



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE QUINTANA ROO



· Teoría y Praxis 32 · Diciembre 2023 ·
· ISSN 1870 1582 · DOI 10.22403/UQROOMX/TYP32/01 ·



Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo
DESARROLLO SUSTENTABLE
DIVISIÓN ACADÉMICA

Turismo indígena maya: usos de redes sociales y sitios web para preservar el patrimonio biocultural

Mayan indigenous tourism: uses of social networks and websites to preserve biocultural heritage

Rodrigo Javier López Peña^{1*}
Juan Carlos Mijangos Noh¹

¹Doctorado Institucional en Ciencias Sociales, Universidad Autónoma de Yucatán, México

*Autor de correspondencia: rodrigoxabier@hotmail.com

Editor encargado: Dr. Alfonso González Damián

Recibido: 30 de septiembre de 2023 - Aceptado: 26 de octubre de 2023

Resumen

El turismo indígena destaca en años recientes gracias a la riqueza cultural y natural de las comunidades indígenas. En Yucatán, México, organizaciones de turismo conformadas por personas mayas utilizan redes sociales y sitios web para difundir sus ofertas. El objetivo de esta investigación es mostrar cómo cuatro organizaciones turísticas indígenas de Yucatán utilizan páginas web y redes sociales, herramientas de las que se apropian culturalmente, para difundir sus actividades y su relación con el patrimonio biocultural maya. Se empleó *netnografía* para recopilar y analizar la información. Los resultados evidencian que las organizaciones participantes publican en línea sus acciones y ofertas relativas al patrimonio biocultural, a menudo presentan importantes acciones para la preservación de tales patrimonios naturales y culturales, lo cual juega en favor del uso decolonial de los medios en línea. La principal conclusión es que las organizaciones de turismo indígena usan limitada y desigualmente los sitios web y redes sociales, como herramientas culturalmente apropiadas, para la promoción de su patrimonio biocultural. Estas herramientas apropiadas culturalmente muestran potencial para posicionar a los mayas contemporáneos como legítimos herederos y protectores de su patrimonio biocultural, contra la compleja colonialidad del turismo.

Palabras clave: Turismo indígena, Comunidad Maya, Península de Yucatán, Tecnologías de la información y la comunicación, Netnografía

Abstract

Indigenous tourism has stood out in recent years thanks to indigenous communities' cultural and natural wealth. In Yucatán, Mexico, tourism organizations made up of Mayan people use social networks and websites to spread their offers. This research aims to show how four indigenous tourism organizations in Yucatan use web pages and social networks, tools that they culturally appropriate, to disseminate their activities and their relationship with the Mayan biocultural heritage. Netnography was used to collect and analyze the information. The results show that participating organizations publish online their actions and offers related to biocultural heritage, often presenting important actions for preserving such natural and cultural heritage, which favours the decolonial use of online media. The main conclusion is that indigenous tourism organizations use websites and social networks to a limited and unequal extent as culturally appropriate tools for promoting their biocultural heritage. These culturally appropriated tools show the potential to position contemporary Mayans as legitimate heirs and protectors of their biocultural heritage against the complex coloniality of tourism.

Keywords: Indigenous tourism, Mayan community, Yucatan peninsula, Information and communication technologies, Netnography

Introducción

El turismo indígena destaca debido a los patrimonios culturales y naturales de las poblaciones originarias que son compartidos con los visitantes (Pereiro, 2015). Asimismo, se considera a este tipo de turismo como una estrategia útil para la preservación del patrimonio biocultural de las comunidades originarias. Mediante la participación de actores locales se evita el desarrollo de un turismo masificado, proveyendo un ingreso complementario al de las actividades que ya realizan en las comunidades. Este turismo favorece el arribo de visitantes interesados por conocer, interactuar, respetar y preservar el patrimonio biocultural (Bello y Pérez, 2019).

Por otro lado, se ha establecido la relevancia que han adquirido las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el ámbito turístico en términos de competitividad, cuestiones de *marketing* y optimización de la comunicación entre prestadores de servicios y turistas (Gruescu et al., 2009). En este sentido, las organizaciones de turismo alternativo en México, entre las cuales se encuentran los emprendimientos turísticos indígenas, intentan aprovechar las TIC para promocionar los servicios que ofrecen y comunicarse con los potenciales visitantes (López y Palomino, 2019).

A pesar del potencial que ofrecen las TIC, muchas comunidades indígenas enfrentan dificultades respecto a la apropiación tecnológica, debido a falta de infraestructura, falta de experiencia y capacitación para utilizar las TIC, entre otros retos que afrontan para poder aprovechar al máximo dichas tecnologías (Resta, 2011). Además, se ha prestado poca atención al uso de las TIC por parte de los pueblos indígenas, que a menudo viven en un ambiente de aislamiento y exclusión (Mohamad et al., 2010). En este sentido, se sugiere realizar estudios sobre turismo indígena y uso de redes sociales de Internet (Mkono, 2016) y examinar la manera en que los emprendimientos turísticos indígenas están utilizando las TIC para representar su patrimonio a través de dichas tecnologías (de Bernardi, 2019), debido a que han sido temáticas poco estudiadas.

Esta investigación sigue dichas líneas de pesquisa y se enfoca en las maneras en que cuatro organizaciones de turismo indígena utilizan las redes sociales y sitios web, para representar y preservar su patrimonio biocultural, mediante un ejercicio de cultura apropiada (Bonfil, 1988).

Revisión de literatura

El turismo indígena es la actividad en la que las comunidades indígenas ofrecen experiencias focalizadas en sus tradiciones, usos y costumbres. Mediante este intercambio se revalora y preserva el patrimonio cultural indígena y al mismo tiempo se incentiva el desarrollo comunitario (Morales, 2008). Esto produce ingresos derivados del

turismo, de manera complementaria a las actividades que ya realizan en las comunidades (Bello y Pérez, 2017).

A menudo, las relaciones en torno del patrimonio indígena se llevan a cabo a través de negociaciones entre los actores de las mismas poblaciones indígenas con los actores externos que también forman parte de este tipo de turismo (Pereiro, 2015). La consecuencia lógica sería que, al ser las comunidades indígenas protectoras de los recursos naturales y culturales, estas controlen y participen en el turismo y la manera en que se representan los elementos de su patrimonio a los visitantes (Nkwanyana, 2018). Esto, sin embargo, no es tan simple, existen diversas fuerzas y agentes que influyen en esos procesos. A continuación, se presentan los más destacados.

A menudo se mercantilizan el patrimonio cultural y las manifestaciones de identidad de los pueblos indígenas impulsando el turismo, sin que las mismas comunidades sean beneficiadas (Coronado, 2014). En esta pesquisa se examina la representación del patrimonio biocultural de las poblaciones indígenas en el ámbito turístico como algo importante en el entramado de la vida de las y los integrantes de las organizaciones turísticas indígenas. Se asume que dichas representaciones corresponden a personas de las comunidades, para evitar la conformación de estereotipos (Amoamo y Thompson, 2010). En este estudio, catalogamos ese tipo de acciones como actos de apropiación cultural, entendida esta desde la teoría del control cultural de Bonfil (1988; 2019). Estos actos de apropiación cultural sirven a las organizaciones indígenas como medios de resistencia contra los efectos de la colonialidad del turismo.

En el turismo actual, las TIC juegan un papel primordial en el impulso de la competitividad, para mejorar los canales de distribución, optimizar costos, comunicación y *marketing* (Gruescu et al., 2009). También las organizaciones de turismo indígena están buscando aprovechar el uso de las TIC como una herramienta para promocionar y difundir las actividades que ofrecen (López y Palomino, 2019). Pero ante esta herramienta las organizaciones indígenas pueden, o no, desvirtuar sus propios mensajes, identidades y valores bioculturales.

En este tenor, hay estudios que examinaron las oportunidades con las que cuentan las comunidades indígenas para compartir sus conocimientos culturales en el ámbito turístico a través de diversas plataformas tecnológicas (McGinnis et al., 2020). También se han explorado cuestiones de sustentabilidad y contrastación de cosmovisiones que se dan en las redes sociales entre turistas y organizaciones turísticas indígenas (Mkono, 2016). Además, se ha encontrado que la manera en que los integrantes de la población indígena utilizan las TIC para autorrepresentarse puede servir para valorizar los significados culturales indígenas, desafiando las degradaciones y la apropiación cultural que han realizado, continuamente, distintos actores ajenos a estas poblaciones

(Ambros y Buzinde, 2021). También se han examinado las páginas web de proyectos de turismo alternativo indígena en México y Perú, evaluando sus representaciones culturales (Coronado, 2014). Este estudio forma parte de ese campo de investigaciones sobre el turismo indígena.

En esta investigación utilizamos la teoría del control cultural para examinar la información presentada en las páginas web y redes sociales de las organizaciones indígenas. En este sentido, se conceptualiza al control cultural como aquel sistema por medio del cual se ejerce la capacidad social de decisión sobre elementos culturales, los cuales son necesarios para llevar a cabo acciones sociales, como la satisfacción de necesidades, resolución de problemas, consecución de aspiraciones y cuestiones de la vida diaria (Bonfil, 1988). En este tenor, la teoría del control cultural ayuda a comprender la manera en que las organizaciones indígenas se han adaptado al ámbito turístico, ofreciendo elementos de su cultura a través de la apropiación de nuevas prácticas, la innovación e incluso la opción de renunciar a significados culturales. Optar por uno u otro camino compete a las comunidades y organizaciones indígenas, quienes decidirán cómo esas herramientas y procesos serán utilizados para la construcción de representaciones culturales con la intención de impulsar el turismo (Coronado, 2014).

Sobre esta base de elementos conceptuales y teóricos, examinamos la manera en que cuatro organizaciones de turismo indígena en Yucatán están utilizando sus páginas web y redes sociales para promocionar las actividades que ofrecen y su relación con la preservación de su patrimonio biocultural.

Metodología

Área de estudio

Esta investigación se llevó a cabo con cuatro organizaciones turísticas que se encuentran en Yucatán, México. Dichas organizaciones ofrecen actividades turísticas relacionadas con elementos de su patrimonio biocultural, pero además utilizan alguna red social o sitio web para promocionar los servicios que ofrecen y para comunicarse con los visitantes o personas interesadas en conocerlas. A continuación, se explicarán características de cada una de las organizaciones que formaron parte de este estudio.

La organización de Cenote Yokdzonot tiene página web, Instagram y Facebook. Entre sus actividades turísticas destaca el cenote y alrededor de este se ofrecen otras actividades como tirolesa, rapel, zona de campamento y talleres gastronómicos. Se localiza aproximadamente a 10 kilómetros al oeste de Pisté y de la zona arqueológica de Chiché Itzá (Jouault, 2021).

Ejido de San Crisanto utiliza página web y cuenta de Facebook. Ofrecen paseos en el manglar, observación

de flora y fauna, renta de chozas ecológicas y servicio de playa. Se localiza al norte del estado, en la costa yucateca, aproximadamente a 1 hora y 10 minutos, en automóvil, de la ciudad de Mérida.

Parador Turístico Yaxunah utiliza página web, Facebook, Instagram y TikTok. Cuentan con talleres de artesanías y gastronómicos, visitas al cenote Lol-Ha, visitas a la milpa tradicional maya, paseos en la zona arqueológica, entre otras actividades. Se ubica aproximadamente a 25 minutos, en automóvil, de la zona arqueológica de Chichén Itzá.

U Najil Ek Balam utiliza página web y cuenta de Facebook. Ofrecen renta de cabañas rodeadas de naturaleza a orillas del pueblo de Ek Balam, visitas a la milpa tradicional maya, temazcal, paseos a la zona arqueológica de Ek Balam, entre otras actividades. Se ubica aproximadamente a 1 hora y media, en automóvil, de la ciudad de Mérida.

Método y análisis de datos

Se empleó el método de *netnografía*, con enfoque cualitativo. Es un método para realizar investigaciones que abordan interacciones sociales en la red, archivos y comunicaciones en línea, para estudiar fenómenos que se dan a través de las tecnologías digitales. Mediante este método se analizan textos, imágenes, fotografías, archivos audiovisuales, sitios web, entre otros elementos digitales (Kozinets et al., 2014:4-5).

En investigaciones sobre turismo indígena se han realizado distintos estudios utilizando la *netnografía*. Entre otras, investigaciones relativas al turismo indígena y sustentabilidad en las redes sociales (Mkono, 2016); sobre la importancia de la cultura en las experiencias de turismo indígena (Holder y Ruhanen, 2017) y para realizar un estudio de mercado sobre el turismo indígena (Holder y Ruhanen, 2018). Ninguno de los anteriores estudios *netnográficos* empleó la teoría del control cultural, lo cual da un carácter innovador a la investigación que ahora se presenta.

Al iniciar la investigación se entregó a las y los participantes una carta de consentimiento informado. Posteriormente, la recolección de datos se llevó a cabo de febrero a mayo del 2022. En total se recolectaron 1307 archivos de imágenes, texto y audiovisuales, todos tomados de los sitios web y redes sociales de las organizaciones participantes.

Los datos se estudiaron mediante el análisis temático, técnica que permite identificar, obtener y organizar sistemáticamente la información para detectar patrones que surgen de un conjunto de datos y detectar posibles temas emergentes (Braun y Clarke, 2012). El análisis temático consta de seis fases: a) familiarización con los datos, b) generación de códigos iniciales, c) búsqueda de temas, d) revisión de temas potenciales, e) definición de temas y f) generación de un reporte. Se siguió este proceso sistemático,

en el que se generaron códigos y temas, los cuales fueron depurados para llegar a la etapa final del nombramiento de los temas derivados de la codificación. Se usó el programa Atlas.ti 22 para realizar todo el proceso explicado. En total se obtuvieron 572 códigos, los cuales, después del proceso de seis fases, dieron como resultado cuatro temas generales que se presentan a continuación.

Resultados

Elementos culturales

La información muestra que la finalidad principal del uso de las TIC es promocionar y difundir las actividades que ofrecen las organizaciones. Las organizaciones turísticas que dan un mayor énfasis a los elementos culturales son Parador Turístico Yaxunah y U Najil Ek Balam, esta última con menor cantidad de información.

En la **Figura 1** se presenta el *tour* por la milpa tradicional maya, actividad que ofrecen U Najil Ek Balam y Parador Turístico Yaxunah. En dicha actividad se enseña a los visitantes cómo se trabaja la milpa, de acuerdo con conocimientos agronómicos, ecológicos y de cosmovisión transmitidos por muchas generaciones en las comunidades mayas.

Figura 1. Tour en la milpa maya



Fuente: tomada de U Najil Ek Balam (2021)

En este sentido, las imágenes con temas de elementos culturales muestran prácticas de la vida cotidiana de los integrantes de las organizaciones turísticas mayas y que son compartidas con los visitantes. Actividades como la milpa, el trabajo en talleres de artesanías, talleres gastronómicos y otras actividades.

Elementos de naturaleza

Las organizaciones muestran gran variedad de elementos de naturaleza en sus páginas web y redes sociales. Destacan: el manglar, el cenote y los flamencos en San Crisanto; el cenote Yokdzonot; el cenote de Lol-Ha de

Yaxunah; el cenote Xcanché, cercano a U Najil Ek Balam, así como el entorno de naturaleza en el que se encuentran las organizaciones turísticas. En la **Figura 2** se observa el cenote Yokdzonot. Este es el elemento central ofrecido por la cooperativa turística, así como el entorno de naturaleza: la vegetación, las raíces de los árboles, la roca de las cuevas.

Sin embargo, el desempeño de las organizaciones turísticas es distinto en sus respectivas redes sociales o sitios web. Ejido de San Crisanto y Parador Turístico Yaxunah publican, de manera más continua, contenido relacionado con los elementos de naturaleza que ofrecen. Quedan rezagados U Najil Ek Balam y Cenote Yokdzonot. Las imágenes de los elementos culturales y naturales presentados por las organizaciones turísticas expresan parte de la riqueza biocultural con la que cuenta cada una de estas entidades, y una conexión indisociable entre ambos elementos.

Figura 2. Cenote Yokdzonot



Fuente: tomada de Cenote Yokdzonot (2021)

Preservación del patrimonio biocultural

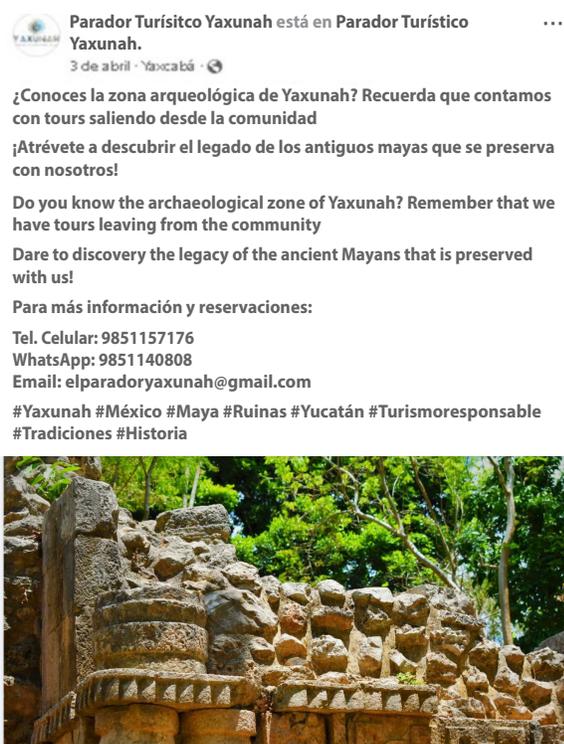
Acerca de la preservación de la cultura, Parador Turístico Yaxunah es la organización que hace explícito el tema en sus publicaciones. En la **Figura 3** se pueden observar elementos de la zona arqueológica de Yaxunah; la imagen incluye el siguiente texto: “¡Atrévete a descubrir el legado de los antiguos mayas que se preserva con nosotros!” La imagen y el mensaje escrito muestran la manera en que dicha organización turística trata de posicionar a sus integrantes como herederos de la cultura maya, así como el objetivo de preservar la cultura para compartirla con los visitantes.

Existen preocupaciones respecto del desarrollo turístico de las comunidades indígenas. Este se ha

relacionado con la preservación cultural a través de las narrativas de orgullo e identidad cultural indígena plasmada en la red, las cuales sirven a una postura de resistencia y agencia colectiva (Ambros y Buzinde, 2021).

Por otro lado, Ejido de San Crisanto lleva a cabo importantes actividades relacionadas con la conservación de la biodiversidad, las cuales son compartidas en su página web y cuenta de Facebook. Por tal motivo, la organización se ha hecho acreedora a distintos reconocimientos por sus labores en la protección del manglar y de algunas especies nativas del lugar (Ejido de San Crisanto, 2020).

Figura 3. Preservación de la cultura en Yaxunah



Fuente: tomada de Parador Turístico Yaxunah (2022)

Turismo comunitario y sus beneficios

En esta investigación queda claro que las cuatro organizaciones estudiadas tratan, por medio de sus redes sociales y sitios web, de dar mayor visibilidad a las iniciativas turísticas surgidas de sus comunidades.

En este sentido, la organización turística de Parador Turístico Yaxunah continuamente realiza publicaciones con leyendas como la siguiente: “Como viajeros, elegir el turismo basado en la comunidad es una forma de darle una voz y la oportunidad de compartir sus pueblos, tradiciones y cultura mientras promueven las actividades económicas” (Parador Turístico Yaxunah, 2021). Pudimos observar, de acuerdo con

las imágenes recabadas, que las organizaciones turísticas son el enlace para atraer turistas, pero se apoyan en distintos grupos de la localidad respectiva, con artesanos, campesinos que trabajan la milpa, personas con conocimientos gastronómicos, entre otros grupos de la comunidad.

En la **Figura 4** se pueden apreciar imágenes de manglares, así como del ojo de agua (manantial de agua dulce) en San Crisanto, incluyendo la leyenda: “Los manglares son extremadamente importantes para nuestro propio bienestar y para la salud del planeta. ¡Cuidemos nuestro paraíso!” (Tomado del sitio web del Ejido de San Crisanto). Esta narrativa es continua en las páginas web y redes sociales de Ejido de San Crisanto. Ciertamente tienen conciencia de la importancia comunitaria de su labor, y también de sus efectos globales. Ellos trabajan para crear conciencia sobre la importancia de ecosistemas como los manglares, a través de su sitio web.

Figura 4. Importancia de los manglares



Fuente: tomada de Ejido de San Crisanto (2019)

Discusión

Es notable la importancia que tiene para las organizaciones turísticas el uso de sus páginas web y redes sociales para promocionar las actividades que ofrecen. En este sentido, las organizaciones se pueden dividir en dos segmentos: las que están aprovechando las TIC y suben contenido de manera continua, como lo son Parador Turístico Yaxunah y Ejido de San Crisanto y las que se encuentran más rezagadas en el uso de las TIC, como es el caso de U Najil Ek Balam y Cenote Yokdzonot, que suelen subir contenido a la red, durante periodos de tiempo muy espaciados.

Aunado a lo anterior, las páginas web y redes sociales de las organizaciones sirven para mostrar y concientizar, de manera directa o indirecta, sobre las acciones de preservación de sus patrimonios naturales y culturales. Con esta evidencia, es claro que las redes sociales y la tecnología de los sitios web son cultura apropiada (Bonfil 1988) por las organizaciones con vistas a preservar su patrimonio biocultural. Destaca en ese sentido la información que plasma Parador Turístico Yaxunah en relación con la preservación de su patrimonio cultural. En muchas de sus publicaciones, en sus cuentas de Instagram y Facebook, utilizan un lenguaje orientado a la preservación del patrimonio de la cultura maya, que se sigue preservando en la comunidad de Yaxunah y que es compartido con los visitantes que acuden al lugar.

De igual forma, resaltan las labores y el discurso que es presentado por Ejido de San Crisanto en su página web y cuenta de Facebook, sobre las acciones que realizan en pro de la conservación de la biodiversidad en dicha comunidad y por las cuales han sido acreedores de diversos reconocimientos. Existen estudios previos de las acciones que ha realizado Ejido de San Crisanto en temas de conservación. Es una de las organizaciones de ecoturismo que más realiza este tipo de acciones en Yucatán, y han reforestado aproximadamente 270 hectáreas de manglares (Ojeda et al., 2020).

En concordancia con los hallazgos previos, se establece que las representaciones de servicios de ecoturismo, como los que ofrecen Cenote Yokdzonot y Ejido de San Crisanto, son importantes para reforzar a dichas comunidades como legítimas protectoras de los lugares que habitan. Al resaltar el vínculo entre los elementos culturales y naturales de su patrimonio, estos emprendimientos de turismo indígena ofrecen oportunidades para que las organizaciones locales y sus comunidades puedan ejercer un control sobre sus territorios y la manera en que se oferta el turismo en dichos sitios (Coronado, 2014).

Así, se puede enfatizar que las cuatro organizaciones turísticas mantienen un control sobre las actividades y elementos de su patrimonio biocultural, que son compartidos con los visitantes.

A pesar de lo anterior, en la revisión realizada por medio de la netnografía, se encontraron publicaciones que pertenecían a empresas intermediarias y que eran compartidas en las redes sociales de las organizaciones de turismo indígena. Bonfil (2019) establece que no hay problema en que haya una presencia de elementos culturales de origen externo, pero ha de observarse quiénes son los que ejercen el control sobre esos elementos. En tal sentido, existe una mezcla entre la cultura autónoma (Bonfil, 1988), que es ejercida por el control que tienen las organizaciones turísticas sobre su patrimonio biocultural y una cultura apropiada, mediante la manera en que las mismas organizaciones representan elementos de su patrimonio biocultural a través de sus páginas web y redes sociales. Es notable también un rasgo de cultura enajenada

(Bonfil, 1988), ejemplificada por las agencias intermediarias y la incidencia que estas tienen en las decisiones y el control turístico en la península de Yucatán.

Por otro lado, la visibilidad que se busca dar al turismo comunitario y los beneficios que este ofrece a las poblaciones locales también son hallazgos relevantes de este estudio. Se establece que uno de los objetivos del turismo comunitario es que mejoren las condiciones de vida de los socios de las organizaciones turísticas y, al mismo tiempo, incidir de manera indirecta en la comunidad (García y Jouault, 2015). El hecho de que organizaciones como Parador Turístico Yaxunah presente esta narrativa de darle voz al turismo basado en la comunidad va en esta línea, y mejora la visibilidad que tiene este tipo de organizaciones. De igual forma, lo mostrado por las demás organizaciones en las imágenes presenta la manera en que distintos grupos de la comunidad participan y se ven beneficiados de la oferta turística. Por medio de los sitios web y redes sociales, también se visualiza cómo destinan actividades y algunos ingresos para impulsar beneficios en la comunidad. Estos hallazgos coinciden con los de otros autores que han encontrado comunidades indígenas, en otros contextos, que han desarrollado un turismo beneficioso para sus comunidades. Dichas organizaciones generan ingresos adicionales, preservan su cultura y atraen turistas interesados en interactuar con y aprender de dicha cultura (Pratt et al., 2013).

Conclusiones

Las imágenes que las organizaciones difunden a través de sus redes sociales y sitios web dan cuenta de un desempeño diferente de cada una de las organizaciones turísticas estudiadas. Se aprecia que Cenote Yokdzonot y U Najil Ek Balam tienen limitaciones para publicar contenido en sus páginas web y redes sociales. Esto puede estar relacionado con los aspectos de brecha digital, debido a que la mayoría de estas comunidades se localizan en zonas donde hay dificultades de acceso a Internet. Esto puede ser objeto de investigaciones posteriores.

A pesar de esta situación, es claro que las organizaciones estudiadas, en particular el Ejido de San Crisanto y el Parador Turístico Yaxunah, muestran el potencial de las redes sociales y los sitios web para transmitir los mensajes de las propias organizaciones para la defensa y conservación del patrimonio biocultural, en manos de sus herederos, pero compartido solidariamente con las personas visitantes. Por consiguiente, las TIC, apropiadas culturalmente por las organizaciones de turismo indígena, pueden ser herramientas útiles para promocionar las actividades turísticas que ofrecen, pero también como una ventana para mostrar que los habitantes de estos lugares son los herederos del patrimonio biocultural que existe en estos sitios de Yucatán, y que muestran un interés

por seguir preservando ese patrimonio. En este sentido, el hecho de que las organizaciones turísticas tengan autonomía de autorrepresentación en sus sitios web y redes sociales ofrece una oportunidad para asumir una postura de resistencia hacia los discursos coloniales en el ámbito turístico (Ambros y Buzinde, 2021).

Sin embargo, también pudimos apreciar la incidencia que tienen organizaciones intermediarias y otro tipo de actores en la manera en que se exponen y representan elementos del patrimonio biocultural de las organizaciones indígenas. Si bien, se ha destacado que el turismo indígena se desarrolla en un entorno de negociación entre distintos actores, se ha encontrado que las organizaciones intermediarias muchas veces buscan lucrar, de forma abusiva, con la oferta turística de las organizaciones de turismo indígena que se encuentran en la península de Yucatán (Jouault, 2021). Por tal motivo, en la medida en que las organizaciones turísticas indígenas puedan tener un mayor control sobre la forma en que se presentan los elementos de su patrimonio biocultural, a través de las TIC y otro tipo de espacios, podrán evitarse los estereotipos, dominación y mercantilización que en muchas ocasiones suceden en el ámbito turístico en la península de Yucatán. Además, al aumentar el control, las organizaciones indígenas podrán aspirar a obtener mayores beneficios del importante flujo turístico que existe en la zona.

A futuro, la investigación deberá profundizar en el tema de los factores incidentes en el aprovechamiento subóptimo de las TIC por parte de organizaciones turísticas indígenas. Y se podrían desarrollar estrategias en conjunto con las organizaciones turísticas, entidades de gobierno, organizaciones académicas y organizaciones de la sociedad civil, para incentivar la apropiación tecnológica por parte de las organizaciones turísticas indígenas.

De igual forma, se ha encontrado que son escasas las investigaciones sobre turismo indígena, uso de las TIC y la preservación del patrimonio biocultural, por lo cual se recomienda que se realicen más investigaciones al respecto, para conocer otros estudios de caso en las comunidades indígenas de México y el mundo. De esa forma, se podrán explorar las ventajas y las barreras que están teniendo las organizaciones de turismo indígena para plasmar su cultura en sus propios términos, librándose de representaciones exógenas estereotipadas y colonialistas.

Referencias

- Ambros, A. y Buzinde, C. N. (2021). Indigenous self-representations in the touristic sphere. *Annals of Tourism Research*, 86. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103099>
- Amoamo, M. y Thompson, A. (2010). (re)Imaging Maori tourism: Representation and cultural hybridity in postcolonial New Zealand. *Tourist Studies*, 10(1), 35–55. <https://doi.org/10.1177/1468797610390989>
- Bello, I. y Pérez, A. M. (2017). Turismo biocultural: relación entre el patrimonio biocultural y el fenómeno turístico. *Scripta Ethnologica*, 39, 109–128. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14853734005>
- Bello, I. y Pérez, A. M. (2019). Turismo y preservación biocultural en la Matlalcuéytl. Caso San Pedro Tlalcuapan, Tlaxcala, México. *Regiones y Desarrollo Sustentable*, 19(36), 108–136. <http://coltlax.edu.mx/openj/index.php/ReyDS/article/view/79>
- Bonfil, G. (1988). La teoría del control cultural en el estudio de los procesos étnicos. *Anuario Antropológico*, 86, 13–53.
- Bonfil, G. (2019). Lo propio y lo ajeno una aproximación al problema del control cultural. *Revista Mexicana De Ciencias Políticas Y Sociales*, 27(103), 183–191. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.1981.103.72329>
- Braun, V. y Clarke, V. (2012). Thematic analysis. En Cooper, H., Camic, P. M., Long, D. L., Panter, A. T., Rindskopf, D., y Sher, K. J. (Eds.), *APA handbook of research methods in psychology, Vol 2: Research designs: Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological*. (pp. 57–71). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/13620-004>
- Cenote Yokdzonot [@cenoteyokdzonot]. (2021). *Disfruta de nuestro maravilloso cenote abierto*. [Imagen adjunta]. Instagram. Recuperado el 05 de mayo de 2022. <https://www.instagram.com/p/CMA7QNAglra/>
- Coronado, G. (2014). Selling culture? Between commoditisation and cultural control in Indigenous alternative tourism. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(1), 11–28. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.002>
- de Bernardi, C. (2019). Authenticity as a compromise: a critical discourse analysis of Sámi tourism websites. *Journal of Heritage Tourism*, 14(3), 249–262. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2018.1527844>
- Ejido de San Crisanto. (2019). *Un paseo por el manglar. Los manglares son extremadamente importantes para nuestro propio bienestar y para la salud del planeta*. [Imagen adjunta]. Facebook. Recuperado el 10 de abril de 2022. <https://www.facebook.com/permalink.php?>
- Ejido de San Crisanto. (2020). *Premios*. <http://sanocrisanto.org/premios/>
- García y Jouault. (2015). Introducción. En A. García, S. Jouault, y D. Romero (Eds.), *Atlas de turismo alternativo en la península de Yucatán* (pp. 2–8). Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del IPN - Unidad Mérida; Facultad de Ciencias Antropológicas - Universidad Autónoma de Yucatán.
- Gruescu, R., Nanu, R. y Tanasie, A. (2009). Human resources development and ICT contribution to the tourist destination competitiveness. *European Research Studies*, 12(4), 87–100. <https://doi.org/10.35808/ersj/246>
- Holder, A. y Ruhanen, L. (2017). Identifying the relative importance of culture in Indigenous tourism experiences: netnographic evidence from Australia. *Tourism Recreation Research*, 42(3), 316–326. <https://doi.org/10.1080/02508281.2017.1316443>
- Holder, A. y Ruhanen, L. (2018). Exploring the market appeal of Indigenous tourism: a netnographic perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 25(2), 149–161. <https://doi.org/10.1177/1356766717750423>
- Jouault, S. (2021). La privatización de los cenotes en el traspas yucateco de Cancún-Riviera Maya. *Investigaciones Geográficas*, 104, 1–13. <https://doi.org/10.14350/ig.60369>
- Kozinets, R., Dolbec, P.-Y. y Earley, A. (2014). Netnographic analysis: understanding culture through social media data.

- En U. Flick (Ed.), *Sage Handbook of Qualitative Data Analysis* (pp. 262–276). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446282243.n18>
- López, G. y Palomino, B. (2019). Acercamiento a los factores que mejoran la competitividad de las empresas indígenas de turismo de naturaleza en México. En R. Suárez, A. Y. Reyes y J. Pintó (Eds.), *Turismo y Paisatge*. Girona, España: Universidad de Girona, 169–187. <https://www.documentauniversitaria.com/es/productos/turismo-i-paisatge/>
- McGinnis, G., Harvey, M. y Young, T. (2020). Indigenous knowledge sharing in Northern Australia: Engaging digital technology for cultural interpretation. *Tourism Planning and Development*, 17(1), 96–125. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1704855>
- Mkono, M. (2016). Sustainability and Indigenous tourism insights from social media: worldview differences, cultural friction and negotiation. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(8–9), 1315–1330. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1177066>
- Mohamad, A. A., Lo, M.-C., Songan, P. y Wee, A. Y. (2010). ICTS and tourist's satisfaction. A test on a rural tourist destination. *e-Review of Tourism Research*, 8(5), 123–135. <https://ertr.tamu.edu/content/issues/volume-8-issue-1-4-2010/vol-8-no-5-2010/>
- Morales, M. (2008). ¿Etnoturismo o turismo indígena? *Teoría y Praxis*, 4(5), 123–136. <https://doi.org/10.22403/uqroomx/typ05/09>
- Nkwanyana, S. M. (2018). Conserving cultural heritage and the usage of indigenous knowledge: A case study of the Zululand District Municipality, Kwazulu-Natal. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(2), 1–12. https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_19_vol_7_2_2018.pdf
- Ojeda, A., García, A., Romero, D. y Fraga, J. (2020). El ecoturismo como herramienta de conservación en los humedales costeros de Yucatán, México. *Revista Cartográfica*, 101, 155–171. <https://www.revistasipgh.org/index.php/rcar/article/view/671>
- Parador Turístico Yaxunah. (2021). *Como viajeros, elegir el turismo basado en la comunidad es una forma de darles una voz y la oportunidad de*. Instagram. Recuperado el 07 de febrero de 2022. <https://www.instagram.com/p/CTN7m57rwuj/>
- Parador Turístico Yaxunah. (2022). *¿Conoces la zona arqueológica de Yaxunah? Recuerda que contamos con tours saliendo desde la comunidad. ¡Atrévete a descubrir el legado!* [Imagen adjunta]. Facebook. <https://www.facebook.com/permalink.php?>
- Pereiro, X. (2015). Reflexión antropológica sobre el turismo indígena. *Desacatos*, 47, 18–35. <https://doi.org/10.29340/47.1419>
- Pratt, S., Gibson, D. y Movono, A. (2013). Tribal tourism in Fiji: an application and extension of Smith's 4Hs of Indigenous tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(8), 894–912. <https://doi.org/10.1080/10941665.2012.717957>
- Resta, P. (2011). *ICTs and indigenous people*. https://iite.unesco.org/files/policy_briefs/pdf/en/indigenous_people.pdf
- U Najil Ek Balam. (2021). *Agricultores de Alemania, visitando la milpa tradicional de los mayas, siendo una experiencia inolvidable para todos*. [Imagen adjunta]. Facebook. Recuperado el 06 de marzo de 2022. <https://www.facebook.com/unajilekbalam/posts-2fffpfbid02RmNeMYJnizxxG6MRw2CNS73zuCpua9jpuD4x686rKov2khKd9N6fZd4Spl>