

DESCRIPCIÓN DE LA APROPIACIÓN DEL PAISAJE POR PARTE DEL VISITANTE DE CANCÚN (MÉXICO)

*María del Consuelo Arias González**

*Pedro Lina Manjarrez***

*Marco Antonio Márquez Linares****

Instituto Politécnico Nacional

Ciudad de México, México

Resumen: *El paisaje es un recurso importante para el desarrollo de la actividad turística y su grado de conservación incide en la decisión de visitar un destino. El paisaje de Cancún posee un alto valor ecológico y paisajístico, a pesar de las modificaciones que ha sufrido durante el desarrollo de la actividad turística. A partir del método directo de evaluación del paisaje se analizó la forma de apropiación por parte del visitante de la zona hotelera. Se encontró que el visitante de Cancún percibe el valor ecológico y paisajístico del destino, por encima de su valor económico, existiendo una valoración ecológica y estética del paisaje, que tiene una alta preferencia sobre el destino. Esta información puede ser de utilidad para el diseño de estrategias que permitan conservar el recurso con una visión a largo plazo.*

PALABRAS CLAVE: *Paisaje en Cancún, apropiación paisajística, conservación del paisaje.*

Abstract: *Description of the Appropriation of Landscape by the Visitor of Cancun, Mexico. The landscape is an important resource for the development of tourism activity, and its degree of conservation affects the decision to visit a destination. The landscape of Cancun has a high ecological and landscape value, despite the modifications it has suffered during the development of tourism. Based on the direct method of assessing the landscape, the way of appropriation by the visitor of the hotel zone is analyzed. It was found that the visitor of Cancun perceives the ecological and scenic value of the destination, above its economic value, there being an ecological and aesthetic appreciation of the landscape, and that has a high preference over the destination. This information can be useful for the design of strategies that allow conserving the resource with a long-term vision.*

KEY WORDS: *Cancun landscape, landscape appropriation, landscape conservation.*

* Doctoranda en Ciencias de la Conservación del Patrimonio Paisajístico, Centro Interdisciplinario de Investigaciones y Estudios sobre Medio Ambiente y Desarrollo, Instituto Politécnico Nacional (CIEMAD-IPN), Ciudad de México, México. Dirección Postal: Calle 30 de Junio de 1520 s/n, Barrio la Laguna Ticomán, Del. Gustavo A. Madero, México, D.F. - C.P. 07340. E-mail: consuelo_ag@hotmail.com

** Doctor en Estudios Urbanos por la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales, París, Francia. Profesor Investigador del Centro Interdisciplinario de Investigaciones y Estudios sobre Medio Ambiente y Desarrollo, Instituto Politécnico Nacional (CIEMAD-IPN), Ciudad de México, México. Dirección Postal: Calle 30 de Junio de 1520 s/n, Barrio la Laguna Ticomán, Del. Gustavo A. Madero, México, D.F. - C.P. 07340. E-mail: plina@ipn.mx

*** Doctor en Ciencias en Manejo de Recursos Naturales por la Universidad Autónoma de Nuevo León, Linares, México. Profesor Investigador del Centro Interdisciplinario para el Desarrollo Integral Regional Unidad Durango, Instituto Politécnico Nacional (CIIDIR Durango-IPN), Durango, México. Dirección Postal: Calle Sigma #119, Fracc. 20 de Noviembre II, Durango Dgo., C.P. 34220. E-mail: marco_dgo@yahoo.com

INTRODUCCIÓN

En la historia del turismo moderno los destinos ubicados en los litorales, sustentados en el sol y la playa, han constituido gran parte de la oferta turística (Castillo & Villar, 2014; Fyhri, Jacobsen & Tømmervik, 2009; Iglesias, Anfuso, Uterga, Arenas & Williams, 2018; Lozoya, Sardá & Jiménez, 2014; Moreno & Becken, 2009; Phillips & Jones, 2006; Rangel-Buitrago, Correa, Anfuso, Ergin & Williams, 2013; Roca, Villares & Fernández, 2011; Roig-Munar *et al.*, 2013). En México, el turismo es considerado una de las actividades prioritarias para el crecimiento económico del país al contribuir con el 8.7% del Producto Interno Bruto (Sectur, 2016). Las tendencias de desarrollo turístico se han concentrado en los litorales, muestra de ello son los 638 millones de pesos invertidos en la consolidación y modernización de los Centros y Proyectos Integralmente Planeados (Sectur, 2016).

Para el desarrollo del turismo litoral, igual que en otras partes del mundo, se ha facilitado el cambio de uso de suelo en sitios de alto valor ecológico y paisajístico (Palafox *et al.*, 2011; Sakellariou, Samara, Tampekis, Sfoungaris & Christopoulou, 2016; Sytnik & Stecchi, 2015), y se han aprovechado los recursos paisajísticos, naturales y culturales del sitio, convirtiendo al paisaje en una mercancía (Palafox *et al.*, 2011; Palazón, Aragonés & López, 2016; Roig-Munar *et al.*, 2013). Se han replicado patrones arquitectónicos que han hecho que los destinos turísticos, particularmente de sol y playa, sean los mismos en cualquier parte del mundo (Bonells, 2001; Cruz, Zizumbo, Monterroso & Quintanilla, 2013; Lozoya *et al.*, 2014; Mata, 2013; Roig-Munar *et al.*, 2013), y se ha modificado el paisaje poniendo en riesgo, en algunos casos, su conservación (Barreto & Rodrigues, 2012; Galacho & Luque, 2000; Nogué, 1989; Phillips & Jones, 2006; Rico-Amoros, Sauri, Olcina-Cantos & Vera-Rebollo, 2013; Roig-Munar *et al.*, 2013; Sytnik & Stecchi, 2015; Torruco & González, 2012).

Los desarrolladores turísticos han utilizado al paisaje con criterios netamente comerciales para crear la imagen de un destino (Cruz *et al.*, 2013; Palafox *et al.*, 2011), generando que el turista llegue con esa imagen en mente y no sea capaz de realizar una valoración ecológica y estética del paisaje (Covarrubias, 2015). Sin embargo, en esta investigación se considera que sí es posible que el visitante realice esa valoración.

El presente trabajo tuvo por objeto conocer la forma en que el visitante de la zona hotelera de Cancún se apropia del paisaje para poder responder a la interrogante ¿existe una valoración ecológica y paisajística por parte del visitante de Cancún? Se consideró este destino turístico como estudio de caso, dada la relevancia de su riqueza biológica y paisajística, la modificación del paisaje natural por el desarrollo de la actividad turística, su importancia en la balanza turística y la necesidad, ecológica y turística, de conservar el paisaje.

Cancún es el destino más importante de México a nivel internacional, situación reflejada en los 4.700,64 millones de USD de derrama económica en 2016, los 187 hoteles de la zona hotelera con 35.549 cuartos reportados para abril de 2017 y el movimiento de pasajeros en su aeropuerto,

considerado el segundo con mayor tráfico de pasajeros en México y el primero en vuelos internacionales (H. Ayuntamiento de Benito Juárez, 2014).

MARCO TEÓRICO

El paisaje como recurso turístico

El paisaje alude a una figura estética de pensamiento y a un territorio con sus respectivos recursos (Covarrubias, 2015; Español, 2001; Martínez de Pisón, 2014; Roger, 2013; Bernáldez, 1997 citado por Sánchez, 1997). Se refiere a la fisonomía de un lugar que posee contenidos estéticos, es el aspecto que posee el espacio terrestre y también tiene un uso utilitario en ofertas de urbanizadoras, consumo para el ocio, símbolo turístico, etc. (Martínez de Pisón, 1983).

El turismo necesita de los recursos naturales y su alto valor paisajístico para la promoción y presentación de bienes y servicios. El paisaje es el recurso más importante para el desarrollo del turismo litoral (Botero, Anfuso, Williams & Palacios, 2013; Fyhri *et al.*, 2009; Iglesias *et al.*, 2018; Nogué, 2010a; Pereira de Oliveira, Lüders Fernandes & Stach, 2007; Phillips & Jones, 2006; Soares, Medeiros & Sales Filho, 2014), es el espacio que el turismo ha buscado tradicionalmente y sigue buscando con preferencia (Rodríguez, 1994); es, incluso, el rostro de un territorio. Ha tenido gran importancia en las políticas globales y nacionales para el desarrollo del turismo (Aguilar, Palafox & Anaya, 2015) y es un activo valioso para los proyectos turísticos a gran escala (Botero *et al.*, 2013; Iglesias *et al.*, 2018; Ivars i Baidal, Rodríguez Sánchez & Vera Rebollo, 2013; Lozoya, Sardá & Jiménez, 2011; Pereira de Oliveira *et al.*, 2007; Phillips & Jones, 2006; Rangel-Buitrago *et al.*, 2013; Roca *et al.*, 2011; Semeoshenkova & Newton, 2015; Sytnik & Stecchi, 2015; Zuluaga, 2006).

La belleza paisajística es el elemento del entorno que más influye en la elección de un destino vacacional (Giné, 2015). La composición escénica de los elementos naturales de los paisajes son la materia prima del turismo (Dos Santos, 2011; Hernández, 2009; Ruschmann, 2000 en Rudzewicz & Lanzar, 2008). El agua, la vegetación, la geografía y la fauna, además de la estacionalidad y los episodios climáticos constituyen el recurso de mayor atracción e importancia (Dos Santos, 2011; Galacho & Luque, 2000; Mata, 2008). La imagen de un destino turístico, esencialmente asociada a su paisaje, surge como factor decisivo sobre la motivación y la preferencia de la demanda (Demajorovic, Aledo Tur, Landi & Mantovani Kondo, 2011; Dos Santos, 2011; Pereira de Oliveira *et al.*, 2007; Phillips & Jones, 2006; Soares *et al.*, 2014).

En la publicidad turística los paisajes son un motivo de especial atracción (Picazo, 2012). Así, la imagen del paisaje forma parte del turista aún antes de desplazarse hasta el destino turístico (Miranda, 2006). Los paisajes son utilizados para la promoción del turismo como un factor que diferencia y potencia el posicionamiento del destino turístico (Mata, 2013), y constituye una plusvalía territorial que distingue unos destinos turísticos de otros (Serrano, 2015).

Apropiación turística del paisaje

De acuerdo con el Diccionario de la Lengua Española, se entiende por apropiación la acción y efecto de apropiarse de algo. La apropiación paisajística se refiere a la mirada con la que el observador se aproxima a un territorio (Cebrián, 2013; Covarrubias, 2015; Martínez de Pisón, 2009; Palafox *et al.*, 2011; Roger, 2013; Zuluaga, 2006). Existen dos principales tipos de apropiación paisajística, la práctico-utilitaria y la estética. La apropiación práctico-utilitaria hace referencia a la asignación de valor de cambio del territorio o a parte de él (sus recursos), mientras que la apropiación estética hace referencia a la valoración estética de ese territorio y sus recursos (Covarrubias, 2015; Gómez, 2006).

El territorio es apropiado por los sujetos dependiendo de la forma de conciencia que poseen, algunos piensan en desarrollos urbanos, agrícolas, ganaderos o turísticos, otros en investigación de especies biológicas, pero todos pueden apropiárselo contemplativamente si cuentan con referentes artísticos para apreciar su valor estético. La apreciación del paisaje depende de la cultura del observador y otras características propias de los sujetos como edad, nivel de estudios, lugar de residencia, nivel socioeconómico y aspectos relacionados con su personalidad y estado de ánimo (Covarrubias, 2015).

El paisaje turístico resulta de la valorización de elementos naturales y antrópicos por parte de la sociedad turística, de los valores de mercado asignados por los agentes económicos del desarrollo turístico y de las imágenes transmitidas por los medios de comunicación. Así, los paisajes son valorados o puestos en producción de acuerdo con el contexto (Bonells, 2001; Hernández, 2010) o con las necesidades de los inversionistas, desarrolladores y promotores turísticos; creando plusvalía mediante la acumulación, con el territorio como mercancía para el capital, incentivando inversiones de alto rendimiento (Blázquez, Artigues & Yrigoy, 2015; Picazo, 2012).

Los desarrolladores turísticos, los inversionistas y el Estado, se han apropiado del paisaje como un recurso económico que puede ser comercializable turísticamente (Palafox, Madrigal & Zizumbo, 2011). El hombre al ser práctico-utilitario percibe al mundo (incluido el paisaje) como un arsenal de objetos de los cuales algunos pueden ser útiles para satisfacer sus necesidades, que no son otras que las del grupo del cual forma parte (Covarrubias, 2015). Así, el paisaje adquiere valor en el mercado económico en cuanto elemento turístico (Rementería, 2015) y puede estar sujeto a procesos de mercantilización (Cruz *et al.*, 2013; Nogué, 2010b; Noguera, 2012; Palafox *et al.*, 2011; Villar, 2010).

La visión de los proyectos turísticos es parcial, ya que los administradores y planificadores del turismo perciben al paisaje como un nuevo recurso para desarrollar la actividad económica (Palafox *et al.*, 2011) al tomar en cuenta sólo el aspecto económico dejando de lado el ámbito social y ambiental (Aguilar *et al.*, 2015; Vargas, Zizumbo, Viesca & Serrano, 2011). La apropiación, funcionalización y homogeneización del paisaje por parte del Estado facilita la llegada de capitales extranjeros. Los grupos

turísticos internacionales y locales se apropian del espacio turístico funcionalizando el paisaje con un rol económico para la apertura comercial (Palafox *et al.*, 2011).

Los desarrolladores y promotores turísticos han determinado que un territorio es bello, deseable, disfrutable, digno de contemplación y susceptible de ser explotado turísticamente, dándose así una apropiación práctico-utilitaria. Esta apropiación se logra al permitir los cambios de uso del suelo en sitios de alto valor ecológico y paisajístico para el desarrollo de la actividad turística (Palafox, Madrigal & Zizumbo, 2011). Los productos y servicios turísticos han entrado a formar parte de la globalización, desencadenando procesos de homogeneización de patrones de producción y consumo (Covarrubias, 2015) al utilizar los mismos códigos espaciales y estéticos en los centros turísticos nacionales e internacionales, pues suelen copiar proyectos “exitosos” ocasionando que el paisaje sea el mismo en todas partes (Contreras, 2005; Mata, 2013; Picazo, 2012; Rementeria, 2015).

Los creativos de publicidad utilizan el paisaje no únicamente como soporte físico de un spot publicitario, sino para desarrollar argumentos emocionales que puedan influenciar al visitante (Nogué, 2011; Nogué & de San Eugenio, 2011). En publicidad turística los paisajes son un motivo especial de atracción y siempre se incluyen los factores y elementos geográficos más importantes (Picazo, 2012), se pasan imágenes paisajísticas anunciando paquetes turísticos para formar el imaginario del turista occidental, explotando al paisaje sin que genere emoción alguna al turista (Covarrubias, 2015).

El promotor turístico establece los sitios de interés de acuerdo con criterios comerciales y el turista puede ver paisaje o sólo ver cosas (Covarrubias, 2015). A menudo se califica un paisaje de bello cuando se puede reconocer en él un antecedente avalado mediáticamente y el éxito o fracaso de la experiencia turística dependerá del nivel de adecuación de los paisajes contemplados en directo a aquellas imágenes de los mismos que se indujo a visitar y a conocer desde una revista, un documental de televisión o una agencia de viaje (Nogué & de San Eugenio, 2011).

El turismo actúa como un arma de doble filo: por un lado puede llegar a apreciar y valorar el paisaje, por otro sólo convertirlo en objeto de consumo, sin ninguna consideración, transformando el lugar en un espacio monótono y gravemente modificado (Suárez, 2014). Para que se dé una apropiación estética del territorio se requiere de la existencia de referentes artísticos en la conciencia de los sujetos y hay turistas que sí disfrutan del paisaje, son aquellos que tienen desarrollada la sensibilidad artística requerida (Covarrubias, 2015).

La apropiación práctico-utilitaria del paisaje por parte del turismo surgió como una tendencia a nivel mundial, principalmente para enfrentar la crisis económica de las décadas de 1960 y 1970, creándose una serie de destinos turísticos en diferentes países, destacando los ubicados en el Caribe (México, Brasil y Argentina) y el Mediterráneo (España, Italia, Francia, Portugal y Grecia) (Iglesias *et al.*, 2018; Rico-Amoros, Olcina-Cantos & Sauri, 2009; Roca *et al.*, 2011; Roig, Comas, Rodríguez-Perea & Martín-Prieto, 2005), sobresaliendo destinos como Cancún, Islas Baleares, Tenerife, Lanzarote, Cataluña,

Andalucía, Gran Canaria, Mallorca, Varadero y Miami (Botero *et al.*, 2013; Iglesias *et al.*, 2018; Oreja Rodríguez, Parra-López & Yanes-Estévez, 2008; Roca *et al.*, 2011; Roig-Munar *et al.*, 2013), todos ellos sustentados en el turismo de las 3'S (*sun, sea, sand*), caracterizados por el desarrollo de infraestructura turística a gran escala (Garay & Cànoves, 2011; Iglesias *et al.*, 2018; Ivars i Baidal *et al.*, 2013; Lozoya *et al.*, 2011; Rangel-Buitrago *et al.*, 2013; Rico-Amoros *et al.*, 2009; Roca *et al.*, 2011; Roig-Munar *et al.*, 2013; Sakellariou *et al.*, 2016; Semeoshenkova & Newton, 2015; Sytnik & Stecchi, 2015; Yepes & Medina, 2005).

Surgió un gran interés en las costas debido a la gran derrama económica y su alta contribución al Producto Interno Bruto en países como España, Italia, Francia, Grecia, Estados Unidos, Brasil, Panamá, Barbados, República Dominicana, México, Cuba y, más recientemente, países como Colombia, Fiji, Marruecos, Turquía y Filipinas (Anfuso, Williams, Casas Martínez, Botero & Cabrera Hernández, 2017; Anfuso & Gracia, 2005; Botero *et al.*, 2013; Demajorovic *et al.*, 2011; Oreja Rodríguez *et al.*, 2008; Rangel-Buitrago *et al.*, 2013; Roig *et al.*, 2005; Semeoshenkova & Newton, 2015; Sytnik & Stecchi, 2015; Yepes & Medina, 2005).

Conservación del paisaje turístico

Una característica de la puesta en valor de los paisajes es que crean valores simbólicos, se convierten en mercancía (Cebrián, 2013; Cruz *et al.*, 2013; Mata, 2013; Nogué, 2010b; Palafox *et al.*, 2011; Rementería, 2015; Villar, 2010; Zubelzu & Allende, 2015); y al ser considerados mercancía se busca su continuidad por los beneficios económicos generados (Cruz *et al.*, 2013). El descubrimiento del valor de cambio del paisaje se superpone a su conservación; sin embargo, es necesario mantener y conservar el paisaje porque su valor ecológico es mayor que las ganancias generadas (Wegmann, 2013).

El impacto del turismo de masa en el paisaje ha sido negativo y ha afectado a los paisajes naturales y humanizados, y ha destruido su estado de equilibrio óptimo (Nogué, 1989). El turismo es responsable de las modificaciones y degradaciones paisajísticas y ambientales, ha empobrecido el paisaje y ha ocasionado problemas ambientales (Barreto & Rodrigues, 2012). En todos los destinos que se han sustentado en las 3'S se han presentado una serie de problemáticas debido al uso intensivo de la actividad turística, sobresaliendo la erosión de la costa, la pérdida de servicios ambientales, del paisaje y de la biodiversidad, entre otros (Demajorovic *et al.*, 2011; Iglesias *et al.*, 2018; Ivars i Baidal *et al.*, 2013; Lozoya *et al.*, 2014; Micallef, Williams & Gallego Fernández, 2011; Oreja Rodríguez *et al.*, 2008; Palazón *et al.*, 2016; Phillips & Jones, 2006; Rico-Amoros *et al.*, 2009; Roca *et al.*, 2011; Roig-Munar *et al.*, 2013; Sakellariou *et al.*, 2016; Semeoshenkova & Newton, 2015; Tekken, Costa & Kropp, 2013; Yepes & Medina, 2005). El paisaje es capaz de asimilar con el tiempo las modificaciones territoriales importantes, siempre y cuando no sean bruscas, violentas y demasiado rápidas (Nogué, 1989).

Los paisajes no pueden usarse incontroladamente sin ser degradados o destruidos. Deben defenderse sus valores paisajísticos y, como recurso turístico, la gestión del turismo debería abordar propuestas para su manejo reconociendo su valor estético y su ventaja económica para el destino con la finalidad de promover su conservación (Muñoz-Pedrerros, 2004), pues existe una conexión entre el valor del paisaje y la contribución al sistema económico. Es decir su utilización y transformación dentro del sistema económico, incrementando el flujo turístico (Nordregio, 2000 citado por Bottero, 2011).

Dado que se ha observado una disminución en el interés por visitar un destino turístico una vez que el recurso paisajístico se ha deteriorado (Dos Santos, 2011; Nogué, 1989, 2009, 2010a; 2010b; Torruco & González, 2012), la conservación del paisaje debe ser primordial para el sostenimiento de la actividad turística (Nogué, 1989; Phillips & Jones, 2006; Roca *et al.*, 2011; Roig-Munar *et al.*, 2013). Deben conservarse los procesos ecológicos de los paisajes, al tiempo que se propicia el desarrollo económico, pues los turistas son muy sensibles a la calidad estética del paisaje y en consecuencia la derrama económica depende de ello (Torruco & González, 2012; Wegmann, 2013).

Un paisaje poco agradable puede ser perjudicial para la industria turística y puede repercutir en pérdidas económicas importantes (Mata, 2008). Su doble consideración como recurso y como patrimonio determina la necesidad de protección (Mata, 2008), mediante acciones encaminadas a conservar y mantener los aspectos significativos característicos de un paisaje (Consejo de Europa, 2000: Artículo 1). Es fundamental proteger los paisajes de alto valor ecológico (Casale, Borsdorf & Moreira-Muñoz, 2014) para el resguardo de la biodiversidad. Por tanto, su conservación debe ser una prioridad para la industria turística (Muñoz-Pedrerros, 2004).

La influencia de la calidad del paisaje en el comportamiento del mercado turístico ha generado la necesidad de conservar el paisaje (Gutiérrez-Yurrita, 2012; Roca *et al.*, 2011; Roig *et al.*, 2005; Sakellariou *et al.*, 2016). El doble reto de los conservacionistas y de los tomadores de decisiones es conservar los procesos ecológicos de los paisajes, al tiempo que se propicie el crecimiento y desarrollo económico (Gutiérrez-Yurrita, 2012; Roca *et al.*, 2011; Roig *et al.*, 2005; Sakellariou *et al.*, 2016), y para que puedan mantener sus valores deben ser transmitidos a la futuras generaciones como un continuo generador de valores, plusvalía y beneficios (Martín, 2002 citado por Nogué, 2012).

El turismo debe cumplir dos restricciones al mismo tiempo, mantener la calidad ecológica y la integridad de los recursos para garantizar que sigan siendo atractivos para los turistas, y mantener la calidad de la experiencia recreativa de los turistas en base a la calidad del ambiente natural (Daily, 1997 y Mihalic, 2000 citados por Petrosillo, Zurlini, Grato & Zaccarelli, 2006). La valorización del paisaje por parte del turismo puede desempeñar un papel importante en la regeneración de paisajes degradados, a través de acciones de protección y regeneración de ecosistemas para revalorizarlos como nuevos recursos turísticos (Picazo, 2012).

Quienes se apropian estéticamente del paisaje tienden a la conservación; quienes se lo apropian de manera práctico-utilitaria quieren circulación de mercancías, empleo y generación de plusvalor (Covarrubias, 2015). El turismo valora el paisaje como un bien comercializable sujeto a las leyes del mercado, mediante un proceso de descubrimiento de valor de cambio de la playa y de destrucción del medio natural. Así, el patrimonio paisajístico queda sujeto a las leyes del mercado para proyectos turísticos, donde la cercanía a la playa representa la ventaja competitiva (Hernández, 2009).

Existen diversidad de medidas tendientes a preservar el valor escénico del paisaje, otras relacionadas con los usos y actividades que se pueden ejecutar sobre él (Rubio & Muñoz, 2008). Es necesaria la sensibilización y el compromiso de los diferentes actores sociales hacia una mejor consideración de los paisajes frente a decisiones o acciones relativas al territorio (Casale, Borsdorf & Moreira-Muñoz, 2014). El aspecto visual del paisaje necesita protección acorde a su calidad y fragilidad frente a las actuaciones humanas. Sus valores de calidad y fragilidad determinarán la necesidad de conservación de las características visuales del paisaje (Fonatur, 1982).

METODOLOGÍA

Área de estudio

Cancún es la cabecera del municipio Benito Juárez, en el Estado de Quintana Roo, México. El 20 de abril de 1970 se iniciaron los primeros trabajos de construcción del Centro Integralmente Planeado Cancún (CIP Cancún). Este Centro fue concebido para fomentar nuevas fuentes de empleo, impulsar el desarrollo regional a través de la diversificación de actividades, y captar mayores corrientes turísticas. Los estudios de localización y selección del sitio atendieron a varios criterios, entre ellos concentrar inversiones en áreas situadas en las costas, considerando que la gran mayoría del turismo tradicional visitaba destinos de playa; la excepcional calidad de sus atractivos naturales y sus paisajes; su ubicación y su cercanía con los principales centros emisores de turismo de Estados Unidos; y contribuir a la creación de fuentes de empleo e ingreso de divisas (Cruz *et al.*, 2013; Palafox *et al.*, 2011).

Se encuentra enmarcado en un paisaje percibido como un sitio estéticamente atractivo para el turismo y la fisonomía de su paisaje ha sido creada a partir del desarrollo de la actividad turística. El litoral de Cancún posee un alto valor paisajístico, ha sido utilizado como materia prima para el desarrollo de proyectos turísticos de gran tamaño, es el espacio idóneo para el desarrollo del turismo y se ha convertido en el pilar de la oferta turística de México (H. Ayuntamiento de Benito Juárez, 2014; SEDETUR, 2015).

Quintana Roo es el estado que mayores ingresos percibe por el sector turismo en el país. En 2009 el turismo de Cancún aportó el 85% al PIB estatal y el 2,0% al PIB nacional. En 2016 generó una derrama económica de \$4.700,64 millones de USD, para abril de 2017 contaba con 187 hoteles con 35.549 cuartos reportados en la zona hotelera, la afluencia de visitantes para 2015 fue de 4.622.286 y

su aeropuerto recibió 20.826.645 pasajeros en 2016, siendo el segundo con mayor tráfico de pasajeros en México y el primero en vuelos internacionales (H. Ayuntamiento de Benito Juárez, 2014).

Los ecosistemas presentes en Cancún son arrecifes de coral, playas, humedales, lagunas costeras y selva. En el 2008 se decretó el Área de Protección de Flora y Fauna Manglares de Nichupté, inscrita también como sitio RAMSAR (H. Ayuntamiento de Benito Juárez, 2014). Antes del desarrollo turístico, en el sitio se encontraba biodiversidad característica de la selva mediana, selva baja, manglares y dunas costeras, los cuales han ido desapareciendo conforme ha crecido el desarrollo turístico, dragando la Laguna de Nichupté y devastando parte de la selva (H. Ayuntamiento de Benito Juárez, 2014).

En relación con la fauna, se encuentra gran diversidad de mamíferos, entre ellos venado cola blanca, murciélago, tlacuache, mapache y ratón. De los reptiles destacan iguana rayada y lagartija. Las especies en peligro de extinción son principalmente felinos, tortugas y el manatí: *Lutra longicaudis annectens*, *Panthera onca*, *Felis concolor*, *Felis wiedii*, *Felis yagouaroundi*, *Ttichechus manatus*, *Tápirus bairdii*, *Tayasu pecari*, *Chelonia mydas*, *Caretta caretta* y *Eretmochelys imbricata* (Cruz *et al.*, 2013; Palafox *et al.*, 2011).

Cancún ha demostrado ser el principal destino turístico mexicano a nivel internacional, pero la construcción de sus grandes complejos turísticos ha desencadenado un proceso creciente de homogeneización paisajística (Cruz *et al.*, 2013; Palafox *et al.*, 2011). Se sabe que dicha actividad ha generado una serie de impactos ambientales negativos sobre el componente natural del paisaje (Fernández de Lara, 2009; Flores *et al.*, 2010; Hinojosa, 2008; Rubio, Murad & Rovira, 2010; Segrado, Arroyo & Amador, 2012; Segrado *et al.*, 2013; Torruco & González, 2012), ha causado sobresaturación del suelo, erosión de las playas y el deterioro de los ecosistemas arrecifales, además de contaminación visual del paisaje, desplazamiento de la fauna, contaminación, basura y escasez de agua (Cruz *et al.*, 2013).

El turismo ha impactado y fragmentado el antiguo paisaje natural, talando y rellenando zonas de manglar y humedales, impidiendo el flujo subterráneo de agua que alimenta el arrecife, valorizando el paisaje como un bien comercializable, que propicia el deterioro del espacio natural y la privatización de la playa (Cruz *et al.*, 2013). Desde 1970, ha experimentado un crecimiento exponencial en la infraestructura y equipamiento turístico, generando una serie de problemáticas ante el rápido crecimiento y expansión de la actividad turística, entre desatención de las áreas de valor ecológico derivado en pérdida de valores ambientales especialmente sobre las áreas naturales protegidas, insostenibilidad del modelo económico en función del desarrollo urbano relacionado con el debilitamiento de la actividad turística y alta dependencia económica de la actividad turística (H. Ayuntamiento de Benito Juárez, 2014).

Proceso de investigación

Existen numerosas técnicas de evaluación del paisaje, todas asumen que el mismo posee un valor estético propio que es apreciado de diferente manera de acuerdo con el observador y que puede ser calificado de manera cualitativa o cuantitativa. Los métodos de evaluación del paisaje pueden agruparse en distintas categorías según el planteamiento que adopten. La manera más sencilla es atendiendo a la utilización de métodos de tipo directo o indirecto y es común aceptar que no existe un solo procedimiento de valoración correcto y excluyente de los demás, por ello la validez de los distintos métodos se centra en reconocer un cierto grado de subjetividad y en asegurar la sistematicidad de los resultados (Bosque *et al.*, 1997).

En los métodos directos la valoración se realiza a partir de la contemplación de la totalidad del paisaje, mientras que en los indirectos ésta se realiza a través del análisis de los componentes del paisaje, y los mixtos realizan una valoración directa para realizar posteriormente un análisis de componentes. Los métodos indirectos son los más antiguos y los de técnicas de valoración más numerosas y han sido utilizados por numerosos autores, entre ellos Stevenson (1970), Ramos Fernández (1979) y Gómez Orea (1978) (Bosque *et al.*, 1997).

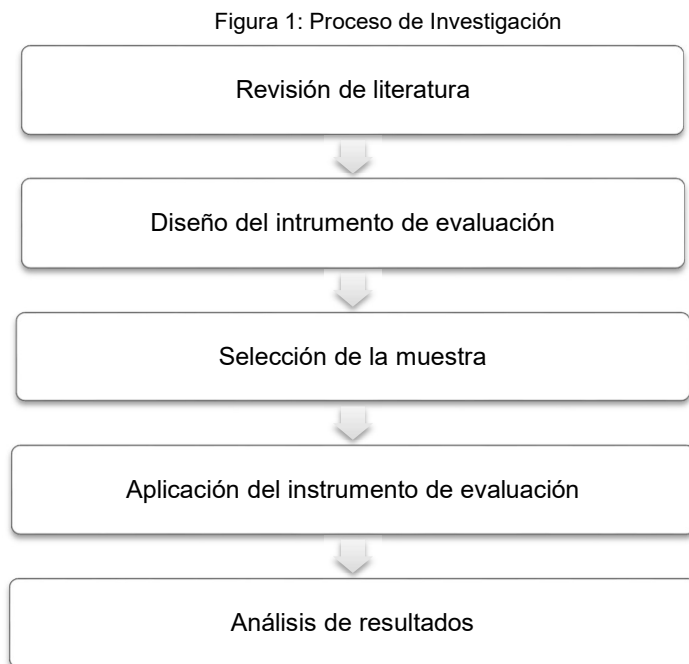
La valoración del paisaje por parte de los visitantes se centra en el reconocimiento del patrimonio natural y cultural del paisaje y está presente en su percepción. Esta valoración se centra en aspectos como el contenido ecológico y cultural de los paisajes, su dimensión visual y perceptiva (impacto, belleza) y valores relacionados con el uso sostenible del territorio (Español, 2001; Serrano, 2008).

Las técnicas utilizadas en los estudios sobre la valoración del paisaje han sido el análisis de preferencias (Muñoz-Pedrerros, 2004), la fotointerpretación (Muñoz-Pedrerros, 2004), el análisis de elementos visuales (Español, 2001), la evaluación del paisaje mediante listas de adjetivos jerarquizados (Serrano, 2008), la valoración directa de subjetividad representativa y análisis posterior indirecto con análisis de componentes (Serrano, 2008), entre otros. Es importante señalar que no existe una metodología universal para el estudio del paisaje y que existe un elevado grado de subjetividad al realizarse mayormente análisis cualitativos por tratarse de aspectos estéticos (Español, 2001).

Conocer el tipo de apropiación que el visitante de la zona hotelera de Cancún hace del paisaje evitaría generalizar la idea de que éste es incapaz de apreciar por sí mismo el valor estético y ecológico del paisaje, y que sólo es capaz de apreciar la imagen prototípica del destino creada por los promotores turísticos. Para lograr lo anterior, se utilizó el método directo de evaluación del paisaje y se consideró que la valoración del paisaje puede realizarse mediante la contemplación directa en el sitio o bien mediante dibujos, fotografías, diapositivas o imágenes digitales, en pantalla de computador o proyectadas (Muñoz-Pedrerros, 2004). El uso de fotografías para la valoración del paisaje se remonta al trabajo de Español (2001).

El paisaje se valora de forma subjetiva, empleando escalas de rango o de orden y, aunque para algunos autores su subjetividad es el principal inconveniente, se ha encontrado que el análisis subjetivo

del paisaje, mediante el cual se consideran los elementos estéticos, influye en la determinación de estrategias de conservación (Español, 2001). En la Figura 1 se muestra el proceso de investigación.



Fuente: Elaborado por los autores

1. Revisión de la literatura. De la revisión de artículos científicos se analizó la relevancia del paisaje en el contexto del turismo como parte fundamental de la oferta turística y se analizó su forma de apropiación y los métodos utilizados para el estudio del paisaje. Se observó que gran parte de la literatura hace referencia a la apropiación de tipo práctico-utilitaria, principalmente por parte de los desarrolladores y promotores turísticos y asumen que este tipo de apropiación ocurre también por parte de los visitantes. Así, resultó pertinente cuestionarse si en verdad el turista es incapaz de ver y valorar el paisaje por su belleza y por su valor ecológico.

2. Diseño del instrumento de evaluación. Para el diseño del instrumento de evaluación se consideró el método directo de evaluación del paisaje para valorar su contemplación total. Se tomaron como referencia los trabajos de Sánchez (1997) y Muñoz-Pederos (2004) para el desarrollo de un instrumento que permitiera analizar la valoración del paisaje en Cancún por parte de los visitantes. Se consideró importante que el instrumento pudiera dar respuesta a una de las preguntas básicas de Sánchez (1997), ¿qué observo?, mediante la cual se pretende conocer, a través de fotografías, cómo el observador de un paisaje lo percibe. Se emplearon fotografías que permitieran identificar si el visitante percibe elementos que describan una apropiación práctico-utilitaria o estética. Y siguiendo a la OMT (2004; 2005; 2007) se utilizaron escalas de valor para el análisis de preferencias.

Se diseñó una encuesta cuyo objetivo fue identificar la forma en que el visitante se apropia del paisaje a partir de la valoración ecológica y estética. Es importante señalar que el diseño del instrumento tomó como base la encuesta diseñada por la Organización Mundial del Turismo en estudios relacionados con la evaluación de la actividad turística en diferentes destinos (OMT, 2004; 2005; 2007). El instrumento se dividió en cuatro apartados.

En el primero se incluyeron datos generales como lugar de residencia, sexo, edad, escolaridad, número de veces que ha visitado Cancún, el motivo del viaje, el medio por el cual se enteró del destino turístico y la motivación para visitar el destino turístico. En el segundo apartado se incluyeron 10 frases relacionadas con Cancún, las cuales debían enumerarse en orden de preferencia del 1 al 10, considerando al 1 como el de menor preferencia y el 10 como el de mayor preferencia. Estas frases relacionan al sitio de estudio con el paisaje, con la percepción de belleza del sitio, con un lugar de moda, con un sitio que debe conservarse, con un lugar de entretenimiento, con un sitio con ecosistemas importantes, con un sitio idóneo para la inversión y con la playa (Figura 2).

Figura 2: Frases relacionadas con Cancún (segundo apartado de la encuesta)

Cancún es...
 Enumere en orden de preferencia las siguientes frases relacionadas con Cancún, considerando el 10 como el de mayor preferencia y el 1 como el de menor preferencia.
Nota: Los números no deben repetirse.

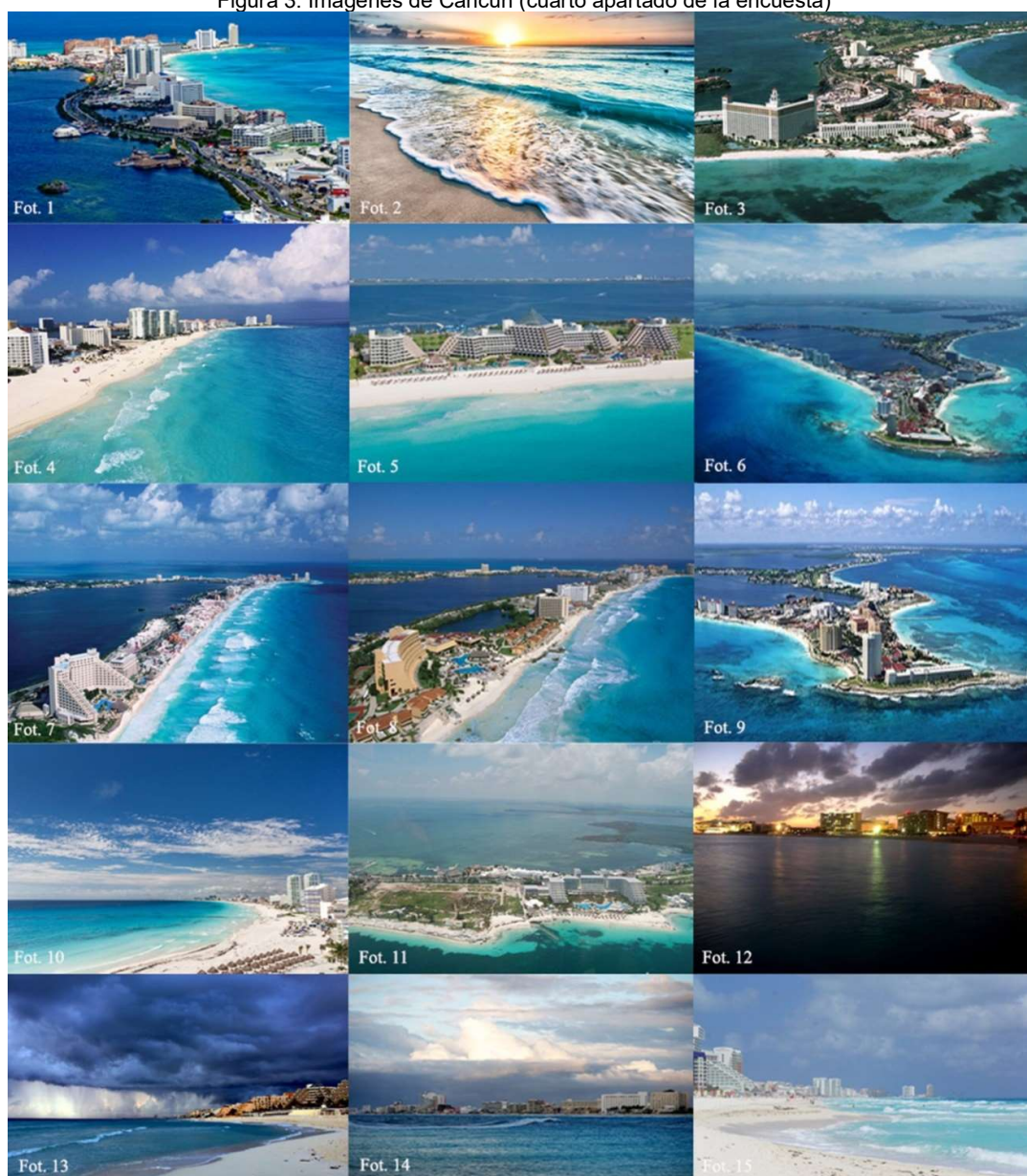
Un destino turístico atractivo	_____
Un sitio de excepcional belleza	_____
Un lugar ideal para la inversión	_____
Un escenario de paisajes espectaculares	_____
Un lugar de moda	_____
Un sitio que debe conservarse	_____
El destino turístico con las mejores playas de México	_____
Un destino con unos de los mejores antros y centros de entretenimiento del país	_____
Un sitio con ecosistemas importantes	_____
Un destino turístico donde construir más hoteles	_____

Fuente: Elaborado por los autores

En el tercer apartado se trató de conocer la asociación que el visitante hace de Cancún, utilizando diez palabras que hicieran referencia a la motivación para visitar el destino turístico. Éstas fueron: paisaje, hoteles, diversión, mar, vegetación, playa, compras, inversión, descanso y estatus. La finalidad de incluir este apartado fue identificar si el visitante asocia el destino con el paisaje y con sus elementos naturales, o más bien con aspectos de su mercantilización.

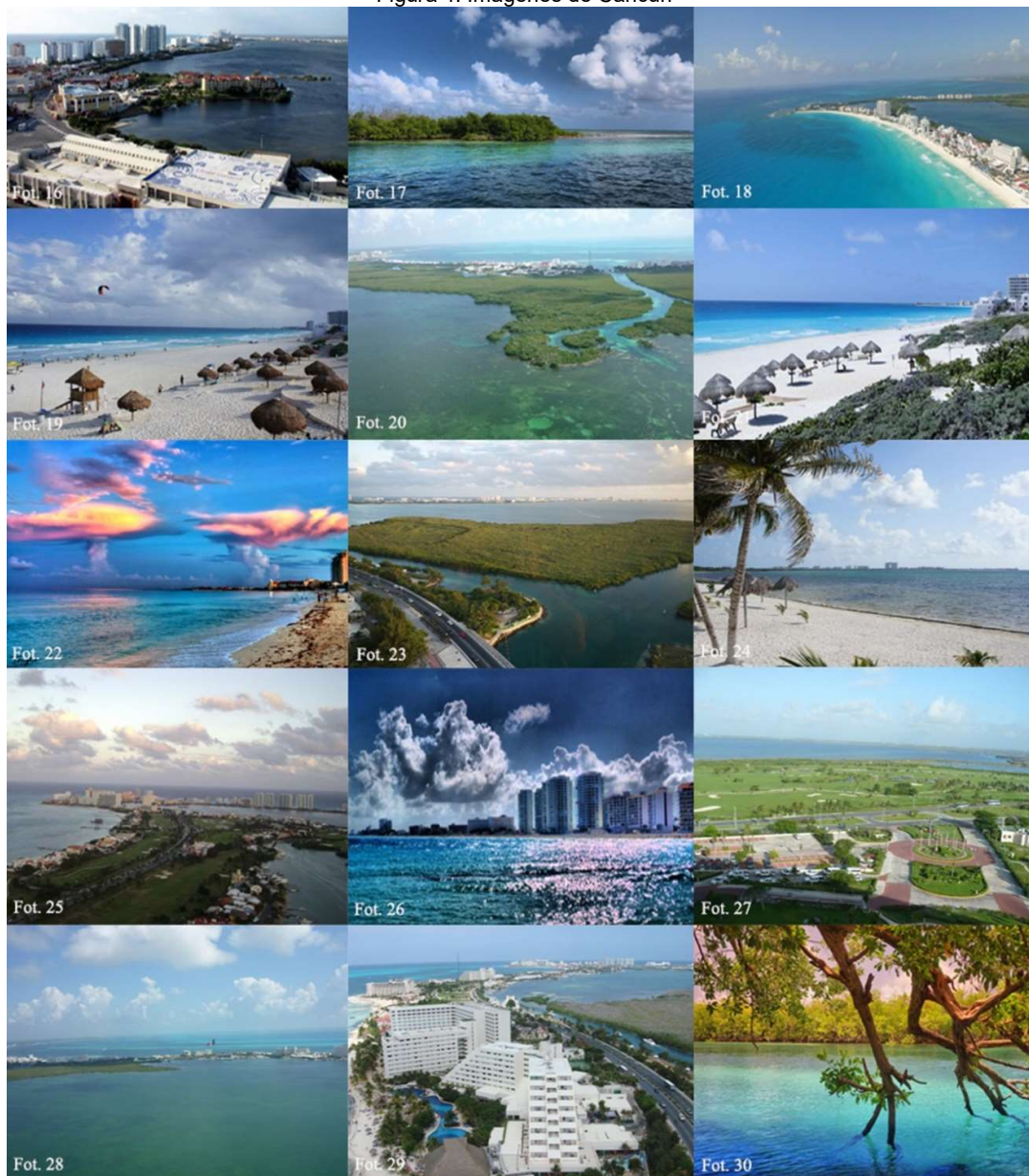
Finalmente, en el cuarto apartado, y retomando el trabajo de Sánchez (1997), se pretendió conocer lo que el visitante observa en el paisaje de Cancún. Para ello se presentaron 30 fotografías seleccionadas de entre un total de 656, a partir de las cuales se trató de identificar si el visitante percibe elementos relacionados con una apropiación práctico-utilitaria, con una apropiación estética o con ambas. Cabe señalar que estas fotografías no forman parte de campañas de promoción turística del destino, pues se consideró importante ofrecer imágenes vistas y captadas por los propios visitantes del sitio y no aquellas que pudieran haber condicionado al visitante para observar ese paisaje prototípico diseñado por los promotores turísticos. Las fotografías se muestran en las Figuras 3 y 4.

Figura 3: Imágenes de Cancún (cuarto apartado de la encuesta)



Fotografías de Antonio Cristerna, Victor Vazquez "galloelprimo", Gabriel Antonio Patrón Castillo
Fuente: www.panoramio.com

Figura 4: Imágenes de Cancún

Fuente: www.panoramio.com

Fotografías de Antonio Cristerna, Víctor Vázquez "galloelprimo", Gabriel Antonio Patrón Castillo

De las fotografías seleccionadas, algunas contienen un elemento claramente identificado, ya sea natural o antrópico, y otras incluyen ambos elementos. Para cada fotografía se incluyeron diez palabras que se relacionaran con la apropiación práctico-utilitaria o con la apropiación estética del paisaje, incluyendo intencionalmente la palabra *paisaje* puesto que en la revisión bibliográfica se encontró una discusión sobre la idea de que no todos los individuos pueden ver paisaje, algunos solamente ven territorio, particularmente en el campo del turismo donde los promotores y desarrolladores crean la imagen del destino. Cabe señalar que no se incluyó ninguna descripción de las fotografías presentadas

a fin de evitar predisponer la respuesta del visitante. Las palabras incluidas fueron *Belleza, Negocio, Publicidad, Desarrollo, Inversión, Paisaje, Diversión, Naturaleza, Estatus y Contemplación*.

3. Selección de la muestra. Para establecer la muestra estadística se determinó como universo a los visitantes de la zona hotelera de Cancún (Boulevard Kukulcan). Se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia y se seleccionaron 10 de los puntos más emblemáticos o frecuentados para la aplicación del instrumento. Éstos fueron Playa Delfines, Playa Langosta, Playa Tortugas, Playa Chac Mool, Playa Gaviota Azul, Playa las Perlas, Plaza La Isla Shopping Village Cancún, Plaza Forum by The Sea y Beach Club, Plaza Kukulcan y El Embarcadero. En total se aplicaron 100 encuestas, 10 por cada uno de estos sitios. El número de encuestas aplicadas se determinó en base a los recursos humanos, técnicos y financieros disponibles.

4. Aplicación del instrumento de evaluación. El instrumento fue diseñado en el mes de julio de 2017 y se aplicó una prueba piloto vía internet con 20 individuos en la primera semana de agosto. El requisito indispensable para la aplicación de la prueba piloto fue que los encuestados hubieran visitado ya la zona turística de Cancún. Derivado de las observaciones de esta prueba, se modificó el instrumento y se aplicó en el sitio de estudio durante los días 24, 25 y 26 de agosto de 2017.

5. Análisis de los resultados. Para el análisis de resultados se utilizó el software Microsoft Excel 2010, mediante el cual se realizó la concentración de los resultados de las encuestas para posteriormente realizar un análisis estadístico simple. En el caso del segundo apartado, donde se incluyó la escala de valor del 1 al 10, se optó por la determinación de la Moda, dado que este valor permite determinar cuántos de los visitantes asignaron el mismo valor a las aseveraciones evaluadas. Para los demás apartados se calculó la suma de todos los visitantes que eligieron cada una de las respuestas.

Para el análisis del tipo de apropiación del paisaje por parte de los encuestados, los resultados obtenidos en los diferentes ítems evaluados se agruparon de dos formas: aquellas frases y palabras relacionadas con elementos práctico-utilitarios o mercantiles, y aquellas relacionadas con la valoración estética y ecológica (Figura 5). A partir de ello fue posible realizar el análisis estadístico y la interpretación de los resultados.

Con la hoja de concentración fue posible determinar los porcentajes de respuesta para cada una de las preguntas, así como establecer algunas correlaciones simples. Se realizó un primer análisis tomando en consideración la totalidad de las respuestas. Posteriormente se seleccionaron aquellas de quienes han visitado el destino más de cuatro veces, esto con la finalidad de observar la motivación y los elementos del paisaje observados por parte de los visitantes asiduos.

Figura 5: Agrupación de elementos relacionados con la apropiación práctico-utilitaria y de valoración estética y ecológica

Frases y palabras relacionadas con la apropiación práctico-utilitaria	Frases y palabras relacionadas con la valoración estética y ecológica
Apartado 1 (Motivación para visitar Cancún)	
Playa, Hoteles, Actividades de entretenimiento, Espectáculos y vida nocturna, Restaurantes y bares, plazas comerciales/Compras	Mar, Paisaje, Naturaleza
Apartado 2 (Preferencia del destino)	
Lugar ideal para la inversión Lugar de moda Destino turístico con las mejores playas de México Destino con unos de los mejores antros y centros de entretenimiento del país Destino turístico donde construir más hoteles	Un sitio de excepcional belleza Escenario de paisajes espectaculares Sitio que debe conservarse Sitio con ecosistemas importantes
Apartado 3 (Asociación del destino)	
Hoteles, Diversión, Playa, Compras, Inversión, Estatus	Paisaje, Mar, Vegetación, Descanso
Apartado 4 (Imágenes de Cancún)	
Negocio, Publicidad, Desarrollo, Inversión, Diversión, Estatus	Belleza, Paisaje, Naturaleza, Contemplación

Fuente: Elaborado por los autores

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Del análisis de resultados se obtuvo que el perfil de los visitantes encuestados para este estudio fue 60% de visitantes extranjeros y 40% de mexicanos, 50% hombres y 50% mujeres, 50% con edades entre 36 y 45 años, 97% con estudios de licenciatura o posgrado, 78% ha visitado el destino turístico más de 4 veces, el 99% visitó Cancún por vacaciones, el 51% se enteró del destino por algún amigo o familiar, el 39% por una agencia de viajes y menos del 26% se enteró por algún medio de comunicación. Para el 76% la playa y el mar fueron la motivación para visitar el destino, para el 69% fue el paisaje y para el 58% fue el clima. Cabe mencionar que respecto de la motivación de la visita, los encuestados podían elegir más de una opción. La calidad de la infraestructura turística y las opciones de entretenimiento no alcanzaron valores importantes. Sobre la idea que el visitante tiene sobre Cancún, el 89% lo asocia con mar y playa y el 84% con paisaje.

Los resultados del segundo apartado arrojaron que los encuestados asignaron el valor más alto a la conservación del sitio y a su belleza escénica, en segundo lugar lo consideran un destino turístico atractivo y, en tercer lugar, un escenario de paisajes espectaculares. La asignación de valores de 10 y 9 (donde el 10 hace referencia a la mayor preferencia) a las frases relacionadas con la belleza del paisaje, permiten señalar que el visitante es capaz de percibir elementos estéticos, lo que permitiría señalar que existe una valoración estética del paisaje. En relación con la valoración ecológica del sitio al asignar el valor más alto a la conservación del mismo, aunque con un valor menor a la existencia de ecosistemas importantes, pero por encima de las frases relacionadas con la apropiación práctico-utilitaria, se considera que existe cierto grado de valoración ecológica del sitio.

De las 30 fotografías evaluadas, 18 de ellas fueron catalogadas como paisajes y como bellas, con un porcentaje máximo de 88% y 99% respectivamente. En el caso de las categorías relacionadas con la apropiación práctico-utilitaria, sólo algunas fotografías alcanzaron valores representativos. Sin embargo, estas fotografías mostraban un paisaje donde el desarrollo de la infraestructura turística era el punto focal. En relación con los visitantes asiduos se observó la misma tendencia que en el total de encuestados. Se observaron valores altos en las categorías relacionadas con la valoración estética (belleza, paisaje y contemplación) y ecológica (naturaleza), mientras que las categorías relacionadas con la apropiación práctico-utilitaria muestran valores bajos, salvo aquellas que enfáticamente muestran una gran concentración de equipamiento o infraestructura turística.

Un dato importante a resaltar es que, incluso, varias de las fotografías que muestran una alta concentración de infraestructura y equipamiento turístico también fueron consideradas paisajes bellos y observaron en ellas la naturaleza. Finalmente cabe destacar que de los encuestados que han visitado el destino en más de cuatro ocasiones, se observó un mayor énfasis en los elementos relacionados con la valoración estética y ecológica, muy por encima de los práctico-utilitarios.

DISCUSIÓN

A pesar de que las investigaciones consultadas en la revisión bibliográfica hacen referencia a una apropiación paisajística de tipo práctico-utilitaria por parte de los desarrolladores y promotores turísticos (Aguilar, Palafox & Anaya, 2015; Cruz, Zizumbo, Monterroso & Quintanilla, 2013; Palafox *et al.*, 2011), y deducen que derivado de los esfuerzos de promoción turística al crear una imagen prototípica de Cancún el visitante llega con una imagen previamente implantada y creada a modo (Covarrubias, 2015; Nogué & de San Eugenio, 2011), lo que impide que éstos puedan apropiarse estéticamente del paisaje, en esta investigación se observó que el visitante percibe el valor ecológico y estético del destino por encima de su valor económico y que pocos de ellos tomaron la decisión de visitar el destino disuadidos por las campañas de promoción turística.

Un dato interesante es que el 78% de los encuestados ha visitado Cancún más de cuatro veces. Este dato resulta muy importante dado que permite señalar que el visitante regresa porque observa y disfruta algo más que la infraestructura turística, y que bien podría ser justamente por la valoración estética y ecológica que hace del sitio. Este supuesto se sustenta en los resultados obtenidos en el segundo y cuarto apartados de la encuesta, que arrojaron una alta valoración estética y ecológica del paisaje.

La revisión bibliográfica señala que al darse una apropiación práctico-utilitaria por parte de la actividad turística se replican elementos arquitectónicos que crean paisajes homogeneizados que restringen la diferenciación de destinos, encontrándose el mismo tipo de infraestructura, servicios y experiencias turísticas en cualquier parte del mundo. Sin embargo, los datos antes citados permiten señalar que, más allá de la réplica de destinos y de la homogenización de la infraestructura turística, el

visitante de Cancún es capaz de percibir la belleza del paisaje y el valor ecológico de los ecosistemas, los cuales en conjunto hacen del destino turístico un sitio que se diferencia de otros destinos mexicanos.

Es posible que el visitante no sea del todo consciente de la importancia de los ecosistemas existentes en el sitio y de los recursos ecológicos y paisajísticos que sustentan la actividad turística, y que dada su importancia sea preciso conservarlos para el sostenimiento de los servicios ambientales que aportan, entre ellos al propio turismo. Pero sí es consciente de que es un sitio que debe conservarse porque le resulta atractivo, ya que lo ha visitado en varias ocasiones y es posible que desee regresar nuevamente.

El conocimiento de la valoración estética y ecológica del visitante sobre el paisaje contribuiría al establecimiento e implementación de acciones y estrategias provenientes del Estado, de los desarrolladores, inversionistas, promotores y demás encargados de la actividad turística, tendientes a la conservación de los atributos ecológicos y paisajísticos del sitio que sustentan dicha actividad. Si el visitante ha regresado al destino ha sido porque el paisaje sigue poseyendo cierta calidad ecológica y estética y desea que ésta continúe.

El sostenimiento de la calidad ecológica y paisajística estaría dado por el control y gestión del impacto derivado del desarrollo de la infraestructura turística, que aún continúa en expansión, y ante cuya situación el visitante manifiesta que no hay necesidad de continuar con esa tendencia expansiva. Es necesario establecer planes y programas con visión a largo plazo que consideren estrategias de conservación, ecológica y paisajística, para el sostenimiento de los servicios ambientales, entre los cuales destaca la belleza escénica; factor decisivo para la creación y el desarrollo del destino turístico.

CONCLUSIONES

En la búsqueda de lugares que permitan el disfrute sensorial los desarrolladores turísticos, los inversionistas y el Estado, se han apropiado del paisaje como un recurso económico que puede ser comercializable turísticamente y con el cual se pueden obtener beneficios económicos al crear productos y destinos que tengan como elemento principal la contemplación del paisaje, y que puedan ser ofertados a un mercado potencial que carezca justamente de ese tipo de paisajes.

Los paisajes y la riqueza natural del litoral han sido clave para el desarrollo de la actividad turística, convirtiéndose en los principales atractivos. Los elementos que han ocupado un lugar predominante en la oferta turística mexicana han sido el mar y la playa. Los destinos litorales han sido los más fuertemente ofertados y demandados, principalmente por la belleza de sus paisajes. Sin embargo, para el desarrollo de la actividad turística ha sido necesario modificar los territorios que la sustenten, tal es el caso de Cancún, un destino creado *ex profeso* para el turismo.

Cancún es un destino turístico con gran riqueza biológica y paisajística; sin embargo, el desarrollo del turismo ha modificado el paisaje natural reduciendo la superficie de las zonas de humedales, selvas y manglares, algunas de las cuales incluso han desaparecido gracias al crecimiento exponencial del destino, lo cual ha generado una serie de problemas a nivel de los servicios ambientales que dicho ecosistema ofrecía.

El paisaje es un recurso muy valioso para el desarrollo de la actividad turística y ha sido en ocasiones factor decisivo para la creación y desarrollo de destinos turísticos. Sin embargo, la forma en que los diferentes actores sociales se apropian de él incide en la explotación del recurso, en su calidad y en su sostenibilidad. Estos elementos, a su vez, inciden en los flujos turísticos y en su consecuente derrama económica. Por tanto, resulta primordial conservar el paisaje.

La reflexión al respecto vendría en el sentido de que la falta de valoración de la importancia del paisaje y de los recursos en él contenidos, acarrea una serie de impactos que hablando desde el punto de vista de la lógica comercial capitalista, una vez que el recurso es sobreexplotado se acaba y entonces no hay más recurso del cual seguir generando plusvalía. La alternativa hasta ahora ha sido la búsqueda de nuevos paisajes, de nuevos territorios, de nuevos recursos que suplanten la utilidad comercial de los paisajes y recursos degradados.

Se han realizado investigaciones que abordan la apropiación del paisaje por parte de los desarrolladores y promotores turísticos, y que señalan que ésta se da de manera práctico-utilitaria, considerando su explotación desde el punto de vista económico por encima de su valor ecológico y estético, y que crean una imagen prototípica del destino impidiendo que el visitante observe el recurso desde otra visión que no sea la diseñada por estos mismos. Sin embargo, el turista puede asumir o no que un destino posee un paisaje susceptible de ser disfrutado y contemplado, a partir de los spots publicitarios o cualquier otra estrategia de promoción y puede o no llegar al destino teniendo ya un paisaje en mente. Pero también puede poseer esos referentes artísticos que lo hagan susceptible de contemplar el paisaje estéticamente, dándose una apropiación del paisaje que no sería ya de tipo práctico-utilitario, sino contemplativa, siendo capaz además de valorar su calidad ecológica y estética, lo que incidiría en su experiencia turística y en su decisión y motivación de regresar al destino.

En esta investigación, se encontró que el visitante de Cancún valora ecológica y estéticamente el destino, particularmente en el caso de los visitantes asiduos. Este hecho es importante para el diseño de estrategias que permitan conservar el recurso con una visión a largo plazo. El contar con estos resultados permite abrir el panorama sobre la forma en que el visitante puede apropiarse del paisaje en los diferentes destinos turísticos, más allá de simplemente considerar que al existir campañas de promoción los visitantes quedan despojados de su capacidad de valorar estéticamente el paisaje y, por tanto, solamente pueden valorar su aspecto económico. Se espera que esta investigación sea un aliciente para el desarrollo de investigaciones que ahonden más en el tema.

Agradecimiento: Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por la concesión de una beca para estudios de posgrado, mediante la cual ha sido posible realizar el trabajo doctoral del cual se desprende este documento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, A.; Palafox, A. & Anaya, J. S.** (2015) "El turismo y la transformación del paisaje natural". *Noésis Revista de Ciencias Sociales y Humanidades* 24(número especial): 19–30
- Anfuso, G. & Gracia, F.-J.** (2005) "Morphodynamic characteristics and short-term evolution of a coastal sector in SW Spain: Implications for coastal erosion management". *Journal of Coastal Research* 21(6): 1139–1153
- Anfuso, G.; Williams, A. T.; Casas Martínez, G.; Botero, C. M. & Cabrera Hernández, J. A.** (2017) "Evaluation of the scenic value of 100 beaches in Cuba: Implications for coastal tourism management". *Ocean and Coastal Management* 142: 173–185
- Barreto, I. & Rodrigues, E.** (2012) "Paisaje y medio ambiente. Las transformaciones ocasionadas por el turismo de segundas residencias en las playas de Jacumã, Carapibus y Tabatinga (Conde/PB, Brasil)". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 21(1): 141–158
- Blázquez, M.; Artigues, A. A. & Yrigoy, I.** (2015) "Crisis y planificación territorial turística neoliberal en las Islas Baleares". *Investigaciones Turísticas* 9: 24–49
- Bonells, J. E.** (2001) "Paisaje, instalaciones hoteleras, turismo y medio ambiente". II Congreso Iberoamericano de Parques y Jardines Públicos. PARJAP-CUBA, La Habana
- Bosque, J.; Gómez, M.; Rodríguez, A.; Rodríguez, V. M. & Vela, A.** (1997) "Valoración de los aspectos visuales del paisaje mediante la utilización de un SIG." *Documents d'Anàlisi Geogràfica* 30: 19–38
- Botero, C.; Anfuso, G.; Williams, A. & Palacios, A.** (2013) "Perception of coastal scenery along the Caribbean littoral of Colombia". *Journal of Coastal Research* 2(65): 1733–1738
- Botero, C.; Anfuso, G.; Williams, A. T.; Zielinski, S.; da Silva, C.; Cervantes, O.; Silva, L. & Cabrera, J. A.** (2013) "Reasons for beach choice: European and Caribbean perspectives". *Journal of Coastal Research* 4(65. Special Issue): 880–885
- Bottero, M.** (2011) "Indicators Assessment Systems". In: Cassatella, C. & Peano, A. (Eds.) *Landscape indicators. Assessing and monitoring landscape quality*. Springer, Torino, pp. 15–29
- Casale, J.-F.; Borsdorf, A. & Moreira-Muñoz, A.** (2014) "Reservas de la biosfera como laboratorios para la sustentabilidad: Paisajes de conservación y ordenamiento territorial". En: Moreira-Muñoz, A. & Borsdorf, A. (Eds.) *Reservas de la biosfera de Chile: Laboratorios para la sustentabilidad*. Academia de Ciencias Austríaca - Pontificia Universidad Católica de Chile - Instituto de Geografía, Santiago, serie Geolibros 17, pp. 272–293
- Castillo, O. & Villar, A.** (2014) "El estado y la política de los polos turísticos de desarrollo: el caso de Cancún, México". *Revista de Urbanismo* 31: 18–36
- Cebrián, F.** (2013) "La función del paisaje como recurso territorial turístico en zonas de interior". *Observatorio Medioambiental* 16: 37–54

- Consejo de Europa** (2000) "Convenio Europeo del Paisaje". Florencia
- Contreras, C.** (2005) "Pensar el paisaje. Explorando un concepto geográfico". *Trayectorias* 7(17): 57–69
- Covarrubias, F.** (2015) "El paisaje: arte, contemplación y teorización científica". Instituto Politécnico Nacional, Ciudad de México
- Cruz, E.; Zizumbo, L.; Monterroso, N. & Quintanilla, A. L.** (2013) "La confrontación social por el espacio costero: la configuración de paisajes turísticos en Puerto Morelos, Quintana Roo". *Region y Sociedad* 25(56): 127–160
- Demajorovic, J.; Aledo Tur, A.; Landi, B. & Mantovani Kondo, A. L.** (2011) "Complejos turísticos residenciales: análisis del crecimiento del turismo residencial en el Mediterráneo español y en el Litoral Nordeste (Brasil) y su impacto socio-ambiental". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 20(4): 772–796
- Dos Santos, P.** (2011) "Marco teórico metodológico de los estudios del paisaje. Perspectivas de aplicación en la planificación del turismo". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 20(3): 522–541
- Español, I. M.** (2001) "El análisis y la valoración del paisaje en los estudios de impacto ambiental". *I.T.* 54: 36–43 Disponible en <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Espa%C3%B1ol%20-%202001%20-%20El%20an%C3%A1lisis%20y%20la%20valoraci%C3%B3n%20del%20paisaje%20en%20los%20estudios%20de%20impacto%20ambiental.pdf> fecha de acceso el 21 de abril de 2015
- Fernández de Lara, A. E.** (2009) "Cancún. Las contradicciones socio-ambientales de un desarrollo turístico integralmente planeado: 1970-2000". In: Macías, C. & Pérez, R. (Eds.) *Cancún: los avatares de una marca turística global*. Universidad de Quintana Roo-Conacyt, Cancún, pp. 163–224
- Flores, M. A.; Aguirre, A.; Flores, M. & Guardado, X.** (2010) "El impacto que produce el sector turismo en los manglares de las costas mexicanas". *Contactos* 77: 33–38
- Fonatur** (1982) "Cancún un desarrollo turístico en la Costa Turquesa". Cancún
- Fyhri, A.; Jacobsen, J. K. S. & Tømmervik, H.** (2009) "Tourists' landscape perceptions and preferences in a Scandinavian coastal region". *Landscape and Urban Planning* 91: 202–211
- Galacho, F. B. & Luque, A.** (2000) "La diámica del paisaje de la Costa del Sol desde la aparición del turismo." *Baética - Estudios de Arte, Geografía e Historia* 22: 25–58
- Garay, L. & Cànoves, G.** (2011) "Life cycles, stages and tourism history. The Catalonia (Spain) experience". *Annals of Tourism Research* 38(2): 651–671
- Giné, H.** (2015) "El uso del potencial natural de los paisajes como recurso turístico. Implicaciones medioambientales". *Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario* 1: 115–126
- Gómez, A.** (2006) "La naturaleza en el paisaje". In: Maderuelo, J. (Ed.) *Paisaje y pensamiento*. Abada Editores, Madrid, pp. 83–106
- Gutiérrez-Yurrita, P. J.** (2012) "Una nueva manera de entender el Desarrollo sustentable a través de las Ciencias del Paisaje". *Congreso Internacional sobre Desarrollo Regional Sustentable: El estudio del desarrollo regional desde una perspectiva multidisciplinaria*. Universidad Autónoma del Estado de México, Temascaltepec
- H. Ayuntamiento de Benito Juárez** (2014) "Programa de Desarrollo Urbano del Centro de Población Cancún, Municipio de Benito Juárez, Quintana Roo (2014-2030)". Benito Juárez

- Hernández, F. M.** (2009) "Nuevas espacialidades y paisaje turístico. El neoexclusivismo en el litoral marítimo bonaerense, Argentina". *Nadir - Rev. Electron. Geogr. Austral* 1(2): 44–59
- Hernández, F. M.** (2010) "La neoexclusividad turística en el litoral marítimo bonaerense: nuevas prácticas, nuevos escenario, nuevos paisajes". VI Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Departamento de Sociología, La Plata, pp. 1–20
- Hinojosa, F.** (2008) "La planeación turística y la transformación del entorno ambiental de Cancún, municipio de Benito Juárez, Quintana Roo, México". CIEMAD-IPN (Instituto Politécnico Nacional), Ciudad de México
- Iglesias, B.; Anfuso, G.; Uterga, A.; Arenas, P. & Williams, A. T.** (2018) "Scenic value of the Basque Country and Catalonia coasts (Spain): impacts of tourist occupation". *J Coast Conserv* 22: 247–261
- Ivars i Baidal, J. A.; Rodríguez Sánchez, I. & Vera Rebollo, J.** (2013) "The evolution of mass tourism destinations: New approaches beyond deterministic models in Benidorm (Spain)". *Tourism Management* 34: 184–195
- Lozoya, J. P.; Sardá, R. & Jiménez, J. A.** (2011) "Beach multi-risk assessment in the Costa Brava (Spain)". *Journal of Coastal Research* 61(Special Issue): 408-414
- Lozoya, J. P.; Sardá, R. & Jiménez, J. A.** (2014) "Users expectations and the need for differential beach management frameworks along the Costa Brava: Urban vs. natural protected beaches". *Land Use Policy* 38: 397–414
- Martínez de Pisón, E.** (2014) "Teorías del paisaje". En: Consejo Superior de Investigaciones Científicas y Universidad de La Rioja (Ed.) *Geoecología, cambio ambiental y paisaje: Homenaje al profesor José María García-Ruiz*. La Rioja, pp. 415–425
- Martínez de Pisón, E.** (1983) "Cultura y ciencia del paisaje". *Agricultura y Sociedad* 27: 9–32
- Martínez de Pisón, E.** (2009) "Miradas sobre el paisaje". Biblioteca Nueva, Madrid
- Mata, R.** (2008) "El paisaje, patrimonio y recurso para el desarrollo territorial sostenible. Conocimiento y acción pública". *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura* 184(729): 155–172
- Mata, R.** (2013) "Turismo y paisaje. Reflexiones a propósito de una estrategia de turismo sustentable de la Provincia de Chubut-Argentina". *Breves Contribuciones del I.E.G.* 24: 71–92
- Micallef, A.; Williams, A. & Gallego Fernández, J.** (2011) "Bathing area quality and landscape evaluation on the Mediterranean Coast of Andalucía, Spain". *Journal of Coastal Research* 61(Special Issue): 87–95
- Miranda, G.** (2006) "La participación del turismo en la modificación del paisaje cultural de Malinalco, Estado de México". *PASOS* 4(2): 201–21
- Moreno, A. & Becken, S.** (2009) "A climate change vulnerability assessment methodology for coastal tourism". *Journal of Sustainable Tourism* 17(4): 473–488
- Muñoz-Pedrerros, A.** (2004) "La evaluación del paisaje: Una herramienta de gestión ambiental". *Revista Chilena de Historia Natural* 77(1): 139–156
- Nogué, J.** (1989) "Paisaje y turismo". Retrieved from <http://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/4101> fecha de acceso 22 de abril de 2015
- Nogué, J.** (2010a) "El paisaje en la ordenación del territorio. La experiencia del Observatorio del Paisaje

- de Cataluña". *Estudios Geográficos* 71(269): 415–448
- Nogué, J.** (2010b, November 6) "Sin paisaje no hay turismo". *Diario de Ibiza, Ibiza*. Retrieved from <http://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2010/11/06/joan-i-font-paisaje-hay-turismo/443794.html> fecha de acceso 21 de abril de 2015
- Nogué, J.** (2011) "Paisaje y comunicación: el resurgir de las geografías emocionales". In: Luna, T. & Valverde, I. (Eds.) *Teoría y paisaje: Reflexiones desde miradas interdisciplinarias*. Observatorio del Paisaje de Cataluña y Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, pp. 25–41
- Nogué, J. & de San Eugenio, J.** (2011) "La dimensión comunicativa del paisaje. Una propuesta teórica y aplicada". *Revista de Geografía Norte Grande* 49: 25–43
- Noguer, E.** (2012) "Paisaje o paisajes?" *Revista Iberoamericana de Turismo* 2(2): 23–39 Retrieved from <file:///Users/uacj/Downloads/675-2343-1-PB.pdf> fecha de acceso 18 de marzo de 2016
- OMT** (2004) "Indicators of sustainable development for tourism destinations. Guidebook". Madrid
- OMT** (2005) "Taller regional para países andinos sobre indicadores de sostenibilidad en destinos turísticos". Rurrenabaque, San Buenaventura
- OMT** (2007) "Sustainable tourism indicators and destination management. Final report". National workshop, Tagbilaran
- Oreja Rodríguez, J. R.; Parra-López, E. & Yanes-Estévez, V.** (2008) "The sustain ability of island destinations: Tourism area life cycle and teleological perspectives. The case of Tenerife". *Tourism Management* 29: 53–65
- Palafox, A.; Madrigal, D. & Zizumbo, L.** (2011) "Apropiación, funcionalización y homogenización del espacio para el desarrollo turístico de Quintana Roo, México". *Caderno Virtual de Turismo* 11(2): 282–293
- Palazón, A.; Aragonés, L. & López, I.** (2016) "Evaluation of coastal management: Study case in the province of Alicante, Spain". *Science of the Total Environment* 572: 1184–1194
- Pereira de Oliveira, J.; Lüders Fernandes, D. & Stach, C.** (2007) "The urban landscape as a tourism resource: a study of the built landscape of Irati - PR as a tourism attraction". *Turismo - Visao e Acão* 9(1): 83–94
- Petrosillo, I.; Zurlini, G.; Grato, E. & Zaccarelli, N.** (2006) "Indicating fragility of socio-ecological tourism-based systems". *Ecological Indicators* 6: 104–113
- Phillips, M. R. & Jones, A. L.** (2006) "Erosion and tourism infrastructure in the coastal zone: Problems, consequences and management". *Tourism Management* 27: 517–524
- Picazo, H.** (2012) "¿Por qué viajamos donde viajamos? Una introducción a la estrecha relación entre turismo y paisaje". *Revista Eubacteria* 29: 1–4
- Rangel-Buitrago, N.; Correa, I. D.; Anfuso, G.; Ergin, A. & Williams, A. T.** (2013) "Assessing and managing scener y of the Carib bean Coast of Colombia". *Tourism Management* 35: 41–58
- Rementeria, D.** (2015) "Turismo y paisaje en la reserva de la biosfera de Urdaibai (Bizkaia). Representaciones y estrategias. Una mirada antropológica". *International Journal of Safety and Security in Tourism/Hospitality* 11: 1–21
- Rico-Amoros, A. M.; Olcina-Cantos, J. & Sauri, D.** (2009) "Tourist land use patterns and water demand: Evidence from the Western Mediterranean". *Land Use Policy* 26: 493-501

- Rico-Amoros, A. M.; Sauri, D.; Olcina-Cantos, J. & Vera-Rebollo, J. F.** (2013) "Beyond megaprojects? Water alternatives for mass tourism in Coastal Mediterranean Spain". *Water Resources Management* 27: 553–565
- Roca, E.; Villares, M. & Fernández, E.** (2011) "Social perception on conservation strategies in the Costa Brava, Spain". *Journal of Coastal Research* 61(Special issue): 205-210
- Rodríguez, F.** (1994) "El impacto ambiental del turismo". *Desarrollo regional y crisis del turismo en Andalucía, Simposio hispano-francés, Almería*, pp. 331–339
- Roger, A.** (2013) "Breve tratado del paisaje". Biblioteca Nueva, Madrid
- Roig-Munar, F. X.; Mir-Gual, M.; Rodríguez-Perea, A.; Pons, G. X.; Martín-Prieto, J. Á.; Gelabert, B. & Blázquez-Salom, M.** (2013) "Beaches of Ibiza and Formentera (Balearic Islands): a classification based on their environmental features, tourism use and management". *Journal of Coastal Research - Supl. Special Issue* 2(65): 1850–1855
- Roig, F. X.; Comas, E.; Rodríguez-Perea, A. & Martín-Prieto, J. A.** (2005) "Management of Beaches on the Island of Menorca (Balearic Islands): The Tension between tourism and conservation". *Journal of Coastal Research* SI(49 suppl. Special Issue): 89–93
- Rubio, E.; Murad, M. & Rovira, J. V.** (2010) "Crisis ambiental en la costa de Quintana Roo como consecuencia de una visión limitada de lo que representa el desarrollo sustentable". *Argumentos* 23(63): 161-185
- Rubio, P. & Muñoz, J.** (2008) "Gestión del paisaje en áreas de interés natural". *BIBLID* 2(42): 271–288
- Rudzewicz, L. & Lanzar, R.** (2008) "Ecoturismo y conservación de los ecosistemas. Reservas Particulares de Patrimonio Natural en Brasil". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 17(3): 226–245
- Sakellariou, S.; Samara, F.; Tampekis, S.; Sfoungaris, I. & Christopoulou, O.** (2016) "The environmental pressures and perspectives of tourism on Coastal and Insular Zone. The case of Greece". *Nature Environment and Pollution Technology* 15(3): 1009–1020
- Sánchez, A.** (1997) "La observación e interpretación del paisaje". *Didáctica Geográfica* (2): 45–55
- Sectur** (2016) "4to Informe de Labores 2015-2016". México, D.F.
- SEDETUR** (2015) "Indicadores turísticos enero-diciembre 2015". Retrieved from <http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/indicadores/indicadores-turisticos-2015.pdf> fecha de acceso 14 de abril de 2016
- Segrado, R. G.; Arroyo, L. & Amador, K.** (2012) "La zonificación y su aplicación en las Áreas Naturales Protegidas de uso Turístico de Quintana Roo". *El Periplo Sustentable* 19: 69–91
- Segrado, R. G.; Serrano, R. C.; Mínguez, M. C.; Cruz, G. & Juan, J. I.** (2013) "Estrategias de control de impactos turísticos en las áreas naturales protegidas y zonas arqueológicas de Quintana Roo, México". *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo* 7(3): 5–30
- Semeoshenkova, V. & Newton, A.** (2015) "Overview of erosion and beach quality issues in three Southern European countries: Portugal, Spain and Italy". *Ocean and Coastal Management* 118: 12–21
- Serrano, D.** (2008) "Ensayo metodológico para la valoración estética del paisaje. Aplicación en Muntanyes D'Ordal (Barcelona)". *Geographica* 54: 99–112
- Serrano, D.** (2015) "Valoración estética de paisaje periurbano con utilidad en planeamiento territorial. Estudio de caso en la Región Metropolitana de Barcelona." *Investigaciones Geográficas - Boletín Del*

Instituto de Geografía 88: 109–121

Soares, I. A.; Medeiros, C. S. C. & Sales Filho, A. (2014) “Análise de paisagens turísticas da praia de Ponta Negra (Natal/RN) com a utilização de indicadores de qualidade visual: uma contribuição para o turismo sustentável/analysis of touristic landscapes of the Ponta Negra beach (Natal/RN) with the use of visual”. *HOLOS* 30(1): 424–434

Suárez, R. H. (2014) “El paisaje como recurso en las áreas naturales protegidas: caso reserva de la Biosfera Janos, Chihuahua, México”. *novaRua - Revista Universitaria de Administración* 4(9): 5–13

Sytnik, O. & Stecchi, F. (2015) “Disappearing coastal dunes: tourism development and future challenges, a case-study from Ravenna, Italy”. *J Coast Conserv* 19: 715–727

Tekken, V.; Costa, L. & Kropp, J. P. (2013) “Increasing pressure, declining water and climate change in north-eastern Morocco”. *J Coast Conserv* 17: 379–388

Torruco, D. & González, M. A. (2012) “Las playas de Quintana Roo: sus riesgos y vulnerabilidad”. *El Periplo Sustentable* 24: 155–172

Vargas, E.; Zizumbo, L.; Viesca, F. & Serrano, R. (2011) “Gestión ambiental en el sector turístico mexicano. Efectos de la regulación en el desempeño hotelero”. *Cuad.admon.ser.organ.* 24(42): 183–204

Villar, A. (2010) “Territorio, turismo y paisaje: El proceso de urbanización en el litoral de Andalucía. El papel de los campos de golf”. Universidad de Sevilla, Sevilla

Wegmann, A. M. (2013) “Valorizando el paisaje como un patrimonio turístico. Estudio de caso: Comuna de Pirque (Provincia Cordillera, Región Metropolitana de Santiago, Chile)”. XXII Encuentro Nacional de Profesores de Geografía, XXII Encuentro Nacional de Metodología en Enseñanza de la Geografía, VI Jornadas Regionales de Turismo y Geografía “Revalorizando. Eje Geografía del Turismo espacios, historias e identidades.” Instituto Superior Nuestra Señora del Carmen, Villa Mercedes

Yepes, V. & Medina, J. (2005) “Land use tourism models in Spanish coastal areas. A case study of the Valencia Region”. *Journal of Coastal Research - Supl. Special Issue SI(49)*: 83–88

Zubelzu, S. & Allende, F. (2015) “El concepto de paisaje y sus elementos constituyentes. Requisitos para la adecuada gestión del recurso y adaptación de los instrumentos legales en España”. *Cuadernos de Geografía* 24(1): 29–42

Zuluaga, P. (2006) “Una mirada al paisaje como recurso turístico”. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo* 2(2): 76–82

Recibido el 01 de febrero de 2018

Reenviado el 19 de abril de 2018

Aceptado el 22 de abril de 2018

Arbitrado anónimamente