

TURISMO E IDENTIDAD MAYA: SER JOVEN GUERRERO EN EL SIGLO XXI

YASSIR RODRIGUEZ MARTÍNEZ¹
SAMUEL JOUAULT²

RESUMEN

En este artículo analizamos cómo los jóvenes de una comunidad maya del estado de Yucatán se insertan en la actividad turística mediante la representación de su identidad étnica. Esta escenificación se vincula con el avance del turismo en la península yucateca, lo que ha implicado un proceso continuo de turistificación de nuevos territorios. En la representación de lo que implica ser maya influyen una serie de agentes externos que promueven una etnicidad vinculada a lo exótico y a lo prístino. En definitiva, todo el proceso figurativo de identidad genera que los jóvenes mayas deban adecuarse a las transformaciones del ámbito rural y a la constitución de nuevos nichos turísticos que responden al proceso de globalización neoliberal.

Palabras clave: turistificación, traspais, otredad, Yucatán, neoliberal.

TOURISM AND MAYA IDENTITY: BEING A YOUNG WARRIOR IN THE 21ST CENTURY

ABSTRACT

In this article we analyze how youth from a Mayan community in the state of Yucatán are inserted into tourism through the representation of their ethnic identity. This staging is associated to the advance of tourism in the Yucatan peninsula, which has implied a continuous touristification process of new territories. The representation of what

¹ Facultad de Ciencias Antropológicas (FCA), Universidad Autónoma de Yucatán (UADY) y Escuela Nacional de Estudios Superiores (ENES), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), yassir.rodriguez@correo.uady.mx / yassir.rodriguez@enesmerida.unam.mx.

² Facultad de Ciencias Antropológicas (FCA), Universidad Autónoma de Yucatán (UADY) y Centros de Estudios Mexicanos y Centroamericanos (CEMCA, Unidad Mixta de Investigación Francesa en el Extranjero núm. 16), samuel.jouault@correo.uady.mx.

being Mayan means is influenced by a series of external agents that promote an ethnicity tied to the exotic and the pristine. Definitely, the entire figurative process of identity generates that young Mayans must adapt themselves to the transformations of the rural environment and the constitution of new tourist niches that appertain to the neoliberal globalization process.

Keywords: touristification, hinterland, otherness, Yucatan, neoliberal.

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes en México y que mayor promoción tiene por parte del Estado e instituciones de toda índole. El país cuenta con grandes atractivos, entre los que destacan las playas, ciudades coloniales, selvas y bosques. A México llegan turistas con varios intereses, algunos buscando las paradisíacas playas del Caribe mexicano y otros el cosmopolitismo, como el de la Ciudad de México. En los últimos años, ha crecido el número de turistas que vienen a México particularmente atraídos por el denominado turismo alternativo, destacando el ecoturismo, el turismo cultural, el turismo rural y el turismo étnico. Si bien existen diferencias entre los cuatro, consideramos que en cada uno de ellos se observa³ una constante: el encuentro entre los turistas y las comunidades indígenas-campesinas, es decir, que en las cuatro modalidades los turistas buscan y tienen experiencia del “otro” (Van der Berghe 1994), la mayoría de las veces representada por el ser indígena. Dicha experiencia de la otredad recobra distintas facetas a lo largo de las múltiples manifestaciones turísticas que existen en México —y particularmente en Yucatán—, desde la vivencia que tienen ciertos turistas al conocer las milpas de los campesinos maya-yucatecos, hasta aquellos que se encuentran con los jóvenes “guerreros mayas”.

En este artículo exploramos el camino que han seguido jóvenes de una comunidad maya campesina de Yucatán para convertirse hoy día en “guerreros mayas”, con el fin de analizar cómo ciertos agentes externos conducen a estos jóvenes a producir una representación del ser maya a partir de elementos vinculados a lo exótico y lo prístino. Para tal fin, hemos realizado una revisión bibliográfica que nos ha permitido un acercamiento al fenómeno turístico y las representaciones identitarias en el contexto territorial de la península de Yucatán. Realizamos entrevistas a profundidad y pláticas informales entre marzo de 2015 y febrero de 2019 con seis de doce jóvenes llamados “guerreros mayas”, originarios de Ek Balam. Tanto las entrevistas como las pláticas se llevaron a cabo en su comunidad de origen y en sus lugares de trabajo ubicados en el traspais de Cancún-Riviera Maya en distintas temporadas³ asociadas a trabajo de campo y recorridos exploratorios.

TURISMO Y POBLACIONES INDÍGENAS EN EL ESTADO NEOLIBERAL

Previo a la década de 1970,⁴ pocos antropólogos mostraban interés en el turismo, ya que no era visto como un fenómeno importante para analizar. Sin embargo, como menciona Stronza (2001), diversos factores hicieron que, paulatinamente, empezara a ser relevante para esos especialistas: la presencia del turismo en casi

³ Cabe mencionar que los dos autores realizaron sus investigaciones doctorales en el pueblo de Ek Balam: una investigación antropológica en 2012 y otra, geográfica, entre 2013 y 2016.

⁴ Una de las pocas excepciones es el trabajo de Theron Nuñez (1963) titulado “Tourism, tradition, and acculturation: Weekendismo in a Mexican Village”.

todas —sino es que en todas— las sociedades humanas, su importancia económica y quizás el más importante de los hechos, que el turismo casi siempre implica encuentros cara a cara entre sujetos que pertenecen a distintas culturas. Este último factor es de suma importancia para una disciplina que surgió a partir de la preocupación y el encuentro por y con el “otro”.

En la actualidad, existe una variedad de “miradas” desde el punto de vista de las ciencias sociales con relación al estudio del turismo, y, particularmente mediante la antropología es posible dar cuenta de trabajos relacionados con diversas problemáticas, entre las que podríamos mencionar los impactos económicos y socioculturales del turismo en las comunidades campesinas e indígenas, la puesta en valor de la cultura para atraer turistas, el consumo de la “otredad” y la escenificación de la cultura, por mencionar solamente algunos (Marín Guardado 2010, Kirshenbalt-Gimblet 1998, Bendix 1997, Stewart 1993, Little 2000, Teague 1997). Independientemente de la diversidad de enfoques que existen para abordar el turismo, es importante destacar que es una actividad económica en la cual se utiliza la cultura como un recurso para generar ingresos económicos, lo que es factible debido al interés de unos por conocer a “otros”; esto último conlleva la producción de representaciones sobre las culturas, los espacios y las personas. Consideramos que es posible enmarcar la situación planteada previamente en las propuestas de MacCannell sobre la figura del turista y “la mirada turística” de John Urry (2002). Para MacCannell (1999) el turista es “un peregrino” que viaja para escapar de la alienación de su cotidianidad en el mundo moderno con el fin de vivir experiencias nuevas, “auténticas”. En este sentido, el turista busca algo,⁵ es un sujeto ávido de encontrarse con formas de vida y paisajes distintos a los que en su acontecer diario se encuentra. Por su parte, John Urry (2002), plantea que “la mirada turística” —la elección de ciertos lugares por los turistas— está estructurada por la preexistencia de imágenes culturales generadas por el cine, la televisión, la literatura, la prensa y la Internet, es decir, la “mirada turística” presupone la existencia de una “industria” de los lugares, que se encarga de producir una serie de imágenes y representaciones sobre espacios y poblaciones locales de los destinos en cuestión, de tal manera que los turistas son conducidos hacia ciertos lugares que son producidos, los denominados destinos turísticos.

En la península de Yucatán, un elemento clave en la transformación del territorio en destino turístico ha sido la cultura maya. La producción de representaciones e imágenes sobre ella ha “alimentado” el interés de los turistas por la diferencia. El estado de Quintana Roo podría considerarse uno de los espacios privilegiados para la actividad turística, donde *lo maya* ha desempeñado, desde hace ya algunos años, una función importante en la captación de visitantes, ya sea mediante sitios arqueológicos, la exuberante selva o las comunidades campesinas

⁵ Se podría decir que el turista está en búsqueda de autenticidades objetivas es decir, que presupone que lo auténtico se encuentra en algún lado del mundo en espera de ser descubierto.

que habitan en el territorio. Actualmente, el alcance del turismo va mucho más allá de Quintana Roo, lo que ha implicado la “conversión” de muchos lugares en destinos y, por ende, la incorporación de distintas poblaciones a la dinámica turística. Consideramos que esta expansión —que representa una mayor presencia de la actividad turística al interior del territorio del estado de Yucatán— obedece a un contexto amplio en el cual podemos situar el quehacer del Estado neoliberal respecto a las poblaciones indígenas y su articulación con el turismo.

Hoy en día existe un tipo de relación particular entre el Estado y las poblaciones indígenas en el territorio mexicano, donde ubicamos la política neoliberal como aquella que busca encauzar la diversidad étnica, desactivarla y convertirla en objeto de consumo. Esta relación de larga data se ha expresado de diversas maneras y en las cuales los indígenas han representado para el Estado el cimientó de la nación en algunos momentos, y en otros un lastre. A partir de la década de 1990 y de 2000, el Estado mexicano inició una serie de políticas de reconocimiento de los pueblos indígenas, mediante las cuales se pretendía dar “vuelta a la página” en una historia marcada por el desconocimiento e invisibilización de la diferencia étnica. Escobar Ohmstede *et al.* ubican estas políticas en las reformas estatales de tercera generación,⁶ “que reconocen la pluralidad étnica y lingüística de México, así como las políticas públicas asociadas a su plena vigencia” (Escobar *et al.* 2010, 19), de tal manera que el Estado alienta y conduce a determinadas poblaciones a mostrar y expresar una diversidad étnica; ser parte de un grupo étnico se vuelve “deseable” siempre y cuando la expresión de dicha etnicidad no se oponga a los intereses económicos y políticos del Estado.

Esta reforma estatal de tercera generación permite ubicar la relación entre el Estado y los grupos indígenas en el marco de un multiculturalismo neoliberal. De acuerdo con Boccara, el multiculturalismo es:

una nueva forma de gobernar en tiempos de la globalización neoliberal [...] una nueva forma de gubernamentalidad de tipo étnico que tiende a extender los mecanismos de intervención de Estado así como también a generar nuevas subjetividades, nuevos espacios de poder, nuevos campos de saber y nuevos mercados de bienes simbólicos y exóticos en los que agentes sociales de un nuevo tipo (etnoburócratas, intelectuales indígenas, dirigentes funcionales, etcétera) se enfrentan en torno a la definición de los principios legítimos de autenticación cultural y de visión y división del mundo social (Boccara 2010, 42).

El turismo es uno de esos mercados de bienes simbólicos y exóticos que ha suscitado un auge en la promoción turística de las comunidades y los sujetos indí-

⁶ Respecto a las reformas estructurales se puede decir que las de primera generación se enfocaron en garantizar la estabilidad macroeconómica, el adelgazamiento del Estado y la desregulación y apertura de mercados; por su parte, las reformas de segunda generación buscaron reforzar la institucionalidad a través de reformas jurídicas y la descentralización político-administrativa, bajo el objetivo de facilitar aún más el funcionamiento del libre mercado (Escobar *et al.* 2010).

genas. Dicha promoción, gestada por el Estado y empresas privadas, se articula con la idea de que el turismo es una actividad económica que posibilita a las poblaciones indígenas mantener la identidad étnica y participar de manera activa en los procesos económicos globales para así lograr superar “su pobreza y marginación”.

Precisamente como parte de esta promoción, la inserción de comunidades y sujetos indígenas a la dinámica turística producen sistemáticamente representaciones del “otro”. En el caso que nos ocupa, nos referimos a jóvenes pertenecientes a poblaciones mayas que se han inmerso en el fenómeno turístico desde hace un par de años, y que actualmente se dedican a representarse como guerreros mayas en el oriente del estado de Yucatán.

DE LA SIBERIA MEXICANA A LA REGIÓN TURÍSTICA DEL TRASPAÍS CANCÚN-RIVIERA MAYA: LA TURISTIFICACIÓN DE LO MAYA

El término “turistificación” se utiliza para expresar el proceso de ocupación de los territorios debido al turismo; su utilización no implica una connotación positiva o negativa, sólo la denominación de un proceso, al igual que los términos “industrialización”, “terciarización”, “ruralización”, etc. No podemos desvincular la turistificación de los espacios rurales en Yucatán de la turistificación del mundo desde la segunda mitad del siglo XVIII, que inició principalmente en los espacios litorales: la playa como modelo terapéutico y, luego, como modelo “sol y playa”.⁷ La creación de Cancún en los años setenta, sitio turístico concebido *ex nihilo*, responde y se inscribe en la circulación de un modelo de desarrollo con varias expresiones en el mundo, como la Misión Racine, en Francia, que incluyó la planificación y construcción de ocho estaciones turísticas y 14 puertos en el litoral del Languedoc Roussillon, entre 1967 y 1982. Algunas similitudes se pueden destacar entre los dos: primeramente, el intervencionismo del Estado central en la planificación *ex nihilo* de futuros centros turísticos, el saneamiento de las zonas húmedas, la construcción de infraestructuras y equipamientos básicos, la inversión de empresas privadas para la construcción y operación de la oferta turística. Hoy, el modelo universal de playa concentra la mitad de las estancias turísticas en el mundo (Duhamel 2018).

Si bien, el modelo de turistificación se concentró en un principio en el litoral, esto cambiaría derivado de la expansión de la actividad turística. Desde principios

⁷ Cada uno de estos modelos está marcado por la creación de lugares turísticos. Mencionamos, entre otros, a Brighton, al sur de Inglaterra; Dieppe y Trouville al norte de Francia y, años después, el caso de Niza, en el Mediterráneo. A este modelo europeo de la playa va a suceder un modelo americano. Y, justamente, el modelo “sol y playa” presenta un cambio radical en el sistema turístico. Tres elementos (el sol, el cuerpo y el calor) son centrales en la creación de esta práctica turística en lugares como Hawái, la Florida y, en un tercer momento, la Costa Azul francesa al principio del siglo XX. Una nueva relación con el sol había nacido y se materializa por la creación de nuevos conceptos de lugares como el Club Med, enclaves que se volvieron *all-inclusive*, pero también estaciones turísticas, lugares con una forma de urbanidad dedicados al turismo.

de los años 2000, en sintonía con las agendas internacionales enfocadas a la sustentabilidad, diferentes programas institucionalizados han impulsado el turismo de naturaleza en espacios rurales y naturales de México y de Yucatán. Si al principio de los años 2000 existía una jefatura de turismo alternativo en la Secretaría de Turismo Federal (SECTUR), el término “alternativo” fue sustituido por el de “naturaleza”, un término menos alternativo. Entonces, ya que éste fue cambiado, lo alternativo parece aún más preciso, toda vez que tiene la virtud de englobar diferentes actividades propuestas en espacios rurales. En este sentido y para fines del *Atlas de turismo alternativo en la Península de Yucatán* (García de Fuentes *et al.* 2015), el turismo alternativo incluye aquellas prácticas que cumplan con dos criterios: 1. Alternativas al sistema de desarrollo económico dominante, bajo la forma de empresas de la economía social; y 2. Alternativas al modelo de desarrollo turístico intensivo de sol y playa, con prácticas sociales y ambientales más benignas. En teoría, los principios del turismo alternativo están orientados hacia un turismo menos nocivo para el medio ambiente y la sociedad, sin embargo, éste sigue siendo marginal en términos del número de turistas que lo practican.

Habíamos señalado que el proceso de turistificación en la península de Yucatán comenzó en el litoral, pero ha tendido a expandirse bajo el auspicio del turismo alternativo. El proceso de turistificación, particularmente en los espacios rurales de Yucatán puede ser diferenciado en tres etapas (Alcocer Puerto 2012). En un primer momento, el redescubrimiento del patrimonio de edificación prehispánica fue la base de un turismo de élite a finales del siglo XIX con los prototuristas que venían a descubrir las zonas arqueológicas (Depetris 2010). A la par, cuando el pueblo fracturó la homogeneidad social en las playas, la élite se trasladó a nuevos lugares de sociabilidad (haciendas y pueblos) como lugares exóticos (Miranda 2014). Luego, una segunda etapa está marcada por la turistificación de los recursos naturales, como los manglares en la costa de Yucatán, donde los ojos de agua y los cenotes tierra adentro se vuelven espacios de esparcimiento. La tercera etapa, la más reciente, está centrada en la turistificación del maya de hoy. Una fecha muy simbólica para esta etapa es el 21 de diciembre de 2012, que se manejó en medios masivos de comunicación como el fin del mundo y que consagró lo maya de hoy como un recurso turístico. Una manera de turistificación se expresa mediante microempresas dedicadas al turismo, que operan miembros de las sociedades locales de origen maya.

Para 2015, más de 153 empresas sociales operaban actividades turísticas en la península de Yucatán. Si dos de tres empresas estaban ubicadas en el litoral, un tercio de éstas se encontraba en localidades de espacios interiores (García de Fuentes *et al.* 2015). Su distribución no era homogénea. En términos de intensidad, la actividad muestra sus máximos niveles en el litoral de Quintana Roo, tiende a decrecer hacia el occidente y el sur, y registra sus mínimos valores en Campeche, sur de Yucatán y sur de Quintana Roo. La propuesta de regionalización permite vislumbrar con mayor detalle estas diferencias.

Cancún-Riviera Maya cuenta con un litoral de 150 kilómetros, entre el centro planificado integralmente de Cancún, creado a partir de 1972, al norte, y Tulum, estación balnearia en pleno crecimiento al sur. Pero, desde las décadas de 1970 y 1980 y el fortalecimiento de Cancún como destino turístico, las ruinas del sitio arqueológico de Chichen-Itzá,⁸ ubicadas en el municipio de Tinum (centro del Estado de Yucatán a 200 kilómetros de Cancún) fueron el principal motivo de desplazamiento del turista hospedado en este destino turístico, siendo la última vertiente del centro del traspáis en este momento (ver figura 1).

En la actualidad, el traspáis del corredor turístico del Caribe Mexicano,⁹ una región atrás de la región turística litoral desde Cancún hasta Tulum, se extiende por varios municipios, donde nueve son sede de emprendimientos de turismo alternativo: tres se encuentran en Quintana Roo¹⁰ y seis en Yucatán.¹¹ Se trata de una región en la que una serie de situaciones ha favorecido el desarrollo de actividades turísticas por parte de las comunidades rurales del interior. A partir de las posibilidades que su localización y características físico-geográficas, históricas¹² y socioculturales les confieren, dichas comunidades se han constituido como una oferta turística alternativa y complementaria a la modalidad litoral de masas, brindando a los turistas la posibilidad de diversificar sus prácticas durante su visita. En esta región, las posibilidades de estar en contacto con la “exuberante selva tropical” y el “mundo maya profundo” fungen como recursos turísticos esenciales (Jouault *et al.* 2017).

En esta región del traspáis se encuentra Ek Balam, una localidad rural contemporánea habitada en su mayoría por mayahablantes y fundada en 1973 por algunos de los pobladores del día de hoy colindante. El pueblo limita con un sitio arqueológico del mismo nombre redescubierto en el siglo XIX y abierto al público en 1994. Desde su apertura, el número de visitantes crece. En el pueblo colindante de Ek Balam, a partir del 2000, algunos ejidatarios emprendieron un proyecto de alojamiento con el apoyo de políticas públicas enfocadas al impulso

⁸ En 2018, el sitio arqueológico de Chichen Itzá recibió a 2.74 millones de turistas.

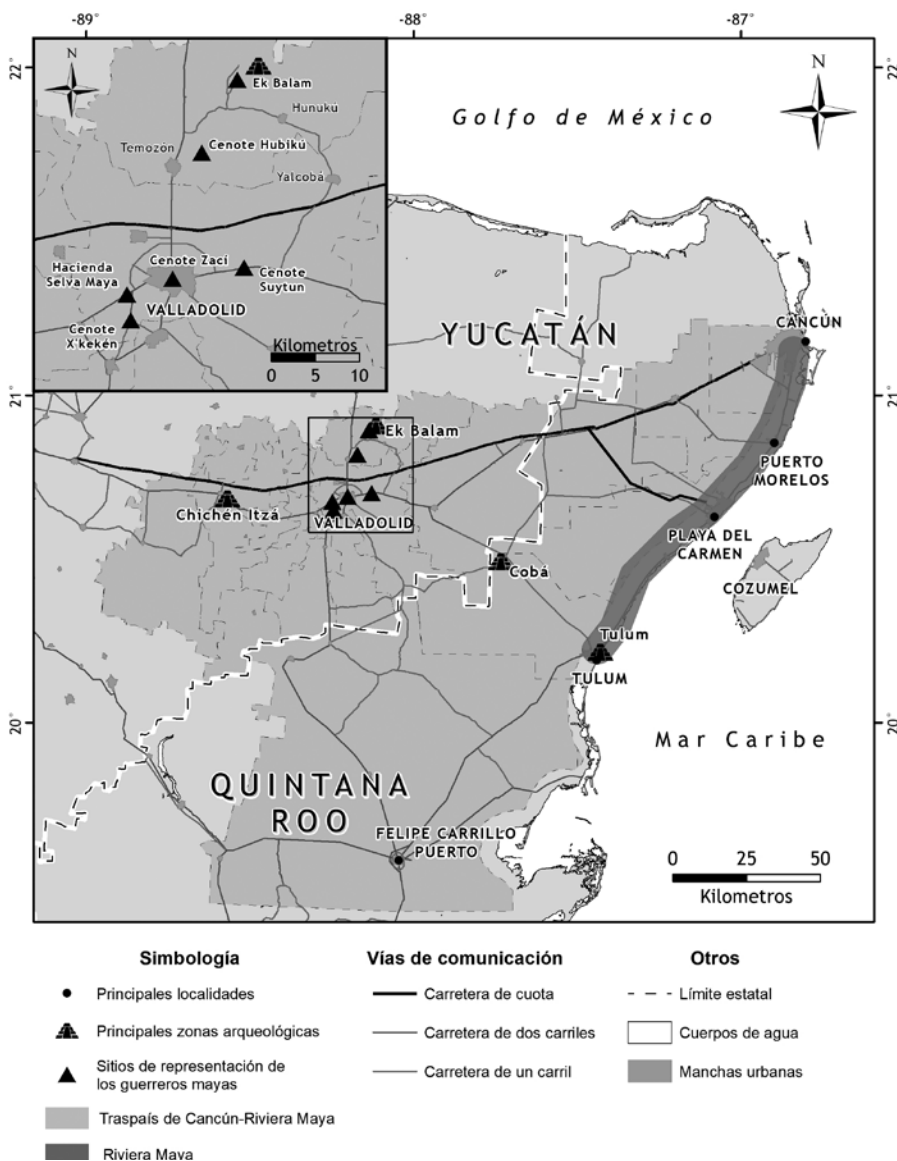
⁹ En 1959, el diccionario *Le Petit Robert*, en francés, define el *traspáis* como “una región ubicada atrás de una región costera” en un primer sentido, y en un segundo sentido como “un área de atracción o de vínculo comercial de un puerto”. En el plano teórico, el término de traspáis (o *hinterland*, en inglés y alemán, o *arrière-pays*, en francés) proviene de la geografía económica de los transportes o más exactamente de la geografía portuaria. Lo atribuímos a Chisholm (1889), un geógrafo norteamericano en lengua inglesa. Según este autor, un traspáis designa el área de atracción y de vínculos de un puerto (generalmente marítimo, excepcionalmente fluvial o lagunar), o el espacio continental de un puerto vinculado al almacenamiento de mercancías. Se trata fundamentalmente de un concepto de geografía humana y no debe ser considerada como una denominación inmóvil.

¹⁰ Felipe Carrillo Puerto, Lázaro Cárdenas y José María Morelos.

¹¹ Chankom, Chemax, Kaua, Temozón, Valladolid y Yaxcabá.

¹² El traspáis fue una zona de aislamiento y de repliegue para los rebeldes mayas. El conflicto que inició en 1847 y duró varias décadas implicó el aislamiento de un grupo importante de población indígena en la zona interior del actual estado de Quintana Roo y del sureste de lo que hoy es Yucatán.

Figura 1. Los guerreros mayas en el traspais Cancún-Riviera Maya



del “turismo de naturaleza” (Secretaría de Turismo Federal y Comisión Nacional Forestal) y “turismo alternativo en zonas indígenas” (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, hoy Instituto Nacional para los Pueblos Indígenas), con el propósito de incrementar la estadía de los turistas y, de esta forma, contrarrestar la migración y falta de empleo en la comunidad. En 2004,

la casi totalidad de ejidatarios de la comunidad se agrupan en la Asociación Civil U Najil Ek-Balam.¹³ El ejido de la comunidad concesionó al grupo cuatro hectáreas, formando la reserva ejidal U Najil Ek-Balam.¹⁴ Ahí se construyeron cabañas “ecológicas”,¹⁵ y si bien el hospedaje es su principal actividad, también ofrecen diversos servicios como alimentos, *camping*, recorridos comunitarios para descubrir el habitat vernáculo —usos y costumbres de la localidad—, y a partir de 2011 visitas a la milpa con guías certificados para conocer este espacio productivo.

Esta expansión territorial del turismo se traduce, también, en cambios sustentatorios en los modelos de vida, de tal manera que el litoral caribeño ha logrado establecerse hoy día como una de las primeras opciones económicas de los habitantes de las comunidades mayas internas de la península, lo cual ha generado transformaciones entre las personas de Ek Balam, particularmente los jóvenes.

LA INGENIOSIDAD DE LOS GUERREROS MAYAS: DE LO ECONÓMICO E IDENTITARIO

Definir como espacios eminentemente agrarios a la población de Ek Balam y la región del traspais Cancún-Riviera Maya hasta hace poco tiempo hubiera sido posible, sin embargo, ahora la realidad es muy distinta. Como señalan Salas Quintanal y González de la Fuente (2013) la ruralidad, como se conoció tradicionalmente —con una economía campesina que regía la producción y el trabajo de las poblaciones y organizaba la vida familiar y cultural de las comunidades— se ha transformado, siendo tendencia actual que los miembros de las familias se empleen en diferentes ámbitos y sectores. Precisamente los jóvenes de Ek Balam expresan esta nueva realidad, distinta a la de sus padres y abuelos quienes conocieron una vida eminentemente agrícola. En esta nueva realidad, el turismo se ha vuelto en Ek Balam, y de manera general, en la región del traspais de Cancún-Riviera Maya un ingreso principal o por lo menos complementario en numerosos hogares.

La derrama económica relacionada con el turismo en el pueblo de Ek Balam incluye la operación de las cabañas U Najil Ek Balam por parte de la sociedad cooperativa U kuchil Cuxtal, la venta de hamacas y artesanías de textiles bordados, así como el trabajo de guías¹⁶ en la zona arqueológica colindante.

¹³ El 26 de diciembre de 2006 deciden formar la sociedad cooperativa U Cuchil Kuxtal, dado que no podían comercializar (lucrar) sus servicios por medio de la asociación civil.

¹⁴ Al inicio del desarrollo de la actividad, no se acordó pagar ninguna comisión al ejido por el uso de la “reserva ejidal”, pero sí aportaban dinero cuando éste era solicitado para la organización de algún evento. Recientemente, el grupo firmó un acuerdo con el ejido donde se especifica que la cooperativa pagará el 10% de las utilidades al ejido, al final de año.

¹⁵ Entre su infraestructura, además de estas cabañas, tienen piscina, mirador, recepción, museo maya, área de *camping*, estacionamiento, comedor, cocina, sala de usos múltiples, lavandería, bodega para las bicicletas y caseta de vigilancia.

¹⁶ Respecto de los guías de la zona arqueológica, en 2018, nueve de los dieciocho que habían eran oriundos de Ek Balam.

A estas distintas posibilidades de articularse al turismo, destaca aquella en la cual se encuentran insertos doce jóvenes que trabajan como guerreros mayas en la entrada del sitio arqueológico, así como en diversos sitios turísticos aledaños a los que llegan en motocicletas. En dichos lugares posan para que los turistas se tomen fotografías con ellos a cambio de una propina (ver figura 2). Víctor y Rodrigo,¹⁷ dos jóvenes que se dedican a esta actividad, nos confiaron que trabajan en el turismo representando a guerreros mayas porque les gusta conocer, convivir con gente diferente, aprender algunas cosas nuevas —por ejemplo palabras en otros idiomas— y también ganar un poco más de dinero.

Figura 2. Guerreros mayas en acción



Fuente: Briceño (2015).

Sin duda, este tipo de trabajo al que hacen alusión tanto Víctor como Rodrigo forma parte de la transformación de la ruralidad enmarcada en el Estado neoliberal y, por ende, en el proceso de globalización de la economía. Estamos ante jóvenes de una comunidad mayahablante que se adecuan a una práctica económica global —el turismo— asociada con la producción de espacios, significados y experiencias, una economía basada en el consumo de la diferencia y que

¹⁷ Comentarios obtenidos de una plática informal el día 15 de febrero de 2019, en la comunidad de Ek Balam.

ha derivado en transformar lo étnico en mercancía. Como dirían los hermanos Comaroff (2011) la etnicidad como marca es un fenómeno global que implica la constitución de identidades étnicas con fines de mercantilización. Así, los jóvenes de Ek Balam y de la región del traspais aprovechan actualmente su ser étnico para insertarse en la economía global que representa el turismo.

Para los jóvenes guerreros mayas, sin duda, el turismo representa una oportunidad económica; éstos se sienten satisfechos con los ingresos que están obteniendo de su actividad; nos comentaron que en temporada alta una persona puede ganar entre 500 y 1000 pesos al día, mientras que, en temporada baja, el beneficio económico puede reducirse hasta los 250. De cualquier forma, los jóvenes consideran que tienen buenas ganancias, sobre todo si establecen comparaciones con otros trabajadores. Al respecto de esto último, uno de los guerreros nos comentó: “comparándolo con un jornalero, son buenos los ingresos” (Álvaro 2019).¹⁸ Si bien gran parte de sus ganancias dependen de la “buena voluntad” de los turistas, ellos han desarrollado una estrategia para estimular y conducirlos, particularmente a extranjeros, a otorgarles una propina de cierta cantidad. La estrategia consiste en que ellos mismos colocan un billete de 100 pesos o 5 dólares americanos para establecer un posible rango de las propinas, aunque en voz de ellos mismos esto no siempre se cumple: “a veces nos dan 50 pesos, tres dólares, depende de las personas...” (Álvaro 2019). Debido a que trabajan en parejas o grupos, han establecido un sistema para ser equitativos en las ganancias. Cuando finaliza la jornada, el dinero de los cinco sitios se junta y se divide en partes iguales, así no importa si en un lugar se ganó menos y en otro más, al final, todos tendrán el mismo ingreso producto de esta división colectiva.

Un aspecto más a destacar, en relación con lo económico, es la manera en que les permiten laborar en los cenotes privados a los cuales acuden; en palabras de Rodrigo: “siempre damos el 25% de nuestro ingreso, el mismo día, terminando de trabajar saco el dinero y lo cuenta la cajera, si fueron 2000, entonces son 500 para ti” (Rodrigo 2019).¹⁹

Respecto del origen de su actividad como guerreros mayas, podemos rastrear algunas situaciones claves. Una de estas es el contacto previo —un par de años atrás— con el coreógrafo de la representación “Xcaret México espectacular” Armando Osorio Uscanga, en el parque temático del mismo nombre, ubicado al sur de Playa del Carmen. En el transcurso de esta escenificación se divulga la “historia”, revisitando las grandes civilizaciones prehispánicas mesoamericanas, y destaca una escena, de una decena de minutos, que reconstituye el ilustre juego de pelota en una versión coreográfica y espectacular, lo que suscita el interés general del público. En 2010, este mismo coreógrafo, originario de Veracruz, logró reunir a jóvenes de los pueblos de Ek Balam, Pisté y Yaxunah con el obje-

¹⁸ Entrevista realizada el día 16 de febrero en la zona arqueológica de Ek Balam.

¹⁹ Entrevista realizada el día 16 de febrero, en el sitio arqueológico de Ek Balam.

tivo de enseñarles las reglas del juego de pelota y crear una liga de *Pok Ta Pok*. En Ek Balam, dos de los jóvenes formados por el maestro de juego y danzante de Xcaret han intentado crear su propia compañía *U-puksi'ikal kéej* —“corazón de venado”— “para representar nuestra cultura, lo que somos en realidad” (William 2019).²⁰ Un segundo aspecto a considerar es la influencia que tuvo en ellos la película *Apocalypto*,²¹ realizada en 2006 por Mel Gibson. Varios de los jóvenes dicen tomar inspiración de esta película para el atuendo y el maquillaje que utilizan para representarse como guerreros mayas (ver figura 3). Aunque también reconocen que en su mayoría toman lo aprendido en Xcaret.

Figura 3. Transformándose en guerrero maya



Fuente: Briceño (2015).

Aunque podemos ubicar estas referencias externas en su quehacer, es notorio el énfasis que ponen algunos de los integrantes de los jóvenes guerreros en expresar que ellos sí son mayas, a diferencia de otros grupos que pretenden imitar o igualar lo que ellos hacen, incluso expresan que su agrupación sigue creciendo y posicionándose debido precisamente a su particularidad étnica. Carlos comentó esta diferencia con otros grupos de la siguiente manera:

²⁰ Entrevista realizada el 17 de febrero en el cenote Suytun, en las afueras de Valladolid.

²¹ En esta película se cuenta el declive de la civilización maya y se presta particular atención a una violencia exacerbada de los actores con cuerpos espectaculares.

Nosotros, afortunadamente, tenemos buena reputación [...] Hay otro grupo, pero ese es más como una escuela [...] y sí han querido hacer lo que nosotros hacemos, pero no han logrado tener éxito... Mexican arte, ese es de Valladolid, ellos llevan años y no han logrado armar lo que nosotros hacemos. Ellos son trajes más aztecas, usan pura manta, vestidos y mucho plumaje [...] Las empresas donde nosotros trabajamos no buscan eso [...] aparte de eso la gente está buscando la autenticidad de las cosas, entonces nosotros hablamos maya, ellos no, de hecho el maestro es chilango, a veces donde nosotros estamos lo que nos ampara es nuestra lengua (Carlos 2019).²²

Estar amparados por su ser maya les ha permitido diversificarse e insertarse en otros nichos de presentación. Si bien iniciaron con las fotografías, los jóvenes nos comentaron que hoy día ya no solamente se dedican a esa actividad, sino que también acuden a bodas, fiestas, eventos políticos, académicos y prácticamente cualquier otro espacio en el que las personas quieran presenciar a los auténticos guerreros mayas. Y es que uno de los elementos centrales de la actividad turística es la búsqueda de la autenticidad.²³ Como señalan López Santillan y Marín Guardado (2010), los turistas buscan y anhelan el contacto con aquello que se supone como real y auténtico, así los jóvenes guerreros mayas han sabido adecuarse a esa inquietud, permitiéndoles mantenerse activos en dicho rubro. Como ellos mismos señalan no han querido perder la oportunidad de “hacer dinero con el turismo” y aprovechar el cada vez mayor arribo de turistas al sitio arqueológico, además, la inserción en la actividad turística les ha permitido trabajar cerca de sus hogares, o sea, han podido evitar la migración²⁴ a Valladolid, Cancún o la Riviera Maya. Rodrigo es una muestra clara de este proceso de aprovechamiento y vínculo con la actividad turística; actualmente él es un guía de turismo de naturaleza certificado por la NOM09 de la Secretaría Federal de Turismo, después de 200 horas de formación y largos trámites administrativos. También estuvo empleado temporalmente en las cabañas *U Najil Ek Balam* y ahora se dedica de lleno a la representación como guerrero maya:

Trabajo en la zona arqueológica como guerrero maya, o sea un traje para fotografías con la gente que llega allá. Lo que pasa es que cuando yo empecé a tener uso de razón siempre llegaban turistas; los que vivieron aquí sin que haya muchos turistas fueron mis abuelos, porque desde mis padres empezaron a haber turistas, desde que

²² Entrevista realizada el 17 de febrero en el cenote Suytun en las afueras de Valladolid.

²³ Se podría decir que la búsqueda por la autenticidad 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, por lo cual se sienten fuertemente atraídos por aquellos grupos que —supuestamente— aún conservan estos elementos prístinos (MacCanell 1999). Es decir, los turistas buscan de manera activa aquellos grupos que supuestamente no han cambiado con el tiempo, lo que permite que la autenticidad pueda definirse por una serie de características culturales “ancestrales” (Clifford 1988).

²⁴ En Ek Balam, así como en otras comunidades de la región del traspais, la migración es concebida por adultos y adultos mayores como un peligro para los jóvenes.

se descubrió la zona arqueológica empezaron a llegar turistas. A mí siempre me ha gustado el turismo, todo lo que tenga que ver con turismo con todo eso, yo siempre entro, ya sean cursos certificados, he tomado cursos no certificados, talleres, taller de observación de aves, de todo tengo pequeños certificados en mi casa. Ahorita he estado participando en algo que se llama turismo alternativo, de que ya no nada más no sea lo típico, playas y zonas arqueológicas, ahora está lo que es turismo en naturaleza, turismo rural, que es en esa parte donde yo he tomado algunos cursos sobre cómo fomentar turismo rural aquí en el pueblo, principalmente eso, costumbres tradiciones, comida y todo lo que tenga que ver con vestimenta, con forma de vivir y el gobierno ha tenido mucho que ver en eso, ellos han estado fomentando, ellos han estado viendo diferentes clases con la finalidad de que alguien tenga una oportunidad de depender de algo (Rodrigo 2019).

Como Rodrigo lo expresa claramente, numerosos jóvenes de Ek Balam nacieron con la actividad turística ya bien establecida en su cotidianidad. En este contexto, destaca el ingenio que han tenido para insertarse en el mercado turístico, lo cual les ha permitido por lo menos tres cosas: obtener un ingreso económico más estable, evitar la migración y “redescubrir” su ser maya. En palabras de los propios jóvenes, el trabajar como guerreros mayas les posibilita expresar su etnicidad y dar a conocer su cultura a los turistas:

Me da mucha felicidad [...] me satisface mucho explicar y compartir mi conocimiento a la gente, aquí también es como un tour, porque hay gente que me pide la explicación de mis pinturas o por qué me llamo guerrero maya y así; ya les platico y ya saben también con quien se están tomando la foto y todo lo que representa cada cosa que yo uso para las fotografías [...] somos guerreros mayas, así nos conocen todas las personas, mucha gente ya nos conoce (Abraham 2019).²⁵

Para nosotros es una emoción, lo que hacemos es cultura y está creciendo [...] Hay quienes lo hacen por el dinero, no saben lo que están representando, no saben lo que se están pintando. Lo que nosotros queremos es transmitir el conocimiento de nuestra cultura. Nosotros somos *Box Balam*,²⁶ nosotros sí somos originarios mayas (Carlos 2019).

Lo que es interesante de este proceso, por el que estos jóvenes dan a conocer su ser maya, es que se encuentra “atravesado” por la presencia de actores externos quienes los conducen en el “redescubrir”, expresar y conservar la identidad maya; todo esto, como ya lo hemos señalado, en un contexto turístico y mercantilizado donde se apela a lo prístino y a lo exótico. Entre los actores externos destaca, como habíamos señalado previamente, Armando Osorio Uscanga. En una entrevista ofrecida al Diario de Yucatán, el coreógrafo habla de su interés de rescatar la cultura maya:

²⁵ Entrevista realizada el día 17 de febrero en la comunidad de Ek Balam.

²⁶ Grupo dedicado a la representación de ceremonias mayas prehispánicas.

Con los bailes, vestuarios y maquillaje que se usa durante las coreografías se intenta rescatar la cultura maya [...] mi propósito fue que de un tiempo para la actualidad, hacer que la gente que vive en esta región retomara su cultura, y es lo que se está haciendo [...] nos presentamos en los principales hoteles de la Riviera Maya y doy clases en los pueblos como Pisté, Yaxhuná, Xoquen, Pich y Tikimul [...] ahora ya a la gente de los alrededores de la gran ciudad antigua de Chichen Itzá les da orgullo portar los trajes de sus ancestros (*Diario de Yucatán*, 4 de junio de 2015).

En su discurso, Armando Osorio establece una relación entre los pobladores actuales de la región y las poblaciones prehispánicas, como si la identidad se tratase de una línea genealógica continua. Precisamente, este mismo discurso es el que han adoptado hoy día los integrantes del grupo Box Balam, quienes al presentarse ante los turistas utilizan las siguientes palabras:

Bienvenidos, gracias por su tiempo, lo que acabamos de hacer son unas danzas prehispánicas, herencia de nuestros antepasados, desafortunadamente el día de hoy nuestras tradiciones se han ido perdiendo día con día, pero nosotros el grupo de Box Balam de la comunidad del pueblo maya Ek Balam estamos tratando de seguir reviviendo esto para ustedes, la música, la danza, el juego de pelota prehispánico, si alguien de ustedes gusta pasar a tomarse una foto con nosotros, pueden acercarse, no tengan miedo, ya no hacemos sacrificios mayas [...] solo recuerden que la foto es por una propina voluntaria (30 de mayo a las 21:24 hrs. en el parque central de Valladolid).

Como ha señalado Stuart Hall (2003) las identidades tienen que ver con el uso de los recursos de la historia, la lengua y la cultura en el proceso de devenir, es decir, las identidades no son fijas, sino que se constituyen dentro de la representación, la cual expresa un “juego” entre los que se autoasignan cierta identidad y los actores externos que enarbolan discursos sobre ellos. De tal manera es como entendemos la identidad étnica y esencialmente la identidad maya, por lo que nos distanciamos de su muchas veces presupuesta identidad étnica. En cambio, optamos por seguir aquellas aproximaciones que ven la identidad maya como un proceso y no como algo estático²⁷ (ó Quijano 2007; Castañeda 2004). Por este motivo es que prestamos atención al “juego” entre agentes externos que representan lo maya y los jóvenes locales que se autoconstituyen dentro de dichas representaciones.

Los jóvenes guerreros se representan a sí mismos a partir de discursos y prácticas etnicizantes que se conectan con el mercado de bienes exóticos. Toda identidad se construye alrededor de relaciones de poder, donde entran en juego los procesos de autoasignación de elementos para establecer una diferencia —“noso-

²⁷ Pereiro Pérez (2015) indica que “la investigación sobre el turismo indígena nos obliga a ver lo indígena y la etnicidad como categorías maleables, flexibles, dinámicas, situacionales y estratégicas, no absolutas, sino sujetas a negociaciones y renegociaciones constantes en contextos de relaciones de poder” (Pérez 2015, 19).

tros sí somos mayas”, “nosotros hablamos maya”— y los procesos de hetero-reconocimiento que folklorizan la diferencia —“les da orgullo portar los trajes de sus ancestros”—. Es innegable que el turismo puede ser una actividad en la cual algunas sociedades tienen la posibilidad de dar a conocer su cultura y generar procesos reivindicatorios, pero en el caso de la cultura maya, pareciera ser que el turismo no implica esto sino que aparece como una actividad global que:

genera y alimenta una demanda de consumo de representaciones de lo “otro” y los “otros”, a partir de la imposición de valores y representaciones del mundo propias de las clases medias de Occidente. Esto implica ciertamente, el despegue de grandes transformaciones relacionadas con la construcción social de sentidos culturales en innumerables pueblos y ciudades que viven del turismo, que adquieren identidad no precisamente a partir de la experiencia histórica y cultural de los pobladores locales, sino a partir de los imaginarios y necesidades de los turistas. Un proceso que igual influye en la construcción de identidades étnicas, donde los locales sujetos a la mirada turística, adquieren significados muchas veces desde una perspectiva romántica, colonialista y exotizadora que, aunque se busque lo contrario (sobre todo cuando se trata del ecoturismo) reproduce nociones propias de los artificios mercantiles (López Santillán y Marín Guardado 2010, 248).

En el caso de los jóvenes guerreros mayas, ciertamente su actividad les permite un ingreso económico y la posibilidad de mostrar a los turistas su ser étnico, pero hasta ahora, esa expresión identitaria está siendo guiada más por la “mirada turística”.

IDEAS PARA REFLEXIONAR

Como se estableció en este trabajo, el turismo es una actividad económica que se ha expandido a lo largo del territorio de la península de Yucatán, tal es el caso de la constitución de la región del traspáis, que implica una articulación de diversas comunidades maya campesinas a la actividad turística sin necesidad de migrar a los espacios “históricos” de dicha actividad. Desde los propios sujetos de las comunidades este proceso ha sido muy importante, ya que ha permitido mantener a los jóvenes en sus comunidades. En general, la gente de la región del traspáis, y en lo particular la gente de Ek Balam, piensan en la migración como algo eminentemente negativo; son comunes las historias sobre los peligros de Cancún y de la Riviera Maya, así como de los accidentes en la carretera. Ante esta percepción de la migración, una actividad que les permita a sus hijos y nietos anclarse a su localidad será relativamente bien recibida.

Aceptada por los padres y abuelos, por no decir por la comunidad en general, la actividad turística también lo es por los jóvenes. Como se mencionó, para ellos el turismo es ante todo una oportunidad económica, una posibilidad de conectarse con el mercado “exótico” global de una manera aparentemente libre. Decimos

aparentemente, porque consideramos que la incorporación a esta actividad está condicionada, no expresa libertad, no solamente por las situaciones estructurales que han llevado a la paulatina desagrarización del campo, sino, sobre todo, por la representación de lo maya en manos de agentes que no forman parte de la comunidad, quienes establecen qué, o mejor dicho, quién puede asumirse como maya. Al respecto de esta situación fue revelador que algunos de los jóvenes guerreros que se autoasignan²⁸ la identidad maya, fueran rechazados por no lucir como mayas. Como nos mencionó uno de ellos: “A mí varias veces me batearon, varias veces me dijeron que yo no, por mi color de piel y aparte porque estaba gordo... decían que estaba blanquito y que necesitaban más morenitos... de hecho esa es la razón por la cual yo me pongo un fondo amarillo o negro cuando me pinto, porque sólo con mi color de piel pues no trabajo”.

La otredad, el ser maya, tiene color de piel desde la mirada turística; algunos de los jóvenes de las comunidades maya campesinas son demasiado “blancos” para ser contratados. De ahí que en algunas ocasiones no importa el origen, o la autoasignación étnica, sino una serie de criterios externos para decidir quién es maya. La cuestión es que, de una u otra forma, los jóvenes deben adecuarse a la mirada del turista, a lo que éste entiende e idealiza de la cultura y el ser maya.

Un aspecto más a destacar por parte de los turistas y su relación con estos jóvenes, son los ánimos, felicitaciones e invitaciones a que sigan representando su cultura y transmitan la etnicidad a sus hijos. Por supuesto, dicha etnicidad alude a la representación del ser maya exótico y prístino: el traje de guerrero, la “chamaneada”, la danza y el juego de pelota (ver figura 4). Al respecto de esto, un comentario: “a la gente le gusta, hay mucha gente que nos felicita, que porque no cualquiera demuestra su cultura, nos dicen que nunca olvidemos nuestras raíces y que lo enseñemos a nuestros hijos, que porque es muy bonito” (William 2019).

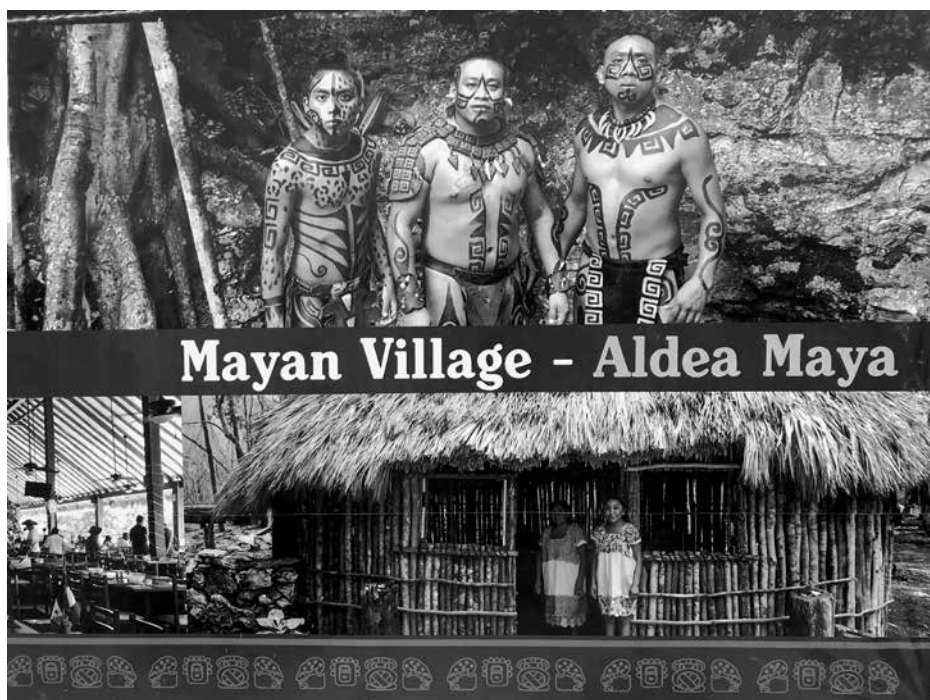
Esta solicitud de transmitir la cultura maya a sus hijos también se hace patente en Facebook; algunas personas que han agregado a los jóvenes guerreros mayas como amigos, les dejan comentarios en los cuales efectivamente se expresa esta misma situación:

Desde hace años soñaron con revivir el juego de pelota Maya como una forma de reivindicación, revitalizar la identidad y orgullo de pertenecer a tan gran civilización [...] Su visión del Poc-ta-pok (juego de pelota maya) y las espectaculares danzas de jaguares que representan, manifiestan que el deporte cultural dá esperanza y porvenir a los chicos y chicas de los pequeñitos pueblos Mayas [...] una verdadera joya que sigo

²⁸ Como se indicó previamente, los jóvenes con los que pudimos conversar nos comentaron que ellos sí son mayas; esta autoadscripción a la que aluden está cimentada en su pertenencia a una comunidad maya de la región maicera, en la cual todavía persiste una tradición maya, resultado de un proceso histórico y cultural que le ha permitido a las poblaciones de dicha zona conservar algunos elementos diacríticos del ser maya como la lengua, la práctica de la milpa, las prácticas religiosas y el culto a seres sobrenaturales asociados a ésta, la presencia de los denominados *h-menob*, entre otros elementos (Ramírez Carrillo 2006).

con entusiasmo al visitar y conocer a los nuevos bebés warrios y antiguos miembros del clan de los maya warrios de Ek Balam (Comentario publicado en Facebook el día 21 de abril de 2018).²⁹

Figura 4. Representación de los guerreros mayas para la Ruta Maya 2019



Así, a través del turismo se van constituyendo nuevos elementos diacríticos por medio del reconocimiento y expresión de la identidad maya de los jóvenes. Los turistas animan y conducen a los jóvenes a exotizar su cultura, su identidad. Si bien es cierto que ellos tienen muy claro que se trata de una representación y una oportunidad económica, también lo es que afecta elementos históricos que previamente marcaban la etnicidad, como es el caso de la elaboración de la milpa que cada día se encuentra más en desuso entre la juventud. ¿Cuál será el papel de los jóvenes en la producción de esta etnicidad ligada al turismo y cómo afectará a las comunidades maya campesinas? Son dos de las muchas interrogantes que surgen y que implican seguir rastreando la relación entre el turismo, su expansión territorial y la afectación en la vida de los jóvenes de las comunidades del traspais.

²⁹ El comentario fue recogido el 20 de febrero de 2019. Es un comentario escrito en el muro de Facebook de uno de los jóvenes guerreros mayas de Ek Balam.

BIBLIOGRAFÍA

- ALCOCER PUERTO, Elías. 2012. "Cultura, turismo y medio ambiente: una mirada desde los pueblos mayas de Yucatán". *Patrimonio cultural y turismo. Cuadernos*, núm. 19: 195-200. Políticas públicas y turismo cultural en América Latina: siglo XXI. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- BENDIX, Regina. 1997. *In Search of Authenticity. The Formation of Folklore Studies*. Madison: University of Wisconsin Press.
- BOCCARA, Guillaume. 2010. "Para una antropología del Estado multicultural bajo la globalización neoliberal. Algunas reflexiones teóricas". En *Reformas del Estado: movimientos sociales y mundo rural en el siglo XX en América Latina*, edición de Fernando Salmerón Castro, Laura Valladares de la Cruz y María Escamilla Hurtado, 39-63. México: UNAM.
- CASTAÑEDA, Quetzil. 2004. "¿No somos indígenas?": Gubernamentalidad y la identidad maya de Yucatán". En *Estrategias identitarias. Educación y la antropología histórica en Yucatán*, edición de Juan Castillo Cocom y Quetzil Castañeda, 1-30. México: UPN/OSEA.
- COMAROFF, John y Jean Comaroff. 2011. *Etnicidad S.A.* Madrid: Kats.
- CLIFFORD, James. 1988. *The Predicament of Culture: Twentieth-Century Ethnography, Literature, And Art*. Cambridge: Harvard University Press.
- CHISHOLM, GEORGE. 1889. *Handbook of Commercial Geography*. Londres: Longman, Green & Co.
- DEPETRIS, Carolina, ed. 2010. *Viajeros por el mundo maya*. Mérida: UADY/CEPHCIS-UNAM.
- DUHAMEL, Phillippe. 2018. *Géographie du tourisme et des loisirs: dynamiques, acteurs et territoires*. París: Armand Colin.
- ESCOBAR OHMSTEDE, Antonio *et al.* 2010. "Introducción: acuerdos, negociaciones y conflictos en las reformas de los Estados en América Latina". En *Reformas del Estado: movimientos sociales y mundo rural en el siglo XX en América Latina*, edición de Fernando Salmerón Castro, Laura Valladares de la Cruz y María Escamilla Hurtado, 11-38. México: UNAM.
- GARCÍA DE FUENTES, Ana, Samuel Jouault y David Romero. 2015. *Atlas de turismo alternativo en la península de Yucatán*. Mérida: UADY/CINVESTAV.
- HALL, Stuart. 2003. "¿Quién necesita identidad?". En *Cuestiones de identidad*, edición de Stuart Hall y Paul du Gay, 13-39. Buenos Aires: Amorrortu.
- INAH. 2019. Estadísticas INAH. Consultado el 15 de abril de 2019. <https://www.estadisticas.inah.gob.mx/>.
- JOUAULT SAMUEL, Ana García de Fuentes y Marcela Jiménez. 2017. "L'arrière-pays touristique de Cancún- Riviera Maya". En *Tourisme, marges et périphéries*, coordinación de Nicolas Bernard, Caroline Blondy y Philippe Duhamel, 233-251. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.

- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara. 1998. *Destination culture. Tourism, Museums and Heritage*. Berkeley: University of California Press.
- LITTLE, Walter E. 2000. "Home as a Place of Exhibition and Performance: Mayan Household Transformations in Guatemala". *Ethnology* 39(2): 163-181.
- LIZAMA QUIJANO, Jesús. 2007. *Estar en el mundo. Procesos culturales, estrategias económicas y dinámicas identitarias entre los mayas yucatecos*. México: CIESAS/Porrúa.
- LÓPEZ SANTILLAN, Ángeles y Gustavo Marín Guardado. 2010. "Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura". *Relaciones. Estudios de historia y sociedad* XXXI(123): 219-258.
- MACCANNELL, Dean. 1999. *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley: University of California Press.
- MARÍN GUARDADO, Gustavo. 2010. "Turismo, globalización y mercantilización del espacio y la cultura en la Riviera Maya: un acercamiento a tres escenarios". En *Etnia, lengua y territorio. El Sureste ante la globalización*, edición de Ricardo López, 17-56. México: UNAM.
- MIRANDA, Pedro. 2014. "Viajeros y turistas de Yucatán, 1822-1915". *Iberoamericana* XIV(53): 7-28
- NUÑEZ, Theron. 1963. "Tourism, tradition, and acculturation: weekendismo in a Mexican Village". *Ethnology* 2(3): 347-352.
- PEREIRO PÉREZ, Xerardo 2015 "Reflexión antropológica sobre el turismo indígena". *Desacatos* núm.47: 18-35.
- RAMÍREZ CARRILLO, Luis. 2006. "Impacto de la globalización en los mayas yucatecos". *Estudios de Cultura Maya*, vol. 27: 73-97.
- SALAS QUINTANAL, Hernán e Íñigo Gonzalez de la Fuente. 2013. "Nueva ruralidad. Procesos sociolaborales y desagrarización de una sociedad local en México (1980-2010)". *Gazeta de Antropología* 29(2): 4-16.
- STEWART, Susan. 1993. *On Longing. Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection*. Durham: Duke University Press.
- STRONZA, Amanda. 2001. "Anthropology of Tourism: Forging New Ground for Ecotourism and Other Alternatives. *Annual Review of Anthropology*, vol. 30: 261-283.
- TEAGUE, Ken. 1997. "Representations of Nepal". En *Tourist and Tourism. Identifying with People and Places*, edición de Simone Abram, Jacqueline Waldren y Donald V.L. Macleod, 173-195. Oxford: Berg.
- URRY, John. 2002. *The Tourist Gaze*. Londres: Sage.
- VAN DEN BERGHE, Pierre (1994) *The Quest for the Other. Ethnic tourism in San Cristobal, Mexico*. Seattle y Londres: University of Washington Press.

