la representación de lo prístino es el uso del metate para moler maíz y a partir de eso elaborar las tortillas; el metate no forma parte de la cotidianeidad de los habitantes de Ek Balam, las mujeres cotidianamente muelen su maíz en el molino eléctrico del pueblo. Pero al momento de la relación con los turistas, se esgrime el metate como un componente cultural de los mayas, el cual, supuestamente forma parte de la vida cotidiana de éstos.

¿Cómo se ha llegado a utilizar estos recursos de la diferencia “maya”? La principal razón se encuentra en la relación con los turistas y la adecuación a los intereses de éstos. Un ejemplo de esto se enmarca en un recorrido a una milpa. En esa ocasión después de que los turistas vieron y escucharon acerca del trabajo en la milpa, don Ruperto enseñó un pequeño

altar donde él pide por las lluvias y para que su trabajo tengo una buena cosecha, don Ruperto puso mucho énfasis en su fe católica, en las peticiones a Jesucristo y la Virgen María; mientras comentaba esto, el guía de turistas lo interrumpió: “Entiendo todo lo que dice, pero, ustedes también rezan a los dioses mayas, a Chac, no?, porque él es el dios de la lluvia...” don Ruperto contestó: “Sí, los dioses mayas, pero la cruz significa donde se crucificaron a Cristo, es la fe de los católicos”.

En este pequeño intercambio, don Ruperto nunca mencionó al dios Chac por él mismo y tampoco pareció sentirse muy identificado, por lo menos no en ese momento; aun así, Fedric al dirigirse a los turistas para hacer la traducción señaló que “... il y a donc une partie chrétienne et maya, c’est la relation entre les deux, mais le plus important est la partie maya, prier le dieu de la pluie”.

Este episodio muestra la adecuación y petición implícita que el guía de turistas realizó a don Ruperto para evidenciar su creencia en dioses mayas. Una vez acontecido esto, don Ruperto sabe que ahora debe hablar y mostrar “sus creencias y el altar maya”, y así ha sucedido en una segunda vez con un nuevo grupo de turistas.

En el recorrido que ofrecen los habitantes de Ek Balam, se ha creado una muestra de tradiciones y autenticidades que posibilitan que la alteridad parezca mayor. Más aún, los habitantes locales de Ek Balam se debaten actualmente cómo hacer para que Ek Balam luzca más maya, algunas ideas que me expresaron fueron: pintar todas las casas de un mismo color, ubicar una mujer en el centro del pueblo para sacar agua del pozo; crear un juego de pelota; ubicar a “guerreros” mayas en el centro de la población, entre otras cosas.

La producción del paisaje turístico en Ek Balam, como en otras comunidades, está reforzando una serie de estereotipos sobre lo maya, al mismo tiempo que empuja a los más jóvenes a desvincularse

de la actividad campesina. Esto compromete la reproducción del modo de vida campesino y por ende la producción de un paisaje histórico, que se ve paulatinamente sustituido por un paisaje turístico.

Referencias

Baud, Michiel y Annelou Ypeij (2009) “Cultural tourism in Latin America: an introduccion” en Michiel Baud y Annelou Ypeij (eds.), *Cultural tourism in Latin America. The politics of space and imagery*, Brill, Boston, pp. 1- 20.

Bendix, Regina (1997) *In Search of Authenticity. The formation of folklore studies*. University of Wisconsin Press, Madison, 320 pp.

Clifford, James (1988) *The predicament of culture: Twentieth- Century Ethnography, Literature, And Art*, Harvard University Press, Cambridge, MA, 398 pp.

Escobar Ohmstede, Antonio et al (2010) “Introducción: acuerdos, negociaciones y conflictos en las reformas de los Estados en América Latina” en Castro, F. I. S., de la Cruz, L. V., & Hurtado, M. G. E (coords.), *Reformas del estado: movimientos sociales y mundo rural en el siglo XX en América Latina*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, pp. 11- 38.

Fisher-Kowalski, M. (2002) “El metabolismo de la sociedad: sobre la infancia y la adolescencia de una naciente estrella conceptual” en M. Redclift y G. Woodgate (eds.), McGraw Hill, Madrid, pp. 119-141.

Gilmore, Samuel (2000) “Doing culture work: negotiating tradition and authenticity in filipino folk dance” en *Sociological Perspectives*, Volume 43, Number 4, pp. 21- 41

Greenwood, Davyd J. (1989) “Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditization” en Valence L. Smith (ed.), *Hosts and Guests. The anthropology of tourism*.

University of Pennsylvania Press, Philadelphia, pp. 171- 183.

Hiwasaki, Lisa (2000) “Ethnic Tourism in Hokkaido and the Shaping of Ainu Identity” en *Pacific Affairs*, Vol. 73, No. 3, pp. 393-412.

INEGI (2010) XII Censo de Población y Vivienda 2010, INEGI, México.

Kirshenblatt-Gimblett, Barbara (1998) *Destination culture. Tourism, Museums and Heritage.*, University of California Press, Berkeley, 327 pp.

López Santillan, Ángeles y Marín Guardado, Gustavo (2010) “Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: Una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura” en *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, Vol. XXXI, núm. 123, pp. 219-258.

MacCannell, Dean (1999) *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*, University of California Press, USA, 231 pp.

MacClancy, Jeremy (2002) “Paradise postponed: the predicaments of tourism” en Jeremy MacClancy (ed.), *Exotic no More. Anthropology on the front lines*, University Chicago Press, USA, pp. 418- 429.

Oehmichen Bazán, Cristina (2013) “Introducción” en Cristina Oehmichen Bazán (editora) *Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo*. UNAM/IIA, México, pp. 11- 34.

Stewart, Susan (1993) *On Longing. Narratives of the miniature, the gigantic, the souvenir, the collection*, Duke University Press, Durham, 232 pp.

West Paige and Carrier, James (2004) “Ecotourism and Authenticity. Getting Away from It All?” En

Current Anthropology, vol. 45, number 4, pp. 483-498.

Zuluaga Cadavid, Paula Andrea (2006) “Una mirada al paisaje como recurso turístico” En *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, Vol. 2, número 2, pp. 76-82.