

Études caribéennes

47 | Décembre 2020

Le tourisme de croisière : défis et perspectives

Estrategia de tematización y *fantasyscape* en un destino de cruceros emergente

El caso de Costa Maya (Mahahual, México)

Stratégie thématique et fantasyscape dans une destination de croisière émergente. Le cas de Costa Maya (Mahahual, Mexique)

Claudia Inés Martínez y Frank Babinger



Edición electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/etudescaribeennes/19777>

ISSN: 1961-859X

Editor

Université des Antilles

Este documento es traído a usted por Université des Antilles – Service commun de la documentation



Este documento fue generado automáticamente el 15 marzo 2021.

Estrategia de tematización y *fantasyscape* en un destino de cruceros emergente

El caso de Costa Maya (Mahahual, México)

Stratégie thématique et fantasyscape dans une destination de croisière émergente. Le cas de Costa Maya (Mahahual, Mexique)

Claudia Inés Martínez y Frank Babinger

Introducción

- 1 Desde inicios del siglo XXI, la dinámica del turismo de cruceros en el Caribe ha adoptado la forma de lo que se ha denominado “burbujas turísticas” (Judd, 1999), “espacios de contención” (Weaver, 2005b), “ambientes controlados y confinados” (Dickinson y Vladimir, 1997) y, sobre todo, caracterizada por representar experiencias desterritorializadas (Wood, 2004).
- 2 Los cruceros son el mejor ejemplo de esta burbuja turística (Judd, 1999) en la que el pasajero se desplaza sin contacto alguno con su entorno (Jaakson, 2004). Si antes se hablaba de hoteles o de resorts flotantes, las últimas novedades las hacen asemejar más bien a parques temáticos en el mar, donde el barco se convierte en el principal atractivo y en el destino en sí (Wood, 2000; Dehoorne, Murat y demás, 2009).
- 3 Al final, el producto del crucero no es el Caribe, ni las escalas, sino las actividades y las atracciones ofertadas por la burbuja turística del barco y su prolongación terrestre el tiempo de la escala correspondiente, independientemente del espacio geográfico real.
- 4 Este modelo permite a las empresas controlar todo de manera exclusiva: oferta, entrada y salida, mientras consigue un cliente fiel y cautivo. Un consumidor cautivo (Dehoorne, Murat y demás, 2009), por lo que los gastos de los cruceristas están íntegramente controlados por las compañías. Un cliente que se mueve en un mundo seguro y controlado, un exponente perfecto de la globalización (Wood, 2000), McDonalldización

(Ritzer, 2004; Weaver, 2005a) y de la disneyización (Bryman, 2004; Weaver, 2006) en el mar.

- 5 Tal como comenta Cashman (2014), los cruceros son un ejemplo sobresaliente del turismo en la era de la postmodernidad, dedicados a crear y recrear el entorno para una experiencia turística hiperreal. Estas creaciones se adaptan y crean nuevas fantasías para los cruceristas y crean paisajes propios a los que, en este artículo, nos referiremos como *fantasyscapes*, paisajes de fantasía.
- 6 En este sentido, Supersudaca, Saavedra y demás (2020) han mostrado el cambio que se ha producido en los muelles de arribo en los puertos de crucero. Cuando tradicionalmente se trataba de la prolongación del destino, con la invitación implícita de alejarse del barco y adentrarse en el destino, ahora se trata cada vez más de la prolongación del navío. En Costa Maya, el muelle es simplemente el punto de unión necesario entre el crucero y el destino, sin solución de continuidad. El paisaje de fantasía del barco encuentra su espejo en el paisaje de fantasía del puerto y de su oferta turística, enmarcados en una burbuja turística artificial y común.
- 7 En este marco se inserta el presente estudio de caso sobre la Terminal Costa Maya, situada en Mahahual, México, que ha sabido reinventarse estos últimos años para convertirse, con más de 1,6 millones de cruceristas, en el segundo destino más visitado de México, y uno de los más importantes en el Caribe Occidental.
- 8 El estudio fue realizado desde una aproximación de análisis mixto, para lo cual se llevó a cabo una serie de estrategias metodológicas. Primeramente, se realizó una exhaustiva revisión de antecedentes teóricos del fenómeno de los cruceros turísticos y de sus tendencias; también mediante el análisis de documentos hemerográficos y estadísticas se compiló información sobre Mahahual y la Terminal Costa Maya para reconocer sus particularidades.
- 9 El análisis estadístico está basado en la información oficial de Datatur sobre la llegada de barcos y pasajeros a los puertos mexicanos que los autores llevan recopilando y actualizando continuamente. Aunque en el presente artículo solamente se presentan los resultados específicos de Mahahual, se han puesto en relación con otros puertos del Golfo de México y del Caribe Mexicano para recalcar la evolución seguida por Costa Maya.
- 10 En un segundo momento, se realizó una salida de campo durante la primera semana de noviembre de 2017, donde se conoció en profundidad la terminal y se efectuaron entrevistas a actores clave en la dinámica de los cruceros turísticos en el destino. En total se realizaron seis entrevistas en profundidad; tres a importantes colaboradores de la Terminal Costa Maya: al Director Comercial ITM Group, a la Gerente de Marca del Corporativo, a cargo de la terminal de cruceros y del Parque temático y al Gerente de la Terminal, y los tres restantes a una empleada de una tienda de artesanías de la terminal, a un conductor de autobuses que transporta turistas que realizan excursiones y a un taxista.
- 11 Las entrevistas se espaciaron durante 60 a 120 minutos y combinaron la presencia en despacho, como recorridos por la terminal y el parque de atracciones. En todos los casos se hicieron entrevistas semiestructuradas, basadas en una preparación previa, sin que condicionar la libertad de los entrevistados de profundizar libremente en otros aspectos complementarios. Esta información fue complementada y revisada con informes públicos, además de con la bibliografía previamente señalada. Todas las

entrevistas fueron grabadas, transcritas y analizadas en función de la estructuración de las mismas.

- 12 Durante la jornada del 2 de noviembre de 2017, se presencié el atraque y las operaciones para recibir a tres embarcaciones de gran tamaño que transportaban en total más de 16.000 personas entre pasajeros y tripulantes. Posteriormente, se realizaron entrevistas y observación de la dinámica de un día de cruceros en los alrededores de la terminal. Finalmente, luego del trabajo de campo, se completó el análisis de antecedentes con temas identificados durante la investigación en el área.

1. El devenir de Mahahual como destino turístico

- 13 La zona denominada Costa Maya, donde se ubica la localidad de Mahahual, es una franja de 130 Km de litoral que une Punta Herrero a Xcalak. Se encuentra en el sur del Estado mexicano de Quintana Roo, cuyo centro turístico neurálgico es Cancún y la mundialmente conocida Riviera Maya.
- 14 A principios del siglo XX, ya concluido el conflicto conocido como Guerra de Castas, esta franja de la costa sur quintanarroense que había permanecido despoblada hasta casi finales del siglo XIX, se fue repoblando a partir de cesiones de tierras donde se establecieron campamentos pesqueros y ranchos copreros en el litoral (Navarro, 2010; López, 2012).
- 15 En la década de los años treinta del siglo XX inició el auge comercial de la copra, pero fue el boom del chicle que influyó en el crecimiento de la población y en el despunte de la economía regional. Los años de gran bonanza duraron hasta 1955 cuando los huracanes *Hilda*, primero, y luego *Janet*, golpearon toda la franja litoral. Los grandes daños de los huracanes provocaron un colapso de la economía del sur del Estado y la actividad pesquera, que hasta el momento había sido marginal, se convirtió en base de la economía enfocada especialmente en especies de alta rentabilidad como la langosta y el caracol. La creación de la primera cooperativa de producción pesquera en 1959 promovió el asentamiento de más población. Durante los años ochenta se fueron estableciendo varios campamentos pesqueros a lo largo de la costa, que posteriormente se conformaron en colonias (López, 2012).
- 16 Sin embargo, en la búsqueda de opciones de desarrollo económico que reactivaran la economía, y en el marco del surgimiento del proyecto internacional Mundo Maya, se diseñó un plan turístico en la costa sur de Quintana Roo, con el fin que una adecuada planificación evitara los errores que se habían dado en Cancún. A finales de 1994 fue presentado el Plan Maestro Costa Maya que, de forma contraria a lo previsto, contemplaba el desarrollo de Mahahual como destino de sol y playa, golf y marinas (Navarro, 2010).
- 17 Durante los años noventa surgieron una serie de planes y proyectos en la zona Costa Maya y se realizaron obras de servicios públicos e infraestructuras federales y estatales, como la carretera costera con el fin de integrar la zona sur a la actividad turística. En 1996 cambió el ordenamiento territorial de la costa no sólo por el proyecto Costa Maya, sino también por la declaratoria de la Reserva de la Biosfera del Banco Chinchorro y en 1998 nació el proyecto de Manejo Integrado de Recursos Costeros en Mahahual, con el fin de conservar los recursos costeros críticos, elaborado de forma conjunta por Universidades y ONG's (López, 2012).

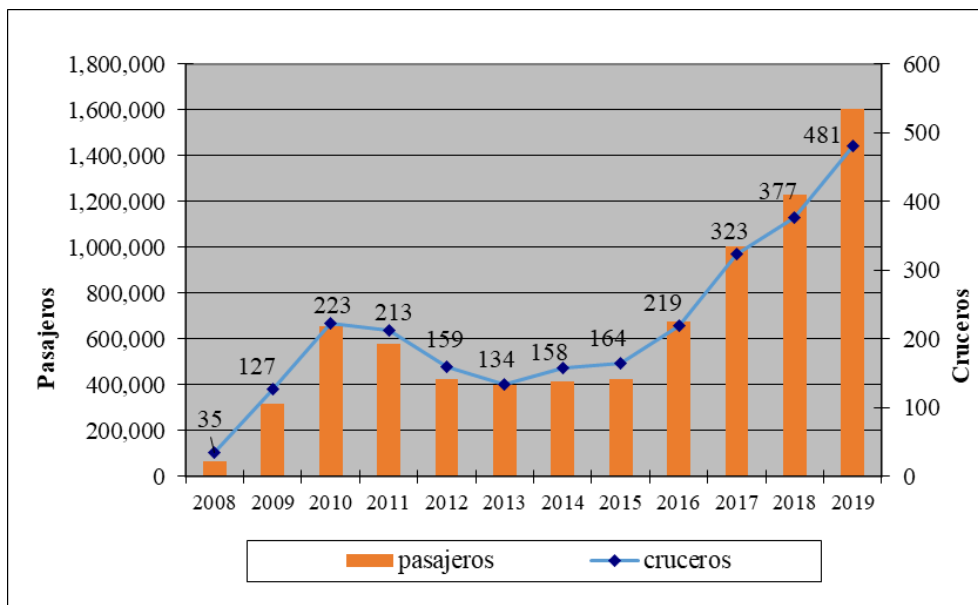
- 18 Finalmente, en octubre de 2000 se publicó el Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial de Costa Maya, el cual constituiría el instrumento de planeación de la zona, en el cual se plantearon diferentes densidades de desarrollo turístico en busca de promover la conservación de los recursos naturales y de realizar actividades económicas que proporcionen beneficios a la economía local y regional (López, 2012). Se trataba de un documento programático que tenía como objetivo promover el turismo sustentable, generando una dinámica integradora con los demás sectores de la economía, desarrollo social para la población y aprovechando la biodiversidad como potencial para captar nuevos segmentos turísticos.

2. Irrupción de la Terminal de Cruceros Costa Maya

- 19 A pesar de este marco de desarrollo turístico sustentable, en 1999 la Secretaría de Comunicaciones y Transporte (SCT) de México otorgó por primera vez el título de concesión a favor de la empresa Promociones Turísticas Mahahual, con el fin de usar y aprovechar bienes de dominio público de la Federación, consistente en una zona marítima operacional, con la construcción y operación de una terminal portuaria internacional de cruceros (Noticaribe, 2011), construida en un área sin tradición ni tráfico portuario.
- 20 La Terminal Costa Maya es la primera y única terminal de cruceros de México que nació ajena a una Administración Portuaria Integral, que en el caso de Quintana Roo es administrada por el gobierno del estado desde 1996. Dada su concesión directa por la SCT, nació y opera ajena al gobierno estatal (Martínez, 2011).
- 21 Se trata de una nueva tendencia en los puertos de cruceros, que se mueven desde puertos tradicionales, y su organización a través de la Autoridad Portuaria correspondiente, hacia puertos privados o privatizados, como se puede comprobar también en el puerto de Falmouth en Jamaica (Sprague-Silgado, 2017).
- 22 Durante 2001, en su primer año de operaciones, la Terminal Costa Maya recibió 37 embarcaciones y un total de 75.419 pasajeros. En sólo cinco años (2002-2006), la llegada de cruceros a Mahahual aumentó en un 145% (Sosa y Martínez, 2016) y para 2006, el puerto ocupaba el segundo lugar a nivel nacional en movimientos de cruceros con 365 arribos y recepción de 749.068 pasajeros (Datatur, 2010).
- 23 El paso del huracán *Dean* en agosto 2007 produjo una importante caída de su dinámica al resultar destruida la terminal (Babinger, 2015). En 2008, su reconstrucción solo permitió el arribo de 35 embarcaciones con apenas 65.000 pasajeros (Gráfico 1) lo que favoreció a Puerto Progreso que, a pesar de estar localizado en el estado de Yucatán sobre el litoral del Golfo de México, tiene una posición estratégica para los cruceros que utilizan los *Home Ports* del sur de Estados Unidos y logró captar los arribos reposicionados (Babinger y Martínez, 2015).
- 24 La recuperación de los daños posteriores a *Dean* fue lenta y agravada por dos eventualidades. Por un lado, la crisis económica iniciada en 2008 y su consecuente recesión mundial que afectó el mercado de los cruceros turísticos, en especial el estadounidense. Por otro, la contingencia sanitaria por el virus de la Influenza AH1N1 con foco en México, que generó un *Travel Advisory* por parte del Centro para el Control y Prevención de Enfermedades de Estados Unidos, provocando que entre abril y mayo de 2009, ningún puerto nacional recibiera cruceros turísticos (Martínez, 2011).

- 25 A pesar del mal cierre de la primera década del siglo XXI para la Terminal Costa Maya, el balance fue muy favorable, dado que en el periodo 2001-2010 obtuvo una tasa de crecimiento medio anual en arribo de pasajeros de 27,2% sostenida por el fuerte crecimiento hasta 2007 y sumado al impulso a la actividad de cruceros mediante políticas públicas y el fuerte incremento de los recorridos en la Ruta Caribe Occidental (Martínez, 2011).
- 26 Durante el 2011, la empresa concesionaria de la Terminal obtuvo una ampliación del plazo de vigencia de la concesión, que en su decreto original de 1999 era solo de 15 años. Esta modificación le autoriza operar el muelle de cruceros hasta 2059. La justificación argumentada se basó en los millonarios daños producidos en la infraestructura por el paso del huracán *Dean*, que no permitirían recuperar la inversión en el periodo original, dado que las obras reconstrucción del muelle alcanzaron los 52 millones de dólares (Noticaribe, 2011).
- 27 Entre 2011 al 2013, la llegada de cruceros en Mahahual presentó un importante decremento (Gráfico 1), -25% (159 arribos) en 2012 y -15% en 2013 (134 cruceros). Las causas de la disminución que se pueden citar son varias: la lenta recuperación de los recorridos perdidos luego de la crisis económica, la reorganización y ajuste de itinerarios en la ruta Caribe Occidental a causa de los altos costos del combustible y el aumento de la competencia con nuevas terminales en la Isla Roatán (Honduras) y Belice, además de la cancelación de 18 arribos programados del *Carnival Triumph* en 2013 a raíz de su incendio (Caribbean News Digital, 2012; Sosa y Martínez, 2016).
- 28 A partir de 2014 inicia la recuperación del arribo de cruceros a Mahahual acompañada de un reposicionamiento de la terminal dentro de las rutas del Caribe, recuperando los arribos de líneas navieras como *Disney Cruises*, *Holland America Lines*, *MSC* y *Norwegian Cruise Lines*. Esta última compañía construyó una Terminal de cruceros en Harvest Caye (Belice), la cual desde 2016 benefició a Costa Maya por su cercanía al integrarla en la mayoría de sus itinerarios.

Gráfico 1. Terminal Costa Maya: Evolución histórica de arribos de cruceros y pasajeros, 2008-2018



Fuente: elaborado con base en Datur (2020)

- 29 Por otra parte, el Grupo ITM¹, a quien pertenece la concesión de la Terminal de cruceros Costa Maya, realizó una nueva inversión bajo una clara estrategia de integración vertical con su muelle, iniciando la construcción de un parque acuático-recreativo en Mahahual, con base en la cultura maya, por valor de 12 millones de dólares localizado en un predio de cinco hectáreas, a solo 600 metros de la Terminal Costa Maya (Reportur, 2015). Es importante destacar que los terrenos donde se construyó el parque poseían uso de suelo habitacional dentro del Programa de Desarrollo Urbano de Mahahual; sin embargo, el Cabildo del municipio Othón P. Blanco al que pertenece la localidad, realizó la modificación del uso para permitir el desarrollo de actividades turísticas (Noticaribe, 2014). De forma paralela, se produjeron cambios en la administración de la Terminal Costa Maya, con la incorporación de nueva gerencia con una visión empresarial diferente que incorporó innovadoras estrategias de mercadotecnia y ventas.

Imagen 1. Vista desde la pirámide del Parque Temático hacia la Terminal de Cruceros



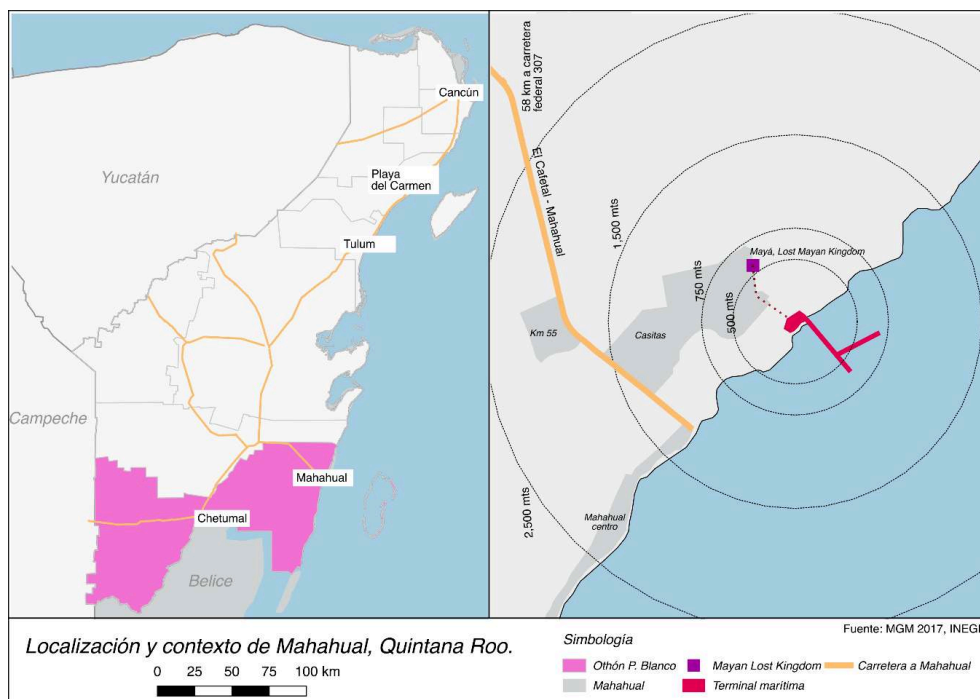
Fuente: los autores.

- 30 La nueva oferta de atractivos en el destino, con la apertura del Parque *Mayá, Lost Mayan Kingdom* a finales de 2015, y el cambio en dirección del corporativo, propiciaron un fuerte incremento en el arribo de cruceros. En 2016, la llegada de pasajeros aumentó un 58% respecto al año anterior; el 2017 fue un año récord al superar el millón de visitantes de cruceros, lo que significó un 48% más de pasajeros respecto al 2016 y el 2018 mantuvo su tendencia creciente con un aumento del 22% de la llegada de excursionistas (Gráfico 1).
- 31 En la Imagen 2 se puede apreciar el mapa de localización y el contexto de Mahahual en el conjunto de Quintana Roo y, sobre todo, la relación urbano-turística existente entre

la terminal de cruceros, el parque temático, el área residencial Casitas y el centro de Mahahual.

- 32 En este sentido, queda patente la separación del muelle y del parque del centro urbano que, aparte de alguna excursión puntual de los cruceristas en transporte contratado, se queda al margen de la actividad de la terminal. El parque temático se encuentra a escasos 500 metros de la misma y cuenta con transporte directo y continuo de ida y vuelta para que los cruceristas permanezcan de forma continua en el paisaje de fantasía que se analizará más adelante. De esta manera, no hay solución de continuidad entre el muelle, la terminal con su plaza comercial y el parque temático, formando una única unidad con servicios turísticos exclusivos dedicados a los visitantes que llegan en barco.
- 33 En las áreas aledañas a la terminal de cruceros, en torno a 750 metros del muelle, solamente hay un espacio de lotes vacíos sin desarrollo urbanístico que enlazan con el área residencial “Casitas”, a un kilómetro y medio de las instalaciones de Costa Maya, que no dispone de servicio turístico alguno. Finalmente estaría el centro urbano de Mahahual frente a la costa con desarrollos turísticos claros de paseo marítimo, hoteles, restaurantes y empresas dedicadas al turista. Pero, a más de dos kilómetros y medio en línea recta, éste no participa directamente de la actividad de la terminal.
- 34 Así, el crucerista permanece encapsulado en el *fantasyscape* creado por la burbuja turística continua formada por el muelle, la terminal con plaza comercial y el parque temático, reforzando las relaciones entre ellos y sin participar de la vida del entorno y del centro urbano de Mahahual.

Imagen 2. Mapa de localización y contexto de Mahahual, Quintana Roo.



Fuente: elaboración propia basada en MGM 2017, INEGI.

- 35 Finalmente, para cerrar la segunda década del siglo XXI, en 2018 se realizaron obras de ampliación del muelle por 200 metros, lo cual significó una cuarta posición de atraque para cruceros turísticos de gran envergadura (Moncibays, 2018). Estas obras

permitieron alcanzar en 2019 un récord en arribos con 481 barcos y 1.604.435 pasajeros, 30% más de cruceristas que el año anterior.

3. Tematización de la experiencia de cruceros a través del relato

- 36 Los cruceros se han convertido en algo más que un mero soporte de transporte de un destino a otro. Como se ha comentado anteriormente, el crucero es así no solamente una burbuja turística flotante, sino que ahora es un parque temático flotante, o un “Las Vegas” sobre el agua (Dehoorne, Murat y demás, 2009). Ya hace más de veinte años, Judd (1999) decía que la «burbuja turística era como un parque temático», creando espacios diferentes y diferenciados de su entorno.
- 37 La tematización, tan exitosa en los parques temáticos surgidos a partir de la mitad del siglo pasado, ha sido una de las estrategias adoptadas por los cruceros para diversificar y captar una nueva demanda. Sin embargo, a diferencia de los destinos tradicionales donde suele ser utilizada para la renovación y reestructuración de centros turísticos maduros, en el caso de los cruceros turísticos la creación de espacios tematizados se observa como estrategia en destinos de cruceros emergentes.
- 38 La tematización en el mundo de los cruceros ha sido tratada por Weaver (2011), basándose entre otros en Bryman (2004), que los relaciona con imágenes de paraíso, lugares notables y relacionados con la historia. Como prosigue Weaver (2011), se trata de espacios diseñados para ofrecer placer y sorprender al visitante.
- 39 Nuestro espacio de estudio cumple perfectamente con las dimensiones que menciona Åström (2018) para conseguir una experiencia tematizada integrada: cohesión, experiencia, espacio, elementos temáticos y narrativa (*storytelling*), lo que deviene en lo que hemos denominado “paisaje de fantasía” en el que se desenvuelven los cruceristas.
- 40 Una de las claves del éxito reflejado en los últimos años de crecimiento en el arribo de pasajeros a la terminal Puerta Maya, reside en la estrategia basada en la tematización y la creación de un *fantasyscape ad hoc*, asociado a la elaboración de un relato o *main story* en torno a la escala en Costa Maya y las excursiones terrestres desarrolladas en el destino. Estaríamos ante la «disneyzación inmanente» de Córdoba (2009), amparada en una narrativa preexistente o, como es nuestro caso, inventada.
- 41 Tal como comenta por ejemplo Bryman (2004), la tematización requiere de una narrativa para distinguirla de otras adaptaciones más simples, es lo que diferencia lugares realmente “tematizados” de otros simplemente decorados. En Costa Maya, la temática desarrollada se vuelve eje articulador no solo de la Terminal, sino también del Parque Temático *Mayá, Lost Mayan Kingdom* y de la agencia de viajes Turismo Alternativo, que ofrece excursiones terrestres a los pasajeros de los cruceros; todas operando como un *clúster* turístico perteneciendo a un único grupo empresarial, siguiendo una única narrativa común.
- 42 Siguiendo la categorización de Beardsworth y Bryman (1999) sobre la tematización, Costa Maya participaría a la vez de dos categorías. Por un lado, étnico, siguiendo el aspecto “mexicano” que pueden esperar los cruceristas, especialmente los estadounidenses. Por otro, parodia, recreando el descubrimiento de antiguos templos de la jungla al más puro estilo “Indiana Jones”.

- 43 Desde el momento que el visitante de cruceros desembarca en Costa Maya, inicia una experiencia turística tematizada. Desde los muelles, la vista de la Terminal se destaca por sus construcciones de madera y techos de palapa con hojas de palma y una construcción de material que pretende emular un falso arco maya (con forma de V invertida, Imagen 3) que hace de ingreso a la plaza comercial. Presentando así un paisaje de antiguo pueblo maya, como expresión de autenticidad representada, en términos de (McCannel, 1976, en Cohen, 2005).

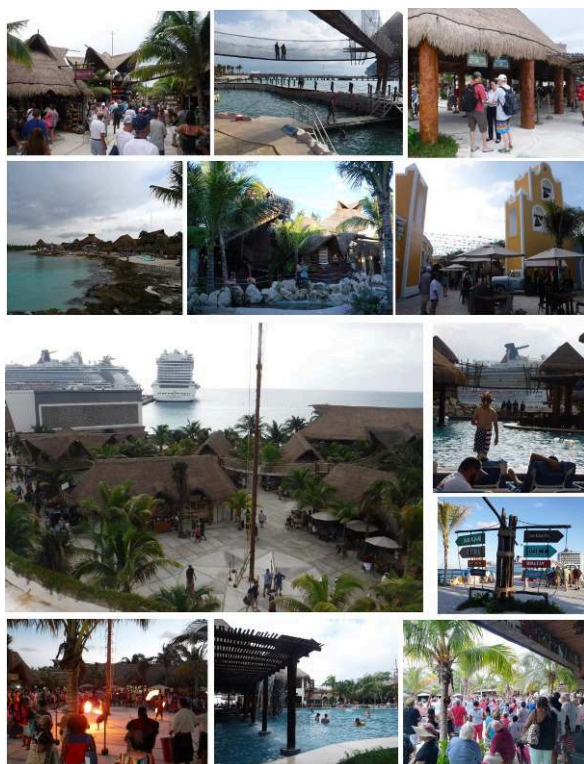
Imagen 3. Vista de Terminal Costa Maya desde el muelle



Fuente: los autores.

- 44 La terminal está organizada en varias áreas tematizadas: al finalizar el muelle se encuentra una gran área de espera para los visitantes que tienen contratadas excursiones; los que ingresan al área comercial de la terminal, pasan por el “arco maya” y se encuentran con una plaza central rodeada de locales construidos en madera y con techos de hojas de palma, donde se puede encontrar todo tipo de tiendas de *souvenirs*, bares y restaurantes. En el extremo de la terminal, la arquitectura cambia y las construcciones de material recrean un pueblo colonial, donde también hay negocios y tiendas (Imagen 4).
- 45 De la información de las entrevistas se obtuvo que, a partir de los cambios de gestión en 2015, se mejoraron y ampliaron las instalaciones de la Terminal incorporando una piscina, camastros para tomar sol y un *pool bar*. Además, se instaló un aviario y se instaló un pequeño delfinario, ambas actividades con cargo extra (Imagen 4). Por último, para entretener a los visitantes y permanezcan en la terminal, se presentan espectáculos de tipo callejeros con piratas disfrazados, bailes con fuego y el show de los “voladores de Papantla”.

Imagen 4. Áreas temáticas de la Terminal Costa Maya



Fuente: los autores.

- 46 De la observación realizada el día 2 de noviembre con arribo récord y la información obtenida de las entrevistas, se puede afirmar que, en promedio, el 80% de los pasajeros transportados por los cruceros desciende en la escala de Mahahual; del total desembarcado un 30% realiza excursiones contratadas a bordo del barco, el 25% decide concurrir el centro de Mahahual y un 45% permanece en la terminal, disfrutando de sus instalaciones, realizando compras de *souvenir* y consumiendo en bares y restaurantes.
- 47 Como resultado de las entrevistas realizadas al personal de la Terminal Costa Maya se obtuvo que la capacidad de la terminal es de 17.000 personas, pudiendo ampliarse a 20.000. La duración de la escala tiene un promedio de 8 horas, por lo cual la concurrencia de visitantes en la terminal fluctúa durante el día, con picos de saturación en el desembarco y previo a la partida de las embarcaciones. Los tripulantes también descienden en importante cantidad, dado que en la terminal existe servicio gratuito de wifi y aprovechan a comunicarse con familiares. No es un tema menor, ya que los tripulantes se convierten en prescriptores de los destinos y, en este caso, preferirán aquellos pocos que le dan alguna ventaja comparativa. La conexión gratuita de wifi es, sin lugar a dudas, un punto a favor del Puerto Costa Maya. Además, para mejorar el servicio brindado al personal de cruceros, a fines de 2017 se estaba construyendo un área exclusiva para la tripulación.
- 48 El grupo empresarial ITM, concesionario de la terminal, ofrece una gran variedad de servicios dentro de la misma: tiene a cargo todos los bares y locales de alimentos y bebidas de la plaza comercial y la única tienda que vende chocolate artesanal, actividad que forma parte de la tematización del destino. Además, son propietarios de varias empresas relacionadas con las excursiones terrestres que realizan los pasajeros de cruceros, entre ellas: Turismo de Aventura, una de las tres empresas que realizan las

excursiones terrestres, los clubes de playa Uvero y *Escape Beach*, también ofrecidos a bordo de los cruceros, y el Parque *Mayá, Lost Mayan Kingdom*.

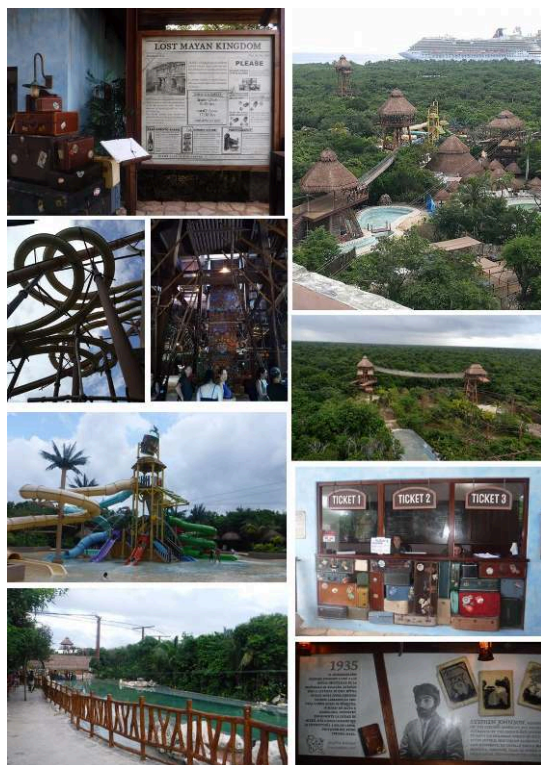
- 49 En este tipo de puertos-destino los cruceristas ya no interactúan con los locales (tiendas, vendedores, etc.), sino que se mueven en espacios de fantasía que recrean y mejoran el destino en función de la expectativa del pasajero. Las compañías han canalizado a los cruceristas hacia mercados controlados por las navieras y/o los puertos (Sprague-Silgado, 2017). Como denuncia este autor, «los pasajeros creen formar parte de mercados locales, cuando en realidad están operando a través de cadenas de acumulación controladas por compañías de cruceros transnacionales»
- 50 Los cruceristas se quedan en el puerto o salen a las excursiones o al parque temático, todos controlados por la compañía del puerto. Estamos inmersos en el *fantasyscape*, una recreación disneyzada que, siguiendo a Córdoba (2009), crea segregación social y funcional del espacio. Pocos salen al pueblo de Mahahual, muy pocos lo hacen de forma individual y libre y aún menos se ven movimientos contrarios de población local que entra al puerto, exceptuando los taxis con licencia tras pasar un control exhaustivo en la barrera de entrada. Kerswill y Mair (2015) ya lo han podido comprobar en Falmouth, Jamaica, donde se repite este mismo modelo, aunque con la diferencia que las actividades en Costa Maya no están controladas exclusivamente por las navieras, sino por la empresa dueña del puerto.
- 51 Sin embargo, no todo es negativo, porque como explican Kerswill y Mair (2015), no existe alternativa al puerto de crucero. Por lo tanto, aunque los impactos económicos en la economía local parecen limitados, la alternativa es que la derrama económica por crucero, con más de un millón y medio de pasajeros al año, desaparezca por completo.

4. *Fantasyscape* como resultado de la hipertematización de Costa Maya

- 52 La apertura del Parque *Mayá, Lost Mayan Kingdom* promovió el fortalecimiento del *fantasyscape*, al reforzar y culminar en sus instalaciones con el relato que le da integración a la escala en Costa Maya y sus atractivos. Se trata de una expresión de autenticidad representada manifiesta (McCannell, 1976, citado por Cohen, 2005), donde el relato adquiere realidad, la visita al parque temático se convierte en una verdadera expedición llena de adrenalina que desafía las leyendas de la mitología maya y sumerge al visitante en «*las profundidades de la jungla de Mahahual*», a través de una misteriosa historia de aventura, como lo señala su página de internet oficial [1]. La ambientación, decoración con objetos antiguos y el estilo arquitectónico de sus edificios, junto con la cartelería de las distintas áreas, desarrollan el relato: «*En 1935 el expedicionario Stephen Johnson llegó a las costas orientales de la Península de Yucatán atraído por la leyenda de una mítica ciudad maya cuyos edificios fueron labrados en oro. Tras varios meses de búsqueda inmerso en selva y manglares, encontró finalmente la ciudad de Mayá, más nunca imagino que se enfrentaría a Balam Cahob protector del Reino Perdido Maya*» (Imagen 5).
- 53 El parque, que se pudo visitar durante el trabajo de campo, está concebido con base a la cultura maya; ocupa una superficie de 90,000 metros² y posee una capacidad de 1,000 visitantes. Su estructura más emblemática es una réplica de una pirámide maya, para ser visible desde los cruceros a su arribo (Imagen 5). Además, ofrece albercas, áreas de camastros, tirolesas, juegos y toboganes de agua, ríos artificiales y una zona comercial

con área de alimentos. El valor de la entrada, dependiendo la temporada, es de alrededor de 99 dólares (precio adulto y para mayores de 12 años) e incluye el acceso al parque completo.

Imagen 5. Composición con fotografías del Parque *Mayá, Lost Mayan Kingdom*



Fuente: los autores.

- 54 Con todo, nuestro concepto de *fantasyscape* se aleja del turismo de fantasía ideado por Cohen (2005), ya que, aunque lo relacionamos con la tematización, no lo hace con la autenticidad. En un paisaje de fantasía, el turista, el crucerista no busca la autenticidad, sino precisamente este paisaje de fantasía. Los puertos y destinos se convierten en extensión del entorno de fantasía del barco para seguir ofreciendo *fantasyscapes* a los cruceristas una vez en tierra.
- 55 Podemos encontrar un inicio de la idea del *fantasyscape* en Wood (2000), cuando habla de «paisajes postmodernos», siendo espacios despegados de la cultura y la sociedad locales y recreados a través de la tematización, en la línea de lo que hemos comentado anteriormente. Por otro lado, podemos poner el *fantasyscape* en relación con el «*musicscape*» de Cashman (2014), aunque en este caso se refiere al «paisaje musical» a bordo, no en el destino. Al igual que ocurre con el «*experiencescape*», «*dreamworld*» y el «paisaje de placer» de los barcos de Carnival que menciona Kolberg (2016), aunque no los convierte en lo que sería el análogo «*pleasurescape*».
- 56 La burbuja turística de los cruceros se convierte en un paisaje de fantasía a bordo y en algunos destinos que se convierten en su prolongación, como hemos comentado anteriormente. Así, en Costa Maya el *fantasyscape* del puerto es una supuesta recreación de lo que sería un destino caribeño “de fantasía”, con elementos que el crucerista supone forman parte de este entorno “real”. Sin embargo, al igual que lo describía Garín (2006) para Ocho Ríos en Jamaica, se trata de un espacio disfrazado

representando una versión populista y “limpia” de la cultura local, mientras que a la población local le es impedido el acceso al recinto.

- 57 A pesar de todo, hay que tener en cuenta que el protagonista es el turista. Si el *fantasyscape* cumple con sus expectativas, no estamos necesariamente frente a algo “negativo”. La percepción del crucerista ante el paisaje de fantasía es lo que realmente mueve a la industria, no la discusión sobre su hipotética autenticidad.

Conclusiones

- 58 El producto del crucero no es el Caribe, ni las escalas, sino las actividades y las atracciones ofertadas por la burbuja turística del barco y su prolongación terrestre el tiempo de la escala correspondiente, independientemente del espacio geográfico real.
- 59 Costa Maya podría considerarse como modelo sin solución de continuidad entre la oferta del barco y el destino. La terminal es un claro ejemplo de esta prolongación de la burbuja turística del barco en destino, con las tiendas pertenecientes a la misma empresa, como ocurre igualmente con el parque temático adyacente y sus excursiones.
- 60 Finalmente, quedaría por resaltar que este tipo de puerto significa la anulación del destino circundante, ya que el pasajero no sale de su burbuja y desconoce el lugar real en el que el barco ha tomado tierra. Lugar hábilmente ocultado por una excelente organización con la que se asegura que los beneficios se concentran en una única empresa. Al final, es el mayor inversor el que intenta, también, sacar los mayores beneficios.
- 61 La relevancia de esta investigación radica en que brinda información novedosa sobre la estrategia de tematización basada en la conformación de un *clúster* turístico que abarca todos los ámbitos de la escala de un crucero en un destino emergente.
- 62 Los resultados indican el acierto de la nueva estrategia empresarial emprendida, reflejados en el crecimiento absoluto y relativo del arribo de barcos y pasajeros a la terminal de Costa Maya desde su implementación. La diversidad de cruceros que arriban al puerto es otro de los indicadores que afianzan la estrategia emprendida. No obstante, también queda establecida su exponente como destino de cruceros desterritorializado, en un momento de aparición de nuevas islas privadas, propiedad de las empresas navieras, que podrían erigirse en nuevos competidores de Costa Maya.
- 63 Desde el punto de vista del grupo empresarial, Costa Maya posee un producto muy competitivo, dada su excelente relación precio-calidad del servicio comparada con otras escalas de la ruta caribe Occidental. Además, destacan que el turista sigue queriendo “hacer playa”, por lo cual todas las excursiones ofrecidas incluyen una visita y relax en playas. Por otra parte, las instalaciones de la terminal fueron remodeladas para ofrecer más servicios sin cargo, así captar a los turistas y tripulantes que descienden. Por ej. para usar la alberca, los camastros y la señal de internet, no se requiere adquirir ningún producto o servicio. Otro aspecto a destacar de la nueva gestión empresarial que asumió la terminal son sus estrategias de mercadotecnia con promoción más agresiva en vista de mantener altos niveles de ocupación de muelles.
- 64 Con la aparición de los puertos privados se ha dado la integración vertical, ligada al afán por parte de las navieras de controlar directa o indirectamente la oferta en los puertos. En el caso de Puerto Costa Maya, el control de las actividades portuarias, y más

aún la de las turísticas, no están ligadas directamente con las compañías de cruceros, pero si por parte de una única empresa, Costa Maya.

- 65 La forma de integración vertical de la empresa Costa Maya ha logrado encadenamientos con otras empresas propias de servicios turísticos asociadas a las actividades que realizan los visitantes de cruceros en el destino. La conformación de *clústeres* turísticos forma parte de la necesaria coordinación entre todos los agentes involucrados en la actividad para conseguir una oferta integral para los cruceristas, que incluye asociaciones entre las navieras, los puertos y los agentes turísticos (*shore excursions*, guías, transporte, etc.) para aumentar su potencial en los destinos.
- 66 Es lo que se ha podido comprobar en Puerto Costa Maya, donde la coordinación y cooperación entre la empresa principal y las navieras es total e integrada. Para ello ayuda la integración vertical de la empresa, que garantiza la coordinación perfecta entre todas las actividades en el destino, siendo así un único interlocutor con las navieras. Por otro lado, esta situación difiere de muchos otros destinos y permite una mayor presión frente a las navieras, que se encuentran en una posición menos dominante que en otros puertos y destinos del Caribe Occidental.
- 67 Para profundizar en esta idea, habría que identificar concretamente quiénes conforman estos clústeres, en qué medida cooperan de forma efectiva y hasta qué punto están todos integrados, con el fin de entender las interrelaciones y reconocer las relaciones de poder existentes entre los diferentes agentes implicados.
- 68 El clúster constituye la forma más conveniente de enfrentar la creciente competencia internacional, pues a través del mismo, se articulan canales de integración productiva de empresas dedicadas a actividades complementarias ubicadas en el espacio geográfico, con lo cual se alcanzan mayores niveles de productividad.
- 69 Podemos concluir que la conformación de clústeres para la actividad de cruceros en Costa Maya, ha sido una estrategia exitosa para mejorar los niveles de competitividad de la Terminal de cruceros y las unidades productivas afines en la localidad y región.

BIBLIOGRAFÍA

Åström, J. (2018). « Exploring theming dimensions in a tourism context », *European Journal of Tourism Research*, 20: 5-27.

Babinger, F. (2015). « Los cruceros en Progreso, Yucatán, México. Impresiones de los Stake Holder implicados », en Espinosa, A. y F.J. Antón (eds.), *El papel de los servicios en la construcción del territorio: Redes y Actores*, Universidad de Alicante, Asociación de Geógrafos Españoles: 491-511.

Babinger, F. y C.I. Martínez (2015). « Diversificación de la oferta turística y repercusiones territoriales de los cruceros en Progreso, Yucatán, México », en Nel-lo, M., B.L. Campo y A.P. Sosa (eds.), *Temas pendientes y nuevas oportunidades en Turismo y Cooperación al desarrollo*, Universidad de Quintana Roo, Universitat Rovira i Virgili y Universidad del Caribe: 377-389.

- Beardsworth, A. y A. Bryman (1999). « Late modernity and the dynamics of quasification: The case of the themed restaurant », *The Sociological Review*, 47, 2: 228-257.
- Bryman, A. (2004). *The Disneyization of Society*, London, Sage Publications Ltd.
- Caribbean News Digital (2012). « Pronostican fuerte actividad de cruceros para Costa Maya, en el Caribe de México », 15 de octubre de 2012, <https://www.caribbeannewsdigital.com/es/noticia/pronostican-fuerte-actividad-de-cruceros-para-costa-maya-en-el-caribe-de-mexico>, consultado el 10 de abril de 2020.
- Cashman, D. (2014). « Music and (Touristic) Meaning on Cruise Ships: The Musicscape of the MV Carnival Paradise as a Semiotic Tourism Product », *IASPM Journal*, 4, 2: 85-102.
- Cohen, E. (2005). « Principales tendencias en el turismo contemporáneo », *Política y Sociedad*, 42, 1: 11-24.
- Córdoba, J. (2009). « Turismo, desarrollo y disneyización: ¿Una cuestión de recursos o de ingenio? », *Investigaciones Geográficas*, 70: 33-54.
- Dehoorne, O., C. Murat y N. Petit-Charles (2009). « Le tourisme de croisière dans l'espace caribéen: évolutions récentes et enjeux de développement », *Revista Études caribéennes*, URL: <<https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/3843>>, nº13-14.
- Dickinson, B. y A. Vladimir (1997). *Selling the Sea: An Inside Look at the Cruise Industry*, New York, John Wiley & Sons, Inc.
- Elías, S.R. y C.M. Tuma (2009). « Turismo y teoría de clústers, las potencialidades de la localidad de Monte Hermoso », *Aportes y Transferencias*, 13, 1: 67-92.
- Jaakson, R. (2004). « Beyond the tourist bubble? Cruiseship Passengers in Port », *Annals of Tourism Research*, 31, 1: 44-60.
- Judd, D. (1999). « Constructing the Tourist Bubble », en Judd, D. y S. Fainstein (eds.), *The Tourist City*, New Haven, Yale University Press: 35-53.
- Kerswill, M. y Mair, H. (2015). « Big Ships, Small Towns: Understanding Cruise Port Development in Falmouth, Jamaica », *Tourism in Marine Environments*, 10, 3-4: 189-199.
- Kolberg, S. (2016). « Constructing a “democratic” dreamworld: Carnival cruise ships and an aesthetic of optimism », *Journal of Consumer Culture*, 16, 1: 3-21.
- López, A. (2012). « Desarrollo turístico e inequidad: el caso de Mahahual en Costa Maya, Quintana Roo », en Marín Guardado, G., A. García de Fuentes y M. Daltabuit Godás (coords.), *Turismo, globalización y sociedades locales en la península de Yucatán, México, Colección Pasos Edita, 7. Revista Pasos de Turismo y Patrimonio Cultural*: 109-137.
- Martínez, C. (2011). « Organización espacial del turismo de cruceros en México », *Revista Études caribéennes*, URL: <https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/5077>, nº 18.
- Moncibays, A. (2018). « Tendrá Mahahual cuarta posición de atraque en busca de cruceros europeos », en *Noticias de la Industria Turística (NITU)*, 8 de enero de 2018, <https://www.nitu.mx/index.php/2018/01/08/isaac-hamui-en-junio-lista-cuarto-posicion-de-muelle-en-mahahual-para-atraer-cruceros-europeos/>, consultado 16 de abril 2020.
- Navarro, M. (2010). « Desarrollo Sostenible en Mahahual, la segunda oportunidad para el sector turismo de Quintana Roo », en Campos, B. (coord.), *Análisis Territorial del Turismo. Región Costa Maya*, Plaza y Valdés Editores y Universidad de Quintana Roo, México: 221-232.
- Noticaribe (2011). « Amplían hasta el 2059 concesión del muelle de Mahahual a Hamui », 15 de julio de 2011, <https://noticaribe.com.mx/2011/07/15/>

amplian_hasta_el_2059_concesion_del_muelle_de_mahahual_a_hamui/, consultado el 10 de abril de 2020.

Noticaribe (2014). « Da cabildo de Othón P. Blanco 'luz verde' a Isaac Hamui para construir parque acuático en Mahahual », 25 de abril de 2014, <https://noticaribe.com.mx/2014/04/25/da-cabildo-de-opb-luz-verde-a-isaac-hamui-para-construir-parque-acuatico-en-mahahuall/>, consultado el 10 de abril de 2020.

Reportur (2015). « Corporativo Costa Maya construirá parque temático en Mahahual », 8 de junio de 2015, <https://www.reportur.com/mexico/2015/06/18/corporativo-costa-maya-construira-parque-tematico-en-mahahual/>, consultado el 10 de abril de 2020.

Ritzer, G. (2004). *The McDonaldization of society: revised new century edition*, Thousand Oaks, CA, Pine Forge Press.

Sosa, A.P. y C. Martínez (2016). « El turismo de cruceros y la transformación del paisaje: Majahual, México », *Revista Periplo Sustentable*, URL: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193449985002>>, nº 31.

Sprague-Silgado, J. (2017). « The Caribbean Cruise Ship Business and the Emergence of a Transnational Capitalist Class », *Journal of world-systems research*, 23, 1: 93-125.

Supersudaca, S. Saavedra, M. Delgado y F. Madrazo (2020). « From HERITAGE to Feritage: How economic path dependencies in the Caribbean cruise destinations are distorting the uses of heritage architecture and urban form », en: Hein, C. (ed.), *Adaptive Strategies for Water Heritage*, Springer, Cham: 363-381.

Weaver, A. (2005a). « The McDonaldization thesis and cruise tourism », *Annals of Tourism Research*, 32, 2: 346-366.

Weaver, A. (2005b). « Spaces of containment and revenue capture: "Super-sized" cruise ships as mobile tourism enclaves », *Tourism Geographies*, 7, 2: 165-184.

Weaver, A. (2006). « The Disneyization of cruise travel », en Dowling, R.K. (ed.), *Cruise ship tourism*, CABI Publishing: 389-396.

Weaver, A. (2011). « The fragmentation of markets, neo-tribes, nostalgia, and the culture of celebrity: The rise of themed cruises », *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18: 54-60.

Wood, R.E. (2000). « Caribbean cruise tourism: Globalization at sea », *Annals of Tourism Research*, 27, 2: 345-370.

Wood, R.E. (2004). « Cruise Ships: Deterritorialized Destinations », en Lumsdon, L. y S. Page (eds.), *Tourism and Transport. Issues and agenda for the new millennium*, Amsterdam, Elsevier: 133-145.

Enlaces de Internet

[1] Parque Mayá, *Lost Mayan Kingdom* <https://maya-park.com/es/>

NOTAS

1. ITM Group pertenece a una familia de empresarios mexicanos que dentro de sus líneas de negocios además de la Terminal Costa Maya, concesionada hasta el 2059, integra un Fideicomiso desde el 2004 con el gobierno del estado de Quintana Roo para operar el Centro de Convenciones de Cancún. Además del hotel Aloft, gestionado por firma *Starwoods Hotels & Resorts* y el Parque *Lost*

Mayan Kingdon junto con fraccionamientos de vivienda de interés social, media y de lujo en Mahahual (Moncibays, 2018).

RESÚMENES

La tematización, tan exitosa en los parques temáticos surgidos a partir de la mitad del siglo pasado, ha sido una de las estrategias adoptadas por los cruceros para diversificar y captar nueva demanda. Sin embargo, a diferencia de los destinos tradicionales donde suele ser utilizada para la renovación y reestructuración de centros turísticos maduros, en el caso de los cruceros turísticos la creación de espacios tematizados se observa como estrategia en destinos de cruceros emergentes.

La terminal Costa Maya, adyacente a la localidad de Mahahual, situada en el Caribe Mexicano, inició operaciones en 2001 con la particularidad de constituir una terminal fuera de puerto, se trata de una concesión privada, que se mantiene ajena a la Administración Portuaria Integral gestionada por el estado de Quintana Roo. En términos prácticos opera como una “isla privada”, descontextualizada de su entorno, con la particularidad que la empresa no pertenece a ningún grupo naviero sino a un corporativo empresarial mexicano. En los últimos tres años, Costa Maya presentó importantes tasas de crecimiento anual y en 2017 superó la barrera del millón de visitantes. Esta cifra la posiciona como el segundo destino de cruceros mexicano con mayor movimiento de pasajeros, solo detrás de Cozumel destino preferencial de la dinámica de cruceros de México y del Caribe en su conjunto.

En este contexto, el artículo tiene por objetivo revelar y analizar los cambios producidos en la gestión de la terminal Costa Maya que posibilitaron mejorar el posicionamiento del destino y dotarlo de mayor competitividad en el mercado ultracompetitivo de los cruceros turísticos que cubren la ruta del Caribe Occidental. Sobre todo, se demuestra como la gestión basada en la tematización ha desarrollado un *fantasyscape* para los turistas, prolongación del paisaje de fantasía de los cruceros.

La thématisation, si réussie dans les parcs thématiques qui ont émergés au milieu du siècle dernier, a été l'une des stratégies adoptées par les navires de croisière pour diversifier et capter la nouvelle demande. Cependant, contrairement aux destinations traditionnelles où elle est souvent utilisée pour la rénovation et la restructuration de centres touristiques matures, dans le cas des croisières touristiques, la création d'espaces thématiques est considérée comme une stratégie dans les destinations de croisière émergentes.

Le terminal de Costa Maya, adjacent au village de Mahahual, située dans les Caraïbes mexicaines, a commencé ses opérations en 2001, avec la particularité de constituer un terminal hors port, il s'agit d'une concession privée, qui est séparée de l'administration intégrale portuaire de l'État de Quintana Roo. Concrètement, elle fonctionne comme une « île privée », décontextualisée de son environnement, avec la particularité que l'entreprise n'appartient à aucun groupe maritime international, mais à une entreprise mexicaine. Au cours des trois dernières années, Costa Maya a présenté des taux de croissance annuels importants et en 2017, elle a dépassé la barrière du million de visiteurs. Ce chiffre la positionne comme la deuxième destination de croisière mexicaine avec le plus grand mouvement de passagers, seulement derrière Cozumel, qui est la destination préférée dans la dynamique des croisières au Mexique en particulier et dans les Caraïbes en général.

Dans ce contexte, l'article vise à révéler et analyser les changements produits dans la gestion de la terminal de Costa Maya qui ont permis d'améliorer le positionnement de la destination et de la rendre plus compétitive sur le marché ultra-compétitif des croisières touristiques qui couvrent la route des Caraïbes occidentales. Surtout, il est démontré comment la gestion basée sur la thématisation a développé un *fantasyscape* pour les touristes, une extension du paysage fantastique des navires de croisière.

ÍNDICE

Palabras claves: tematización, fantasyscape, cruceros, Costa Maya, Caribe

Índice geográfico: Caraïbes mexicaines, Costa Maya, Mahahual

Mots-clés: thématisation, fantasyscape, croisières, Costa Maya, Caraïbes

AUTORES

CLAUDIA INÉS MARTÍNEZ

Profesora-Investigadora del Departamento de Turismo Sustentable, Gastronomía y Hotelería.
Universidad del Caribe. Correo: cmartinez@ucaribe.edu.mx

FRANK BABINGER

Profesor Contratado Doctor del Departamento de Geografía, Facultad de Comercio y Turismo.
Universidad Complutense de Madrid. Correo: fbabinger@ucom.es