



Universidad Autónoma del Estado de México



Facultad de Turismo y Gastronomía

Centro de Investigación y Estudios Turísticos

“La Construcción Social de los Productos Turísticos Alternativos del Nevado de Toluca, México”

Tesis

Que para obtener el grado de
Maestro (a) en Estudios Turísticos

Presenta

Lic. En Turismo Joana Zarza Ballina

Dirigida por

Dra. Maribel Osorio García

Dra. Yanelli Daniela Palmas Castrejón

Dr. José Francisco Domínguez Estrada

Toluca, Estado de México; Septiembre 2021

Resumen

En las últimas décadas, el Área de Protección de Flora y Fauna Nevado de Toluca ha formado parte de los atractivos turísticos más importantes del Estado de México, generado el desplazamiento de visitantes provenientes de los Valles de México y de Toluca la belleza paisajística centrada en su cráter, lagos y bosques. La afluencia está concentrada en puntos bien delimitados: Dos Caminos, el Parque de los Venados, el Cráter, el Proyecto Ecoturístico La Ciénega y El Mapa. No obstante que se registra una masificada afluencia, los sitios carecen de las condiciones apropiadas para su uso recreativo-turístico, además de la falta de servicios básicos y turísticos. Adicionalmente, existe un desaprovechamiento de recursos naturales y culturales en otras zonas de uso público del área natural, por lo que la estrategia pertinente a seguir es la creación de productos turísticos alternativos en los sitios potenciales para desconcentrar los sitios saturados de visitación.

A iniciativa del sector público, se ha impulsado esta estrategia entre las distintas comunidades ejidales, sin embargo, se han identificado tanto actitudes proactivas como reactivas en respuesta, así como diferentes percepciones sobre lo que significa el turismo. Bajo el supuesto de que el producto turístico no sólo se crea desde elementos técnicos y funcionales, sino también desde elementos subjetivos, la investigación plantea indagar sobre cómo influyen los significados sociales de los ejidatarios y de los visitantes en la construcción de los productos alternativos de la zona.

Para ello se eligió como fundamento a la Teoría de la Construcción Social de Berger y Luckman, y como metodología a los métodos cualitativo y de investigación-acción, identificando que hay una constante construcción y deconstrucción de las realidades que cambian según el tiempo y necesidades de la comunidad, y de la realidad objetivada al exterior de la misma, concluyendo que dichas realidades responden en cierta parte a los productos turísticos que estas ofrecen; el documento se compone por seis capítulos, el primero da una contextualización general del tema, seguido del capítulo que aborda la fundamentación teórica conceptual; en un tercer capítulo se menciona el diseño metodológico de la investigación, para mostrar los resultados obtenidos en los capítulos cuarto y quinto; finalmente cierra con conclusiones y aportaciones finales en el capítulo seis.

Abstract

In recent decades, the Nevado de Toluca Flora and Fauna Protection Area has been part of the most important tourist attractions in the State of Mexico, generating the displacement of visitors from the Valleys of Mexico and Toluca, the scenic beauty centered on its crater, lakes and forests. The influx is concentrated in well-defined points: Dos Caminos, the Venados Park, the Crater, the La Ciénega Ecotourism Project and El Mapa. Despite the fact that there is a massive influx, the sites lack the appropriate conditions for their recreational-tourist use, in addition to the lack of basic and tourist services. Additionally, there is a waste of natural and cultural resources in other areas of public use of the natural area, so the pertinent strategy to follow is the creation of alternative tourism products in potential sites to deconcentrate saturated visitation sites.

At the initiative of the public sector, this strategy has been promoted among the different ejidal communities, however, both proactive and reactive attitudes have been identified in response, as well as different perceptions about what tourism means. Under the assumption that the tourist product is not only created from technical and functional elements, but also from subjective elements, the research proposes to investigate how the social meanings of the ejidatarios and of the visitors influence the construction of the alternative products of the city. zone.

For this, the Berger and Luckman Theory of Social Construction was chosen as the basis, and the qualitative and action research methods as a methodology, identifying that there is a constant construction and deconstruction of realities that change according to time and needs of the community, and the reality objectified outside of it, concluding that said realities respond in a certain part to the tourism products that they offer; The document is made up of six chapters, the first one gives a general contextualization of the subject, followed by the chapter that addresses the conceptual theoretical foundation; in a third chapter the methodological design of the research is mentioned, to show the results obtained in the fourth and fifth chapters; finally closes with conclusions and final contributions in chapter six.

ÍNDICE

Introducción	6
Capítulo 1	
ESTADO DE CONOCIMIENTO	22
1.1 Conceptualización	23
1.2 Revisión bibliográfica	25
1.3 Líneas temáticas de la construcción de productos turísticos	30
1.3.1 Turismo Comunitario	31
1.3.2 Turismo Rural	37
1.3.3 Turismo de Naturaleza	39
1.3.4 Aspectos teóricos del producto turístico	42
1.4 Cierre	43
Capítulo 2	
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA CONCEPTUAL	46
2.1 El construccionismo	46
2.1.1 Fenomenología de Schütz	49
2.1.2 La construcción social de la realidad de Peter Berger y Thomas Luckmann --	54
2.2. La aplicación de la teoría en diferentes campos de la ciencia y en el turismo	61
2.3. La Construcción social de los productos turísticos.	65
2.3.1 Productos turísticos y turismo comunitario	65
2.3.2 Espacialidad, construcción social y turismo	67
Capítulo 3	
DISEÑO METODOLÓGICO	73
Capítulo 4	
VALORES Y SIGNIFICADOS DE LA COMUNIDAD DE SAN FRANCISCO	
OXTOTILPAN SOBRE EL TURISMO ALTERATIVO EN EL NEVADO DE	

TOLUCA, MÉXICO (Artículo)	82
--	-----------

Capítulo 5

EXPERIENCIA EN LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS	149
--	------------

5.1 Paso 1. Planificación	149
---------------------------------	-----

5.2 Paso 2. Actuación	152
-----------------------------	-----

5.3 Paso 3. Observación	155
-------------------------------	-----

5.4 Paso 4 Reflexión	157
----------------------------	-----

Capítulo 6

DISCUSIÓN:

LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS	160
---	------------

6.1 Comunidad	162
---------------------	-----

6.1.1 Ethos tradicional y visitante	162
---	-----

6.1.2 Ethos renovado y visitante	162
--	-----

6.2 Visitante	162
---------------------	-----

6.2.1 Ethos tradicional	162
-------------------------------	-----

6.2.1.1 Ethos abierto y comunidad	162
---	-----

6.2.1.2 Ethos cerrado y comunidad	163
---	-----

6.2.2 Ethos de conexión personal	163
--	-----

6.3 Institución (CONANP)	164
--------------------------------	-----

6.3.1 Comunidad	164
-----------------------	-----

6.3.1.1 Ethos tradicional y CONANP	164
--	-----

6.3.1.2 Ethos renovado y CONANP	164
---------------------------------------	-----

6.4 Visitante -----	164
6.4.1 Ethos tradicional y CONANP-----	164
6.4.2 Ethos de conexión personal y CONANP -----	165
Conclusiones -----	170
Fuentes -----	174

Introducción

Según (Chávez, Andrade, Espinoza y Navarro, 2010); el turismo comunitario o de base comunitaria, entendido como el turismo gestionado y controlado por una comunidad, es

abordado en el libro intitulado: “*Turismo comunitario en México. Distintas visiones ante problemas comunes*” en el que se ofrece un breve panorama general del turismo comunitario en el mundo y luego en México, a través de un conjunto de ensayos que expresan las ideas de los grupos que lo han desarrollado o de los académicos que han documentado estas experiencias en ocho estados de la República Mexicana: Baja California Sur, Chihuahua, Jalisco, Michoacán, Estado de México, Tabasco, Quintana Roo y Chiapas.

Como bien lo mencionan (Leksakundilok y Hirsch, 2008); en su artículo “*Enhancing the economic benefits of tourism at the local level*” esta modalidad de turismo se ha impulsado en los últimos años en los países en desarrollo como una estrategia de las comunidades rurales que buscan alternativas para mejorar sus condiciones de vida.

Así mismo, (López-Guzmán, Sánchez- Cañizares y Pavón, 2011) en su artículo “*Community - based tourism in developing*” mencionan que este tipo de turismo favorece el contacto con la comunidad local y las sensaciones y percepciones que tienen las mismas, el estudio muestra un análisis de comunidades del Salvador a cerca de la opinión de la comunidad receptora en orden del desarrollo del destino turístico basado en la hospitalidad de los anfitriones, coincidiendo con (Leksakundilok y Hirsch, 2008) en que este tipo de turismo es una alternativa para la mejora de las condiciones de vida en el que este tipo de turismo se desarrolla.

En este sentido, la mejora de las condiciones de vida recae directamente en la participación activa de la comunidad receptora y la organización que esta pueda tener para ofrecer los atractivos transformados en productos y servicios turísticos.

Su estudio como objeto de conocimiento se constituye por un campo de carácter multidisciplinario (Méndez, García, Serrano y Ibarra, 2016; Mtapuri, Giampiccoli y Spershott, 2015; Giampiccoli, A., Jugmohan, S y Mtapuri, O., 2015; Butcher, 2015; Mtapuri y Giampiccoli, 2014; Mendoza, Rodríguez y Enciso, 2013), en el que prevalecen los modelos de planificación y gestión de desarrollo local para modalidades de turismo alternativo, como el turismo rural, agroturismo, ecoturismo, étnico y de naturaleza (Palomino, Gasca y López, 2016; Cardozo, P., Fernandes, D., Soares, J., y Holm, C., 2016; Giampiccoli *et al.*, 2015; Gessa y Toledano, 2011; Vignati, 2008).

Diversos estudios (Méndez *et.al.* , 2016; López y Palomino, 2013; Ostrom, 2011; Aref y Redzuan, 2009; Barbini, Roldán, Cacciutto y Cruz, 2009; Barbini, 2005; Moscardo, 2008; Bringas y González, 2004; Kwan, Frankish, Quantz y Flores, 2003; Goodwin, 2002) han puesto de manifiesto las problemáticas a las que se enfrentan las comunidades en este esfuerzo: falta de planeación integral, ausencia de organización colectiva y de intereses comunes, comportamientos reactivos y sin emprendimiento y la ausencia de capacidades de gestión. Cuando se trata de comunidades rurales o vulnerables, se considera que el centro de atención debiera estar puesto en el conjunto de factores que han mostrado los casos de éxito de turismo comunitario y reconocer cómo actúa cada una de ellas. De acuerdo a algunos casos documentados (Manaf, Purbasari, Damayanti, Aprilia y Astuti, 2018; Palomino, *et al.*, 2016; López y Palomino, 2013; Chávez *et al.*, 2010; Barbini, 2005) los elementos requeridos son una desarrollada capacidad social de la comunidad, una bien lograda conformación de productos turísticos y una asertiva intervención gubernamental, además del apoyo de sus líderes, la aplicación de estrategias de negocio y empresariales, y el manejo de las tecnologías de información y comunicación.

En este sentido, la conformación de productos turísticos es el factor que detona la planeación y gestión del turismo comunitario, al activar la acción social de los actores en el aprovechamiento de los recursos patrimoniales locales. Se asume entonces que el turismo comunitario es una pieza clave en las estrategias de desarrollo local. Se asume entonces que el turismo comunitario es una pieza clave en las estrategias de desarrollo local, tal es el caso del Área de Protección de Flora y Fauna Nevado de Toluca (APFF).

Ésta área se localiza en la porción centro Sur del Estado de México, a 23 kilómetros al Suroeste de la ciudad de Toluca, abarcando una superficie de 53,590 hectáreas de los municipios de Almoloya de Juárez, Amanalco de Becerra, Calimaya, Coatepec Harinas, Temascaltepec, Tenango del Valle, Toluca, Villa Guerrero, Villa Victoria y Zinacantepec. Alberga un estratovolcán activo, la cuarta montaña más grande de México, cuyas últimas manifestaciones volcánicas se dieron hace 3,300 años (CONANP, *et al.*, 2018)".

El Borrador del Programa de Manejo Área de Protección de Flora y Fauna del “Nevado de Toluca” (CONANP,2013) menciona que durante años, esta área se ha enfrentado a diferentes problemáticas de tipo ambiental, que emanan de las actividades sociodemográficas y

económicas de las comunidades antes mencionadas; dentro de éstas las que más destacan son: el deterioro de las zonas forestales, por la proximidad de algunos núcleos de población con acelerado crecimiento poblacional que fomentan el desarrollo de actividades ilegales en el área, el cambio de uso del suelo por la necesidad de abrir nuevas tierras al cultivo y a la urbanización, que propician el aumento de la demanda de recursos naturales para el autoconsumo aunado a la situación político-administrativa de la región y a su falta de mecanismos de vigilancia y control que han propiciado la aparición de individuos o grupos organizados dedicados a la tala clandestina, la crianza de ganado a gran escala y la extracción ilegal de productos forestales no maderables, que a su vez generan otro tipo de situaciones que ponen en riesgo la viabilidad de los ecosistemas del Área Natural Protegida.

Así mismo la falta de alternativas productivas a partir de la explotación del bosque o el uso de la vegetación, dispara la necesidad de quema de pastizales para alimentar al ganado bovino, ovino y equino que se transforman en incendios que se salen de control, aumentando la deforestación y con ello el déficit hídrico, tanto en el Área de Protección de Flora y Fauna “Nevado de Toluca” como en las zonas aledañas.

Demográficamente, existe una fuerte contradicción entre los objetivos de conservación de los ecosistemas y el cumplimiento de las demandas sociales de la población local para satisfacer sus necesidades. La población residente de las 16 localidades registradas en el área, vive en condiciones de aislamiento y con carencias, teniendo como patrones el aprovechamiento tradicional de recursos forestales y las prácticas agrícolas y de explotación de ganado ovino y bovino como principales fuentes de generación de ingresos, así como la falta de acceso a la educación, servicios de salud y oportunidades productivas de mayor rendimiento que profundizan estas carencias sociales.

Sin embargo, las anteriores condiciones de subsistencia no son la únicas actividades económicas del área, esta APFF, durante las últimas décadas ha formado parte de los atractivos turísticos más importantes del Estado de México, las prácticas turísticas que aquí se realizan, se ubican principalmente en las laderas norte y noreste; tradicionalmente ha generado el desplazamiento de visitantes atraídos por las nevadas que se registran, además de su belleza paisajística centrada en sus bosques, arroyos, cráter y lagos.

Cada año, entre diciembre y febrero se registra la máxima afluencia -en promedio 8,000 personas al mes- debido a las nevadas que se presentan (CONANP 2013). En contraparte, mayo, junio y septiembre son los meses con menor número de usuarios; las principales motivaciones de los visitantes para acudir a esta área natural son el tener contacto con la naturaleza, descansar, disfrutar su tranquilidad y paisaje, convivir con familiares o amigos, divertirse, distraerse y a fechas recientes, la práctica de deportes como caminata y ciclismo de montaña. También sirve como sitio para el estudio de flora y fauna. La afluencia está concentrada en seis puntos bien delimitados: El Mapa, Dos Caminos, El Parque de los Venados, El Cráter, El Parque Ejidal Cacalomacán y Proyecto Ecoturístico La Ciénega.

Tabla 1. Sitios de interés recreativo turístico del Nevado de Toluca, México

Nombre	Descripción	Imagen
El Mapa	Es el segundo sitio más visitado por su fácil acceso, pues se encuentra prácticamente a pie de carretera (en el km 23 de la vía Toluca-Temascaltepec, aún perteneciente al municipio de Zinacantepec). Ocupa un área de valle con pendientes suaves que facilitan actividades como juegos de pelota, caminatas, paseos a caballo y días de campo, a pesar de que en el sitio no existe ningún tipo de equipamiento. La mayoría de visitantes sólo permanece unas horas.	 <p><i>Ilustración 1 Nevado de Toluca "El Mapa" foto de Facebook</i></p>
Dos Caminos	Se ubica en el km 18 de la carretera Toluca-Temascaltepec, justo en el entronque que lleva hacia el Parque de los Venados y finalmente al cráter. El área no dispone de equipamiento turístico, sin embargo se realizan ahí días de campo, practica de juegos de pelota en equipo, descanso y realización de recorridos en bicicleta y a pie por los alrededores. Este lugar abarca dos comunidades: La Puerta y San José Contadero, donde se concentra la mayor parte de la afluencia.	 <p><i>Ilustración 2 Dos Caminos (Crucero de la Puerta) Mexico (Zinacantepec) foto de Nuestro México</i></p>
El Parque de los Venados:	Está ubicado 4 km hacia dentro del km 18 de la carretera Toluca- Temascaltepec. Es la principal área acondicionada, al disponer de mesa-bancos y asadores, por lo que registra la mayor concentración de visitantes. Habitualmente pobladores de las cercanías ofrecen “gorditas”, dulces y paseos a caballo. Carece de sanitarios, servicio que es ofrecido por un albergue ubicado a unos metros de la entrada del área protegida, este lugar pertenece al ejido de San Juan de las Huertas.	 <p><i>Ilustración 3 Parque de los venados foto de México Desconocido</i></p>

El Cráter	Está localizado de manera lineal a 11 km del Parque de los Venados, a 4 100 msnm. En el acceso se ubica otra posada familiar cuyas condiciones no son buenas. Tiene pendientes muy fuertes, pero también laderas suaves en su interior se encuentran los lagos del Sol y la Luna, a un costado del primer lago que es el más grande inician las elevaciones para ascender a las partes altas del Cráter. Las elevaciones conocidas como El Pico del Águila y El Pico del Fraile son propicias para la práctica del alpinismo. El sitio carece de equipamiento turístico, y se ha cerrado el acceso a los vehículos automotores y la introducción de alimentos. Este lugar es un área natural protegida de administración federal.	 <p><i>Ilustración 4: Las personas llegan hasta las lagunas del volcán Nevado de Toluca. Foto: Twitter</i></p>
Parque Ejidal Cacalomacán:	Inaugurado en 2003, cuenta con una superficie de 244 ha en el ejido de Cacalomacán, perteneciente al municipio de Toluca. Cuenta con cuatro cabañas, un área de campamento con plataformas, refugios y sanitarios; área para días de campo con asadores, bancas, mesas, palapas, juegos infantiles y estacionamiento. Un aspecto innovador son sus sanitarios ecológicos “secos” que no requieren drenaje.	 <p><i>Ilustración 5: cédula de identificación del Parque: Rodrigo Falcón en Twitter</i></p>
Loma Raíces-La Ciénega	Se localiza en un valle localidades de Raíces y Loma Alta. La Ciénega es alimentada por un manantial y da origen a pequeños arroyos intermitentes; muy cercana a esta comunidad se encuentra una pesquería de trucha que es una empresa familiar. Las actividades turísticas son incipientes, principalmente caminatas y descanso en sus espacios naturales.	 <p><i>Ilustración 6 Ruta de ida Ciénega, foto por Painalton en Wikiloc</i></p>

Fuente: elaboración propia con base en la información del Borrador del Programa de Manejo del APFF Nevado de Toluca

Conforme lo anterior es importante resaltar que el asunto de la tenencia de tierra, es determinante para el aprovechamiento del territorio, puesto que de las 53,590-67-86.28 hectáreas que conforman el Área Natural Protegida, 45,101.49 hectáreas corresponden a la propiedad social (ejidal o comunal), en donde se incluyen 54 núcleos agrarios, y ocho mil 489.19 hectáreas identificadas por el Registro Agrario Nacional como “otro tipo de propiedad” corresponden a la propiedad privada y presuntos terrenos nacionales.

El número de ejidos, según información oficial proporcionada por la autoridad componente, que comprende el Área de Protección de Flora y Fauna Nevado de Toluca se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 2: Ejidos por municipio del Área de Protección de Flora y Fauna

No.	Nombre del Ejido	Superficie	Municipio
1	El Estanco	247.07	Almoloya de Juárez
2	El Tulillo	82.18	
3	Presa Arrollo el Zarco	1, 044.17	
4	San Agustín Potejé	787.30	
5	San Francisco Tlacilcalpan	1,150.07	
6	San Nicolás	347.17	
7	Agua Bendita	817.06	Amanalco
8	El Capulín	1, 007.58	
9	Rincón de Guadalupe	38.50	
10	San Bartolo Amanalco	822.30	Calimaya
11	Calimaya	2, 711.60	
12	San Bartolomé Tlatelulco	31.33	
13	San Juan Tilapa	31.89	
14	Santa María Nativitas Tarimoro	118.32	
15	Coatepec Harinas	2,238.99	Coatepec Harinas
16	Palo Seco	219.61	
17	El Rincón	40.34	Temascaltepec
18	El Varal	165.11	
19	La Comunidad	769.36	
20	La Estancia	538.77	
21	Las Lágrimas	868.61	
22	Mesón Viejo	551.75	
23	San Antonio de Albarranes	1,246.70	
24	San Francisco Oxtotilpan	1,664.70	
25	San Francisco Oxtotilpan	43.65	
26	San Mateo Almomoloa	6.79	
27	San Miguel Oxtotilpan	1,025.11	
28	Pueblo Nuevo	918.06	Tenango del Valle
29	San Francisco Putla	497.70	
30	San Miguel Balderas	862.88	
31	San Pedro Tlanizco	1,435.71	
32	Zaragoza	1,321.96	
33	Cacalomacán	295.011	Toluca

34	Santiago Tlacotepec	4,752.42	
35	San Bartolomé	422.43	Villa Guerrero
36	San José	63.11	
37	San Miguel	93.15	
38	Santiago Oxtotitlán	111.09	
39	Zacango	1,339.29	
40	San Luis	220.32	Villa Victoria
41	Santiago del Monte	142.22	Zinacantepec
42	Buenvista	885.56	
43	El Contadero	1,334.68	
44	La Peñuela	598.70	
45	La Puerta	506.63	
46	Loma Alta	1,493.49	
47	Ojo de Agua	451.08	
48	San Antonio Acahualco	2,191.06	
49	San Cristóbal Tecolot	999.57	
50	San Juan de las Huertas	1,480.22	
51	San Pedro Tejalpa	443.77	
52	Santa Cruz Cuahutenco	161.38	
53	Santa María del Monte	3,308.28	
54	Tejalpa	128.41	

Fuente: Registro Agrario Nacional

Respecto a lo anterior, se hace referencia a los 54 ejidos para contextualizar la situación social en general de la zona, sin embargo, como puede verse en la Tabla no.2, son únicamente 10 ejidos involucrados en el objeto de estudio.

Los indicadores sociales muestran de las 16 localidades registradas para el Área Natural Protegida, todas presentan condiciones de marginación: nueve de ellas catalogadas con grado de marginación alta, cinco con muy alta marginación y dos de ellas no aparecen en las estadísticas desarrolladas por la Conapo en 2010.

Existen algunas localidades donde la cantidad de viviendas han estado aumentando. En el municipio de Zinacantepec las localidades de Agua Blanca, Buenvista, Cruz Colorada, Dos Caminos (Crucero de La Puerta), La Puerta del Monte, Loma Alta y Raíces durante 1995-2010 han tenido una tasa de crecimiento anual del 5.1 por ciento, 3.5 por ciento, 4.5 por ciento, 4.09 por ciento, 4.28 por ciento, 6.6 por ciento y 4.5, por ciento, respectivamente. La localidad de El Varal, en el municipio de Temascaltepec, durante el mismo periodo tuvo

una tasa de crecimiento anual de 4.3 por ciento (CONAFOR-UAEMEX, 2014 en prensa), citado por (Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, 2016).

Por otra parte, existen en la región algunas localidades con un decrecimiento poblacional importante. La población total ha venido disminuyendo y se manifiesta una sostenida conversión de la PEA, del sector primario, al sector secundario o terciario. Esto se debe a que un alto porcentaje de los hijos de los ejidatarios y comuneros dejan de trabajar en el campo para establecerse en las cabeceras municipales aledañas, principalmente en las zonas del corredor industrial de Toluca y del parque industrial de Tenango del Valle.

Los asentamientos humanos generalmente están creciendo sin que cuenten con servicios, especialmente de drenaje, esta situación provoca que las aguas residuales domésticas sean vertidas a cielo abierto o, peor aún, a los arroyos y riachuelos, lo que ocasiona su contaminación.

Dentro de la problemática de asentamientos humanos se incluye también la construcción de casas en terrenos agrícolas, producto de la venta de parcelas con certificados de PROCEDE a particulares, principalmente en los municipios Toluca, Tenango del Valle y Zinacantepec, originando como consecuencia un cambio de uso de suelo.

Problemática de la Actividad Turística

El PADETS (CONANP, *et al.*, 2018), menciona la existencia de una ruta de visita consolidada que va de la ciudad de Toluca, capital del Estado de México, a los lagos del Sol y la Luna, al interior del cráter, con acceso vehicular. En la ruta, los visitantes pueden hacer paradas en tres sitios localizados a pie de carretera (La Puerta, Raíces y el Parque de los Venados), donde encuentran establecimientos rústicos de comida y antojitos locales. Tras un estudio implementado por (Franco, S., Osorio, M., Nava, G. y Regil, H., 2009), se integró un inventario de recursos naturales con potencialidad recreativo-turística, cuya evaluación arrojó como resultado que los recursos tienen un alto valor intrínseco (características propias), pero con bajo valor extrínseco (accesos, infraestructura, servicios, seguridad, etc.), lo que significa que los recursos carecen de las condiciones apropiadas para su uso recreativo-turístico, además de la falta de servicios básicos y turísticos.

Las limitaciones, anteriormente mencionadas, respecto a la calidad de la oferta turística tienen que ver principalmente con la falta de infraestructura, la escasa participación de la población local dentro de la actividad por no considerarla como una alternativa para hacerse de ingresos económicos constantes, así como la falta de coordinación institucional para lograr que la actividad conviva de forma armónica con el capital natural. Esta falta de coordinación institucional en materia de supervisión y vigilancia ha ocasionado que no se tenga control sobre las actividades de los visitantes y éstos también contribuyen al deterioro del área. (CONANP, 2013).

Así mismo, (Osorio, M., Franco, *et al.*, 2011) elaboraron un estudio sobre la corriente de visitantes, que reveló la existencia de dos segmentos de visitantes: el recreativo y el deportivo; ambos básicamente excursionistas, pero con un perfil dominante que corresponde al tipo “masivo de convivencia” del segmento recreativo, los hábitos de viaje de este último, corresponden a un viajero tradicional de consumo recreativo con impactos negativos sobre el paisaje natural, sin compromiso por revertir el deterioro ecológico, ni contribuir a la preservación ambiental.

Raíces y San Juan de la Huertas, dos de las comunidades que forman parte del área ofrecen limitados servicios turísticos: pequeños albergues, estacionamiento, alimentos y bebidas, mesa bancos y renta de caballos, con conocimientos y administración empíricos; San Juan de las Huertas es administradora del Parque de los Venados, su población muestra interés en su patrimonio y en prácticas de conservación ambiental, sin embargo, tiene una cultura muy politizada y son frecuentes sus conflictos internos y con autoridades. (CONANP, *et al.*, 2018)

Se han otorgado apoyos financieros a ejidatarios para construir adecuar y remodelar infraestructura y equipamiento, sin embargo, las limitaciones financieras, organizativas y culturales de sus pobladores, no han sido propicias para detonar proyectos recreativo-turísticos sustentables en la ruta consolidada del ANP; ante esta situación, se han hecho esfuerzos por impulsar a las comunidades ejidales y comunales a que tomen iniciativa para un mejor aprovechamiento recreativo-turístico del área. En este sentido, núcleos agrarios del municipio de Temascaltepec, han presentado disposición para emprender un proceso de desarrollo ecoturístico, por lo que se promovió la elaboración de un estudio denominado Corredor Ecoturístico Comunitario Matlatzinca “Los Cinco Elementos para la Vida” Fuego,

Agua, Tierra, Aire y Madera (CONANP, 2016), con el propósito de llevar a cabo un programa de desarrollo comunitario microregional y articular un corredor como oferta turística estructurada, que no ha tenido eco en los núcleos agrarios vinculados con los municipios de Zinacantepec, Toluca, Calimaya y Tlacotepec, las comunidades ejidales relacionadas con la ruta de visita consolidada del Nevado de Toluca, por donde circula la corriente de visitantes masiva que acude al área natural.

Adicionalmente, la falta de coordinación y colaboración entre los distintos actores (ejidatarios, autoridades municipales y estatales, organizaciones civiles, grupos de ecologistas, instituciones educativas, etc.) ha dificultado que se concreten iniciativas turísticas de carácter endógeno y un proceso paulatino de ordenamiento territorial, tanto en la zona núcleo como en otras zonas de uso público, dejando que la sinergia de crecimiento masivo descontrolado prevalezca, quedando los esfuerzos como desarticulados, puesto que se han enfocado en aspectos muy localizados y parciales, no bajo la concepción integradora que necesita un negocio.

En el afán de resolver la problemática turística, son realizados proyectos específicos que remedian asuntos aislados, dejando sin solución las problemáticas reales, ocasionando desconcierto y desilusión en las comunidades, quienes al no ver frutos de tantas actividades, y programas, ven afectados en sus comportamientos que se tornan cada vez más apáticos y reactivos pues nada les ha dado una verdadera alternativa de solución a la problemática turística.

De esta manera, la dimensión de la problemática recreativo-turística se puntualiza distinguiendo cuatro nodos problemáticos que son:

- 1) Desorganización y desorden en la visita al cráter
- 2) Deficiente calidad de actividades y servicios en el Parque de los Venados
- 3) Saturación, riesgo y vulnerabilidad en rutas y accesos
- 4) Desaprovechamiento de recursos naturales y culturales en otras zonas de uso público.

De dichos nodos problemáticos identificados, la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) en conjunto con la Universidad del Caribe generaron una propuesta de

implementación de una estrategia general de desarrollo recreativo-turístico en el área, para lograr una gestión sustentable de los flujos de visitantes e impulsar el desarrollo local de 10 comunidades ejidales vinculadas: San Juan de las Huertas, Loma Alta, Bienes Comunales de Calimaya, Santiago Tlacotepec, Cacalomacán, Mesón Viejo, San Miguel Oxtotilpan, San Francisco Oxtotilpan, San Antonio Albarranes y San Mateo Almomoloa, la cual responde con 4 líneas de acción a los 4 nodos problemáticos respectivamente.

- 1) Ordenamiento de la visitación en el cráter
- 2) Reingeniería en el Parque de los Venados
- 3) Estructuración de las rutas y senderos
- 4) Creación de nuevos Productos Turísticos Patrimoniales Alternativos (PTPA) en otras zonas de uso público

De éstas, la problemática se concentra en los resultados obtenidos en la última línea de acción que corresponde a la Creación de nuevos PTPA en otras zonas de uso público, toda vez que después de haberse tomado acciones con la comunidad, encaminadas a la elaboración de las propuestas de creación de nuevos productos turísticos patrimoniales alternativos que las comunidades locales interesadas desearan emprender, se identificó que:

Hay varias acciones puestas en marcha encaminadas a la creación de productos turísticos, por parte de los diferentes actores: ejidatarios, organizaciones, comunidad académica, entre otros; por mencionar un ejemplo, de los ejidatarios, se puede observar que San Francisco Oxtotilpan, Mesón Viejo, San Mateo Almomoloa y San Antonio Albarranes, se han certificado como guías de naturaleza y en la interacción con los turistas de aventura de su entorno, ha nutrido los referentes significativos para accionar el aprovechamiento de su patrimonio local y para que se den a la tarea de construir sus productos turísticos. (Osorio-García, M., y Domínguez Estrada, J. F. 2019); En el caso de las organizaciones, la CONANP ha tenido iniciativas para la creación de senderos interpretativos, apoyos para la construcción de sanitarios secos, etc.

Sin embargo, a pesar de estas acciones y capacitaciones en la temática abordada, se identificó que la participación de las comunidades es muy desigual, puesto que conforme a los estudios realizados por (Osorio y Domínguez Estrada, 2019), existen dos espacios regionales

turísticos diferenciados: el de alta montaña, localizado en la zona noreste, con un perfil comunitario mayormente reactivo y con escasos referentes significativos sobre el turismo, y el de baja montaña, localizado en la zona oeste, con un perfil comunitario mayormente proactivo y con nacientes referentes significativos sobre el turismo. En este sentido, se establece que el avance en el producto de cada ejido no solo está obedeciendo a su potencialidad o a su capital social (Méndez *et al.*, 2016), sino a la sinergia socioeconómica del contexto periurbano y rural que prevalece en cada uno y que influye en las nociones y los imaginarios que los líderes ejidales tienen sobre la importancia y el alcance del turismo para su comunidad.

En la misma línea, (García-Rosell, *et al.*, 2007) ofrecen un enfoque alternativo para entender el desarrollo de productos en las regiones turísticas, partiendo de la teorización de los mercados, procedente de la investigación del consumo cultural de los mismos, concluyendo que el turismo va más allá del habitual sistema de comercio y producción y su consumo dinámico, pues también está conectado a los fenómenos culturales y sociales más amplios; en este entendido, el desarrollo de productos turísticos concentra los significados, procesos, prácticas, relaciones de poder y valores que intervienen en el análisis de la producción y el consumo turístico.

Lo anterior nos lleva a reflexionar acerca de la postura planteada por (Smith, 1994) —y seguida por algunos estudiosos del turismo (Komppula, 2001, 2006; Sánchez, Callarisa, Rodríguez y Moliner, 2006)— de que el producto no solo se compone de elementos técnicos y funcionales de marketing, como la planta física y el servicio, sino también de elementos subjetivos, como la hospitalidad y la libertad de elección, que desvelan la condensación de una “compleja experiencia humana” (Gunn, 1998).

Por ejemplo, en la fase previa a la presente investigación, dentro de las acciones puestas en marcha para la capacitación de la comunidad en la creación de productos turísticos, desde el inicio del proceso, se observaron las diferencias en la participación y actitud de los distintos grupos de ejidatarios. Sobre los participantes de las distintas actividades, se destaca que en la mayoría de los ejidos de alta montaña se contó con la participación de los miembros de las mesas directivas de los comisariados ejidales; sin embargo, su actuación no se atribuyó a un interés primordial por el desarrollo de los productos turísticos, sino al control de la

información para saber en qué consistía la estrategia y evaluar la conveniencia de participar o no en ella. En cambio, en los ejidos de baja montaña (Mesón Viejo, San Francisco Oxtotilpan, San Antonio Albarranes y San Mateo Almomoloa), se encontraron varios interesados que no formaban parte de las mesas directivas del comisariado ejidal pero que tenían liderazgo entre los miembros de la comunidad. (Osorio-García, M., y Domínguez J., 2019)

Según lo mencionado, se apreció mayor interés y acciones en los ejidos de baja montaña que en los de alta, no obstante en el territorio de los segundos es propicio el desarrollo recreativo-turístico debido a la masiva corriente de visitantes que llegan, pues por un lado, algunos ejidatarios se interesaron por prestar servicios turísticos de calidad (Cacalomacán y Calimaya); sin embargo, no se observó en sus expresiones ningún sentido o acervo que revelara conocimiento o experiencia respecto a la gestión del turismo, por lo que claramente no hay una base sociocultural que proporcione referentes significativos sobre un producto turístico.

En cambio, los ejidos de baja montaña, que se localizan en el lado oeste, fuera de la ruta tradicional, están asentados en un ámbito rural y mantienen una convivencia cotidiana con el bosque, en este sentido, la creciente actividad turística que se registra en la región de Valle de Bravo y Temascaltepec ha tornado significativa esta actividad en los ejidos de San Mateo Almomoloa, San Antonio Albarranes, San Francisco Oxtotilpan, San Miguel Oxtotilpan y Mesón Viejo, que están conectados por la carretera Toluca-Valle de Bravo, vía Temascaltepec, y forman parte de las rutas y los espacios de práctica de distintas actividades y competencias: bicicleta de montaña, parapente y ala delta, entre las más consolidadas, lo anterior hace que estas comunidades tengan una base más fuerte acerca de la temática del producto turístico . (Osorio-García, M., y Domínguez J.2019)

Por lo anterior, la pregunta de investigación que se plantea alrededor de esta problemática es: ¿De qué manera influyen los significados sociales de los ejidatarios y de los visitantes en la construcción de los productos recreativo-turísticos alternativos en el área natural protegida Nevado de Toluca? Aunado a lo anterior se diseñaron los objetivos siguientes:

General:

Analizar la construcción social de los productos turísticos patrimoniales alternativos de base comunitaria en el Nevado de Toluca, México, para reconocer la influencia de los significados sociales de las comunidades ejidales que los ofrecen y de los visitantes que los consumen, para orientar las estrategias de desarrollo a implementar en el área natural protegida.

Específicos:

- Identificar los valores y significados socioculturales de los líderes de las comunidades ejidales que están creando productos turísticos en el Nevado de Toluca.
- Reconocer los valores y significados de los visitantes a los atractivos turísticos del Nevado de Toluca a partir de sus contextos regionales.
- Enriquecer las estrategias de creación de productos turísticos en comunidades ejidales vinculadas con los recursos naturales y culturales del Nevado de Toluca.

En función de lo anterior se precisa resaltar la importancia del estudio, puesto que el consumo del producto turístico, no sólo implica una experiencia humana, sino que también sus procesos de producción y gestión conjugan elementos subjetivos poco reconocidos en la investigación del tema, la cual en mayor medida se ha abocado a conformar tipologías y modelos para su creación (Butzmann y Job, 2016; Chikuta y Makacha, 2016; Benur y Bramwell, 2015; Flores, Miranda, Alvarado y Padilla, 2010 Albrieu, Ferrari y Navarro, 2013), y escasamente ha abordado al producto turístico como una construcción cultural, es decir, como el resultado de la producción y el consumo de significados socioculturales de los turistas y los locales en espacios regionales particulares, como lo explican (García-Rosell, Haanpää, Kylänen y Markuksela, 2007).

Con esta perspectiva, se elige llevar a cabo un estudio de investigación-acción en el área natural protegida del Nevado de Toluca, con la finalidad de visualizar las realidades de los diferentes ejidos, (comunidades anfitrionas) y su participación en la planeación de productos turísticos, pues después de realizadas las investigaciones citadas en el planteamiento del problema, en las cuales se arroja una participación desigual por parte de las diferentes comunidades involucradas, unas a favor de forma proactiva, participativa e interesada, mientras que otras se mostraron reactivas, poco participativas y desinteresadas, por diferentes rasgos, causas, y factores que es importante conocer toda vez que éstos inciden en una

actitudes negativas con respecto a la actividad turística, y una vez identificados es posible hacer una serie de propuestas de sensibilización para obtener respuestas positivas en beneficio del aprovechamiento turístico sustentable de los recursos de la zona.

Capítulo 1

ESTADO DE CONOCIMIENTO

La actividad turística ha tomado fuerza en las últimas décadas, sobre todo en el ámbito económico, en el que muchos países han depositado su confianza en afán de la generación de desarrollo, para las comunidades en donde éste es una práctica habitual; tal es el caso que se han generado políticas públicas con el propósito de regular e impulsar la actividad; es en éste punto donde se encuentra la conformación de los productos turísticos, el diseño de éstos conlleva un cúmulo de elementos tangibles e intangibles, de los cuales se ha valorizado más a los primeros, toda vez que la dinámica capitalista en la que el turismo se desenvuelve, son primordiales pues son justamente los que pueden percibirse sin mayor esfuerzo; sin embargo poco se han atendido estos productos en su intangibilidad, en donde la comunidad presenta un papel fundamental.

En la escena del turismo comunitario, el desarrollo de nuevos productos turísticos en los que la base son sus recursos, se requiere de la puesta en valor de los elementos de interés con los que cuenta, pero a la vez, es necesario que las comunidades se involucren y apropien de la propuesta, lo cual asegurará no sólo una alternativa laboral a nivel local, sino también estimulará la práctica de conductas amigables con el entorno. (Albrieu, C. Ferrari, S., y Navarro, E., 2013)

En este sentido, el diseño de productos turísticos comunitarios debe partir en todo momento, de los recursos y atractivos propios de las comunidades. Además, para que el turismo rural disminuya los impactos ambientales y socioculturales, es fundamental que en el diseño se utilicen mecanismos participativos que aseguren que sea realmente la población local la que decida sobre la forma en que organizan y gestionan los recursos turísticos, así como sus beneficios. (Flores, M. *et al.*, 2010,)

Como se ha mencionado, la mayoría de conceptualizaciones del producto turístico comunitario, giran alrededor de un intercambio comercial de atractivos propios de la comunidad y el involucramiento de la misma, estudiándolos principalmente desde el punto de vista económico, de los beneficios que este pueda brindar, o bien partiendo de la percepción y la experiencia del turista del desarrollo de esos productos que recibe, sin

embargo hacen falta elementos que permitan dar profundidad al análisis; en esta dinámica, (García-Rosell, J.C. *et al.*, 2014) ofrece un enfoque alternativo para entender el desarrollo de productos en las regiones turísticas, concluyendo que el turismo está conectado a los fenómenos culturales y sociales; donde el desarrollo de productos turísticos concentra los significados, procesos, prácticas, relaciones de poder y valores que intervienen en el análisis de la producción y el consumo turístico.

Lo anterior, da pauta a plantear ciertas interrogantes de lo sucedido al interior de la comunidad, respecto a la construcción de los productos turísticos en su modalidad comunitaria; los factores, significados y elementos intangibles que influyen en la participación de la comunidad, para la constitución de dichos productos, tema poco discutido.

El objetivo de este trabajo es caracterizar el estado de la investigación de la construcción social de los productos turísticos, para estudiar el tema, la presente investigación se ha conformado en cuatro partes: la primera abarca un marco conceptual en el que se incluye: construccionismo, producto turístico y turismo comunitario como principales categorías conceptuales; en la segunda se aborda un marco metodológico en el que se expone la situación cuantitativa de la producción científica del tema en cuestión y su evolución, para luego explicar la metodología con la que se integra la investigación; en la tercera se da cuenta del marco teórico metodológico de las investigaciones identificadas y analizadas, de acuerdo con la definición de cuatro líneas de investigación, concluyendo con una parte de consideraciones finales sobre el estado de la cuestión sobre la construcción social de los productos turísticos.

1.1 Conceptualización

Cuando se piensa en la actividad turística es muy común visualizarla desde la perspectiva del consumidor, quien mira siempre los atractivos y los servicios directos como una totalidad, sin considerar que éstos son sólo una parte del fenómeno del cual también forma parte; adentrados en el estudio del turismo no deja de aparecer el concepto de “producto turístico”; la literatura de estudios del turismo da varias concepciones acerca del tema, puesto que definitivamente las motivaciones de viaje son diferentes para cada visitante, sin embargo la

mayoría de turistas se ve impulsado a viajar por atractivos naturales y culturales que el destino puede ofrecer, tanto así que, los destinos dependen de sus principales productos turísticos como factores clave de atracción que motivan a los turistas a visitarlos. (Abdelati M. Benur, Bill Bramwell, 2015).

Para iniciar será necesario delimitar la conceptualización de producto turístico, producto turístico comunitario y construcción social del producto turístico, de tal forma que, sea mejor comprendido el enfoque que se le da a la presente investigación.

(Smith, 1994) argumenta que los productos turísticos comprenden un conjunto de elementos que se relacionan entre sí, tales como la planta física (incluyendo características naturales y clima), los servicios, la hospitalidad, opciones para turistas, participación del turista en la prestación del servicio, y experiencias. Entre estos elementos, algunos son tangibles y otros intangibles, los intangibles, por ejemplo, incluyen las representaciones e imágenes de productos turísticos, que la industria del turismo u otros los canales de comunicación pueden promover, así como la cultura y significados simbólicos que los turistas asocian con estos productos (Morgan, 2014; Murphy, Pritchard y Smith, 2000; Smith, 1994; Xu, 2010).

(Nasimba, C. y Cejas, M., 2015) por su parte mencionan que un producto turístico puede ser considerado como un conjunto de bienes y servicios tangibles e intangibles, compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística, resultantes de un proceso productivo en el que se combinan servicios y equipamientos con el propósito de ser ofrecido al mercado en búsqueda de satisfacer necesidades y deseos de los visitantes, a cambio de cierto precio.

(García, N., y Doumet C., 2017), lo definen como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para la atención, la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo, o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas.

En este sentido, el desarrollo de productos turísticos enfocados al turismo comunitario es una estrategia social, que ha permitido generar ingresos y crear una oportunidad de fomentar empleos, sumando nuevas actividades económicas a los pueblos, tal como lo manifiestan las investigaciones al respecto.

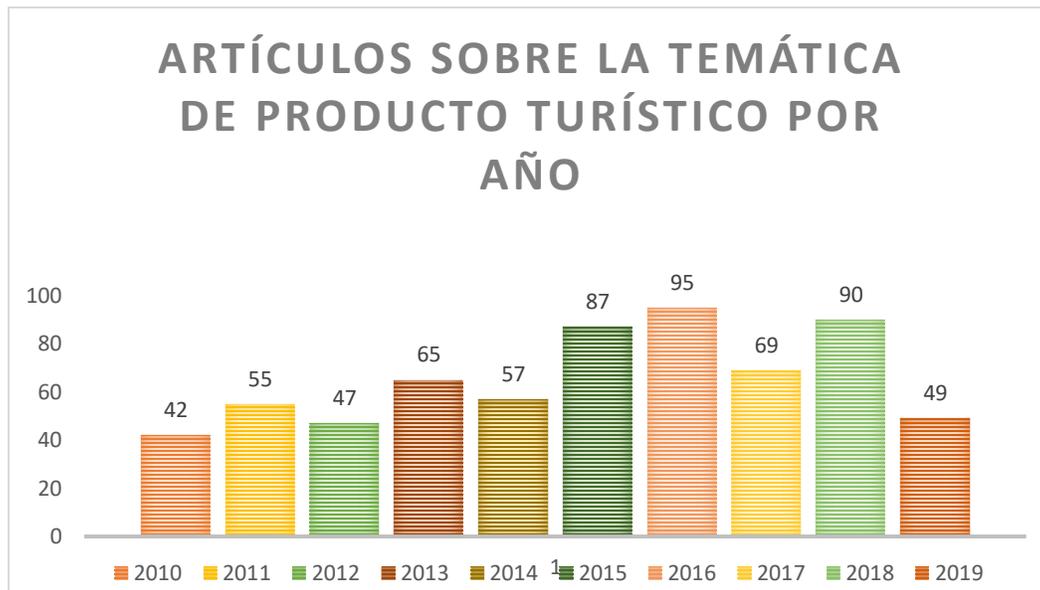
Para abordar el concepto de turismo comunitario, (García, N. y Doumet, N., 2017) citando a (Jurados, 2012) mencionan que el turismo comunitario se refiere a aquel turismo que está basado en la comunidad local y que pretende reducir el impacto negativo y reforzar los impactos positivos del turismo en la naturaleza. Se configura como una herramienta de lucha contra la pobreza, que permite conservar el patrimonio natural, histórico y la identidad étnica de un destino turístico. El turismo comunitario hace referencia a “aquel tipo de turismo en el que la comunidad local tiene un control sustancial de, y participa en, su desarrollo y manejo, y una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad”.

Citando a (Maldonado, 2006), (García, N. y Doumet, N., 2017) mencionan, que el turismo comunitario manifiesta ciertas características que fundamentan los principios del mismo, para ser catalogado como tal, los cuales son: Social, ya que busca promover una efectiva cooperación entre los miembros de la comunidad y entre comunidades, en la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios; ambiental, pues busca fomentar la conciencia respetuosa y formas de gestión responsable de los recursos naturales y la biodiversidad; Económico, y que busca la gestión en el uso y valoración de los recursos que permiten remunerar el trabajo y las inversiones que se realizan, y finalmente – Cultural, porque propicia experiencias y encuentros interculturales de calidad entre los turistas y las comunidades, respetando las expresiones de la identidad cultural.

1.2 Revisión bibliográfica:

Para identificar los textos científicos relacionados con las categorías de análisis del objeto de estudio, se llevó a cabo una primera búsqueda en la base de datos Google Scholar, considerada la opción más viable por el tipo, cantidad y accesibilidad del contenido para la investigación; se aplicó un filtro temporal del año 2010 al 2019, y se encontró un total de 694 artículos sobre el tema de producto turístico en general; cabe mencionar que respecto al comportamiento de la producción científica en este tema, se muestra un comportamiento irregular entre periodos; sin embargo, hay una marcada tendencia a la disminución, como es observable en la tabla siguiente:

Gráfico 1 Textos científicos identificados en Google Scholar



Fuente: Elaboración propia con base en la información de Google Scholar, consulta realizada el 12/11/2019

Así mismo, se llevó a cabo una búsqueda de artículos científicos en la misma fuente de acuerdo con palabras clave relacionadas con el tema a investigar, tales como producto turístico, turismo comunitario y construcción social; Para su análisis, las investigaciones fueron seleccionadas considerando el año, su título y su resumen.

En total se identificaron 43 investigaciones reportadas en artículos científicos, 31 en habla hispana y 12 en habla inglesa. Las investigaciones analizadas circunscriben los ámbitos de la producción de Iberoamérica en acceso abierto y la producción de las potencias en acceso de paga.

Gráfico 2 Porcentaje de investigaciones consultadas por países



Fuente: Elaboración propia 2019

Como se puede observar en la gráfica 2, se destaca el uso de las investigaciones publicadas en México, seguidas por España y Argentina en el mismo porcentaje, dejando a Chile, Colombia y Reino Unido en tercer lugar.

Respecto a las revistas consultadas, se encuentran son predominantes las investigaciones en las revistas enlistadas en la tabla siguiente:

Tabla 3 Revistas consultadas por país de origen

Revista	País
Aportes y Transferencias	Argentina
Estudios y Perspectivas en Turismo	
Journal of Sustainable Tourism	Finlandia
Lapin yliopisto	Unión europea
European Scientific Journal	
Current Issues in Tourism	
Pasos	USA
CULTUR	
Revista de estudios Cooperativos	
Ara Journal	
Gestión y ambiente	Colombia
Suma de Negocios	

Cuadernos de Desarrollo Rural	
TURy DES	Cuba
Universidad y Sociedad	
Retos Turísticos	
Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía,	México
Dimensiones turísticas	
Economía, Sociedad y Territorio	
El Periplo Sustentable	
Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas	
Teoría y praxis	
International Journal of Advanced Research (IJAR)	Etiopía
Revista Latino-Americana de Turismología	Brasil
J Hum Ecol	Malasia
Revista de Ciencias de la Administración y Economía	Ecuador
Journal of Sustainable Tourism	Reino Unido
Tourism Recreation Research	
World Wildlife Fund International.	
Anatolia An International Journal of Tourism and Hospitality Research	
Revista interamericana de ambiente y turismo	Chile
Gestión Turística	
Gestión Turística	
Modern Applied Science	Canadá

Fuente: Elaboración propia (2019)

Como es observable en la tabla no. 3, las investigaciones más utilizadas para la realización del documento presente son las publicadas en revistas mexicanas de investigadores con la misma nacionalidad, sin embargo, se encontró una gama de temáticas que se han publicado sobre todo en países como Reino Unido, en revistas en las que los investigadores son procedentes de otras nacionalidades.

A partir del análisis realizado, se identificaron cuatro temáticas clave para clasificar las líneas relacionadas con la construcción social de productos turísticos: a) Productos del turismo comunitario, b) Productos del turismo rural, c) Productos del turismo de naturaleza, y d)

Aspectos Teóricos de Producto turístico, de las que cabe mencionar que se aborda con mayor fuerza la de Turismo comunitario como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 4 Temáticas clave por revista y país de origen

Revista	País	No. A.T. Productivo turístico	No. T. Naturaleza	No. T. Comunitario	No. T. Rural	Total
Aportes y Transferencias	Argentina	1	0	0	0	1
Journal of Destination Marketing and Management	Sudáfrica	1	0	0	0	1
Journal of Sustainable Tourism	Finlandia	1	0	0	0	1
Lapin yliopisto	Unión europea	1	0	0	0	1
Current Issues in Tourism	USA	0	1	0	0	1
Estudios y Perspectivas en Turismo	Argentina	0	2	3	0	5
CULTUR	España	0	0	1	0	1
Gestión y ambiente	Colombia	0	1	0	0	1
Pasos	España	0	1	1	0	2
Retos Turísticos	Cuba	0	1	0	0	1
TURy DES	Cuba	0	1	0	0	1
Ara Journal	España	0	0	1	0	1
Cuadernos de Desarrollo Rural	Colombia	0	0	1	0	1
Dimensiones turísticas	México	0	0	1	0	1
Economía, Sociedad y Territorio	México	0	0	1	0	1
El Periplo Sustentable	México	0	0	1	0	1
European Scientific Journal	Unión europea	0	0	2	0	2
Gestión Turística	Chile	0	0	1	0	1
International Journal of Advanced Research (IJAR)	Etiopía	0	0	1	0	1
Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía,	México	0	0	1	0	1
J Hum Ecol	Malasia	0	0	1	0	1
Journal of Sustainable Tourism	Reino Unido	0	0	1	1	2
Revista de estudios Cooperativos	España	0	0	1	0	1
Revista de Ciencias de la Administración y Economía	Ecuador	0	0	1	0	1
Revista interamericana de ambiente y turismo	Chile	0	0	1	0	1
Suma de Negocios	Colombia	0	0	1	0	1
Tourism Recreation Research	Reino Unido	0	0	1	0	1
Universidad y Sociedad	Cuba	0	0	1	0	1

World Wildlife Fund International.	Reino Unido	0	0	1		1
Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas	México	0	0	0	2	2
Anatolia An International Journal of Tourism and Hospitality Research	Reino Unido	0	0	0	1	1
Gestión Turística	Chile	0	0	0	1	1
Modern Applied Science	Canadá	0	0	0	1	1
Revista Latino-Americana de Turismología	Brasil	0	0	0	1	1
Teoría y praxis	México	0	0	0	1	1
		4	7	24	8	43

Fuente: Elaboración propia (2019)

Como es evidente en la información de la tabla 4, la revista más consultada para la realización de la investigación es la de Estudios y Perspectivas en Turismo, de origen Argentino, con 5 investigaciones, 2 sobre turismo de naturaleza y 3 sobre turismo comunitario, así mismo, puede verse el énfasis en las investigaciones del turismo comunitario, contando este con 24, seguido del turismo rural con 8 investigaciones, de las cuales la mayoría pertenecen a la Revista Mexicana de ciencias agrícolas, en tercer lugar están los trabajos sobre turismo de naturaleza con un total de 7 investigaciones, siendo el mayor porcentaje de investigaciones el perteneciente, como se mencionó con anterioridad a la revista de Estudios y Perspectivas en turismo; finalmente las investigaciones sobre producto turístico se redujeron a 4, concentrando las investigaciones en revistas de habla inglesa y sólo una en español de nacionalidad Argentina.

1.3 Líneas temáticas de la construcción de productos turísticos

Como se mencionó anteriormente de acuerdo con las similitudes en las investigaciones revisadas, fue posible conformar cuatro líneas temáticas de investigación: a) Productos del turismo comunitario, b) Productos del turismo rural, c) Productos del turismo de naturaleza, y d) Aspectos Teóricos de Producto turístico de las cuales, se presentan en este apartado, una pequeña reseña y el marco teórico metodológico utilizado para cada investigación:

1.3.1 Turismo comunitario

Respecto al turismo comunitario y el diseño de productos turísticos bajo ésta modalidad, (Bringas, N., y González, I., 2004), se enfocaron en realizar un análisis la puesta en marcha de un proyecto de turismo alternativo en comunidades indígenas de Baja California; en el cual se realizó una investigación de tipo cualitativa estudiando la acción colectiva de las comunidades indígenas, con una metodología cualitativa, implementando técnicas como las entrevistas a profundidad con informantes clave , que partiendo del interés de los representantes de las comunidades por hacer un proyecto ecoturístico que les permitiera alojar a sus visitantes solicitaron el apoyo a los investigadores para bajar recurso para dicho proyecto, llegando a la conclusión de que es necesaria la estructuración de una política turística que involucre a las comunidades estudiadas que debería contemplar aspectos como la capacitación, sensibilización, fomento a la creación, habilitación de infraestructura y equipamiento y la promoción del producto turístico.

(Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P. Del Campo, A., 2008), desde finales de la década pasada, hablaban de la importancia de “*Community-based tourism*”, (turismo de base comunitaria) como vía para un turismo sostenible y estrategia para el desarrollo social, tomando como base teórico-metodológica la focalización analítica en la comunidad y teniendo como referente empírico de la investigación es el turismo comunitario (TC) en Ecuador, concluyendo con el planteamiento de un marco comprensivo del TC que tiene tres pilares básicos: la centralidad analítica de las comunidades, la consideración del TC como ‘traducción’ antes que como ‘adaptación’ al mercado, y el carácter fortalecedor —antes que debilitador— del TC para las comunidades.

Continuando la temática (Aref, F. y Redzuan, M. B., 2009), exploraron los niveles de capacidad de creación comunitaria (CCB) que contribuyó al desarrollo del turismo en las comunidades locales en Shiraz, Iran. La metodología de investigación fue basada en métodos cualitativos y cuantitativos. Los resultados del estudio fueron que existe la necesidad de desarrollar CCB en comunidades locales de Shiraz, toda vez que el nivel de CCB en el desarrollo del turismo en el área es bajo, así mismo el nivel de CCB es diferente según los tipos de actividades turísticas, también se muestra que hay una relación entre el nivel de CCB y la percepción los líderes comunitarios sobre los impactos del turismo, así como

características de estos líderes, de la misma forma la percepción de los impactos en la economía tienen una relación positiva significativa con el nivel de CCB.

Una perspectiva interesante es la abordada por (Butcher, J., 2010), quien realiza una crítica de énfasis contemporáneo sobre la participación comunitaria en la planificación turística, de la literatura general de turismo, argumentando que las participaciones comunitarias se constituyen actualmente a través de la literatura académica y la opinión del practicante, la cual no garantiza un cambio progresivo en la política de desarrollo en el ámbito turístico, siendo la máxima conclusión del autor que irónicamente, la retórica radical de "empoderamiento" y 'control comunitario' enmascara una perspectiva compartida con el defensores de la retórica del libre mercado que los defensores de la participación de la comunidad a menudo afirma oponerse; en este sentido lo que hace el mantra de la participación local es representar a la agencia política como un fenómeno local que afecta gente local, basada en su entorno local, lo que es visto favorablemente en dos sentidos; el del estado nación y el potencial para que los estados organicen el desarrollo económico en interés de la población.

(Flores A. *et al.*, 2010), realizaron un estudio sobre los elementos básicos para el diseño de productos turísticos comunitarios en el golfo de Nicoya, en Costa Rica, con el objetivo de, presentar pautas básicas para el diseño participativo de estos, utilizando como metodología la impartición de talleres participativos, así como el diseño de productos turísticos, concluyendo que el diseño de productos turísticos comunitarios debe partir en todo momento, de los recursos y atractivos propios de las comunidades, siendo fundamental que en éste, se utilicen mecanismos participativos que aseguren que sea realmente la población local la que decida sobre la forma en que organizan y gestionan los recursos turísticos, así como sus beneficios.

(Pérez-Ramírez C., *et al.*, 2012) por medio de un ensayo, identifican las distintas orientaciones que han surgido en torno a la comunalidad y delinea los elementos que contribuyen al estudio de la incidencia del turismo rural sobre las comunidades campesinas, para el logro de esto, se realizó una revisión por las aportaciones metodológicas de esta propuesta, dando como resultado, los elementos fundamentales (territorio, organización, trabajo mutuo y elementos culturales propios) para el análisis del desarrollo la actividad y

su impacto en la dinámica comunal. Se concluye que esta proyección metodológica es una herramienta útil para identificar las orientaciones de la actividad en un contexto determinado, tanto como alternativa social para la apropiación del ambiente, pero también como un nuevo intento de reconfiguración neoliberal del espacio rural.

Otra visión interesante es la compartida por (Mendoza, M., *et al.*, 2013), se examinaron las actitudes hacia el turismo de una comunidad rural en el centro de México. La metodología empleada incorporó entrevistas a profundidad y un cuestionario con preguntas tipo Likert en el que se incluyeron los componentes cognoscitivos, afectivos y conductuales. Los principales hallazgos sugieren que la actitud de la comunidad es favorable, sin embargo, debido a las fallas en la planeación y en la capacitación de la comunidad, muestran comportamientos poco emprendedores o proactivos.

Continuando con esta perspectiva, (Méndez, A., *et al.*, 2015) en la que se enfoca a evaluar la viabilidad social del turismo alternativo en una localidad con un adecuado potencial natural-cultural para este tipo de actividad, en el centro de México, basándose en las dimensiones del capital social Barbini, bajo una metodología cualitativa con técnicas como: encuestas aleatorias y entrevistas con informantes clave; realizando el inventario y valoración de los atractivos turísticos de la comunidad, identificando que los habitantes tienen un claro conocimiento del atractivo turístico de su territorio y suficiente interés y disposición en participar; sin embargo, su capacidad organizativa no es óptima y está limitada principalmente por diferencias y conflictos internos, mostrando una inconsistencia entre el alto potencial turístico de la comunidad y sus posibilidades de orden social actuales.

En el debate sobre la viabilidad del turismo comunitario se ha reconocido que la comercialización es un factor clave para sus posibilidades de éxito, en este sentido (Cañada E., 2015) tras su experiencia en América Latina identifican las dinámicas que vinculan al turismo comunitario con las nuevas tendencias al alza en el mercado turístico internacional. En base a este crecimiento de la demanda se caracterizan tanto los procesos de comercialización directa como las estructuras de intermediación comercial comunitarias y pro-comunitarias, que cada vez adquieren mayor relevancia. Finalmente se explica cómo estos procesos están incidiendo en las estructuras de comercialización tanto en los países emisores como en los receptivos.; como resultado de esta investigación, se identifican

cuestiones a las que hasta el momento no se han atendido, tales como: la falta del análisis crítico y balanceado de las políticas públicas y de cooperación internacional en el acompañamiento a los desarrollos turísticos por parte de sectores comunitarios, toda vez que el foco ha estado demasiado situado en las posibilidades del modelo de gestión comunitario y poco en los principios orientadores, prácticas y experiencias de los agentes responsables de estas políticas, puesto que sin una evaluación adecuada se seguirán cometiendo errores en la puesta en marcha de políticas útiles.

Volviendo a la línea de la participación de los diferentes actores (Cardozo, *et al.*, 2016), analizaron la planificación y gestión del turismo a partir de las formas de organización y acción colectiva emprendidas en las comunidades étnico-rurales en el estado de Paraná – Brasil, buscando proponer directrices para la planificación turística participativa en éstas; el estudio fue de tipo cualitativo y exploratorio con procedimientos metodológicos de relevamiento bibliográfico y documental; el análisis de los resultados fue por emparejamiento teórico-práctico con base en los aportes teóricos sobre acción colectiva de Elinor Ostrom, quien menciona que desarrollo de acciones colectivas en grupos que presentan intereses comunes contempla una serie de factores que influyen directamente en su consecución; concluyendo que la participación y la colectividad deben ser principios directores de la gestión y la planificación de la actividad turística de las localidades, siendo los miembros de la comunidad los que deben imponer los límites y las posibilidades de las visitas y del uso de sus recursos patrimoniales y culturales.

(Reyes, *et al.*, 2016), propusieron un modelo para la gestión integrada del turismo comunitario, a partir de la concepción del desarrollo del destino turístico, el cual propone un procedimiento para su implantación, siguiendo los principios del cooperativismo y la colaboración entre las partes que interactúan, como vía de alcanzar la integración del producto, seleccionando para ello como área de estudio la región amazónica del Ecuador y específicamente la provincia de Pastaza, permitiendo contribuir a lograr el desarrollo local de la región, encontrando que el turismo comunitario como vía de desarrollo de comunidades rurales, el cual tiene por finalidad respetar y conservar la naturaleza y mejorar el desarrollo socio económico de estas, a partir de las bases de la sostenibilidad, siendo controlado por la propia comunidad y convirtiéndose por ende en una herramienta de lucha contra la pobreza.

Visualizada ya la importancia del papel de la comunidad en las diferentes modalidades del turismo, pero vital en el turismo comunitario, (Verdugo, *et al.*, 2016), propusieron realizar el diseño de un producto turístico comunitario en la provincia de Pichincha, comunidad Paquiestancia, Ecuador, mediante el inventario de atractivos naturales y culturales utilizando la metodología del MINTUR 2004 y del INPC; 2011, seguidamente por el estudio de mercado, analizando la demanda y oferta del sector, aplicando para turistas nacionales y extranjeros, en el cual se obtuvo los gustos y preferencias de los visitantes, que finalmente como resultado, permitió diseñar paquetes turísticos acordes a sus requerimientos con la finalidad de ser ofertados mediante las estrategias de comercialización.

Por su parte (García, y Doumet, 2017), estudiaron como América Latina, caso concreto, Ecuador, ha experimentado dificultades para viabilizar con éxito proyectos de turismo comunitario, teniendo como objetivo el diseño de un producto turístico comunitario (PTC) para la diversificación de las economías locales del cantón Bolívar, proponiendo una metodología propia, fundamentada en la revisión de la literatura ajustada a las Fichas de Inventario Turístico del Ecuador, basándose en el diagnóstico turístico situacional y la recopilación de información en las dimensiones social, económica, política e institucional, realizando una valoración de la gestión turística mediante la aplicación de la matriz DAFO para identificar estrategias dirigidas a la potencialización de los recursos naturales y culturales que caracterizan el área objeto de estudio, concluyendo que las dificultades experimentadas para el logro del éxito en los proyectos comunitarios, se deben a factores relacionados con las complejas relaciones sociales al interior de la comunidad, a la débil organización comunitaria, al escaso o nulo conocimiento de la administración del negocio, al no tener acceso a información, a la falta de recursos técnicos y financieros para configurar la estructura empresarial requerida para el mejoramiento de las operaciones de los proyectos turísticos.

(Oliveira, *et al.*, 2018), aborda desde lo teórico, el rol del turismo comunitario y facilita informaciones que a partir de la metodología utilizada en el trabajo de campo posibilitó la obtención de resultados en esta etapa del estudio. Se emplearon métodos teóricos, empíricos y matemáticos-estadísticos, se destacan en ellos: la observación participante, encuestas y el trabajo con el fórum comunitario en tres de los cinco municipios de la provincia. Se desarrolla

en el contexto en que se produce el fenómeno objeto de estudio y se destaca el aporte de las técnicas participativas en el conocimiento de las potencialidades para el desarrollo del turismo comunitario del territorio de Namibe para derivar los resultados desde las acciones procedimentales propuestas.

Las nuevas exigencias sociales, económicas y ambientales hacen necesario el diseño de productos turísticos donde la comunidad local sea considerada como el pilar fundamental para la creación y desarrollo de estos, es el planteamiento manejado por (Ramírez, 2019), quien elabora una propuesta metodológica para el diseño de los productos turísticos a partir de la participación y gestión de este actor, pues después de la revisión de diferentes propuestas se destaca la necesidad de crear una metodología para desarrollar productos turísticos a través de la comunidad local; pues es ella quien resalta como un actor olvidado en la generación y gestión de los productos turísticos, una vez creada y aplicada esta metodología se identificó que la ventaja y diferencia de esta propuesta con otras metodologías está en el proceso de sensibilización de la comunidad local, pues en muchos de los casos este actor tiene poco conocimiento sobre lo que significa el turismo y los costos y beneficios que éste provoca, así mismo sus limitantes radican en el poder de convencimiento de los investigadores y en que la metodología sólo sirve para la planeación micro pero no macro de los productos turísticos.

Continuando con el desarrollo de productos turísticos, (Osorio-García, y Domínguez, 2019), llevaron a cabo una investigación de acción participativa sobre el área natural protegida en el Nevado de Toluca en México, la cual consistió en el desarrollo de productos turísticos en diez comunidades ejidales ubicadas dentro del área, con la finalidad de precisar elementos, tanto objetivos como subjetivos, que se combinaron en su construcción y para identificar los significados socioculturales típicos de estos espacios regionales, concluyendo que el progreso en la construcción de un producto turístico en cada ejido depende no solo de su potencial y capital social, sino también en las nociones y prácticas de los actores involucrados y su sinergia con el espacio regional.

En el mismo sentido (Bekele, 2019), analiza cómo es que la actitud de la comunidad hacia el turismo sostenible es fundamental para la participación de la comunidad y el desarrollo del turismo; para abordar el objetivo de la investigación el diseño fue de tipo descriptivo bajo un

enfoque cuantitativo, se realizó una encuesta de hogares para recopilar datos de los encuestados, cuyos resultados mostraron que las comunidades locales tienen una actitud positiva hacia el desarrollo del turismo sostenible en Parque Nacional Nech Sar. Sin embargo, mostraron su desacuerdo con el costo social percibido del desarrollo del turismo.

1.3.2 Turismo Rural

Con lo referente a la línea de estudio de turismo rural, en la investigación de (Pérez-Ramírez, *et al.*, 2011), se describen la orientación y acciones de intervención, que actualmente despliegan diversos agentes externos para la afirmación del turismo y sus implicaciones para las comunidades rurales. Para ello, se destaca la posición que han asumido algunos Organismos Internacionales, dependencias del gobierno Federal, e incluso Organizaciones de la Sociedad Civil en México y los impactos que está generando en la fragmentación del territorio comunal, el debilitamiento de las estructuras organizativas locales, la refuncionalización económica y apertura al exterior, e incluso las confrontaciones comunitarias por el aprovechamiento recreativo de los recursos, descubriendo que el turismo rural se está desarrollando por encima de las particularidades locales, que más allá de las aspiraciones al bienestar social, está generando profundas implicaciones para las comunidades.

Malasia es considerado internacionalmente como un destino rural popular por su patrimonio natural, en este sentido (Jaafar, *et al.*, 2011), en su investigación exploran la participación local comunitaria en el desarrollo del turismo rural en el Parque Nacional Kinabalu, Sabah, de cómo la comunidad local percibe su participación en el desarrollo del turismo rural local y busca identificar el beneficio del desarrollo del destino turístico para esta comunidad, mediante metodologías de investigación cuantitativa y una muestra de 378 encuestados, obteniendo como resultados que los residentes indicaron tener percepciones positivas del desarrollo turístico en el área. Las comunidades locales disfrutaban de participar en el sector turístico porque mejora sus recursos clave de ingresos y calidad de vida.

(Flores, C. *et al.*, 2014), presenta un modelo teórico para el estudio del turismo rural, para implementarlo como alternativa de desarrollo local en comunidades en el centro de México, siendo la metodología empleada la teoría de la comunalidad (Rendón y Díaz, 2003) y de la

economía social (Coraggio, 2003), citados por (Flores C. *et al.*, 2014), respectivamente, concluyendo que el desarrollo local es posible cuando existen condiciones de comunalidad sumado a formas de organización del trabajo turístico que se establecen desde la economía social.

En la misma línea de participación comunitaria en turismo rural, (Flores, C., *et al.*, 2015), sostiene que la economía social es una alternativa de organización en el contexto campesino mexicano, que favorece el desarrollo local en las comunidades rurales mediante la implementación de grupos de trabajo, cooperativas y asociaciones, con un marco teórico metodológico en base en la teoría de la economía social, se estudiaron dos comunidades indígenas del estado de Hidalgo, partiendo de un enfoque cualitativo, concluyendo que, establecido desde la economía social, el turismo en las comunidades rurales fortalece el sentido comunitario en el medio rural indígena.

Por su parte (Baltazar y Zavala, 2015), estudian el turismo rural desde un marco teórico referencial de la fenomenología heideggeriana y el existencialismo sartreano para la interpretación del mismo en su modalidad rural, a través de la autenticidad existencial, por medio del estudio de caso sobre el fracaso en la construcción de una “experiencia memorable” (o significativa) durante un viaje de fin de semana a un pueblo mágico, teniendo como resultado evidente, que el valor de la experiencia turística depende directamente de la significación que le atribuya el turista en relación a sí mismo, de la autenticidad con que participe y de la valoración que haga de su propia experiencia y no propiamente de los atributos del servicio, lo que tiene serias implicaciones prácticas para el turismo rural.

Sin embargo la actividad turística de tipo rural, es implementada no solamente en países de la periferia, sino que ha sido también una práctica y un tema de estudio para países del centro, tal como lo muestran (Idziak, *et al.*, 2015) en su investigación en la cual se examinan los orígenes del concepto de pueblos temáticos y la creación de nuevas experiencias de turismo rural, explorando los problemas en la implementación del concepto; discutiendo el papel de la participación comunitaria en desarrollo del pueblo temático, por medio de una metodología de sondeo y prueba de modelos existentes de participación local en desarrollo turístico en el contexto de cinco pueblos temáticos en Polonia, durante un proceso de cinco años, basado en la investigación acción participativa; para descubrir cinco años después su efectividad y

la sostenibilidad de la actividad, dando como resultado, la propuesta de un modelo de desarrollo de siete pasos de turismo rural sostenible creado por la comunidad local

Reforzando el apartado (Domínguez y Palmas, 2016), visualizan la importancia de aplicar conocimientos en gestión de turismo rural en la San Francisco Oxtotilpan en Temascaltepec, estado de México, toda vez que la comunidad cuenta con elementos naturales y culturales que son necesarios preservar. La metodología aplicada para el acompañamiento de la comunidad estudiada en la gestión del turismo rural, fue la de Investigación-Acción (Ander Egg, 2003), siguiendo el proceso de intervención para la gestión del patrimonio, planteado por (Bermúdez, 2004), encontrando que el turismo rural, puede presentarse como una opción de desarrollo para la comunidad estudiada, bajo la condicionante de que sean ellos mismos quienes decidan de manera consciente y paulatina el desarrollo de la actividad turística mediante la acción social, con un enfoque solidario.

Siete años después de su primer estudio en Rasoolimanesh, (Jaafar, *et al.*, 2018) en el Parque Nacional Kinabalu, Malasia, los investigadores volvieron a estudiar bajo una metodología de investigación cuantitativa los niveles de participación de la comunidad local en el proyecto de turismo rural en dicho lugar, identificando así las limitaciones que estos enfrentan, tales como la falta de conocimientos y habilidades relacionadas con el turismo, la falta de involucramiento laboral en el sector, toda vez que los trabajos disponibles son estacionales, por hora, paga baja, y baja calidad los autoridades locales Debería considerar métodos para minimizar restricciones a asegurar largo-término desarrollo turístico.

1.3.3 Turismo de naturaleza

Respecto a la línea de estudio del Turismo de Naturaleza, (Goodwin, 2002), ya desde inicios de la década pasada, da cuenta del papel potencial del turismo para contribuir a los costos de conservación y proporcionar oportunidades económicas para comunidades que viven adyacentes al patrimonio natural, por medio del estudio de caso de la exploración los parques nacionales de Gonarezhou (Zimbabwe) y Puerto Princesa (Palawan, Filipinas), concluyendo el documento con que el nivel de ingresos y oportunidades de empleo derivadas del turismo

en áreas protegidas depende en gran medida de la forma de desarrollo turístico (enclave o disperso), y la articulación de estructuras sociales particulares en la población anfitriona.

(Gómez, y Martínez, 2009) realizaron un análisis y la evaluación de aspectos teóricos y metodológicos relacionados con el turismo de naturaleza, las particularidades de su expresión en Cuba, con técnicas de tipo cuantitativo, como la encuesta, en el que concluyen que el crecimiento de la actividad turística, aunado a el cada vez más constante interés de las personas por el disfrute de la naturaleza, en espacios verdes, ha devenido en que el desarrollo del turismo de naturaleza como modalidad, constituya un elemento que permita evaluarlo como alternativa viable para contribuir al desarrollo de la localidad.

Respecto a lo anterior, una de las mega tendencias que se han tornado un tema de interés internacional, ha sido la sostenibilidad en los emprendimientos turísticos, tema abordado por (Gessa, y Toledano, 2011), quienes realizan en su investigación una caracterización de las iniciativas empresariales que orientan el desarrollo de su actividad hacia la conservación de áreas naturales protegidas, tomando como punto de partida metodológico el nexo de unión entre la literatura sobre desarrollo sostenible y sobre creación de empresas, el emprendimiento pro-sostenible, y que dentro de sus hallazgos encuentran que a pesar de las dificultades que pudiera conllevar a priori el desarrollo de iniciativas empresariales que operan en el sector turístico en los espacios naturales, su realidad es posible gracias al esfuerzo conjunto de instituciones públicas y empresas que encuentran en sus recursos y en las nuevas demandas sociales un atractivo más para pro-mover la puesta en marcha de empresas dedicadas al turismo de naturaleza.

(Albrieu, *et al.*, 2013), por su parte, realizaron un estudio con el objetivo general de generar una oferta turística ornitológica que aportara al desarrollo de un turismo responsable, por medio de la creación de infraestructuras y servicios que lo posibiliten, focalizándose en la necesidad de interactuar y articular acciones con diferentes actores de la sociedad, concluyendo que el desarrollo de nuevos productos turísticos sobre la base de sus recursos naturales, requiere de la puesta en valor de los elementos de interés con los que cuente un área, pero a la vez, necesita que las comunidades se involucren y apropien de la propuesta, lo cual asegurará no sólo que se transforme en una alternativa laboral a nivel local, sino

también que estimulará la práctica de conductas amigables con el entorno, sustento de esta nueva actividad.

Otro aspecto relevante en esta temática es el expuesto por (Ochoa, *et al.*, 2013) acerca de la visión que tienen las comunidades sobre los beneficios derivados del ecoturismo, mediante una metodología cualitativa que establece la percepción de la comunidad frente al problema. Los resultados muestran al ecoturismo como un modelo exógeno de desarrollo que genera beneficios, pero también impactos en los modos de vida y la cultura local; muestran también que, más allá de los beneficios monetarios, existen otros como la participación en la toma de decisiones que son más valiosos para las comunidades, así como la relevancia de cuestionarse sobre cuál es el tipo de desarrollo al que se le apunta desde el ecoturismo y la importancia de que sean las mismas comunidades quienes lo definan.

Siguiendo la tendencia de la valoración de la comunidad en el denominado turismo de naturaleza, la investigación de (Valencia, *et al.*, 2013), fortalece los estudios cualitativos sobre el carácter social de las comunidades rurales vinculadas a áreas naturales protegidas, por medio del marco teórico-metodológico a la fenomenología sociológica de Alfred Schutz, y aplicando un modelo interpretativo que permite realizar un análisis de contenido como lo propone Lalive d'Epinay, investigación que concluye que cualquier situación que modifique las condiciones de vida de la comunidad, es una limitante para el desarrollo de alguna actividad que involucre el aprovechamiento de sus recursos, dado que las experiencias y conocimientos obtenidos a través de la interacción constante refuerzan los significados por los cuales se han desenvuelto en su vida cotidiana y que hasta el día hoy han sido convenientes para seguir manteniéndose, pero que en determinado momento no son considerados suficientes para las expectativas de vida que desean.

En este sentido, gracias a las megatendencias, del ambiente natural, la ecología y la sustentabilidad, los estudios de áreas naturales para su implementación como producto turístico es muy común en la literatura de turismo actual, tal es el caso de (Marrero, *et al.*, 2014) quienes en su investigación, presentan una propuesta de diseño de un Parque Natural Recreativo para mejorar su comercialización, por medio de una metodología de investigación de carácter bibliográfica y la recopilación documental y de fuentes estadísticas, descubriendo que el estudio de las tendencias sobre el desarrollo del turismo de naturaleza muestra un

elevado crecimiento a nivel mundial, el mismo ha permitido que aquellos países que están respondiendo a estas motivaciones turísticas orientadas hacia destinos naturales, incrementen su Producto Geográfico.

(Palomino, *et al.*, 2016). Dan cuenta de cómo el turismo comunitario representa una opción para el desarrollo económico y social de las zonas rurales de México habitadas por pueblos indígenas, proponiendo explicar los principios del uso y gestión de bienes comunes a partir de la práctica del turismo comunitario, identificando los casos registrados en el contexto nacional, enfatizando en la Sierra Norte de Oaxaca, ámbito donde se ubican experiencias que aportan referentes para la comprensión y desempeño de instituciones comunitarias y formas de gobernanza del patrimonio natural y cultural en este segmento, llegando a la conclusión de que en su modalidad comunitaria, el turismo, representa una opción de uso, valoración y aprovechamiento social del territorio para comunidades rurales que han podido desarrollar capacidades socio organizativas, sin embargo enfrentan reto tales como a necesidad de consolidar las relaciones de poder comunitario, la necesidad de mejorar los procesos de organización y gestión de la actividad turística, la posibilidad de que el turismo comunitario pueda alcanzar un mejor posicionamiento interno desde la perspectiva productiva como generador de recursos, siendo el mayor reto para los grupos y comunidades indígenas mantener sus formas de organización social productiva sin sucumbir a las exigencias del mercado que promueve la adaptación a sus requerimientos y exigencias, aun a costa de suprimir su esencia.

1.3.4 Aspectos teóricos del producto turístico

Con relación a la línea de los aspectos teóricos de producto turístico (García-Rosell, *et al.*, 2007), aborda como es que los estudios críticos de turismo se han discutido desde diferentes perspectivas teóricas; sin embargo, se han concentrado principalmente en productos turísticos existentes, en su consumo y consecuencias dejando sin atención crítica el desarrollo de productos turísticos, proponiendo finalmente que el desarrollo de productos debe considerarse no solo como un proceso de gestión sino como una construcción cultural de múltiples actores que nos permite traducir la cultura y comercializar el producto turístico con base en ella, en lugar de mantenerse en el dualismo tradicional de producción-consumo.

(García-Rosell, y Mäkinen, 2013), presentan un marco teórico y metodológico para involucrar a las organizaciones turísticas en colaboración con las partes interesadas en la planificación e implementación de evaluaciones de sostenibilidad aplicado al estudio del desarrollo de productos turísticos, involucrando a un grupo empresarios artesanales y actores interesados en Laponia finlandesa, concluyendo que necesario estudiar la virtud de las perspectivas éticas sobre sostenibilidad, realizando, desde esta perspectiva, una evaluación de los productos turísticos existentes y el desarrollo de los nuevos.

(Nasimba, y Cejas, 2015), dentro de su investigación, abordan las bases teóricas-conceptuales referentes al diseño de productos y facilidades que conlleva el turismo, destacando desde una concepción sistémica el diseño de productos y analizando el rol de las facilidades turísticas como parte de los componentes que permiten la generación y la constitución del producto turístico, usando como metodología para su análisis, el estudio del Producto Turístico al Turismo Comunitario desarrollado en Yunguilla (Parroquia Calacalí, Provincia de Pichincha, Ecuador), concluyendo que las condiciones de diseño del producto y facilidades del turismo, permiten a las regiones y a los países generar un turismo de calidad tendiente al desarrollo de los parámetros de desarrollo humano sustentable.

Por su parte, (Abdelati, Bramwell, 2015) realizaron un análisis sobre el desarrollo y diversificación de productos turísticos, abordando conceptos como producto turístico y diversificación de destinos, fruto del cual proponen dos marcos conceptuales en los que consideran elementos, procesos y opciones estratégicas relacionadas que los conforman; dando una herramienta heurística a estudiosos e investigadores, que apoyen en el procesos de diseño y de diversificación de productos turísticos.

1.4 Cierre:

La revisión realizada sobre el estudio de la construcción social de productos turísticos, revela una producción de conocimiento ascendente, particularmente a partir de los inicios de la década pasada, nuevas modalidades de la actividad turística, como el turismo comunitario, el de naturaleza y el rural, han creado una sinergia, en la que términos como sustentabilidad y sostenibilidad y desarrollo, son los objetivos a seguir, en donde estos proyectos son implementados. Así mismo, se prevé que en los próximos años, el análisis a posteriori, del turismo comunitario será un campo fecundo en la investigación turística, toda vez que la

mayor parte de las investigaciones existentes son a priori a la implementación de éste, aunque ya actualmente tal y como ya lo manifestaba (Sharpley, 2011), el estudio de la perspectiva de la comunidad sobre el desarrollo del turismo en su territorio, es un tema cada vez más recurrente en las investigaciones, dando así voz y voto a quienes antes eran considerados únicamente como la fuerza laboral y parte del atractivo turístico, revalorizando así la importancia del papel de la comunidad en el éxito o fracaso de los emprendimientos turísticos.

De la misma manera, dentro de las líneas identificadas, es muy clara la tendencia por analizar el desarrollo y el diseño de productos turísticos, sobre todo de base comunitaria, examinando no sólo la parte comercial sino también las implicaciones sociales, políticas y culturales de la comunidad involucrada, puesto que una crítica recurrente es que las investigaciones realizadas en el pasado, se enfocaban principalmente en aspectos técnicos y en las posibilidades que como modelo de desarrollo se podrían tener, sin embargo, se ha descuidado la viabilidad de la actividad en primer lugar, seguido de los principios orientadores que la mantengan funcionando, otro factor identificado, es el estudio de las tendencias sobre el desarrollo del turismo de naturaleza, el cual muestra un elevado crecimiento a nivel mundial, debido a las mega tendencias sobre la protección de la tierra y sustentabilidad.

Se distingue, primordialmente que las investigaciones seleccionadas son en mayor parte de corte cualitativo, específicamente las realizadas en Latinoamérica, aunque ha cobrado fuerza el uso de la triangulación de datos, lo cual ha permitido tener un mejor panorama al respecto (Koc y Boz, 2014); así mismo, los fundamentos teóricos que soportan este campo de investigación tienen encuadres positivistas, críticos y hermenéuticos. En los primeros se observan planteamientos funcionalistas y estructuralistas, como en los estudios de planificación y diseño de productos turísticos en determinadas áreas naturales; los encuadres críticos se identifican enfáticamente en los estudios sobre el papel de la comunidad en el turismo comunitario y rural, por ejemplo; y los encuadres hermenéuticos tienen presencia en los trabajos sobre las percepciones de la comunidad sobre la actividad turística en sus tierras, así como en los análisis a posteriori de la actividad turística en determinadas zonas.

La variedad de las perspectivas mencionadas, dan pie a reconocer, los nuevos retos para la generación de conocimiento sobre este objeto de estudio: se requiere un esfuerzo holístico

por llevar a cabo un estudio integral de sus manifestaciones y su naturaleza, siendo necesario un abordaje interdisciplinario para dilucidar su complejidad. Ambos retos no son tarea fácil para los países Iberoamericanos, particularmente para los de Latinoamérica, dadas sus ya conocidas limitaciones financieras e institucionales, así como su condición de investigación científica periférica de los países líderes en la investigación turística: Estados Unidos y Reino Unido. No obstante, las aportaciones encontradas permiten identificar un trabajo consistente en las cuatro líneas de investigación caracterizadas, con estudios que muestran la realidad y las diferentes perspectivas en las que se ha estudiado el diseño de productos turísticos.

Capítulo 2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA CONCEPTUAL

Para exponer la teoría en la cual se fundamentará la presente investigación, es necesario distinguir el término “Construccionismo”; esta corriente teórica ha sido utilizada a lo largo del tiempo por innumerables teóricos con diferentes enfoques y en diversos campos de la ciencia, sin embargo, también ha sido frecuentemente confundida con el constructivismo.

2.1. El construccionismo

Es importante empezar diciendo que tanto el constructivismo como el construccionismo social son parte del amplio panorama de lo que se considera el pensamiento posmoderno, el cual introduce un nuevo modo de conocimiento crítico que se aparta de los lineamientos que sustentan el conocimiento en la modernidad, connotado como positivista, demostrable, verificable, generador de verdades universales, mediante métodos estandarizados en los que se define la separación de sujeto y objeto. En el ámbito de las llamadas ciencias del comportamiento, el pensamiento posmoderno adopta dos vertientes que comparten un común denominador epistemológico: el constructivismo, que corresponde a la versión psicológica, y el construccionismo, a la social. (Agudelo y Estrada, 2012)

El constructivismo sienta sus bases en la psicología y el construccionismo en la sociología. Desde el ámbito sociológico, el construccionismo se interesa en las relaciones interpersonales en su dimensión colectiva, y en su trato con otras, en tanto desde el ámbito psicológico, el constructivismo se interesa también por las relaciones interpersonales pero vistas desde su dimensión individual, es decir en su relación con la mente o psique de la persona. (González, 2017).

Así para tener una primera aproximación, se entiende por construcción el proceso activo de elaboración de sentido del sujeto en interacción con su entorno socio-cultural; como resultado, el conocimiento que se genera no es una copia de la realidad sino una creación que realiza el ser humano recurriendo a los esquemas que ya posee y que ha incorporado previamente. (Pérez, 2012).

Para efectos de la presente investigación la atención será centrada en el construccionismo relativista, el cual surge entre los años 60/70 como una nueva concepción, del

construccionismo social, que piensa el lenguaje no como la producción de un ser vivo (desde un enfoque biologicista tal como privilegia el constructivismo radical) sino como algo autónomo, guiado por la gramática. Esta perspectiva destaca el carácter totalmente social del lenguaje, y desdibuja la idea de individuo como ser aislado; lo que existe son seres en relación producidos socialmente; La mayoría de los autores que representan esta línea de pensamiento manifiestan que todo conocimiento, evoluciona en el espacio entre las personas, en el ámbito del “mundo común y corriente”. Y es sólo a través de la permanente conversación con sus íntimos que el individuo desarrolla un sentimiento de identidad o una voz interior. (Pérez, 2012).

Son cuatro las características generales del construccionismo social: 1) Considera que las experiencias de los sujetos en el mundo son, procesos sociales, y se concibe la interacción en la vida cotidiana como la determinante de los conocimientos incorporados por los sujetos, 2) Especificidad histórica y cultural: Todo lo que los sujetos conocemos son productos social y culturalmente específicos, 3) Interdependencia entre conocimiento y acción: Cada modo de conocimiento trae incorporadas formas de acción diferenciadas, lo cual conlleva, consecuencias diferenciadas, 4) Asume que todo conocimiento es histórico y socialmente específico y un aporte crítico de éste fue desafiar al esencialismo, al individualismo y al mentalismo, ideas centrales en la psicología hegemónica, de corte más experimental. (Rizo, 2015)

Para el construccionismo social, por lo tanto, el mundo social está conformado por conversaciones, concebidas como patrones de actividades conjuntas, similares a los juegos. Así, desde que nacemos, estamos incluidos en determinadas pautas de interacción social. Como en el caso de muchos juegos, estas pautas no las iniciamos nosotros; sin embargo, a medida que pasa el tiempo, nos encontramos cada vez más involucrados en ellas: son las que nos permiten aprehender y construir los significados de nuestro entorno. Los sujetos tienen la capacidad innata para insertarse en estas conversaciones o pautas de interacción. Estas actividades se estructuran, como los juegos, según ciertas normas. (Rizo, 2015)

Con esta corriente de pensamiento converge la sociología del conocimiento, elaborada en el cuadro del interaccionismo simbólico de Berger y Luckmann, la etnometodología (Cicourel, 1973) y la fenomenología (Schutz, 1962), que definen la realidad social como una

construcción consensual, establecida en la interacción y la comunicación, consecuencia de la atribución de significados al mundo. La sociedad sería el resultado de las acciones comunicativas y de las relaciones que se establecen entre las personas mutuamente orientadas. Esto plantea la idea de una relación dialéctica entre hombre y sociedad en tanto que el orden sólo existe en la medida que es creído y, por lo tanto, creado por los mismos actores que así lo perciben. Esto supone una perspectiva relativista que deriva en una multiplicidad de realidades. (Pérez, 2012).

En la sociología del conocimiento ya no se discuten los méritos del constructivismo. La disciplina al completo, y especialmente la sociología del conocimiento científico, está dominada por este enfoque. Hay unanimidad en torno a que las aserciones cognitivas de la ciencia son invenciones humanas cuyo origen y validez se establece en procesos sociales contingentes que deben investigarse como fenómenos empíricos (Barnes, 1993).

En el mismo marco de la sociología del conocimiento, la así denominada "sociología hermenéutica del conocimiento" está fundamentada en una tradición de ciencias sociales de expreso carácter centroeuropeo, basada a su vez en la tradición humanística, orientándose igualmente en base al análisis empírico. La sociología hermenéutica del conocimiento, parte de la teoría de Weber, recibió su fundamentación fenomenológica por medio de Schutz y su perfil definitivo como sociología del conocimiento por medio de Berger y Luckmann. El objetivo de la "sociología hermenéutica del conocimiento" es la reconstrucción de las "construcciones sociales de la realidad". Quienes representan esta corriente sociológica comparten la idea central de que una teoría "pura", desvinculada de la investigación empírica, carece de justificación epistemológica, por tanto expresan un profundo escepticismo y animadversión frente a cualquier aspiración de establecer una teoría general ahistórica de las ciencias sociales. (González, 2007).

Como menciona Alfred Schutz, la sociología del conocimiento puede entenderse como la crítica sociológica de la conciencia, concerniente a la construcción social de la realidad en general. Tal crítica implica el análisis tanto de la "realidad objetiva" (es decir, "conocimiento" sobre el mundo, como objetivado y dado por sentado en la sociedad) y su corrección subjetiva. (Berger, 1966)

El construccionismo retoma los aportes del constructivismo de Jean Piaget, o constructivismo psicológico, del constructivismo social de Lev Vygotsky y de las teorías de la psicología social genética; e introduce nuevas ideas al reconocer que la función primaria del lenguaje es la construcción de mundos humanos contextualizados, no simplemente la transmisión de mensajes de un lugar a otro. Sus teóricos aceptan que lo que ocurre entre los seres humanos adquiere significado a partir de la interacción social expresada a través del lenguaje. (Agudelo y Estrada, 2012)

Citando a (Barnnet, 1994), se hace mención de que el construccionismo, reconoce que la función primaria del lenguaje es la construcción de mundos humanos contextualizados, no simplemente la transmisión de mensajes de un lugar a otro y que la comunicación deviene del proceso social primario, es decir, vivimos inmersos en actividades sociales, donde el lenguaje forma parte de esas actividades, de tal forma que impregna la totalidad de la actividad social (Rodríguez, 2008)

Los principales representantes son (Berger y Luckmann, 1976), (Gergen, 1996) y (Peirce, 1986), con una fuerte impronta de la filosofía pragmática norteamericana. (Pérez, 2012); aunque éstos sentaron sus bases en los trabajos de Alfred Schütz, tal como lo menciona (Psathas, 2004) la influencia de éste en los sociólogos y la sociología estadounidense en las décadas de los 60`s y 70`s se remonta a través del trabajo de sus discípulos, Helmut Wagner y Peter Berger, y de Harold Garfinkel con quien se reunió y mantuvo correspondencia durante varios años; estos trabajos producto del perfeccionamiento de la fenomenología inicial de Schutz, han sido un punto de referencia e influencia para la sociología en general.

Partiendo de lo anterior y para efectos del documento serán utilizados la fenomenología de Alfred Schütz, la cual sirvió como base para la teoría de la “Construcción social de la realidad” de Peter Berger y Thomas Luckmann.

2. 1.1 Fenomenología de Schütz

En el trabajo de Schütz, uno de los supuestos centrales derivados es que la acción es significativa y ese significado está constituido a través de reglas que son específicas del campo social. (Meyer, 2018)

Alfred Schütz, se centra en la intersubjetividad, en términos generales, busca dar respuesta a preguntas como las siguientes: ¿Cómo conocemos otras mentes?, ¿cómo conocemos otros seres", ¿cómo se produce la reciprocidad de perspectivas? ¿Cómo se produce la comprensión y la comunicación recíproca? (González, 2017)

El mundo de la vida cotidiana es desde el comienzo un mundo intersubjetivo, el cual no es privado, sino que es compartido con nuestros semejantes, experimentado e interpretado por otros, es en síntesis un mundo común a todos. (Schutz, 2003)

A Schütz no le interesaba la interacción física de las personas, sino el modo en que se comprenden recíprocamente sus conciencias, la manera en que se relacionan intersubjetivamente unas con otras; las personas desarrollan y usan tipificaciones (constructos de primer orden) en el mundo social. En cualquier situación que se da en el mundo de la vida cotidiana, una acción viene determinada «por un tipo constituido en experiencias anteriores» (Schütz y Luckmann, 1973). Citados por (González, 2017)

El micro enfoque sociológico propuesto por Schütz se basa en la fenomenología de Husserl centrada sobre cómo los miembros ordinarios de una sociedad constituyen el mundo cotidiano en el que viven: el Lebenswelt - y sobre las condiciones y principios según los cuales intersubjetivamente se construye un significado compartido y, por lo tanto, cómo El entendimiento mutuo es posible el cual, es proporcionado por su Lebensweltet . Este 'stock social de conocimiento' que los miembros de una sociedad comparten diferentes grados se acumula ('sedimentado') de las experiencias de las generaciones anteriores (Schütz y Luckmann, 1973). Los individuos son nacidos en un 'socio-histórico a priori', como por ejemplo (Luckmann, 1983) lo llama, eso pone a disposición estos tipificaciones institucionalizadas, marcos de interpretación, posiciones de actores, patrones de acción, etc., y así delimita el límite y el 'horizonte' dentro del cual las personas puede actuar significativamente, y más allá de lo cual es imposible de ver o entender: todo intereses y preferencias, todas las racionalidades, elecciones y las decisiones imaginables yacen dentro estas fronteras todas las innovaciones, crisis, choques o cualquier 'desencadenante' de cambio que suponemos tiene que ser interpretado dentro de este horizonte para ser tomado en consideración y tener impacto. (Meyer, 2008)

Cuando nombramos algo, estamos tipificando. En términos generales, siempre que hacemos uso del lenguaje, tipificamos; de hecho, (Schütz, 1973) llama al lenguaje “el medio tipificador por excelencia”; Mientras nombramos las cosas y a los demás rutinariamente, las personas también se auto-nombran: “Hasta cierto punto, el hombre tipifica su propia situación dentro del mundo social y las diversas relaciones que tiene con sus semejantes y con los objetos culturales” (Schütz, 1976).

La relación entre las tipificaciones y el lenguaje evidencia que las tipificaciones existen en la sociedad, y que las personas adquieren y almacenan tipificaciones a través del proceso de la socialización y, de hecho, durante toda su vida. Las tipologías que usamos se derivan de la sociedad y son socialmente aprobadas. Han superado la prueba del tiempo y han llegado a institucionalizarse como herramientas tradicionales y habituales para la vida social. Si bien el individuo puede crear algunas tipificaciones, la mayoría de ellas son pre constituidas y derivadas de la sociedad. (González, 2017).

La obra de Schütz, da a entender que los actores y las estructuras se influyen recíprocamente, lo cual se hace más clara en su reflexión sobre el mundo cultural. Por un lado, es evidente que tanto las personas del pasado como las del presente crean el mundo cultural, puesto que se origina en acciones humanas y ha sido instituido por ellas, por las nuestras y las de nuestros semejantes, contemporáneos y predecesores; en su análisis del mundo de la vida, lo que le preocupaba principalmente era el acervo social de conocimiento común, que conduce a la acción más o menos habitual. (Ritzer, 1993)

Schütz también era consciente de que todos los elementos del reino cultural varían de unos individuos a otros a causa de que las experiencias personales difieren. El acervo de conocimiento está «biográficamente articulado»:

Eso significa que yo «conozco» más o menos adecuadamente lo que constituye el «resultado» de situaciones anteriores. Es más, yo «sé», que mi situación es en ese sentido absolutamente «única». En efecto, el acervo de conocimiento, a través del cual yo determino la situación presente, tiene una articulación biográfica "única". Esta hace referencia no sólo al contenido, al significado, de todas las experiencias anteriores depositadas en las situaciones. También hace referencia a la intensidad... la duración, y la secuencia de estas experiencias. Esta

circunstancia es de singular importancia, puesto que realmente constituye el acervo individual de conocimiento. (Schütz y Luckmann, 1973) Citados por (Ritzer, 1993)

El autor identificó cuatro reinos diferentes de la realidad social. Cada uno constituye una abstracción del mundo social y se distinguen por su grado de inmediatez (el grado en el que las situaciones están al alcance del actor) y determinabilidad (el grado en el que el actor puede controlar esas situaciones). Los cuatro reinos son *umwelt* -el reino de la realidad social directamente experimentada, el *mitwelt* -el reino de la realidad social indirectamente experimentada, *folgewelt*---el reino de los sucesores, y *vorwelt* -el reino de los predecesores. Para Schütz, los reinos de los sucesores y los predecesores (*folgewelt* y *vorwelt* tienen un interés periférico. Además de su admitido interés por la intersubjetividad, Schütz también se ocupó de analizar la conciencia, siendo la base de todas sus inquietudes sociológicas, los «procesos del establecimiento del significado y la comprensión que tenían lugar en el interior de los individuos, los procesos de la interpretación de la conducta de otras personas y los procesos de auto interpretación» (Ritzer, 1993).

La base filosófica de la imagen que Schütz tenía del mundo social, a pesar de que para él mismo no era susceptible de estudio científico, era la conciencia profunda (también denominada como: *durée*), donde se encuentra el proceso del establecimiento del significado, de la comprensión, la interpretación y la auto interpretación. El fundamento de una sociología fenomenológica debía ser descubrir «el modo en que se constituye el significado en la experiencia individual del ego solitario, es decir los significados sociales. (Ritzer, 1993).

Para tal efecto, Schütz afirmaba que era preciso distinguir entre significados y motivos. Aunque no siempre logró diferenciarlos nítidamente:

Los significados sociales: hacen referencia al modo en que los actores determinan qué aspectos del mundo social son importantes para ellos, los clasificó de dos tipos:

- *Significado subjetivo*: Es decir, a través de nuestra propia construcción mental de la realidad definimos ciertos componentes de la realidad como significativos. Schutz no lo creía susceptible de estudio científico debido a su naturaleza idiosincrásica.

- *Significado objetivo*: Los conjuntos de significados que existen en la cultura y que son compartidos por toda la colectividad de los actores. Puesto que estos conjuntos de significados son comunes y no idiosincrásicos, los sociólogos y cualquier persona pueden acceder a ellos. Dado que tienen una existencia objetiva, el sociólogo puede estudiarlos de manera científica.

Motivos: se refieren a las razones que explican la acción de los actores; Schütz también distinguió entre dos tipos de motivos: motivos «para» y motivos «porque». Ambos se refieren a las razones que explican las acciones de un individuo:

- Los motivos “porque”: son accesibles tanto para la persona que actúa como para el sociólogo.
- Los motivos “para”: constituyen las razones por las que un actor emprende ciertas acciones para alcanzar cierto objetivo o producir una ocurrencia futura. Los motivos «para» son «subjetivos». Forman parte de la conciencia profunda, del flujo real de la conciencia, y como tales son inaccesibles tanto para el actor como para el observador científico. Únicamente el actor puede captar retrospectivamente los motivos «para», una vez que la acción ha terminado y se ha (o no) alcanzado el objetivo. La sociología no debe interesarse por los motivos «para» porque son difíciles de estudiar científicamente.

Aún a pesar de ser el parteaguas en estudios sociológicos, la fenomenología de Schutz ha sido fuertemente criticada, sin dejar de ser un punto de partida para la construcción de conocimiento nuevo. (Van den Bulck, 1999), por ejemplo complementa y a la vez critica la fenomenología de Schutz y la construcción social de la realidad de Berger y Luckmann, por medio del concepto de “realidad simbólica” y “mediación”, afirmando que las situaciones cara a cara no son las únicas en las que el individuo aprende y transmite conocimiento, la misma crítica a la fenomenología de Schutz la realizan (Hernández, y Galindo, 2007), al identificar que el análisis sociológico de la propuesta es insuficiente, pues según sus planteamientos, dicho análisis queda a un nivel micro; muchas han sido las críticas a las deficiencias analíticas de la teoría, sin embargo, esto no ha sido impedimento para ésta sirva de base a estudios como el de (Wilson, 2002), quien exploró la sociología fenomenológica

de Schutz, con especial referencia a su preocupación por comprender la distribución social del conocimiento en la sociedad. (Dreher, 2012), analizó cómo es que Schutz se concentró en establecer los fundamentos de la Sociología Comprensiva de Max Weber, analizando la problemática de la relación entre subjetividad y acción, estableciendo los fundamentos de esta disciplina y transformando su teoría en una pieza angular en los estudio de la sociología.

2.2 La construcción social de la realidad de Peter Berger y Thomas Luckmann

Los trabajos presentados por Berger y Luckmann, encuentran su base de manera directa en la fenomenología de Schutz, partiendo del entendido que la sociedad influencia al individuo y viceversa, construyendo y reconstruyendo de manera constante sus relaciones con el medio y entre los individuos, sin embargo esta nueva teoría de la Construcción Social de la realidad de los autores, complementa y continúa de la mejor manera la fenomenología de Schutz.

Para Berger y Luckmann, la realidad logra su establecimiento en la sociedad y en los individuos, como una consecuencia de un proceso dialéctico entre un elemento “objetivo” que incluye a las relaciones sociales, los hábitos tipificados y las estructuras sociales, y un elemento “subjetivo” que integra a las interpretaciones simbólicas, la internalización de roles y la formación de identidades individuales; para ellos, lo que interesa es explicar la forma en que la realidad toma forma en y para el individuo, a través del conocimiento. Es así que, la realidad se construye socialmente y la sociología del conocimiento debe ocuparse de analizar los procesos a través de los cuales esto se produce y para los cuales proponen los elementos que estructuran la tríada: “realidad interpretada/significado subjetivo/mundo coherente”, que son la conciencia, que define la intención y la búsqueda de objetos; el mundo intersubjetivo, que se comparte con los demás; la temporalidad, como carácter básico de la conciencia (orden temporal); la interacción social, que crea esquemas tipificadores; el lenguaje, como elemento clave objetivo (externo al individuo) que facilita la estructuración del conocimiento en términos de relevancia. (González, 2007)

En este contexto, los autores en su obra “La construcción social de la realidad” mencionan que la vida cotidiana se presenta como una realidad interpretada por los hombres y que para ellos tiene el significado subjetivo de un mundo coherente; pero ¿qué es el mundo coherente?

el mundo coherente de la vida cotidiana se da por establecido como realidad por los miembros ordinarios de la sociedad en el comportamiento subjetivamente significativo de sus vidas, originado en sus pensamientos y acciones, y que está sustentado como real por éstos. (Berger y Luckmann, 1968).

El sentido común encierra innumerables interpretaciones pre científicas y cuasi-científicas sobre la realidad cotidiana, a la que da por establecida, su ubicación privilegiada le da derecho a que se le llame suprema realidad, puesto que es en ésta donde la interacción social será ampliamente descubierta. Un individuo aprende la realidad de la vida cotidiana como una realidad ordenada ya objetivada, o sea, constituida por un orden de objetos que han sido designados como objetos antes de que apareciera en escena; el individuo llega a un mundo totalmente construido, ordenado y constituido, del cual tiene que aprender y al que tiene que adaptarse, siendo una de las formas de hacerlo: el lenguaje, el cual es usado en la vida cotidiana como proveedor de objetivaciones indispensables para los individuos, disponiendo el orden dentro del cual éstas adquieren sentido y la vida cotidiana tiene significado. (Berger y Luckmann , 1968)

Como es observable los autores resaltan con esmero la importancia, caracterización y significación de la vida cotidiana, las razones de estas observaciones radican en que la vida cotidiana es algo compartido con los demás, donde se da la interacción social humana, considerando que la experiencia más importante que tenemos como individuos con los otros se produce en las situaciones "cara a cara", que son el prototipo de la interacción social y del que se derivan todos los demás casos. Es en las relaciones cara a cara donde podemos observar las reacciones del otro, escuchar el tono de su voz, entender las connotaciones de sus palabras, ver sus gestos, percibir un cúmulo de significados a los cuales no podría tener acceso en otro tipo de situación.

Claro ejemplo de lo anterior lo brinda (Sennet, 1974) quien estudió ampliamente el desequilibrio existente en la modernidad sobre las relaciones humanas en un ámbito público y privado, en la cual el individualismo, la impersonalidad y el anonimato han llevado a las sociedades a vivir sus problemas sociales más grandes, haciendo énfasis en los medios digitales (radio, televisión y prensa, en esa época, podría equipararse con las redes sociales y otros medios de comunicación masiva e impersonal), es donde contrario a lo que podría

pensarse, difícilmente hay interacción social, pues no se generan acuerdos, son lugares en los que no está el cuerpo, son espacios desencarnados sin una presencia física en la que pase algo, no hay identidades, ni sujetos que logren construir algo positivo, generalmente todo es destructivo, en estos espacios se ve a los individuos como entes auto contemplativos, y con ello no hay acción social que se pueda construir. El cuerpo que no está, es sumamente necesario para construir las relaciones sociales, el teatro del mundo no puede existir sin actores, que generen escenas frente a frente.

El "aquí y ahora" de cada individuo que interactúa con otros de frente, gravitan continuamente uno sobre otro, en tanto dure la situación "cara a cara". El resultado es un intercambio continuo de expresividades. Cada una de las expresiones están dirigidas hacia los demás, y viceversa; y esta continua reciprocidad de actos expresivos pueden utilizarla todas las partes involucradas simultáneamente. La realidad de la vida cotidiana contiene esquemas tipificadores en cuyos términos los otros son aprehendidos y "tratados" en encuentros "cara a cara". Estos esquemas que intervienen en situaciones "cara a cara" son, por supuesto, recíprocos. Los otros también nos aprehenden de manera tipificada; las tipificaciones de los demás son tan susceptibles a nuestra interferencia, como las nuestras a ellos. En otras palabras, los dos esquemas tipificadores entran en "negociación" continua cuando se trata de una situación "cara a cara". (Berger y Luckmann, 1968)

Lo anterior lo refuerza nuevamente (Sennet, 1974), al mencionar que la humanidad ha perdido el alma de la colectividad para obtener la identidad del yo, siendo un gran error creer que la identidad del individuo es independiente y puede coexistir al margen de la vida pública, y de la sociedad en la que vive.

La expresividad humana es capaz de objetivarse, o sea, se manifiesta en productos de la actividad humana. Un caso especial de objetivación, pero que tiene importancia crucial es la significación, o sea, la producción humana de signos, estos, se agrupan en una cantidad de sistemas. Así pues, existen sistemas de signos gesticulatorios, de movimientos corporales pautados, de diversos grupos de artefactos materiales, y así sucesivamente. Los signos y sus sistemas son objetivaciones en el sentido de que son accesibles objetivamente más allá de la expresión de intenciones subjetivas "aquí y ahora". (Berger y Luckmann, 1968); argumentaron también que los individuos asignan significados al mundo a través del uso del

lenguaje y la interacción social. Los vocabularios aprendidos y el lenguaje utilizado por cualquier grupo particular estructura cómo los miembros conciben la realidad; sostenían que los significados fueron asignados, no inherentes, apuntando a la producción del mundo de la vida, dirigiendo la atención a cómo ese mundo está constituido como una entidad estable, o, y cómo los significados dan forma y son moldeados por ella. (Holstein y Gubrium, 2007).

El lenguaje, que aquí podemos definir como un sistema de signos vocales, es el sistema de signos más importante de la sociedad humana. Las objetivaciones comunes de la vida cotidiana se sustentan primariamente por la significación lingüística. La vida cotidiana, sobre todo, es vida con el lenguaje que comparto con mis semejantes y por medio de él. Por lo tanto, la comprensión de éste es esencial para cualquier comprensión de la realidad de la vida cotidiana. Como sistema de signos; éste elemento, posee la cualidad de la objetividad. El lenguaje me obliga a adaptarme a sus pautas. No puedo emplear las reglas sintácticas del alemán cuando hablo en inglés, me proporciona una posibilidad ya hecha para las continuas objetivaciones que necesita mi experiencia para desenvolverse. (Berger y Luckman, 1968)

Sociedad como realidad objetiva

La realidad objetiva, tal como la define la sociedad, es subjetivamente apropiada. En otras palabras, la socialización genera simetría entre objetivos y realidad subjetiva, identidad objetiva y subjetiva. El grado de esta simetría proporciona el criterio del éxito de la socialización; (Berger, 1966)

Los significados individuales se objetivan de manera que son accesibles para todos los que conviven en el mundo en cuestión de hecho, este mundo es aprehendido como "realidad objetiva", es decir, como una realidad que se comparte con otros y que existe independientemente de preferencias propias del individuo en la materia. (Berger, 1966)

La auto-producción del hombre es siempre, y por necesidad, una empresa social. Los hombres producen juntos un ambiente social con la totalidad de sus formaciones socioculturales y psicológicas. La humanidad específica del hombre y su socialidad están entrelazadas íntimamente. El homo sapiens es siempre, y en la misma medida, homo socius.

El orden social es un producto humano, o, más exactamente, una producción humana constante, realizada por el hombre en el curso de su continua externalización, la cual constituye una necesidad antropológica. El ser humano no se concibe dentro de una esfera cerrada de interioridad estática, continuamente tiene que externalizarse en actividad. Esta necesidad antropológica se funda en el equipo biológico del hombre.

Toda actividad humana está sujeta a la habituación. Todo acto que se repite, crea una pauta que luego puede reproducirse con economía de esfuerzos y que *ipso facto* es aprehendida como pauta por el que la ejecuta, de acuerdo con los significados otorgados por el hombre a su actividad, la habituación hace innecesario volver a definir las nuevamente. Bajo sus predefiniciones puede agruparse una gran variedad de situaciones y así se puede anticipar la actividad que habrá de realizarse en cada una de ellas. Hasta es factible aplicar a las alternativas del comportamiento un patrón de medida. Estos procesos de habituación anteceden a toda institucionalización. Empíricamente, la parte más importante de la habituación de la actividad humana se desarrolla en la misma medida que su institucionalización. La cuestión es, por tanto, saber cómo surgen las instituciones. La institucionalización aparece cada vez que se da una tipificación recíproca de acciones habitualizadas por tipos de actores. Dicho en otra forma, toda tipificación de esa clase es una institución.

Es así como por medio de la institucionalización, y la legitimación que la sociedad se torna una realidad objetiva, producto de la actividad humana pero que antecede a la experiencia del individuo. La realidad social existe antes del nacimiento del individuo, uno nace y se inserta en un mundo que ya está construido. Se inserta en un mundo que ya tiene sentido, tipificaciones que guían y orientan la vida cotidiana, en donde el proceso de socialización juega un papel fundamental, toda vez que reflejará la manera en que el individuo entrará en la trama de relaciones complejas entre símbolos, sentidos, discursos e imágenes y de qué manera se va apropiando de eso la dialéctica de la objetivación, externalización e internalización, los tres componentes que encuentran el modo en que un individuo empieza a participar de la vida social internalizando la realidad objetiva teniendo una realidad consiente de su relación con sus pares y consigo mismo.

Lo socialmente construido por el mundo se convierte en el mundo *tout court*: el único mundo real, típicamente el único mundo que uno puede concebir seriamente. El individuo es así liberado de la necesidad de reflexionar nuevamente sobre el significado de cada paso en su experiencia en desarrollo. Simplemente puede referirse al "sentido común" para tal interpretación, al menos para la gran parte de su biografía experienciada (Schutz, citado por Berger, 1963)

Es así como la realidad objetiva no es externa a los individuos, sino producto de una externalización plagada de sentido, la internalización es el primer acercamiento que se tiene a la socialización. Un individuo no nace parte de la sociedad, pero sí con las capacidades para hacerse parte de ella, y gracias a ésta, el individuo tendrá que interpretar ese mundo y aprenderlo.

Las personas buscan activamente la retroalimentación de los demás en relación con sus propias acciones. A través de la interacción social, el individuo aprende a presentar las actitudes, valores y emociones apropiadas. Lo percibido en las evaluaciones de otros proporcionan la base para formular evaluaciones del propio comportamiento y servir para organizar cursos de acción. (Holstein, y Gubrium, 2007).

Sociedad como realidad subjetiva.

La internalización del mundo objetivo, el cual es externo a las personas, se proyecta sobre sus conciencias mediante la socialización; el individuo no nace miembro de una sociedad, nace con una predisposición hacia la socialidad, y luego llega a ser miembro de ella. En la vida de toda persona, por lo tanto, existe verdaderamente una secuencia temporal en cuyo curso, el sujeto es inducido a participar en la dialéctica de la sociedad: externalización, objetivación e internalización, permiten a éste insertarse en la sociedad. El punto de partida de este proceso lo constituye la internalización: la aprehensión o interpretación inmediata de un acontecimiento objetivo en cuanto expresa significado, o sea, en cuanto es una manifestación de los procesos subjetivos de otro que, en consecuencia, se vuelven subjetivamente significativos para uno mismo.

La socialización es la introducción amplia de un individuo en un mundo objetivo, la manera en cómo se va insertando en la sociedad; la autoconciencia de este, está constituida en una forma específica por la sociedad, es desarrollada en un grupo social, puesto que el “ser”, sólo se relaciona con otros “seres”, esto es lo que Mead llamó la "génesis social del yo "; (Mead, G. 1925); dicha realidad psicológica está en una dialéctica continua de relación con la estructura social. La realidad psicológica se refiere a la manera en que el sujeto se aprehende a sí mismo, sus procesos de conciencia y sus relaciones con los demás (Berger, P. 1966). Para los autores este proceso es dado en dos fases: socialización primaria y secundaria:

Socialización primaria: suele ser la más importante para el individuo, ya que la estructura básica de toda socialización secundaria debe semejarse a la de ésta. Todo individuo nace dentro de una estructura social objetiva en la cual encuentra a los otros significantes que están encargados de su socialización y que le son impuestos. Las definiciones que los otros significantes hacen de la situación del individuo le son presentadas a éste como realidad objetiva. De este modo, él nace no solo dentro de una estructura social objetiva, sino también dentro de un mundo social objetivo. Los otros significantes, que mediatizan el mundo para él, lo modifican en el curso de esa mediatización. Seleccionan aspectos del mundo según la situación que ocupan dentro de la estructura social y también en virtud de sus idiosincrasias individuales, biográficamente arraigadas. El mundo social aparece "filtrado" para el individuo mediante esta doble selección. Esta etapa se atraviesa en la niñez: primer acercamiento del humano a los sentidos preexistentes, en los primeros años de vida, los niños van tomando sentido y construyendo el sentido subjetivo, por medio de esta se convierte en miembro de la sociedad aceptando los "roles" y actitudes de los otros significantes, o sea que los internaliza y se apropia de ellos. Y por esta identificación con los otros significantes, el niño se vuelve capaz de identificarse él mismo de adquirir una identidad subjetivamente coherente y plausible. En otras palabras, el yo es una entidad reflejada, porque refleja las actitudes que primeramente adoptaron para con él los otros significantes.

Socialización Secundaria: Es dada en virtud de la necesidad que tiene una sociedad de división del trabajo y, concomitantemente, cierta distribución social del

conocimiento; la conocemos como la internalización de "submundos" institucionales o basados sobre instituciones. Su alcance y su carácter se determinan, pues, por la complejidad de la división del trabajo y la distribución social concomitante del conocimiento; es la adquisición del conocimiento específico de "roles", estando éstos directa o indirectamente arraigados en la división del trabajo. Requiere la adquisición de vocabularios específicos de "roles", lo que significa, por lo pronto, la internalización de campos semánticos que estructuran interpretaciones y comportamientos de rutina dentro de un área institucional. Al mismo tiempo también se adquieren "comprensiones tácitas", evaluaciones y coloraciones afectivas de estos campos semánticos. Los "submundos" internalizados en la socialización secundaria son generalmente realidades parciales que contrastan con el "mundo de base" adquirido en la socialización primaria. Sin embargo, también ellos constituyen realidades más o menos coherentes, caracterizadas por componentes normativos y afectivos a la vez que cognoscitivos; Además los submundos también requieren, por lo menos, los rudimentos de un aparato legitimador, acompañados con frecuencia por símbolos rituales o materiales.

La socialización no solo asegura que el individuo es "real" para sí mismo de cierta manera, pero que responderá continuamente a su experiencia del mundo con los patrones cognitivos y emotivos apropiados para esta "realidad". Así, una de las ideas más relevantes es que [...] *el yo y la sociedad son entidades inextricablemente entrelazadas, su relación es dialéctica porque el yo, una vez formado; el yo existe en virtud de la sociedad, pero la sociedad solo es posible ya que muchos seres siguen aprehendiendo de ellos mismos y entre sí con referencia a ello. La realidad objetiva, tal como la define la sociedad, es subjetivamente apropiada. En otras palabras, la socialización genera simetría entre objetivos y realidad subjetiva, identidad objetiva y subjetiva. El grado de esta simetría proporciona el criterio del éxito de la socialización...* (Berger, 1966)

2.2 La aplicación de la teoría en diferentes campos de la ciencia y en el turismo

El construccionismo, ha sido campo fértil, para la realización de investigaciones en diversas áreas de la ciencia, es así por ejemplo que (Agudelo y Estrada, 2012) realizan el abordaje de la teoría enfocándose en la temática de terapia familiar, con el propósito de aportar nuevas

comprensiones en el tema de la epistemología de este tipo de terapia. Caso similar es el estudiado por (Magnabosco, 2014) quien toma el construccionismo social como abordaje teórico para la comprensión del abuso sexual, ofreciendo condiciones de reinterpretación de vivencias de este tipo de sucesos, intentando ayudar a las personas a ingresar en un relato más positivo de sus vidas y de su identidad.

En la línea de la medicina de la salud, (Conrad y Barker, 2015), plantean interesantes hallazgos acerca de la enfermedad, afirmando que algunas enfermedades están incrustadas en el significado cultural de la sociedad, y se construyen socialmente, en función de cómo las personas llegan a comprenderlas y vivirlas; construyendo el conocimiento médico sobre las mismas. Así mismo (Koopl, 2010), partiendo de la teoría de Berger y Luckman, realizó un estudio al monopolio del conocimiento manejado por los expertos en la ciencia forense. La aplicación de este análisis de expertos universales en la construcción social de la realidad a la ciencia forense, proporciona información útil sobre ésta como fenómeno social.

En terrenos de la educación, el construccionismo, ha sido tomado en cuenta con frecuencia por estudiosos como (Rodríguez, 2012), quienes han utilizado esta concepción para verificar las implicaciones educativas, poniendo a discusión el conocimiento como “constructo”, el cual implica una acción sobre nociones, juicios, concepciones previas, mediatizada por la interacción con los objetos y fenómenos de la naturaleza. Lo mismo ha sucedido en el ámbito de las organizaciones, en el que (Dachler y Hosking, 1995), sugieren lo que puede significar hablar sobre procesos relacionales en la construcción social de realidades gerenciales y organizacionales.

Regresando al campo sociológico, (Dreher, 2015) enfatiza el potencial teórico específico de la teoría de la construcción social de la realidad de Peter L. Berger y Thomas Luckmann para un análisis de la construcción y constitución del poder; y (Holstein y Gubrium, 2007) por su parte, realizaron estudios sobre el curso de la vida.

Como menciona (Kopp, R.,2010), la construcción de la realidad es tan poderosa que a menudo ha sido apropiada para diversos temas, tanto así que la frase a menudo adquiere un significado metafísico o epistemológico; tal es el caso de la llamada Geografía constructivista. En este contexto (Lindón, 2007, 2008, 2009) propone una nueva concepción

del espacio en términos de experiencia espacial, en particular “el lugar como construcción social” (Lindón, A. 2008).

Interesante es abordar el tema del turismo con esta base teórica partiendo desde la geografía constructivista, toda vez que es posible conjugar la parte social, sin dejar de lado la significación de los espacios en los que se desarrolla la vida cotidiana; sin embargo así como ésta, hay una gama de concepciones que vinculan el tema del turismo y construcción social; aunado a esto, se reconoce la importancia de aproximarse al estudio del turismo desde un ángulo de la sociología constructivista, puesto que los modelos estructurales pocas veces logran acercarse a lo que no es estructural, a la acción, a la dinámica permanente de la sociedad. Hoy día el turismo está dando muestras de sus transformaciones, de alteraciones que difícilmente pueden identificarse en un análisis sistémico, que antes bien busca las manifestaciones regulares, fijas y repetibles. (González, 2009)

En este sentido, (González, 2009), es uno de los autores que ha investigado el tema, dando cuenta de cómo el turismo se construye mediante la interacción entre turista y anfitrión, por lo tanto, el turismo se efectúa para el turista durante su tiempo de descanso y, para el anfitrión, en su tiempo de trabajo. Esta distinción de los tiempos tiene su origen en el concepto occidental de que el tiempo de trabajo es el que estructura la vida cotidiana de los pueblos y sus individuos (González, 2009). Así mismo, explica la realidad social objetiva del turismo (institucionalización y legitimación) cuando anfitriones y turistas reconocen que determinada actividad es típicamente realizada por cierta clase de actor y surgen instituciones como las de servicio al turista, las de regulación del turismo, las de promoción, etcétera. (González, 2009); resaltando el proceso de la realidad social subjetiva del turismo: internalización y socialización, la cual se manifiesta cuando las instituciones de turismo y las empresas pretenden modificar los valores y la cultura locales para que los empleados se adapten a un “estilo empresarial”, pero lo que en realidad están haciendo es intentar legitimarse conectándose a valores del mundo de la vida cotidiana de la gente cuando su campo de sentido es puramente instrumental. (González, 2009)

Lo anterior es apoyado por los estudios realizados por (Campodónico y Chalar, 2013) quienes coinciden en que el turismo se contrapone a la cotidianidad, es la ruptura de la vida cotidiana, dado que el turismo es una relación antagónica pero complementaria ocio/trabajo, el cual

solo se puede validar una vez que se comprende esta ruptura y se aceptan las dos facetas dialécticamente antagónicas. Los turistas hacen al turismo y el turismo no se desarrolla sin los turistas, de modo que el turista se convierte en productor y producto en una relación de complejidad (Campodónico y da Cunha, 2009), citados por (Campodónico y Chalar, 2013).

En un contexto de espacialidad e imaginarios, (Endrade, 2011) examina la importancia que se le atribuye a la idealización de los espacios rurales en la formación de la imagen del destino, demostrando que la actual idealización del espacio rural presente en el imaginario colectivo influye significativamente en la imagen percibida del destino turístico. Tomando como base a Berger y Luckmann, el autor menciona que podría afirmarse que la imagen turística es socialmente construida. Un foco importante es destapar los modos en los cuales los individuos y los grupos participan en la creación de su percepción social de la realidad. (Endrade, 2011)

El imaginario turístico será, entonces, aquella porción del imaginario social referido al hecho turístico. El sujeto de la mirada, el turista-actor, aprehende la imagen como parte de sus procesos cotidianos y como un objeto de la cultura que visita en un ejercicio de codificación, interpretación y valoración comparativa desde su cultura de origen pero mediado, no obstante, por el sistema turístico y yuxtapuesto a los estereotipos y expectativas acumuladas antes de la visita (Santana, 2007). (Endrade, 2011).

En virtud de lo anterior, podemos concluir que en el contexto latinoamericano es muy claro el esfuerzo realizado por estudiar el fenómeno turístico desde el punto de vista de la construcción social de la realidad, de Berger y Luckmann, teniendo como objetivos principalmente, la diferenciación temporal dada en la interacción entre turista y anfitrión, pero también la dicotomía dialéctica de la temporalidad de éste en la vida del turista. Otro aspecto estudiado ha sido la realidad social objetivada del turismo y la realidad social subjetivada del mismo, así como la importancia que cobra la espacialidad y los imaginarios en la construcción de la imagen de un destino turístico.

Como se puede apreciar en la revisión del estado de conocimiento de la construcción social del turismo, se identifica un vacío de conocimiento en torno a este tema desde una perspectiva espacial, siendo un campo de oportunidad para el desarrollo teórico desde esta perspectiva, en virtud de la naturaleza ontológica del turismo con la dimensión del espacio. Por ello, se

integra a continuación una propuesta de enlace categorial entre la teoría de la construcción social y el estudio interpretativo del espacio para su aplicación al estudio socio espacial del producto turístico. Se presenta en principio un marco conceptual sobre el producto turístico comunitario, para posteriormente plantear su estudio dese la construcción social.

2.3. La Construcción social de los productos turísticos.

2.3.1 *Productos turísticos y turismo comunitario*

A manera de referencia conceptual se exponen brevemente las nociones de producto turístico y turismo comunitario, previo a tratar la perspectiva del enfoque espacial en la construcción social de los productos turísticos.

(Smith, 1994) argumenta que los productos turísticos comprenden un conjunto de elementos que se relacionan entre sí, tales como la planta física (incluyendo características naturales y clima), los servicios, la hospitalidad, opciones para turistas, participación del turista en la prestación del servicio, y experiencias. Entre estos elementos, algunos son tangibles y otros intangibles, los intangibles, por ejemplo, incluyen las representaciones e imágenes de productos turísticos, que la industria del turismo u otros los canales de comunicación pueden promover, así como la cultura y significados simbólicos que los turistas asocian con estos productos (Morgan, 2014; Murphy, *et al.*, 2000) (Smith,1994); (Xu, 2010). En la misma línea, (Nasimba y Cejas, 2015) mencionan que un producto turístico puede ser considerado como un conjunto de bienes y servicios tangibles e intangibles, compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística, resultantes de un proceso productivo en el que se combinan servicios y equipamientos con el propósito de ser ofrecido al mercado en búsqueda de satisfacer necesidades y deseos de los visitantes, a cambio de cierto precio

(García y Doumet, 2017).lo definen como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para la atención, la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo, o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas. En este sentido, el desarrollo de productos turísticos enfocados al turismo comunitario es una estrategia social, que ha permitido generar ingresos y crear una oportunidad de fomentar empleos, sumando nuevas actividades económicas a los pueblos, tal como lo manifiestan las

investigaciones al respecto.

Con respecto al turismo comunitario, (Casas *et al.*, 2012), mencionan que se refiere a aquel turismo que está basado en la comunidad local y que pretende reducir el impacto negativo y reforzar los impactos positivos del turismo en la naturaleza. Se configura como una herramienta de lucha contra la pobreza, que permite conservar el patrimonio natural, histórico y la identidad étnica de un destino turístico. El turismo comunitario hace referencia a “aquel tipo de turismo en el que la comunidad local tiene un control sustancial de, y participa en, su desarrollo y manejo, y una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad”.

Maldonado menciona, que el turismo comunitario manifiesta ciertas características que fundamentan los principios del mismo, para ser catalogado como tal, los cuales son: Social, ya que busca promover una efectiva cooperación entre los miembros de la comunidad y entre comunidades, en la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios; ambiental, pues busca fomentar la conciencia respetuosa y formas de gestión responsable de los recursos naturales y la biodiversidad; Económico, y que busca la gestión en el uso y valoración de los recursos que permiten remunerar el trabajo y las inversiones que se realizan, y finalmente – Cultural, porque propicia experiencias y encuentros interculturales de calidad entre los turistas y las comunidades, respetando las expresiones de la identidad cultural. (Maldonado, 2017)

Como es observable, entonces, el producto turístico de corte comunitario es una amalgama de elementos tangibles e intangibles ofrecidos al mercado por parte de una comunidad, el cual busca minimizar la pobreza en ésta, aminorando los impactos ambientales y propiciando sus beneficios además de en éste, en el ámbito social, económico y cultural; en este sentido y tras la revisión de cómo se ha estudiado al mismo, es fundamental poder abordarlo desde la construcción de éste pero, atendiendo en conjunto el plano social (intersubjetividades) aplicado a la dicotomía turista comunidad y de la comunidad en sí misma, y la espacial, que engloba tanto la configuración del espacio que construye la comunidad pero también contempla la configuración del espacio que construye el turista.

2.3.2 Espacialidad, construcción social y turismo

El estudio de la espacialidad también puede orientarse desde el constructivismo, particularmente desde un constructivismo geográfico, recordando que uno de los presupuestos de éste, es lo que conocemos y creemos resulta del lenguaje con el que entendemos y transmitimos nuestras percepciones del mundo. En este pensamiento se ha señalado que al hablar –en un mundo compartido siempre con otros– las personas crean la realidad. Por eso, un mismo fenómeno espacial, un mismo fragmento de un lugar puede ser construido de diferentes formas en función de distintos puntos de vista, asumiendo que el sujeto habitante y también cognoscente, construye los lugares día a día, aunque esos lugares también reconfiguran las identidades de los sujetos que los habitan. Por ello, cada lugar es resultado de las acciones del sujeto sobre el mundo externo, dependiendo así tanto de las características del sujeto como de las del entorno en el cual se ejerce la acción. A su vez, las acciones del sujeto habitante se configuran dentro de una lógica compartida y también reconstruida constantemente. Al mismo tiempo, esos lugares así construidos modelan esas tramas de sentido y las acciones que en ellos se concretan. (Lindón, 2007).

En este sentido, dentro de la concepción del “lugar como construcción social” se trata de encontrar un punto medio que no deje de lado la materialidad del espacio en aras de una concepción exclusivamente idealista o subjetivista, pero que tampoco olvide todo lo no material con lo cual los sujetos le dan sentido al espacio (a las formas espaciales), considerando que construirlo socialmente precisamente implica hacerlo materialmente y también dotarlo de sentido. Esto último es lo que Claude Raffestin ha denominado la “semiotización del espacio”, es decir la incorporación en el concepto de espacio de un conjunto de signos culturales que caracterizan a una sociedad y que este autor denomina “semiósfera” (Raffestin, 1986). (Lindón, 2008).

Luego entonces se busca la comprensión del espacio a partir de la articulación profunda entre lo material y lo no material desde la perspectiva de la experiencia espacial del sujeto (Di Méo, 1999; Di Méo, 2000; Di Méo y Buléon, 2005; Lindón, 2007a; Lindón, 2007b), bajo el planteamiento de que al hablar –en un mundo siempre compartido con otros –creamos la realidad, porque nuestras palabras (piezas de un todo socialmente construido y compartido, como es el lenguaje) dan significados, reconocen ciertos elementos del mundo externo y

omiten otros. Por eso, un mismo fenómeno, una misma realidad, puede ser construida de diferentes formas en función de distintos puntos de vista y de acuerdo con las formas de nombrarlas y más aún, de contarlas. (Lindón, 2008).

En virtud de lo anterior, el análisis de las prácticas y los significados resulta incompleto si no se consideran las emociones y la afectividad. Todas las prácticas espaciales que despliega el sujeto cuerpo están teñidas de sentimientos, afectos y generan en los sujetos emociones de diverso tipo. La afectividad no sólo se conecta con la práctica misma, usualmente también conlleva afectos asociados a la espacialidad de la práctica. (Lindón, 2009)

Las prácticas espaciales desarrolladas por los sujetos nunca son aisladas, puesto que las que despliega cada sujeto están encadenadas o entretejidas en secuencias de prácticas, orientadas a alcanzar algo. Al mismo tiempo, las prácticas de un sujeto se relacionan con las de otro. En esos haceres encadenados de múltiples sujetos que convergen por instantes en ciertos lugares y ciertos fragmentos de tiempo, y luego se distancian y protagonizan nuevas convergencias espaciotemporales con otros sujetos y en otros lugares, se va desarrollando la construcción socio-espacial “*del lugar*”, de manera permanente, fragmentada y al mismo tiempo, interconectada. Es una construcción fragmentada porque en cada lugar y en cada instante ocurren fenómenos singulares, con vida propia, que le van marcando rumbos precisos “*al lugar*”. Al mismo tiempo esas microsituaciones están interconectadas porque los sujetos que están en un lugar están relacionados con otros sujetos y otros lugares distantes, que de diferentes formas pueden influir en lo que ocurre en esa microsituación. (Lindón, 2009). Lo anterior es conocido y detallado por (Lindón, 2006, 2007) como “Hologramas socioespaciales”.

Un holograma, es obtenido, a través de un procedimiento de reconstruir una imagen que de otra forma no se percibe. En la holografía se trata de un procedimiento técnico de iluminación. En esta versión del constructivismo geográfico se trata de un procedimiento de interpretación. La holografía obtiene con ese procedimiento una imagen tridimensional, es decir, de mayor profundidad y en consecuencia, más próxima al objeto mismo. En este constructivismo geográfico, la interpretación permite obtener una imagen más profunda de los lugares: es decir no solo la descripción de sus rasgos materiales y evidentes, sino también los sentidos que destacan unos rasgos del lugar y desdibujan otros. (Lindón, 2007).

En el análisis de las microsituaciones se debe preguntar por las prácticas de desplazamiento de un lugar a otro, y por las prácticas que suponen una forma de estar –o permanecer– en esos espacios exteriores, así como las prácticas que implican alguna forma de apropiación del lugar, es decir, las prácticas que marcan el lugar de cierta manera, las prácticas que expresan la identificación del sujeto con el lugar y la identificación del lugar a partir del sujeto, ya sea por su presencia o por su hacer. Las prácticas de apropiación de los lugares pueden ser efímeras o prolongadas. Todas contribuyen de cierta manera a la construcción socioespacial. (Lindón, 2009)

Es en este punto donde bien puede analizarse la construcción social del producto turístico, en los diferentes espacios del destino; la conformación efectiva o nula del mismo, es producto directo de la configuración del espacio construido por la población local e incluso por la de los visitantes, en virtud de esa construcción social, se apropian de los diferentes lugares, definiendo las prácticas que en él se realizan.

En los hologramas espaciales, el narrador refiere a lugares y prácticas concretas que allí se despliegan, verdaderos escenarios espaciotemporales de la vida cotidiana (Lindón, 2006). Por medio de las prácticas, la persona se apropia del lugar para distintos fines, compartiéndolo e interactuando con otros que convergen en él. Sin embargo, el holograma espacial no es un simple relato de prácticas y lugares, o un relato de simples escenarios en los que se despliegan prácticas. Es un relato de prácticas, lugares y escenarios que contiene dentro de sí y de manera encapsulada, otros lugares, sentidos de los lugares, intencionalidades de los habitantes de esos lugares, simbolizaciones de los lugares y del quehacer que en ellos se concreta; tienen la virtud de dar cuenta del cruce de la espacialidad situacional y particular (lo único, lo específico de un escenario) con espacialidades que se reiteran en otros lugares y otros escenarios, así como a través del tiempo, sin que ello suponga aspiraciones de generalización. (Lindón, 2007).

Los hologramas permiten, entre otras cosas, comprender cómo los sujetos llegan a construir un *insideness* (interioridad) dentro de un *outsideness* (exterioridad) (Relph, 1976), con la particularidad de que ese *insideness* solo es reconocido por quien participa de la situación o bien, quien tenga memoria espacial al respecto. (Lindón, 2007).

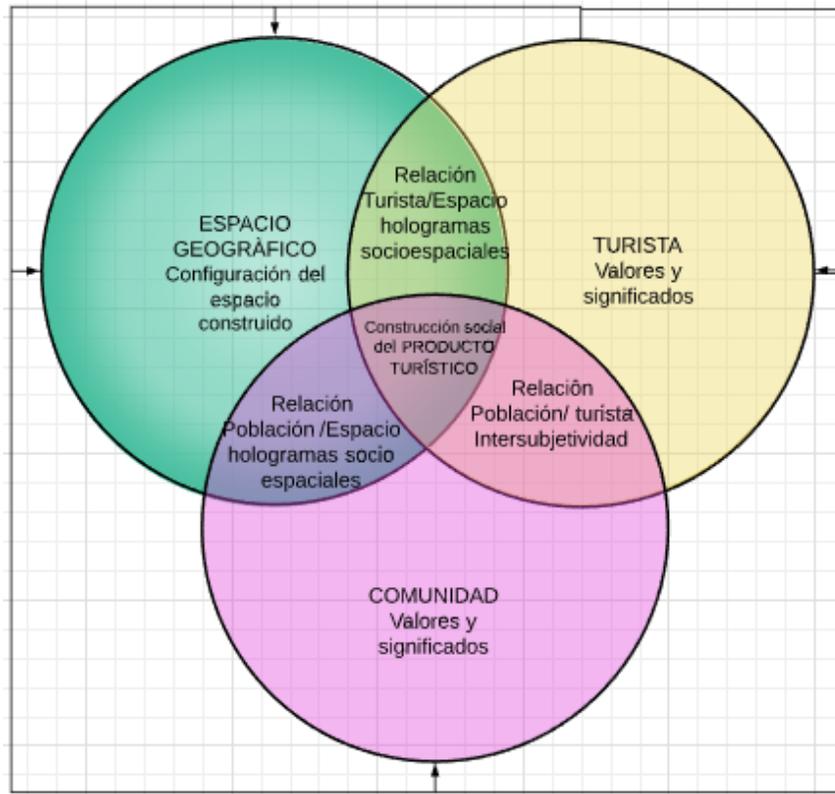
El *insideness* es un “recinto de sentido” y no un recinto material, por eso no es visible para todos. Estos recintos de sentido son creados a partir de la reapropiación de ciertos elementos materiales –de manera situacional– y de su resignificación, sin que ello traiga necesariamente modificaciones materiales. Las ciudades actuales encierran numerosos recintos de sentido parcialmente visibles, que a veces protegen a la persona mientras que otras condensan el dolor y la aflicción u otros sentidos del lugar muy diversos, pero que siempre se expresan en lo que hacen o evitan hacer los sujetos. Los hologramas socioespaciales asumen el desafío de hacer visibles estos lugares, y desentrañar el sentido de otros. (Lindón, 2007).

Así entonces, Alicia Lindón demarca cómo es que la Teoría Social se interesó por el espacio y la espacialidad, y también otros en los que los Estudios Urbanos y la Geografía Humana advirtieron que el actor no sólo era acción social y ejercicio del poder, sino también corporeidad y emocionalidad, así como la relación espacio/sociedad. (Lindón, 2009). Ese interés explícito en la espacialidad del sujeto, la espacialidad de su actuar en el mundo y de sus emociones, ha traído el regreso al concepto –de raíces heideggerianas– de habitar, debido a su capacidad para dar cuenta de la relación del sujeto con los lugares. Así, al concebir al sujeto espacialmente se reconoce que nuestro actuar en el mundo hace y modela los lugares y al mismo tiempo, deja en nosotros la marca de los lugares que habitamos. Los lugares modelan a las personas, a esos sujetos habitantes de algún lugar o de diversos lugares. (Lindón, 2009).

Lo anterior abre un panorama con una gama amplia de posibilidades de estudiar la construcción social de los productos turísticos en los espacios en donde éstos se desarrollan, en las que no solo la interacción social de los individuos influyen si no que hay un entramado de factores que intervienen en la formación de los mismos, incluyendo los espacios geográficos. Por tanto, se propone estudiar la construcción social de producto turístico partiendo de una geografía constructivista. La conjugación de estos elementos dará cuenta de un entramado de significados y motivos que definen las actividades que se realizan o no en los espacios con potencial turístico.

El planteamiento expuesto, se puede sintetizar en el siguiente esquema:

Ilustración 1: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL



Fuente: Elaboración propia

Capítulo 3

DISEÑO METODOLÓGICO

La presente investigación, es de tipo descriptiva, con enfoque cualitativo. Toma de base los métodos de trabajo cualitativo y de investigación-acción, así como un conjunto de técnicas de corte cualitativo. La tabla 1 que se presenta a continuación ilustra los métodos y técnicas a utilizar en la investigación a partir de los objetivos específicos establecidos con antelación.

Tabla 5 Fundamentación teórico -metodológica

Objetivo Específico	Fundamento teórico-conceptual	Método	Técnica
<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer los valores y significados de los visitantes del Nevado de Toluca de acuerdo con sus contextos regionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Teoría de la Fenomenología sociológica (Shütz) 	Modelo de Lalive	Entrevistas a profundidad
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las diferencias entre los valores y significados socioculturales que presentan las distintas comunidades ejidales del Nevado de Toluca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Teorías de la fenomenología sociológica y la construcción social sociológica (Berger y Lukman) • Construcción social del espacio (Alicia Lindón) 	Modelo de Lalive	Entrevistas a profundidad
<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar una estrategia planificada para la creación de productos turísticos en comunidades ejidales vinculadas con los recursos naturales y culturales del Nevado de Toluca. 	Marco conceptual: <ul style="list-style-type: none"> • Turismo comunitario y alternativo • Producto turístico como construcción social 	Investigación acción (Espeso)	Curso-taller

Fuete: elaboración propia.

La investigación cualitativa intenta hacer una aproximación global de las situaciones sociales para explorarlas, describirlas y comprenderlas a partir de los conocimientos que tienen los diferentes actores involucrados en ellas, puesto que los individuos interactúan con los otros miembros de su contexto social compartiendo el significado y el conocimiento que tienen de sí mismos y de su realidad (Bonilla, 1997), Citado por (Villamil, O. ,2003).

El método cualitativo busca conceptualizar sobre la realidad con base en los conocimientos, las actitudes y los valores que guían el comportamiento de las personas que comparten un contexto temporal espacial. A través de éste método se busca captar el conocimiento, significado e interpretaciones que comparten los individuos sobre la realidad social que se estudia, el análisis debe ser de grupos pequeños o representativos de las tendencias de comportamiento y para dicha selección se debe contar con la aprobación de la comunidad estudiada (Bonilla, 1997), Citado por (Villamil, 2003). La investigación cualitativa se caracteriza por el énfasis en la narración (Pardo, 1997), Citado por (Villamil, 2003). Esta investigación intenta hacer una aproximación global de las situaciones sociales.

En este sentido, el método cualitativo suele utilizar algunas técnicas de investigación como las entrevistas a profundidad, las cuales serán utilizadas en la presente investigación y por lo que , para la interpretación de la información obtenida en esas entrevistas a profundidad; Tal como (Vallejo y Osorio, *et al.*, 2013), citan a (Lalive d'Epinay) quien propone construir un modelo operativo a partir del concepto de ethos, el cual se entiende como “el conjunto de creencias, valores, normas y modelos de comportamiento” del individuo, lo que constituye su identidad sociocultural y que se hace evidente a través del relato de vida.

El modelo es conformado por medio de un esquema en el que se definen las llaves de interpretación específicas de la investigación y los cruces con las dimensiones temporal, social y espacial del objeto de estudio, estas dimensiones se establecen sobre la idea simple de que la vida de los hombres se inserta en un espacio tridimensional independiente: la inserción del hombre en el tiempo, en el espacio y en lo social.

La dimensión temporal se refiere al proceso de transformación del entorno de las comunidades pertenecientes a la ANP Nevado de Toluca, contempladas en la presente investigación, respecto a su forma de vida y situación ambiental la cual se relaciona de manera directa con la llave condiciones de bienestar. En esta dimensión se refleja el proceso de transición que han sufrido los pobladores en los diferentes aspectos que intervienen para mejorar sus condiciones de vida en el sitio.

La dimensión social marca una interacción consigo mismo (yo – yo), como interacciones con otras personas (yo – nosotros, yo – ellos) y una última interacción que involucra el apego a un grupo social que comparte costumbres y creencias y los distingue de otros (nosotros –

ellos), todas las relaciones antes descritas entrecruzan con la llave de interpretación de la vida familiar, demostrando las múltiples relaciones que se dan en un espacio cotidiano y común, como con la familia (yo – nosotros), con todas las personas que conforman cada una de las comunidades al interior (yo- ellos), o con las personas externas o ajenas a la comunidad, como las otras comunidades, los visitantes (nosotros – ellos). En este apartado se ubica el análisis sobre la capacidad y los elementos subjetivos que intervienen en el desarrollo de la actividad turística en las comunidades, o, dicho de otra manera, la potencialidad del turismo.

La dimensión espacial, se relaciona de manera directa con la llave del trabajo, donde las personas de acuerdo a la labor o trabajo que desempeñan dentro y fuera de los diferentes espacios de la comunidad, crean y recrean sus valores y códigos de sentido, ya sea en el espacio personal (el hogar), el espacio familiar (terreno ejidal), espacio del pueblo (el área que comprende el ejido), espacio del parque (ejidos aledaños) y espacio exterior (espacio fuera del parque). Los diferentes ejidos en su vida cotidiana y que permiten distinguir los valores y códigos de sentido que integran su *ethos* social.

Sin embargo, la investigación no se reduce a una descripción de hechos y símbolos toda vez que se pretende alterar esas realidades subjetivas por medio de la investigación-acción.

El término investigación Acción fue acuñado por el psicólogo alemán Kurt Lewin en los años 40`s, quien, preocupado por las problemáticas sociales de ese tiempo, propone una forma de investigación que podría vincular el enfoque experimental de las ciencias sociales con la acción social que daría respuesta a las problemáticas sociales de ese tiempo.

Lewin se interesó en enfocar la investigación que realizaba enfocada a la mejora de las relaciones intergrupales de su tiempo; en su obra Acción- Investigación y Problemas de la minorías, Lewin destaca que la mejor caracterización de la investigación necesaria para la práctica social es la investigación para la gestión social o la ingeniería social, definiendo en este punto a la investigación acción como una investigación comparativa sobre las condiciones y efectos de diversas formas de acción social y una investigación que conduce a la acción social, puesto que la investigación que no produce más que libros no es suficiente, para efectos de realizarla, los pasos a seguir se definen a continuación:

- Planificación: En este primer proceso se establece un plan general para alcanzar un objetivo el cual, si no está claro, debe aclararse examinando la idea cuidadosamente a la luz de los medios disponibles (recoger datos).
- Puesta en práctica: Aplicación del primer paso del plan
- Evaluación del primer paso del plan general: En este se evalúa la primer acción por medio de la recogida de datos lo cual tiene cuatro funciones:
 - Evaluar la acción: Muestra si lo que se ha logrado supera las expectativas o queda debajo de ellas
 - Da a los planificadores la oportunidad de aprender, de comprender de mejor manera la situación
 - Sirve como base para una correcta planificación del siguiente paso.
 - Sirve como base para la modificación del plan general.
- Ciclo de planificación ejecución y reconocimiento o recogida de datos. Del segundo paso para preparar la base de la buena ejecución del tercer paso y la modificación del plan general de ser necesario.

Por lo anterior es observable que este tipo de investigación es el resultado de un espiral de forma en el que cada paso se compone de un ciclo de planificación, acción y recogida de datos sobre el resultado de la acción, pues es necesario que el reconocimiento indique en qué medida avanzamos, si es en la dirección correcta y en qué velocidad. (Lewin, 1946).

Así mismo una concepción más a cerca de una modalidad de la IA, es la propuesta por (Ander Egg, 2003), toda vez de que la investigación tradicional adolece de utilidad social al desarrollarse separada de la realidad, con poco o nulo impacto en la solución de las problemas concretos, donde el objeto y sujeto no interactúan, luego entonces, es necesario el involucramiento de los sujetos en la resolución de los problemas de su realidad; su propósito es de “producir profundas transformaciones sociales, incluyendo de manera particular, la promoción de los proceso de participación popular, sea en términos de movilización de recursos humanos (propuestas reformistas) o de protagonismos de los sectores populares (propuestas de carácter revolucionario)”, se trata de que la gente participe para transformar y ser protagonistas de los cambios sociales.

La IAP permite concretar la utilidad de la investigación, en tanto determina el para quién se investiga y para qué. De acuerdo con (Ander-Egg, 2003) la investigación-acción participativa tiene como características básicas, las siguientes:

- En tanto investigación, se trata de un procedimiento reflexivo, sistémico, controlado y crítico que tiene como finalidad estudiar algún aspecto de la realidad, con una expresa finalidad práctica.
- En cuanto a acción, significa o indica que la forma de realizar el estudio es ya un modo de intervención y que el propósito de la investigación está orientada a la acción, siendo ella a su vez fuente de conocimiento.
- Y, por ser participación, es una actividad en cuyo proceso están involucrados tanto los investigadores (equipo técnico o agentes externos), como el mismo objeto de investigación, (la comunidad), la cual ya no es considerada sólo como tal, sino como sujetos activos que contribuyen a conocer y transformar la realidad en la que están implicados.

Estas características permiten dar respuesta a las interrogantes antes planteadas, y además establecen la relación teoría-práctica, superando así, las limitantes de la investigación tradicional, referidas a la falta de utilidad social y de impacto en la realidad actual de los territorios locales.

Como se ha planteado con anterioridad, desde Lewin y los aportes de Ander Egg, la investigación Acción, más allá de una simple metodología es una manera de investigación social que permite transformar la realidad de la sociedad en la que ésta se desarrolla, enriquece al investigador, pues la acción es una fuente de información cíclica que permite replantear las acciones siguientes e inclusive el plan general.

Por lo anterior, la investigación en curso se ha perfilado para la aplicación de la (IAP), diseñada por (Espeso, P, 2017), quien implementó esta metodología en el grupo UA- Unich (Universidad de Alicante- universidad de Chiapas), equipo multidisciplinar y multiétnico que ha realizado estudios colaborativos con empresarios turísticos choles, tzeltales y lacandones en el estado de Chiapas, México.

En la revisión metodológica de dicha investigación, Espeso (año) analizó que esta metodología, aún con las añadiduras posteriores, sigue siempre en esencia, los mismos cuatro pasos: 1) planificación de un cambio; 2) actuación en la búsqueda de ese cambio; 3) observación de los efectos que la actuación ha tenido sobre el cambio que se quiere acometer, para continuar con un 4) acto de reflexión colectiva sobre el proceso completo y así decidir los siguientes pasos que hay que emprender. (Espeso, 2017)



Ilustración 2: Los ciclos de la investigación acción participativa/ Espeso Molinero Pilar

En este sentido, el diseño de la investigación para el equipo UA- Unich, buscó crear valor mediante la capacitación y la resolución de problemas reales de los empresarios lacandones, empleando el aprendizaje, la reflexión y exploración de las capacidades creativas. Al mismo tiempo, al tratarse de un proceso práctico, permitía a todos los participantes, investigador y coinvestigadores, alcanzar los cuatro niveles de conocimiento de (Heron y Reason, 1997), citados por (Espeso, 2017) a través de la “subjetividad crítica”.

Tabla 6 Niveles de conocimiento

Modalidad	Descripción
Conocimiento experiencial	Se consigue a través del encuentro directo con el objeto de estudio y se alcanza a través de la empatía con el sujeto de estudio. El investigador se siente en sintonía con el objeto de estudio y a la vez es distinto de él. Articula la realidad a través de la resonancia interna de lo que es y de la percepción de sus distintas formas de aparecer.
Conocimiento presentacional	Es aquel que emerge y se basa en el conocimiento experimental y se plasma en distintas formas plásticas, musicales, vocales o gráficas que simbolizan tanto nuestra sintonía con el mundo, como los significados primarios alojados en su aparecer.
Conocimiento proposicional	Es el saber en términos conceptuales. Se expresa en declaraciones y teorías que llegan con el dominio de los conceptos. Las proposiciones se alcanzan a través del uso de presentaciones gráficas, orales, visuales, etc. y estas están basadas en última instancia en nuestra articulación de la experiencia del mundo.
Conocimiento práctico	Consiste en saber cómo hacer algo y se manifiesta en una habilidad o competencia. El conocimiento práctico engloba los tres anteriores ya que presupone un conocimiento conceptual de los principios y normas de la práctica, el desarrollo estético de la presentación, y la motivación del conocimiento experiencial y los conduce a buen fin a través de actos intencionales.

Fuente: Heron y Reason (1997).|

Fue así, que, para el proceso de indagación, a parte del trabajo previo a la investigación, se presentaron dos ciclos de investigación: el primero, denominado diálogo en comunidades, donde se mostraba el trabajo de todo el equipo, prestando especial atención a las funciones, análisis y resultados de las parcelas más personales del proyecto. El segundo, llamado diálogo en empresas, donde se expusieron los resultados del trabajo realizado con los coinvestigadores indígenas pero en solitario.

Ilustración 3 Proceso de la investigación / Espeso Molinero Pilar



Así mismo se generó un análisis del grado de participación de la población local en el proceso de investigación con la taxonomía de (Balcazar, 2003).

Respecto a las técnicas empleadas, en la IAP, todas las técnicas de recolección de datos son válidas mientras cumplan ética y prácticamente con su cometido (Greenwood, 2000), Citado por (Espeso, 2017), por lo que ésta fue multimodal, empleando anotaciones y diarios de campo, archivo de las actividades, entrevistas en profundidad, charlas informales, reuniones comunitarias, grabaciones de audio y video, registro fotográfico de los procesos, observación participante, y numerosas representaciones gráficas.

En la fase de análisis de datos cualitativos, en la IAP, el investigador debe prestar especial atención a los “significados” que las personas atribuyen a las cosas, situaciones y a su propia vida. Este método busca captar la “perspectiva de los participantes”, tratando de entender la dinámica de la situación objeto de estudio (Reason y Bradbury, 2008), Citado por (Espeso, 2017).

Además de los datos procedentes de los ciclos de investigación participativa, una gran cantidad de datos proviene de las entrevistas semiestructuradas y de las conversaciones con los participantes.

Concluyendo, en virtud de lo anteriormente descrito, la investigación habrá de emplear métodos cualitativos como el modelo de Lalive y la investigación acción para el cumplimiento de los objetivos anteriormente citados; el método de Lalive para la identificación de los diferentes “*ethos*” de la comunidad y del turista, esto por medio de la herramienta de las entrevistas a profundidad, las cuales permitirán identificar los valores y significados de ambos actores, que influyen en la construcción o no del producto turístico, lo cual una vez identificado, por medio del método de la investigación acción se planea, la modificación de la realidad en pro de la actividad turística, a través de la realización de un curso taller impartido a personas clave, que les permita concientizarse de la importancia y alcances de la actividad turística en su comunidad, y verificar así su actuar para poder impulsar una estrategia que impulse la creación de productos turísticos en la zona.

Capítulo 4

“VALORES Y SIGNIFICADOS DE LA COMUNIDAD DE SAN FRANCISCO OXTOTILPAN SOBRE EL TURISMO ALTERNATIVO EN EL NEVADO DE TOLUCA, MÉXICO”

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
Journal of Tourism and Cultural Heritage
an international peer reviewed and open access journal

Instituto Universitario de Investigación Social y Turismo
Universidad de La Laguna

INSTITUTO UNIVERSITARIO DÑA MARÍA ISMAI

[Registrarse](#) [Entrar](#)

Home
Acerca de ▾
Número actual
Publicados
Envíos
Para Autores ▾
Avisos
Web de PASOS
Ayuda ▾
🔍 Buscar

[Inicio](#) / [Índices](#)

Índices

Índices de Impacto

ISSN impresa: 2529-959X
 ISSN online: [1695-7121](#)
 DOI: <http://doi.org/10.25145/ij.pasos>

ACREDITACIONES

Accreditaciones internacionales	Hospitality, Leisure, Sport & Tourism	WOS - Core Collection - Emerging Sources Citation Index (ESCI)	
Accreditaciones nacionales (España)	Sello calidad FECYT 2020	FECYT-165/2020	

ÍNDICE	Área	AÑO	Cuartil	Puntuación	Posición	Nº de rev. en Área
Ranking FECYT	Antropología	2019	C1	83.47	1	15
Ranking FECYT	Geografía	2019	C2	49.09	5	20
Redib	Global	2019	C2	49.526	534	1160
Dialnet	Antropología	2019	C1	0,579	2	22
Dialnet	Economía	2019	C1	0,579	22	175
CiteFactor	Social Sciences	2019-2020		09.02		
MIAR (visibilidad - ICDS)		2020		9.7		
			h5	h5-median		
Google Scholar Metrics	Revistas en español	2020	19	27	83	100
Google Scholar Metrics	ECONOMÍA Y EMPRESA	2014-2018	12	20	7	61

Calificación

B

D

B1

B1

B1

B1

ISSN: 1695-7121

Información

[Para lectores/as](#)

[Para autores/as](#)

[Para bibliotecarios/as](#)

Enviar un artículo

Idioma

[English](#)

[Español \(España\)](#)

[Portugués \(Brasil\)](#)

[Open Journal Systems](#)

Brasil	regional	2013-2016	B1
Qualis (CAPES-Brasil)	Sociologia	2013-2016	B2
Qualis (CAPES-Brasil)	ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E TURISMO	2013-2016	B2
Qualis (CAPES-Brasil)	ARQUITETURA, URBANISMO E DESIGN	2013-2016	B2
Qualis (CAPES-Brasil)	COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	2013-2016	B2
Qualis (CAPES-Brasil)	PSICOLOGIA	2013-2016	B2
Qualis (CAPES-Brasil)	Antropologia	2013-2016	B3
Qualis (CAPES-Brasil)	CIÊNCIAS AGRÁRIAS	2013-2016	B4
Qualis (CAPES-Brasil)	EDUCAÇÃO	2013-2016	B4
Qualis (CAPES-Brasil)	EDUCAÇÃO FÍSICA	2013-2016	B4
Qualis (CAPES-Brasil)	ENGENHARIAS III	2013-2016	B4
Qualis (CAPES-Brasil)	SAÚDE COLETIVA	2013-2016	B5
Qualis (CAPES-Brasil)	BIODIVERSIDADE	2013-2016	C

OTROS ÍNDICES

[ERIHPLUS](#)

[DOAJ](#)

[LATINDEX](#)

[ProQuest](#)

[INDEX COPERNICUS](#)

[CROSSREF](#)

[CABABSTRACTS](#)

[ROAD](#)

[Academic Journals Database](#)

[ULRICHSWEB](#)

[EBSCOhost](#) Hospitality & Tourism (Complete - Index)

[CABI](#) Leisure Tourism

[AJG](#) 2018

[PRTPC] Acuse de recibo del envío Σ Recibidos x



Secretaría editorial de PASOS <secretaria@pasosonline.org>

mié, 15 sept 21:01 (hace 8 días) ☆ ↶ ⋮

para mí ▾

JOANA ZARZA BALLINA:

Gracias por enviar el manuscrito "VALORES Y SIGNIFICADOS DE LA COMUNIDAD DE SAN FRANCISCO OXTOTILPAN SOBRE EL TURISMO ALTERNATIVO EN EL NEVADO DE TOLUCA, MÉXICO" a PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Con el sistema de gestión de publicaciones en línea que utilizamos podrá seguir el progreso a través del proceso editorial tras iniciar sesión en el sitio web de la publicación:

URL del manuscrito: <http://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/authorDashboard/submission/3422>

Nombre de usuario/a: joana_zarza_ballina

Si tiene alguna duda puede ponerse en contacto conmigo. Gracias por elegir esta editorial para mostrar su trabajo.

Secretaría editorial de PASOS

Saludos cordiales

Secretaría Editorial

email: secretaria@pasosonline.org

Resumen:

En el diseño de productos turísticos, es común considerar factores técnicos y características físicas del territorio, que influyen en el proceso, sin embargo, poco se han apreciado los factores sociales, que tienen un papel medular en la conformación de los productos; por lo que el objetivo del presente documento, es identificar los valores y significados socioculturales de los habitantes San Francisco Oxtotilpan, ejido líder en la actividad turística del Área de Protección de Flora y Fauna del Nevado de Toluca, México. Para el análisis en cuestión, se eligió la Fenomenología Sociológica de Alfred Schütz, para revelar el “*ethos*” de los habitantes, utilizando como metodología la investigación cualitativa y la técnica de la entrevista a profundidad, concluyendo, en la identificación del denominado “*Ethos* indígena campesino” que puede dividirse en un perfil “tradicional” y uno “renovado”, el cual resulta determinante en la construcción de los productos turísticos.

Palabras clave: “*ethos*”, habitante, valores, significados, producto turístico

4.1 Significados y valores, interpretación de resultados

4.1. Los visitantes del Nevado de Toluca

De acuerdo con lo descrito en el apartado de metodología, se realiza a continuación el resultado de la aplicación de las entrevistas cualitativas a los visitantes con apoyo del modelo de Lalive, considerando la interpretación en las dimensiones temporal, social y espacial.

Dimensión temporal

El Nevado de Toluca cuenta con recursos naturales potenciales de alto valor paisajístico y recreativo, así como con una creciente y numerosa corriente de visitantes; de acuerdo con diversos estudios (Osorio, 2017; Osorio *et al.*, 2011), existen básicamente dos segmentos de visitantes: el recreativo y el deportivo, ambos excursionistas, con un perfil dominante del tipo “masivo de convivencia”, cuyo comportamiento es insustentable (Osorio y Domínguez, 2019); sin embargo para la presente investigación fueron analizadas las percepciones valores y significados de ambos tipos de turistas con diferentes perfiles.

El visitante recreativo, gusta primordialmente la playa, y lugares donde pueda convivir y relajarse con la familia y/o amigos. Es importante resaltar que según los informantes entrevistados, se observa una clasificación de éste tipo de visitante: un visitante recreativo de tradición familiar (VRTF) y un visitante recreativo de esparcimiento juvenil (VREJ).

En ambos casos este tipo de visitantes, procuran acudir a las áreas naturales porque la naturaleza les parece hermosa e impresionante y les da un sentido de tranquilidad y relajación, un escape al estrés de la vida diaria; sin embargo, es muy notorio para el caso del VRTF el deseo de lograr una convivencia familiar en un entorno hermoso, afianzador de los lazos fraternales. Es revelador encontrar que los VREJ, son el resultado de un contacto temprano con la zona a partir de experiencias cercanas con un VRTF, y que posteriormente, en su juventud, buscan la independización de la familia, la autonomía y la liberación, buscando el reto personal a nivel físico y el reto a la naturaleza, el poderla abordar, el poder desafiarse y tener un sentido de aventura sin prohibiciones ni ataduras.

“Cuando éramos niños solíamos pedir permiso para acampar en el segundo albergue alpino hacíamos ahí algunas actividades, posteriormente cuando fuimos creciendo nos aventábamos una caminata de cinco horas para llegar a ver el amanecer en el cráter... Han sido momentos en compañía con la familia y en el ámbito profesional”. (C. P.)

En este sentido, los visitantes expresaban nostalgia por aquellos tiempos en que la familia estaba junta y completa.

“Las actividades eran diferentes, cuando uno era niño vas más con la supervisión de los padres de que no puedes hacer esto, irte para acá y demás, entonces era más a lo que ellos te permitían hacer, ya cuando vas creciendo eso cambia”. (D.G.R.)

Curiosamente algunos VREJ resaltan las experiencias en su adolescencia y juventud temprana con sus amigos en dicho espacio, comentaban la práctica de ir a estrenar sus autos a la zona, a jugar carreras de autos o a ir a “ligar” y relajarse, en un día de campo, tomando bebidas alcohólicas y comiendo frituras previamente adquiridas en una tienda, actividades que a algunos, les llevó a tener malas experiencias que pusieron en peligro sus vidas y las vidas de terceros.

“Ya sabes, cuando estas joven te llevas unas caguamas al volcán a tomar un poco a sentirte de que el frío hay que quitarlo con un poco de chela, y mi amigo se alcoholizó de más y dijimos ya vámonos... mi amigo iba rápido como a 60 km. bajando en las curvas y obviamente chocamos. El carro hecho pedazos, pérdida total”. (E.V)

Así mismo muchas de las malas experiencias, experimentadas por los VREJ, se han vinculado principalmente con la falta de planeación del viaje, toda vez que no iban con la ropa adecuada, ni los recursos suficientes para pasar una buena estancia en el lugar, por lo que terminaban sufriendo frío y hambre aunado en algunos casos al denominado “mal de montaña”

“No llevábamos chamarra, no llevábamos comida... nos empezó a dar un montón de frío, y hambre, llegamos a la cima... mi amigo estaba mareado, vomitando... la neta no está chido... o sea ni siquiera estaba nevado pero sí hacía un frío espantoso”. (S.E).

Por su parte, el turista deportivo que visita el Nevado de Toluca, gusta de lugares naturales como las playas, bosques, desiertos y montañas, concurriendo al Izta-Popo, Malinche, el Nevado de Toluca, y el parque Ocotlal con mayor frecuencia por su cercanía y tipo de actividad deportiva a la que se dedican, siendo los montañistas los más ligados a la zona natural, quienes asisten en grupos de amigos o bien, grupos profesionales y semi profesionales de senderismo, montañismo o escalada.

Desde la niñez, gozan de este tipo de sitios, toda vez que la naturaleza les despierta un sentimiento de añoranza familiar y evocación de momentos felices, pero también sensaciones de insignificancia en comparación de la magnificencia de la naturaleza. Otra razón muy mencionada por los visitantes por la cual les agrada este tipo de espacios, es el contacto natural, ver los árboles y los ríos, respirar oxígeno puro, aliviar el estrés, escuchar y ver a la flora y la fauna. Todo ello les “saca de su mundo”.

Los sentimientos de filiación con los espacios naturales en una búsqueda de identidad personal, están fuertemente asociados a los valores como el respeto y la armonía con el entorno; es observable una conexión profunda a nivel físico, mental y emocional con la

naturaleza y con lo que ésta les brinda:

“...todo lo que hay alrededor de la naturaleza me conecta completamente conmigo y con el presente... esa es una sensación para mí que no tiene precio”. (M.R)

Es interesante encontrar entre los visitantes deportivos, narrativas sobre comparaciones y alegorías de la montaña, con la vida misma. En este sentido la montaña adquiere connotaciones de lecciones de vida, de logros, a nivel personal, expresados en sentimientos de autoafirmación y conexión con la naturaleza y con su propio ser.

“...siento que la montaña nos enseña mucho de la vida... así como subes tienes que bajar... no siempre vas a encontrarte cosas planas... por eso hay que saber elegir con quién vas a subirla”... (M.C)

Como es observable ambos tipos de turistas son provenientes de la influencia de un VRTF, sin embargo, según lo identificado en las entrevistas, la etapa de la juventud podría ser la que define el tipo de visitante que desempeñarán en el futuro.

Con respecto a lo anterior, ambos tipos de visitantes entrevistados (deportivo y de esparcimiento), con sus respectivas clasificaciones, concuerdan en que el gusto por asistir a lugares naturales nació desde su niñez y/o adolescencia puesto que crecieron en el campo, o bien sus padres tenían la costumbre familiar de llevarlos de vacaciones o fines de semana a este tipo de espacios.

“Pues desde pequeña mis papás me llevaban al bosque y lugares así... muchos de los libros que yo leía describían este tipo de lugares y me encantaba, por ello me incliné un poco más para admirar este tipo de lugares” (M.R).

“*Mindfulness* es estar presente de manera consiente en el aquí y en el ahora, sin reaccionar automáticamente, y eso es justamente lo que me produce el estar en contacto con la naturaleza, o sea el estar presente, conscientemente en ese momento. (M.R)

Lo anterior es una clara muestra de lo mencionado por (Berger y Luckmann, 1968) de

cómo es que las prácticas realizadas por los padres en el proceso de socialización primaria influyen y definen en gran medida las prácticas que éstos tendrán de manera posterior al integrarse al mundo objetivo que les rodea en una socialización secundaria: un informante adopta su gusto por los espacios naturales cuando es niña por los hábitos, tradiciones y costumbres inculcados por sus padres y de manera posterior, partiendo de su profesión (psicoterapeuta clínico y coach) termina de construir su concepción sobre el lugar.

Dimensión social

Es en la primer relación del **yo – yo** que ambos tipos de visitantes manifiestan agrado por ir al Nevado de Toluca, reconociendo el aprecio de lo natural, la tranquilidad, la recreación y la aventura, es por ello la preferencia de visitar la zona.

“Me gusta que es una experiencia que te libera de cosas, te pones metas... la parte positiva es que te motivas sales de lo normal que es la ciudad.” (E.V)

Son relevantes también los significados y la relación que el visitante recreativo tiene consigo mismo al momento de estar en este espacio, para lo cual se identificaron cuatro puntos representativos

- Evocaciones del hogar: Paisajes que conectan al visitante con el espacio pues le recuerdan las características de su lugar natal, y que crean sentimientos de añoranza, recuerdos felices o tristes, por el simple hecho de estar en un lugar parecido al propio.

“Me llamó mucho la atención también el paisaje porque es muy similar al paisaje que tenemos en Floresta en Brasil... entonces fue encantador... (D.C)

- Identidad y sentido de pertenencia: Resulta significativo acentuar que para este tipo de visitante habitante de zonas vecinas al área natural, les causa un fuerte sentido de pertenencia e identidad con su comunidad, toda vez que les parece importante conocerlo para mostrarlo con amigos y conocidos de fuera.

“Me animé a subir bien porque estoy tan cerquita y tenemos familia... en Texcoco, y luego venían y nos hacían preguntas del Nevado y yo no sabía

mucho y me daba pena que siendo de aquí del pueblo y que el Nevado pertenezca al pueblo y no sepamos nada”. (J.C.M)

La carga de significado y simbolismo, además del imaginario construido alrededor del Nevado de Toluca a nivel nacional, hace sentir orgullosos a los visitantes recreativos de la zona del Valle de México, quienes lo ven como un recurso digno de ser compartido y admirado por propios y extraños.

“El Nevado es con y sin gente, para mi es naturaleza, el símbolo de todo este valle, el más importante que tenemos, nosotros vamos a dejar de existir y él va a seguir mil millones de años” (F.Q.A.)

- Sentido de apreciación de la experiencia: El turista recreativo valora en sobremanera las experiencias tanto positivas como las negativas que ha vivido en el lugar, pues todas ellas han conformado aprendizajes y momentos invaluable.

“Liberación de endorfinas, yo considero que estar arriba me llena mucho de alegría las estrellas se ven más hermosas estando ahí, el sol y la luna se ven más grandes y son cosas invaluable, son cosas que quedan en la memoria” (H.C.).

- Tranquilidad: Toda vez que en un mundo con un ritmo de vida tan acelerado es ampliamente valorado que un espacio tan “cercano” a una ciudad les transmita tanta paz y tranquilidad en donde no hay bullicio de la ciudad ni las problemáticas que se viven día a día en ella.

“Me encantó muchísimo por que salir de una ciudad como Toluca y muy cerca, comenzar a percibir comunidades que están en la orilla del volcán, ... parecen dos mundos que están tan cerca pero tan lejos, parecen que están en el pasado, y es muy lindo y es un pasado que no tiene esta cuestión de tráfico, de tiempo, de violencia. (D.C)

Para aspectos que desagradan al visitante de la zona el VRTF se queja porque según su percepción las prácticas en el sitio se han transformado y las tradiciones “bonitas” se descontinuaron y han dejado de ser familiares, ven cómo los jóvenes VREJ, llevan a cabo

actividades relacionadas con los excesos, como el consumo de alcohol, que da malos ejemplos y perjudica el ambiente familiar.

“Ya no era tanto así como que las familias fueran a divertirse, sino que empezaban a ir muchos jóvenes... a partir de determinada hora llegaba un conjunto y ya había bebida y otras cosas, ya no se controlaba la basura, empezamos a ver que todo se empezaba a transformar en otra cosa”. (J.B)

Así mismo el VRTF, también se preocupa por ver el sitio impactado de manera ambiental.

Contrario a los anteriores el visitante recreacional perteneciente al VREJ, comenta que su mayor molestia es que no se le permita el paso normal y con vehículo en temporada alta, por seguridad.

“Lo que no me gusta es que cuando sí cae mucha nieve no te dejan subir con el carro entonces tienes que entrar caminando sin que te vean” (S.E)

Por su parte, los informantes del grupo visitante deportivo, mencionan afanosamente el placer que les produce la visita al lugar, por la belleza paisajística, pero sobre todo, como se ha mencionado con anterioridad, por la conexión que el espacio les brinda de manera directa con la naturaleza y con ellos mismos, por lo cual el espacio es fuertemente significativo con respecto a la afirmación inclusive de su ser.

“llegar a la cima es también como un reto personal un logro desbloqueado...Te cambia la perspectiva de la vida en un momento, la conexión mía con la tierra, la conexión mía con el universo” (M.R)

Lo anteriormente mencionado muestra cómo es que ambos tipos de visitantes establecen una relación consigo mismos en el espacio de manera distinta, mientras que para el deportivo es fuertemente vinculada con la conexión personal y con la naturaleza, para el visitante recreacional el vínculo está dado principalmente en el escape de su vida diaria.

Sin embargo, en esta relación también, el visitante manifiesta desagrado por algunos aspectos del área natural, para el caso del visitante deportivo, dicha molestia puede ser resumida a una sola palabra: masificación.

“Mi primera impresión del Nevado de Toluca no estuvo nada buena, ... llegar a un

lugar donde hay un estacionamiento ... demasiada gente, ... (y) miles de coches me hace sentir que vengo a un lugar donde no voy a sentir nada por más bonito que esté, siento que llego a un Disneylandia del Nevado y no me parece” (A.L.)

En este sentido es notorio el significado sagrado que el visitante deportivo le da a la montaña, donde le es necesaria la privacidad, la lejanía, la personalización e individualización de su experiencia, puesto que el objetivo que éste tiene, al visitarla es “sentir”, es “conectarse”, cosas que no puede hacer si hay mucha gente alrededor.

Para el visitante deportivo y para el recreativo de tipo VRTF, el bienestar y conservación del sitio es importante, toda vez que tiene vínculos emocionales con el mismo, pues ha sido escenario de uniones familiares, logros y conquistas personales, sin embargo, para los VREJ tiene más importancia la vivencia experiencial.

En la segunda relación, **yo – nosotros**, al igual que en el **yo – ellos**, se expresa una relación cercana con todas las personas que se relacionan directamente, de manera personal con el visitante, en este sentido, la mayoría de ambos tipos de visitantes, deportistas y de recreación, han sido influenciados y acompañados por la familia, amigos o integrantes de clubes sociales a los que pertenecen para visitar la zona del Nevado de Toluca

“Mi papá le gustaba mucho los fines de semana lo que él llamaba “vámonos a pueblar”... al Nevado, era cada mes o cada quince días... en verano era jugar fútbol y en invierno a jugar con la nieve” (R.S).

La diferencia identificada en las relaciones presentadas por los informantes sería que: los visitantes deportivos son guiados a la realización de sus actividades por compañeros de clubes que, por el nivel de significación y simbolismo de la actividad que es tan íntimo (el encontrarse así mismo), más tarde se vuelven amigos; mientras que el visitante recreacional realiza sus actividades en el espacio, primordialmente con la familia y con los amigos cercanos.

Respecto a la tercera relación **nosotros – ellos**, es en donde se ubica el análisis sobre la potencialidad del turismo, toda vez que es en ésta donde el visitante interactúa con los

miembros de la comunidad, revelando su percepción acerca de los mismos, de los servicios turísticos que éstos brindan, el trato que le dan, y sobre el ambiente percibido como visitantes en general; en este aspecto los visitantes consultados tienen una marcada diferenciación iniciada desde el uso de los servicios turísticos por parte de la comunidad.

Tanto el visitante deportivo como el recreacional manifiestan diferentes percepciones iniciando por la actitud de la comunidad hacia el visitante, al respecto, hay imaginarios del visitante que vinculan las situaciones de inseguridad reflejadas en los medios de comunicación con las actitudes de la comunidad hacia el visitante.

“Las personas se han tornado a ser desconfiadas con gente que llega de otros *“lugares”*, se ven a la expectativa... son precavidas... por miedo o temor, un mecanismo de defensa”.

Respecto a cómo se percibe a la comunidad, algunos visitantes recreacionales coinciden en la percepción de una comunidad amable pero reservada, atenta a las necesidades del visitante pero un tanto desconfiada; así mismo hay quienes los perciben un poco más que eso y los observan mal encarados, poco capacitados o en malas condiciones para brindar un servicio, ocasionándoles sensaciones de inseguridad, miedo y desconfianza.

“Era lo que te mencionaba de la seguridad, realmente el que lleves a 20 o 25 personas es un riesgo, y creo que debes estar consiente en esta parte”.

Así mismo hay fuertes críticas a servicios básicos como los sanitarios, que atenta de manera directa a la necesidad del sentimiento de seguridad, que el visitante busca en cualquier destino:

“Creo que se ha visto rebasado en la instalación de baños y así, ya es demasiado chiquita para la cantidad de gente que llega...”. (M.L)

Otro de los aspectos con los que la mayoría de los VRTF están inconformes y que es un aspecto importante para ellos toda vez que les brinda sensaciones de seguridad y confort es el tema de la comida, un aspecto que para algunos pasa sin pena ni gloria pero para otros debe ser mejor desempeñada para sentir una experiencia completa en el sentido de cumplir con el objetivo del viaje que es recrearse y sentirse bien.

“No debo decir que es algo espectacular, tampoco es una atención mala... yo creo que en su conjunto la experiencia es buena, podría ser mucho mejor... tanto la atención como la oferta de alimentos” (C.P.)

No coinciden en lo anterior los VREJ, quienes tras un sentido de complacencia opinan que la comida es deliciosa y la atención muy buena.

Finalmente hubo informantes que además de alimentos pudieron hospedarse en el lugar, para lo que la percepción que tuvieron fue de espontaneidad, algo sin planeación previa sin embargo la experiencia ameritó la mención toda vez que les hicieron sentir muy bien gracias a la actitud hospitalaria que tuvieron con ellos.

“Nosotros nos hospedamos pero me parece que no es algo organizado...las estructuras son muy simples sobre todo la comida, pero muy hospitalarios... me encantó la hospitalidad” (D.C)

En el caso de los visitantes deportivos, la mayoría no hacen uso de los servicios turísticos en la zona, debido a varios factores:

- La naturaleza de su actividad. Ellos asisten a caminar (*treking*), hacer escalada y una vez alcanzados sus objetivos se dedican a comer sus propios alimentos, descansar y a admirar el paisaje natural.
- Los días en que éstos deciden visitar el sitio, generalmente es entre semana para evitar la masificación, por lo que casi no hay prestación de servicios o por lo menos no los han percibido.
- Cuando llegan a visitar el lugar en fines de semana, en algunas ocasiones consumen alimentos o compran algunos guantes o prendas para abrigarse del frío, así mismo hacen uso de los sanitarios.

Sin embargo, respecto a este poco contacto con los miembros de la comunidad y de los servicios que ésta les brinda,

Así mismo ambos tipos de visitantes, el deportivo y el de recreación coinciden en que la atención y la oferta del lugar podrían mejorarse, recomendando a la comunidad ofrecer sus productos y servicios de una manera más organizada y elevando la calidad.

“Me parece que en el Nevado están iniciando con el turismo, sigue con autenticidad, las estructuras existen, los líderes tienen la intención de desarrollar la actividad, necesita mejorar, quizá es posible mejorar la alimentación” (D.C)

“Que hubiera una cuota de visita que sirviera para mejorar las instalaciones... información para que las personas tengan conciencia de visitar la zona, multas para los que realizan malas prácticas, y buscar la manera en que la gente de la comunidad pueda obtener recurso de una manera más organizada, más establecida, más que nada el cuidado del lugar” (M.L).

Dimensión espacial

Para hablar sobre el área del Nevado en la dimensión espacial por la parte de los visitantes es necesaria la identificación de las actividades que éstos realizan en la zona, sus experiencias, cómo perciben el ambiente, el significado que éste tiene para ellos, así como los sentimientos que les despierta al visitarlo. Respecto a lo anterior hay percepciones diferentes entre el visitante deportivo y el recreativo.

El visitante recreativo, asiste al Nevado en temporada de nevadas, como parte de la tradición familiar o por convivencia con los amigos, para aprovechar el paisaje nevado y tomar fotografías que le queden para la posteridad, su afluencia es con mucha menor frecuencia en secas, especificando que en nevadas va de manera directa al cráter, mientras que en secas se queda a realizar actividades a los alrededores, en las faldas del volcán.

Conforme a las actividades que realiza el visitante recreacional al estar en el espacio, es importante mencionar que algunas distan mucho de las buenas prácticas deseables de un visitante responsable, pues van desde inocentes actividades en un tradicional día de campo como caminata, observación del paisaje, escalada, juegos con pelota, andar en bicicleta, etc. hasta la realización de fogatas y la recolección de las famosas “piñitas” y flores “raras”, para utilizarlas como adornos navideños, todo esto algunos acompañados de sus mascotas, así mismo algunos concuerdan en que posterior a estas experiencias iban en busca de algún lugar de la zona en donde poder comer.

Hay fuertes significados para el visitante recreacional respecto a la zona, toda vez que aquí ha vivido experiencias de unidad familiar, tradiciones generacionales que hacen representativo el sitio a nivel sentimental emocional, la mayoría de éstas ligadas a las fechas decembrinas en las que por tradición las familias habitantes de zonas vecinas al área asisten a pasar un rato de esparcimiento después del 24 y 31 de diciembre en compañía de su familia y/o amigos.

“En diciembre se pone hermoso... es una tradición que muchas personas... íbamos a veces año con año... cuando el volcán está en su máximo esplendor”. (H.C)

No es de extrañarse que la identificación de un individuo con la naturaleza y la vinculación emocional que tiene un espacio determinado puede ser tal a un grado que incluso solicite que al morir, sus cenizas sean esparcidas en dicho espacio, para permanecer simbólicamente en el lugar donde siempre quiso estar, donde se sentía libre y pleno, tal cual sucedió con dos familiares de un informante que compartió su experiencia.

“Tanto a mi tía como a mi abuela les gustaba mucho el Nevado desde que yo me acuerdo íbamos juntos, a ellas les gustaba el frío y vivir aquí y como ellas llegaron desde muy jóvenes... fue como un ir a dejarlas donde querían estar y no estar encerradas en una urna”. (S. E)

Así mismo visitantes recreacionales pertenecientes a algunas de las comunidades en donde se sitúa el volcán, platican a cerca de algunas tradiciones de origen religioso que han perdurado desde que tienen uso de memoria y hasta la fecha, en donde el ritual de la visitación a esta zona es el básico, en una época religiosa importante: Semana Santa.

“De donde yo soy el pueblo se llama Santiago Tlacotepec en semana santa, el viernes santo, después de la celebración religiosa, está como tradición ir acampar al bosque cerca del volcán, o llegar al volcán y hay quienes subían caminando hasta el volcán... y había un camino marcado con unas plaquitas con color rojo y cada tres árboles había una placa” (F.H.C)

Pero como en toda tradición el sentido y significado es personal para cada uno y cada familia y persona tiene diferentes prácticas reinterpretando la tradición de la comunidad a una práctica personal.

“Hay quienes llegan al bosque y otros sólo llegan a agarrar la “peda”, hay quienes van con amigos y hay quienes sí suben”. (F.H.C)

Es justo en esta dimensión donde se encuentra una marcada diferencia entre las prácticas y sentidos de los VRTF y el VREJ, debido a que el primero narra con sentimiento de añoranza, orgullo y alegría lo anteriormente vivido en el lugar, mientras que el segundo platica sobre dichas experiencias como algo pasado, bonitos recuerdos que fueron buenos pero que es mejor ahora porque puede transformarlo a su gusto y manera, denotando una necesidad y sentimientos de independencia, liberación y autoafirmación.

Con referencia a los cambios que el turista recreacional ha notado en el nevado de Toluca se encuentran:

- Más población (más casas)
- Más lugares para comer, tiendas, el lugar se ha hecho más comercial
- La carretera mejoró
- Seguridad al subir (filtros para la subida)
- Identificación de organización comunitaria para brindar servicios (el visitante identifica a la comunidad como un actor partícipe de la actividad turística y manifiesta su percepción a cerca de la misma.)
- Van muchos jeeperos y se realizan más actividades de motocross o carreras.
- Cada vez hay menos nieve
- Hay mucha tala de árbol (la tala de árboles se está incrementando más)
- Privatización de la zona para desarrollos turísticos

La lista anterior muestra las prioridades del visitante recreativo, la cual se enfoca de manera directa en los productos y servicios, siendo los impactos ambientales mencionados en un segundo plano, en este sentido podría concluirse en que, la razón de la visita del visitante deportivo tiene como finalidad la conexión física mental y emocional consigo mismo, con la montaña y la naturaleza a su alrededor, mientras que el visitante recreativo busca

satisfacer su sentido de pertenencia a través de la conexión con los seres queridos que le acompañan al sitio mediante la convivencia y la realización de actividades en un espacio hermoso, buscando sentimientos de seguridad de él y los suyos mientras se encuentra en la zona.

Conforme a la percepción del ambiente del lugar, existen diferentes imaginarios de ambos tipos de turistas (deportivo y recreacional) que se han entrelazado a lo largo del tiempo, los cuales apuntan por parte del recreacional a sensaciones de miedo e inseguridad, pues los medios de comunicación y rumores hablan a cerca de movimiento del crimen organizado en el lugar, manifestándose en secuestros, asaltos, y hasta hallazgos de cuerpos embolsados en el sitio.

En este sentido, el visitante recreacional tiene sentimientos encontrados a cerca de la percepción del ambiente del lugar, toda vez que algunos lo perciben como pacífico y tranquilo, pero a su vez tienen ciertas sensaciones de inseguridad, pues supieron de incidentes de familiares o amigos en este tema.

“Me brinda mucha tranquilidad la verdad es que me gusta llegar y respiras el aire fresco te da como paz casi no hay tanto ruido” (S.E.)

“No del todo seguro, a lo mejor un poquito porque lo conozco, el tema de la tala trae un poco de corrupción detrás... pero no me animaría ir yo solo como antes”.
(F.Q.A)

Sin embargo el imaginario que puede haber de un espacio puede ser adoptado o no por los individuos, justo es lo que pasa con algunos VREJ, principalmente, al igual que con la mayoría de visitantes deportivos.

“He escuchado que sí asaltan pero hasta el momento a mí no me ha pasado nada”
(S.E)

Para el caso de los turistas recreacionales, fue un poco sorprendente identificar que, algunos de los informantes, pertenecientes al VREJ muestran molestia respecto a que no se cuentan

con las comodidades presentes en otro tipo de destinos, denotando cierto sentido de inseguridad, e incomodidad, toda vez que el alumbrado, un buen sanitario, señal de wifi, o de teléfono les brinda sentimientos de seguridad, estabilidad, confort, satisfacción y tranquilidad, de que ellos y los suyos estarán bien mientras que permanezcan en la zona, pero al final sabiendo que nada puede hacerse, se conforman con pasar un rato agradable en el lugar, siempre previendo lo que pudieran necesitar.

En un mundo híper conectado, plagado de tecnología diseñada para la comodidad humana, es curioso el valor ambivalente de la desconexión del mundo y de la vida diaria que pueden dar este tipo de zonas ; en este sentido, tanto el visitante recreacional la agradece y la busca, pues le gusta escapar por momentos del demandante nivel de interacción solicitado por el mundo digital; sin embargo, por el otro lado, le preocupa que en una emergencia no pueda recurrir a nadie que le auxilie, sintiéndose desamparado, y preocupado de lo que pudiera ocurrir y/o ocurrirle a él y a los suyos en un entorno desconocido, sin conexión, dejándole sensaciones de incertidumbre, intranquilidad e inseguridad.

En el caso del visitante deportivo, éste asiste al área natural protegida en secas y nevadas por igual, siendo las temporadas de secas más favorecedoras para realizar algunas actividades entre las que destacan el “hacer cima” como muchos lo indican (alcanzar la parte más alta de la montaña), traking, escalada, camping, senderismo, observación de flora y fauna, ciclismo, entre otras, las cuales las realizan de manera profesional o semi profesional en compañía de un guía especializado, y dentro de las actividades que éstos llevan a cabo, se encuentra el consumo de alimentos propios en un lugar definido como meta.

Dentro de los lugares que se visitan en el área natural protegida por supuesto que se encuentra el cráter, la observación de las lagunas y el descender hasta ellas, sin embargo no son partidarios de las visitas a los atractivos comunes, prefieren senderos desconocidos para el visitante tradicional, en donde el lugar conserva su magia y tranquilidad.

“Hay miles que hacen cumbres y pocos que están abajo en los llanos y trato de jalar un poquito todos esos paquetes para que se queden abajo y no masificar las montañas... concientizarlos, educarlos y obviamente enseñarles para que cuando

vayan con los otros guías o solos hacia arriba, él turista ya va a entender que tiene que hacer arriba” (A.V)

Sin embargo no todo es visualizado como positivo con referencia a estos espacios; de los aspectos que desagradan, los turistas deportivos consultados coinciden mayormente con que no son características propias de los lugares naturales, sino más bien son las malas prácticas ambientales realizadas ahí, las cuales se ven reflejadas en la contaminación y el alto impacto ambiental, aunque, aspectos como las temperaturas extremas, sean altas o bajas, además de los mosquitos podrían no gustarles.

“No tengo particular que decir de la naturaleza... lo que no me gusta es el daño ecológico que le hemos hecho a las diferentes áreas... puedes ver que hay un daño importante” (A.M)...

Conforme a las narrativas de la mayoría de turistas deportivos, fueron expresados sentimientos de rabia, coraje, impotencia y tristeza por ver el gran impacto ecológico causado a este tipo de espacios, pero a su vez se identificaron valores de responsabilidad con respecto a las acciones que toman ellos para no seguir impactando el sitio; es claro que al sentir una fuerte conexión emocional con el entorno natural se sientan agredidos de manera personal cuando algún individuo perjudica el bienestar del sitio.

“No terminamos de entender que estamos interconectados, el daño que se genera en un lugar nos afecta a todos” (A.M)

Los cambios que los visitantes deportivos han observado dentro del Nevado se centran bastante dentro de la parte ambiental, destacando los siguientes:

- Aumento de zonas habitacionales
- Apertura en vías de comunicación que han acabado con los árboles
- Tala inmoderada (clandestina)
- Impacto ambiental (contaminación, de agua, suelo y aire)
- Disminución de la zona natural
- Nevadas con menor duración y más espaciadas
- Masificación turística de la zona, sobre todo en temporada invernal
- Aumento de la población

- Cambio de uso de suelo
- Que antes el acceso era libre, hoy cada vez se ve más intervención por parte de gente de la comunidad
- Aumento en la oferta de productos y servicios turísticos

La lista anterior muestra las prioridades del visitante deportivo, la cual se enfoca de manera directa en los impactos ambientales identificados en el lugar a lo largo del tiempo, siendo mencionados en un segundo plano los productos y servicios turísticos.

Contrario a los ataques de la prensa en contra del aspecto de seguridad en la zona del Nevado de Toluca, los visitantes deportivos consultados tiene una percepción diferente a cerca de la zona, esta les parece segura y les transmite tranquilidad, nunca les ha sucedido algún tipo de percance de esta naturaleza, sin embargo con lo que concuerdan es con que hace falta seguridad pero para la protección del área natural, en contra de que la gente se lleve flora o fauna del lugar o que realice malas prácticas ambientales.

“Mi percepción es como de seguridad, pero sí hace falta en la parte de que obviamente está prohibido llevarte las plantas que son originarias del lugar y siempre hay gente que se lleva cosas, que se lleva las plantas y no hay nadie que haga valer la ley, entonces es eso... pero si veo que hace falta mucha contención o mucho control ahí con relación a toda la gente que va”. (M.R.)

Ethos del visitante del Nevado de Toluca

Respecto al análisis de información realizado a través del modelo de Lalive, se pueden caracterizar dos tipos de ethos del visitante del Nevado de Toluca, denominados De conexión personal y de tradición, a su vez este último puede subdividirse en abierto y cerrado, todos ellos, de acuerdo al conjunto de prácticas, creencias y valores, que manifiestan sobre las visitas al Nevado. Se ilustran las características distintivas de cada uno a continuación.

Tabla 7: Ethos del Visitante del Nevado

Ethos de Conexión Personal	Ethos de Tradición	
Principales Valores	Cerrado	Abierto
	Principales Valores	

<p>Búsqueda personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hábitos y tradiciones • Respeto por la naturaleza, • Conexión espiritual y agradecimiento por la vida son <p>Admiración y conexión :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Filiación con los espacios naturales asociados a la admiración de la naturaleza • Respeto y la armonía con el entorno; • Conexión profunda a nivel físico, mental y emocional con la naturaleza y con lo que ésta les brinda 	<p>Tradicionalismo y apego familiar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prácticas y tradiciones • Respeto, agradecimiento y perpetuación de las tradiciones familiares • Estrechar los lazos familiares <p>Relajación y afianzamiento de lazos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sentido de tranquilidad y relajación • Escape de la vida diaria, • Convivencia familiar en un entorno hermoso, afianzador de los lazos fraternales. 	<p>Innovación y búsqueda de independencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de nuevas experiencias e independizarse de su núcleo familiar. • Innovación, la reafirmación de su individualidad • Estrechar los lazos fraternales con amistades y familiares <p>Escape:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tranquilidad y relajación, un escape al estrés de la vida diaria
Valores expresados		
<p>Sacralidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Significado sagrado de la montaña • Privacidad, lejanía, personalización e individualización de la experiencia • Sentir y conectarse 	<p>Bienestar y conservación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vínculos emocionales con el sitio, escenario de momentos representativos para la familia. 	<p>Bienestar y experiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vínculos emocionales con el sitio escenario de uniones familiares, logros y conquistas personales • Importancia de la vivencia experiencial.
Valores contrarios		
<p>Búsqueda de paz/aventura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gusto por la aventura, nuevas e intensas experiencias en el medio natural, • Conexión con su espiritualidad y la naturaleza • Vivencias, aventuras y experiencias nuevas y desafiantes. 	<p>Búsqueda de lo conocido/desconocido.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de seguridad personal y la de los suyos, • Propenso a mantener tradiciones y costumbres arraigadas en su núcleo familiar procurando replicarlas • Fomenta un comportamiento con base en hábitos y prácticas conocidas 	<p>Búsqueda de lo mismo/lo diferente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de nuevas experiencias • Procurar su seguridad personal y la de los suyos, • Modificación de costumbres inculcadas, teniendo así experiencias “nuevas” pero con la seguridad que le proporciona lo que ya conoce.

Fuente: Elaboración propia .

Como es observable hay similitudes y profundas diferencias que distinguen a cada uno de los ethos identificados; como es bien sabido el ethos puede ser definido como los comportamientos o formas de actuar del individuo en los diferentes ambientes en los que se desenvuelve en el día a día; en virtud de lo anterior, es importante identificar cómo se entreteje la relación que el turista va construyendo con el lugar o lugares que visita, y por

ende el uso y significados que les da, en este caso, el Nevado de Toluca. Según Berger y Luckmann, la realidad se revela en la sociedad y en los individuos, como consecuencia de un proceso dialéctico entre un elemento “objetivo” que incluye a las relaciones sociales, los hábitos tipificados y las estructuras sociales, y un elemento “subjetivo” que integra a las interpretaciones simbólicas, la internalización de roles y la formación de identidades individuales; lo cual es notorio en los ethos reconocidos.

Ethos de Conexión Personal:

El ethos de conexión personal por ejemplo, se vincula de manera directa con el visitante de tipo deportivo, quien, como todo individuo, manifiesta una objetivación temprana de su realidad por medio de la habituación de ciertas prácticas en la zona desde la niñez, gracias a la convivencia con su núcleo familiar; recordando que el orden social es una producción humana constante, el individuo habitúa dichas prácticas y las interioriza, dando paso a una subjetivación de la realidad, la cual se manifiesta en una interesante configuración en el ethos.

La Búsqueda personal, fue identificada como uno de los valores principales presentes en este tipo de ethos, toda vez que los visitantes al interiorizar las diferentes prácticas aprendidas en su núcleo familiar desde la niñez, lograron tal significación, que el visitante las aprecia en demasía, replicándolas y perpetuándolas como una realidad objetivada y subjetivada en su micro situación, dando profundos significados al respeto por la naturaleza, la conexión espiritual con la tierra y el agradecimiento por la vida, los cuales son sólo algunos de los valores que regulan su vida cotidiana.

En este sentido “la naturaleza” percibida como una realidad objetiva es vista como la figura proveedora de paz, armonía, paisajes vistosos y recursos susceptibles de aprovechamiento, pero en la subjetividad es admirada despertando en el visitante deportivo, sentimientos de filiación por espacios donde ésta se manifiesta, todos ellos fuertemente asociados a la admiración de su magnificencia y observando una conexión profunda del visitante a nivel físico, mental y emocional con ella y con lo que ésta les brinda; lo anterior responde en parte, de manera directa al proceso de socialización primaria experimentada por el individuo en la niñez, la cual comporta algo más que un aprendizaje cognoscitivo ya que ésta se efectúa en circunstancias de enorme carga emocional, por medio de la cual logra identificarse e interiorizar la realidad, es así que éste proceso genera una abstracción progresiva que va de

los "roles" y actitudes de otros específicos, a los "roles" y actitudes en general (Berger y Luckmann, 1986)

En el caso del visitante del Nevado de Toluca, dichos roles específicos aprendidos, directamente de la figura parental o de la tutoría, que le lleva a conocer este espacio, es interiorizada por el individuo en forma de prácticas, tradiciones, costumbres, rituales de iniciación, entre otros, realizadas en el lugar; es así, que el visitante recuerda de forma grata sus primeras visitas al lugar con su familia, con sentimientos de añoranza y felicidad de las experiencias vividas en dicho espacio, como parte del origen de su gusto, no sólo por el Nevado, sino incluso por los espacios naturales en general, tomando un rol de "protector" de la naturaleza, como un "ser minúsculo" parte de un todo vital conectado con la tierra, roles que adopta y replica en sus relaciones "yo"- "nosotros".

Respecto a los motivos entendidos por Schütz como las razones que explican la acción de los individuos, en este caso los motivos por los cuales visitan el área natural del Nevado de Toluca, se identifica la búsqueda de conexión, con su espiritualidad personal y con la naturaleza; una vez más resaltando los ya citados significados objetivos, toda vez que estos dos motivos fueron los mencionados por el visitante, pero mencionando de manera superficial y sin certeza de veracidad sus "significados subjetivos" y sus "motivos para", que según Schütz no son susceptibles del estudio científico, pero que nos dan una idea general de los mismos.

Con relación a los valores expresados por el visitante deportivo, se identificó el significado sagrado que le da a la montaña, y para quien es necesaria la privacidad, la lejanía, la personalización e individualización de su experiencia, puesto que el objetivo que éste tiene, al visitarla es "sentir", es "conectarse", no sólo con la naturaleza, sino con él mismo, lo cual no puede hacer si hay mucha gente alrededor, por lo que la interiorización de la realidad que se da en el turista deportivo se relaciona de manera directa con las experiencias que tiene en el encuentro del "yo"- "yo" , en una búsqueda constante de identidad propia sin olvidar las raíces del pasado, en otras palabras lo aprendido en sus relaciones del "yo"- "nosotros".

Así mismo fueron observables valores contrarios, el visitante deportivo presenta una incansable búsqueda de paz, buscando la aventura al mismo tiempo; el visitante tiene un gusto primordial por la aventura, por tener nuevas e intensas experiencias en el medio natural, que lo conectan con su espiritualidad y con la naturaleza, teniendo como propósito lograr vivencias, aventuras y experiencias nuevas y desafiantes, deseando repetirlas de manera constante; dichas experiencias refuerzan su identidad, la fortalecen y la transforman, construyendo su realidad la cual será objetivada para los individuos que conviven con él.

Ethos de Tradición Cerrado.

El ethos de tradición cerrado, se vincula de manera directa con el visitante de tipo recreativo de tradición familiar (VRTF), el cual manifiesta un fuerte tradicionalismo y apego a los lazos familiares, toda vez que las prácticas habitualizadas en su núcleo, han sido institucionalizadas creando fuertes significados de pertenencia al mismo; estos visitantes otorgan una alta estima a lo que ellos denominan como “sus raíces”, sus tradiciones y recuerdos, exteriorizados por medio del respeto, el agradecimiento y la perpetuación de las tradiciones familiares, los cuales son valores que regulan su vida cotidiana.

Es notoria y determinadamente dominante la importancia dada a sus relaciones “yo”-“nosotros”, pues es la que mantiene vivas las prácticas y tradiciones que el visitante sigue efectuando aún a pesar del tiempo transcurrido después de aprenderlas en edades tempranas.

Con referencia a los motivos por los cuales visita el área natural del Nevado de Toluca, el visitante asiste por una ritualización para estrechar los lazos familiares, lo cual le permite generar un sentido de pertenencia e identificación con su grupo social más cercano, la familia pareja y/o amigos, estableciendo así el afianzamiento de los lazos fraternales, conexiones emocionales desarrolladas en medio de un ambiente tranquilo y relajado, libre del estrés de la vida diaria y en donde se logra convivir con la familia.

Este tipo de ethos se caracteriza por mostrar inflexibilidad y poca tolerancia, se apega a prácticas tradicionales, y se siente amenazado ante prácticas nuevas, diferentes a las que él y su núcleo practican, en este sentido la interiorización de la realidad que se da en el visitante recreativo de tradición familiar se relaciona profundamente con las experiencias que tiene en

el encuentro del “yo”-“nosotros” las cuales tienen una gran carga significativa, siendo su valoración tal, que replica dichas prácticas habilitándolas para su descendencia, y esperando que ésta les de la misma carga significativa.

Así mismo respecto a los valores expresados, este ethos busca el bienestar propio y el de los suyos estableciendo una relación de “yo”-“ellos” y “nosotros”- “ellos”, por medio de la conservación del lugar que ha servido como escenario para el fortalecimiento de sus lazos familiares, por la eminente carga significativa que estos le representan.

Curiosamente los valores contrarios manifestados en este ethos se dan a partir de la búsqueda de lo conocido pero a la vez de lo desconocido, el visitante busca constantemente la seguridad personal de él y los suyos, por lo que es más propenso a mantener tradiciones y costumbres arraigadas en su núcleo familiar procurando replicarlas de manera generacional; esta tendencia fomenta un comportamiento con base a hábitos y prácticas conocidas en lugar de vivir nuevas, repitiéndolas según marcan sus tradiciones, sin embargo dentro de lo que ya conoce busca descubrir espacios que le son desconocidos para tener más dominio y profundidad de lo que le es familiar.

Ethos de Tradición Abierto

El ethos de tradición abierto, se vincula de manera directa con el visitante de tipo recreativo de Esparcimiento Juvenil (VREJ), el cual encuentra atractiva a la innovación en las prácticas inculcadas por su familia en una búsqueda de independencia e identidad propia. En este ethos los visitantes valoran fuertemente la búsqueda de nuevas experiencias y la independencia de su núcleo familiar. La innovación y la reafirmación de su individualidad por medio de sus acciones, son valores que regulan su vida cotidiana.

Curiosamente este ethos manifiesta aspectos similares al ethos de tradición cerrado y al de conexión espiritual en primer lugar porque busca estrechar los lazos fraternales con amistades y familiares, lo cual al igual que al VRTEF, le conlleva afianzamiento de lazos y sentido de pertenencia, sin embargo a su vez demanda la vivencia de nuevas experiencias, que lo desvinculen de ese tradicionalismo y de ese grupo familiar del cual quiere diferenciarse para

encontrar su identidad propia, lo que conforma parte de los motivos por los cuales visita el área natural del Nevado de Toluca.

Del mismo modo, los visitantes del área natural presentan un sentido de tranquilidad y relajación, un escape al estrés de la vida diaria, buscando a su vez bienestar y experiencias únicas en el sitio, a la vez que vínculos emocionales con él mismo, pues ha sido escenario de uniones familiares, logros y conquistas personales, sin embargo, tiene más importancia la vivencia experiencial.

El ethos presenta los valores contrarios de la búsqueda de lo mismo, procurando el espacio que visitó con su familia, pero haciéndolo nuevo y brindándole su toque intentando implementar nuevas prácticas.

El visitante se manifiesta en una búsqueda de nuevas experiencias sin dejar de procurar constantemente su seguridad personal y la de los suyos, por lo que modifica a su manera las costumbres inculcadas en su núcleo familiar teniendo así experiencias “nuevas”.

Como lo han señalado Berger y Luckmann al respecto del comportamiento y actitudes de los individuos, el “yo” de los visitantes del Nevado, son una entidad que refleja las actitudes que primeramente adoptaron para con sus relaciones del yo- nosotros. Éste es un proceso mecánico dialéctico entre la auto-identificación y la identificación que hacen los otros, entre la identidad objetivamente atribuida y la que es subjetivamente asumida (Berger y Luckmann, 1986).

En este sentido el individuo no sólo acepta los "roles" y las prácticas aprendidos en sus relaciones del “yo”- “nosotros”, sino que en el mismo proceso acepta el mundo de estos, para posteriormente construir sus relaciones de “yo”-“ellos” y “nosotros”- “ellos”, es así que todas las identificaciones se realizan dentro de la particularidad de un mundo social específico, de ahí las variantes del ethos. Recibir una identidad comporta adjudicarnos un lugar específico en el mundo, así como esta identidad es subjetivamente asumida por el individuo, también lo es el mundo al que apunta esta identidad. (Berger y Luckmann, 1986)

4.1.2 La comunidad de San Francisco Oxtotilpan

4.1.2.1. Caracterización de la comunidad

Características generales de San Francisco Oxtotilpan

Las características generales de la comunidad de San Francisco Oxtotilpan son por lo común generalizadas en las caracterizaciones del municipio de Temascaltepec, al cual pertenecen, sin embargo Gallegos D. M. (2011), ofrece una caracterización puntualizada sobre los datos generales del ejido, sobre a cual se basa la presente descripción.

El poblado de San Francisco Oxtotilpan se encuentra en la parte de la región montañosa, en la zona Noreste del municipio de Temascaltepec. Se halla al Poniente del Nevado de Toluca, a los 19° 10' de Latitud Norte y a los 99° 54' de Longitud Oeste. Dista unos 50 Kilómetros de la ciudad de Toluca, capital de la entidad. Se llega al poblado por la carretera Federal número 134 Toluca-Zihuatanejo; colinda por el Noroeste con unas montañas elevadas conocidas como cerro de El Ídolo y el de Piedra Herrada, con una altura mayor a los 3,000 msnm. Por el Sureste, colinda con el poblado de San Miguel Oxtotilpan y el riachuelo La Comunidad. Al Este, colinda con el cerro de La Cañada de más de 3,000 msnm y el ejido del poblado de Mesón Viejo. Y al Sudoeste limita con el ejido del poblado de San Mateo Almomoloa.

Ilustración 4: Localización de San Francisco Oxtotilpan



Fuente: Fuente: L.en D. Alfredo Rosas Heredia

El poblado se extiende en un largo y estrecho valle rodeado de altas colinas. Tiene un clima frío, con inviernos rigurosos y frecuentes heladas durante dicha estación. El régimen de lluvias va de abril-mayo a octubre y la temporada de secas, de noviembre a marzo o abril. El clima es húmedo y su temperatura media anual es de 13° C; gracias a ello el tipo de vegetación que predomina es el de coníferas: principalmente pino, encino y oyamel. Hay una variedad de plantas silvestres y otras, que son cultivadas, como el maguey.

El centro del poblado se encuentra en parte de esta llanura. Allí se localiza como edificio principal la iglesia de una sola nave y con una torre, donde se halla el campanario. Es posible que la iglesia haya sido construida a fines del siglo XVII o principios del siglo XVIII. Dentro del atrio de la iglesia, a unos pasos de la entrada a ésta, se yergue un enorme y añoso eucalipto, al que se le conoce como "El Gigante".

A un costado de la iglesia se encuentra la delegación municipal, que hasta a finales de los ochenta consistía en una construcción antigua de adobe de dos pisos, el piso de la parte superior era de madera, así como las escaleras de acceso; la parte de abajo servía de cárcel y la superior como oficina de la delegación. En los 90 construyeron una edificación totalmente nueva para la Delegación, donde en forma contigua se halla el Registro Civil. En la planta baja se colocó una biblioteca pública y al fondo de ésta, una especie de incipiente centro de documentación, ya que el internet por lo general no funciona, porque se va la corriente eléctrica o está la tensión demasiado baja.

Frente a la explanada se construyó un auditorio, con capacidad para 1,000 personas, donde llevan a cabo sus asambleas y también bailes de tipo popular, así como banquetes ceremoniales de tipo tradicional. A un costado de dicho auditorio se encuentra un Jardín de Niños Estatal, en el otro costado, cruzando el camino, se halla la Escuela Primaria Federal "Emiliano Zapata" con capacidad para 300 niños. Frente a la iglesia, un poco más lejos, en un promontorio, se halla el Centro de Salud.

Demográficamente hablando, la comunidad de San Francisco Oxtotilpan se ha caracterizado por ser la última comunidad de habla matlatzinca en la república Mexicana;

de acuerdo al censo de 2010 el INEGI, publicados por la Unidad de Microrregiones de la Secretaría de Desarrollo Social, se registran los datos siguientes:

Tabla: 8: Datos demográficos San Francisco Oxtotilpan

Año	2005			2010		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Datos demográficos						
Total de población en la localidad	642	704	1,346	671	764	1,435
Viviendas particulares habitadas	383			405		
Grado de marginación de la localidad <i>(Ver indicadores)</i>	Alto			Alto		
Grado de rezago social localidad <i>(Ver indicadores)</i>	3 medio			Medio		
Indicadores de carencia en vivienda <i>(Ver indicadores)</i>						

Fuente: <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/contenido.aspx?refnac=150860029>

Como es observable es una comunidad pequeña, con un mayor número de mujeres que son las que han dado impulso a diferentes proyectos productivos de los cuales se hablará más adelante; sin embargo, la comunidad se ha enfrentado a muchos problemas de pobreza y marginación, de los cuales los índices se presentan en la siguiente tabla:

Tabla: 9: Indicadores de marginación

San Francisco Oxtotilpan	2005	2010
Población total	1,346	1,435
% Población de 15 años o más analfabeta	24.92	27.82
% Población de 15 años o más sin primaria completa	45.91	39.98
% Viviendas particulares habitadas sin excusado	20.37	8.40
% Viviendas particulares habitadas sin energía eléctrica	2.65	2.96
% Viviendas particulares habitadas sin agua entubada	6.61	6.91
% Ocupantes por cuarto en viviendas particulares habitadas	38.36	1.13
% Viviendas particulares habitadas con piso de tierra	28.31	6.17
% Viviendas particulares habitadas que no disponen de refrigerador	82.28	77.53
Índice de marginación	-0.24931	-0.23662
Grado de marginación	Alto	Alto
Lugar que ocupa en el contexto nacional		54,676

Fuente:

<http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/indiMarginacLoc.aspx?refnac=150860029>

En donde los factores como la educación y el acceso a electrodomésticos son los indicadores de marginación con mayor incidencia y respecto a las carencias que viven en los hogares destacan:

Tabla: 10: Indicadores de carencia en viviendas

San Francisco Oxtotilpan	2005 [1]		2010 [2]	
	Valor	%	Valor	%
Viviendas particulares habitadas	383		405	
Carencia de calidad y espacios de la vivienda				
Viviendas con piso de tierra	107	28.31	25	6.17
Carencia de acceso a los servicios básicos en las viviendas particulares habitadas				
Viviendas sin drenaje	275	72.94	112	27.65
Viviendas sin luz eléctrica	15	3.92	12	2.96
Viviendas sin agua entubada	25	6.61	28	6.91
Viviendas sin sanitario	83	21.67	34	8.40

Fuente: <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/IndRezViv.aspx?refn=150860029>

Curiosamente, la gente proclama y celebra ampliamente la abundancia del agua, sin embargo como se menciona en la tabla 3 una de las carencias más importantes son la falta de drenaje y de sanitario en los hogares, situación que puede problematizar no sólo la llegada del vital líquido a la comunidad, si no que pone en riesgo de contaminación a tan preciado elemento natural.

La electricidad se introdujo en la década de los cincuenta a algunos barrios, sólo en el centro había alumbrado público, no así en el resto de los barrios, por hallarse muy dispersos. En la actualidad, más de 56 % de la población cuenta con ella.

El agua potable se introduce hasta la década de los setenta, en que la comunidad y el Centro de Salud trabajaron conjuntamente para ello. Primero, se pusieron tomas de agua a lo largo del camino principal y los pobladores tenían que acarrear el agua hasta sus viviendas; a algunos, las tomas de agua les quedaban cercanas, pero a otros, no, por lo que poco a poco han ido metiendo tubería aunque sea de plástico, hasta sus hogares, para obtener el preciado líquido. Actualmente, más de un 74 % de la población tiene agua entubada.

Todavía en la década de los ochenta el fecalismo se hacía al aire libre. Hoy, la gran mayoría de las viviendas cuenta con letrina y sólo un reducido 15 % cuenta con drenaje. En 1990 se instaló un teléfono en una tienda al pie de la carretera, a la entrada del poblado, siendo la única comunicación que tienen con el exterior, para llamar a sus familiares que tienen principalmente en la ciudad de México. Hasta la fecha, no hay servicio postal, ni servicio telegráfico. Hoy el problema de la comunicación se ha solucionado con los teléfonos celulares.

En cuanto al comercio, existen pequeños tendajones en el centro del poblado y algunos más en los distintos barrios de la comunidad. Existe también una tienda de la CONASUPO, ahora de LICONSA, que se hallaba al pie de la desviación, en el Barrio de Buenos Aires, cercano a la carretera; pero fue cambiada al barrio del Panteón.

En 1992, se instaló al pie de la carretera una gasolinera. A un costado de la tienda donde se halla el teléfono se instalaron varias fondas que expenden alimentos. Hasta la fecha no hay panaderías en la localidad, el pan lo traen de otros poblados vecinos a vender, un automóvil con el pan recorre el camino de San Francisco Oxtotilpan, dos veces por semana. No hay carnicerías. Sólo hay un expendio de pollo que se encuentra en el centro del poblado, a un costado de la iglesia.

No hay mercado fijo, recientemente se acostumbra un día de tianguis, pero por lo general para abastecerse de los productos necesarios, los pobladores se desplazan a Toluca, Temascaltepec y/o a la ciudad de México.

Ethos de la comunidad

La comunidad es uno de los actores más importantes en el desarrollo de la actividad turística, si no es el que más importante, por medio de éste se ve reflejada la cultura turística, la identidad y tradiciones de un lugar, sin duda alguna, la comunidad es el corazón latiente que va transformando el lugar a lo largo del tiempo y junto con él, las actividades que allí se realizan.

En virtud de lo anterior para poder analizar los significados y motivos de la comunidad de San Francisco Oxtotilpan con referencia a la construcción del producto turístico, se realizaron 13 entrevistas a miembros de la comunidad, que de forma directa o indirecta, se han visto involucrados dentro de la actividad turística de la región; dicha interpretación, justo como la anterior, se ha definido en función del método de Lalive en 3 dimensiones, la temporal, la social y la espacial.

Dimensión Temporal

Para la evaluación y análisis de esta dimensión se abordaron temas dentro de la entrevista tales como: el tiempo que tienen de vivir en la comunidad, las personas con las que cohabitan, así como el tiempo que su familia ha vivido en San Francisco; así mismo compartieron sus experiencias infantiles y de juventud en el pueblo y cómo es que recuerdan el inicio de la actividad turística con la experiencia del emprendimiento del Parque Matawi, además de su percepción sobre cómo es que ha cambiado la comunidad y su proyección personal en un futuro.

En este sentido fue identificable el hecho de que la comunidad de San Francisco Oxtotilpan es de gran tradición familiar, toda vez que la mayoría ha vivido en el lugar, desde su nacimiento hasta el día de hoy, e inclusive sus antecesores lo han hecho también. Acostumbran vivir en familia nuclear (madre, padre, hijos) adoptando en algunos casos a los nuevos núcleos familiares de sus hijos, (hijos con pareja y descendencia); sin embargo también se identifica una importante migración de los esposos e hijos a las ciudades, en busca de nuevas oportunidades laborales.

El pueblo de San Francisco Oxtotilpan según comentan ha cambiado bastante, los jóvenes y adultos en general, pero sobre todo los adultos mayores, recuerdan con tristeza la carencia de servicios, así como las dificultades económicas y alimentarias que atravesó su familia en ciertas etapas de su vida. Recuerdan también con nostalgia y alegría cómo era el pueblo en el pasado, más limpio, seguro y estrellado, un espacio hermoso donde su niñez acontecía entre juegos y risas a lado de sus hermanos y amigos.

[...] “No había nada de lo de ahorita, no... todavía nos tocó muy muy triste a nosotros, porque hasta para comer puras hierbas, nada de carnes sólo alguna sopa o frijoles,

aquí pan no había, sólo cada año el día de muertos... pero era muy bonito porque jugábamos muy bonito” (S.A)

La niñez y la juventud de esta comunidad se vieron envueltas entre juegos y experiencias de trabajo en el campo, en el bosque, en “el monte”, un lugar por el que el habitante muestra sentimientos de filiación absoluta, pues las experiencias vividas en dicho espacio han generado vínculos de identidad, pertenencia y amor por la tierra que los ha visto nacer a ellos, a sus predecesores y a su descendencia.

[...] “Cortábamos unas piñas... las más grandes y les amarrábamos un lacito y eran nuestros puercos o nuestras borregos o nuestras vacas; como no teníamos muñecas entonces con trapitos los envolvíamos como si fuera un bebé los cargábamos atrás”. (S.A)

[...] “Jugábamos a las escondidillas, a brincar la reata, a hacer figuras con el zacate y de las hojitas del maíz se hacían rehiletes” (I.A.)

[...] hacíamos como pozos en el río íbamos a nadar con mis primos a veces y como siempre hemos cuidado borregos pues los llevábamos y los echábamos a un terreno con pasto y nos metíamos a nadar, llevábamos nuestro té y pan y hacíamos una fogata”... (V.C.)

Como es observable las experiencias lúdicas anteriormente mencionadas, se relacionaron con los juegos tradicionales de toda niñez, sin embargo, primordialmente hay un vínculo de éstas con lo aprendido en su núcleo familiar, bajo la dinámica de su socialización primaria, en la internalización del lenguaje y de los roles implantados: el cuidado de los animales en el campo y de los niños en la casa, y la siembra y la cosecha de diferentes productos.

Así mismo la mayor parte de las actividades y experiencias que la comunidad adquiere en el día a día, se han visto relacionadas con la naturaleza, y justo es esto lo que la gente más valora y lo que más le gusta del lugar en donde vive. Todos coinciden en que el paisaje natural es privilegiado y les dota de todo lo que pueden necesitar para vivir, en donde el agua es el elemento por excelencia y celebran su abundancia y pureza.

[...] “la verdad estamos orgullosos aquí en nuestro pueblo pues aquí tenemos todo, mucha agua, , mucho bosque, de la naturaleza todo pues”... (I.R.).

[...] “me gusta la naturaleza, los árboles, el agua, y el agua como aquí gracias a dios que hay mucha, eso es maravilloso, la verdad es lo que más me gusta”... (S.A.).

Como es natural, la mayoría de los adultos y los adultos mayores que habitan San Francisco Oxtotilpan se dedican a trabajar el campo y en el hogar, siembran maíz, chícharo, brócoli, papas, entre otros, pero también se dedican a la crianza de animales como vacas, cerdos y borregos. También se practican una serie de oficios y actividades, tales como la albañilería, carpintería, otras actividades que realizan en las ciudades para la obtención de recursos bajo contratos temporales, y la venta de productos elaborados por ellos mismos o bien de artículos para reventa. Por su parte, los jóvenes, además de apoyar en estas actividades a sus padres y abuelos, también salen a estudiar para tener más oportunidades que les permitan desarrollar sus emprendimientos y apoyar así a su comunidad.

Dicho lo anterior la población adulta tiene una proyección de su persona y actividades a 10 años que no dista de la de ahora, pues quieren seguir en el campo realizando las mismas tareas y /o actividades, muy diferente de lo que piensan los jóvenes, quienes se proyectan como profesionales más capacitados y capaces de desarrollar y emprender proyectos que les permitan apoyar a sus familias y a su comunidad en general.

[...] “cumplir con un par de objetivos que tengo en mente personales y a la vez pues ya compartidos en pareja, metas ya materializadas como finalizar una maestría, tener paz hacia mí mismo de que he hecho algo por el mundo... y la comunidad”... (V.C.).

Las diferentes generaciones tienen percepciones y perspectivas distintas sobre los cambios que han acontecido en su comunidad sin embargo son muy conscientes de cómo ha evolucionado San Francisco Oxtotilpan a partir del desarrollo del emprendimiento Parque Matawi.

Se ha perdido la noción de cuándo inició el proyecto de Parque Matawi. Los detalles de su origen son difusos para la mayor parte de los pobladores, sin embargo muchos coinciden en que en 2015 la CDI, ahora el INPI, aprobó un recurso de aproximadamente millón y medio de pesos a una consultora que les propuso un proyecto de cabañas turísticas, al cual todos fueron convocados a participar, pero pocos estuvieron interesados en involucrarse.

Desafortunadamente, la consultora no dimensionó la magnitud e implicaciones del proyecto turístico, respecto a capacitación y administración, toda vez que la mayor parte de los miembros de la mesa ejidal son de la tercera edad, y al ser un emprendimiento comunitario las necesidades son muy distintas, debido a diferentes factores sociodemográficos, como lo son: la edad, el nivel educativo, la ubicación, la infraestructura, etc. Por lo anterior, al verse rebasados por el proyecto, al terminar la construcción en 2017, la consultora tomó su comisión del recurso y dejó sola a la comunidad en el proceso.

Fue así que los problemas empezaron a surgir a nivel administrativo con el presidente del comisariado ejidal, y el proyecto fue abandonado por aproximadamente un año; transcurrido el tiempo, varias iniciativas por parte de la academia e instituciones gubernamentales llegaron con propuestas de investigaciones y convocatorias de proyectos productivos a reavivar el emprendimiento y, gracias a varios profesionales y a la iniciativa de algunos miembros de la propia comunidad, se dio capacitación para reactivarlo, estableciendo así, un comité aprobado por el comisariado ejidal y constituyendo un equipo de trabajo que poco a poco ha obtenido buenos resultados.

Dimensión social

Los datos analizados considerados para la descripción de la dimensión social giraron en torno a dos vertientes importantes:

La primera, la dimensión social al interior de la comunidad la cual tomó aspectos tales como las características y elementos del lugar, valorados por la comunidad, así como el grado de identidad con su pueblo y cultura indígena matlatzinca, su situación familiar actual, su forma y nivel de identificación con el lugar, así mismo la unión y aceptación que tienen como comunidad, finalizando con los roles, cargos y aspectos importantes relacionados con los adultos mayores y figuras sociales de poder. Dicho de otra forma, es la construcción social fruto de sus relaciones “yo”-“yo”, y “yo”- “nosotros”, es decir la relación que el individuo establece consigo mismo y los significados que da a su alrededor, así como las relaciones que establece con a gente cercana a su alrededor.

La segunda vertiente es la que tiene la comunidad hacia afuera, o bien, su relación con el visitante al momento de la actividad turística. Ésta consideró elementos como su rol de

participación dentro del emprendimiento Parque Matawí, su percepción sobre la actividad turística y sobre el visitante en general, además de la actuación de la CONANP, en los diferentes proyectos desarrollados, y finalmente sus aspiraciones respecto al emprendimiento y su participación en otros proyectos comunitarios relacionados con el turismo, en otras palabras son el resultado fruto de las relaciones “yo”- “ellos” y “nosotros”-“ellos”.

Dimensión social al interior de la comunidad:

San Francisco Oxtotilpan, es una comunidad con una sociedad fuertemente tradicionalista, de raíces matlatzinca, la comunidad conserva ciertas particularidades que la hacen única, por ejemplo, su lengua matlatzinca.

[...] “fui a la escuela y hasta ahí aprendí el español porque yo no sabía hablarlo y no entendía lo que me decía el maestro” (L.G.).

Para los adultos mayores, el elemento del leguaje fue un conflicto importante para el desarrollo de su socialización secundaria, motivo por el cual las generaciones subsecuentes fueron educadas en una dinámica bilingüe en la que el idioma español fue cada vez más dominante, a tal grado de que las generaciones más jóvenes ignoran en gran medida la lengua matlatzinca, o si lo saben, no lo practican y ya no lo enseñan a sus hijos.

[...] “La lengua indígena ya se está perdiendo ya no la hablan los niños ya no quieren enseñarles a hablar, no sé, les da pena enseñarles a sus hijos o quién sabe, yo si les hablo en matlatzinca pero ya mis hijos no, bien que saben hablarlo, pero sus hijos ya no” (G.G.).

Debido a las situaciones como la discriminación, la lengua matlatzinca ha ido diluyéndose a lo largo de los años, aunque han habido esfuerzos por parte de algunas instituciones gubernamentales y la academia por rescatarla, aún es bastante el trabajo por realizar para revitalizarla entre las nuevas generaciones.

Los rasgos culturales de la comunidad no se limitan a la lengua, la gente se identifica y reconoce con su cultura indígena desde el aspecto biológico, la sangre misma confiere el título y aceptación del indígena matlatzinca, aún a pesar de no haber crecido en la comunidad e ignorar el idioma y las prácticas culturales.

[...] “Yo nací en la CDMX nací allá y me eduqué allá, mi papá nos trajo ya grandes de la ciudad para vivir aquí al campo... a los 19 años más o menos” (L.D.).

[...] “Es bonito...el ambiente, la familia de mi papá, ser aceptada a pesar de que uno no hablaba el idioma y el ver que somos aceptados como matlatzincas... es una experiencia bonita...” (L.D.).

La población está apegada a costumbres y tradiciones que se han dictado por roles sociales a lo largo de los años, enmarcados en la dinámica de la tenencia de la tierra, los paradigmáticos roles de género e inclusive por el deber ser que dicta la religión.

La religión ha jugado un papel socializador trascendental para esta comunidad, puesto que determina ciertos roles para la convivencia social, por lo anterior, algunos de los miembros de la comunidad son excluidos y criticados socialmente, toda vez que no se apegan al “deber ser” que marca la religión y por consiguiente la comunidad.

[...] “Aquí tienes que tener una pareja para formar parte de la iglesia y tener un cargo dentro de la comunidad...pero como yo no tengo, pues no puedo” (S.A)

En la búsqueda de mejores oportunidades laborales, de vida, o para formar una familia, muchos de los pobladores han salido de su comunidad, lo que les permite internalizar otras realidades, que son muy diferentes a las que aprendieron en sus núcleos familiares cuando niños. Esto hace que muchos de ellos cuestionen en gran medida los roles sociales de la comunidad y más aún el papel tan importante que tiene la iglesia en su vida cotidiana.

[...] “cuando yo regresé pues yo ya traía otras ideas de la ciudad, la vida es diferente... me casé y me separé, y un tiempo fui muy criticada por esa razón; fui muy señalada por pensar diferente, por eso he tenido muchos problemas...” (S.A)

La religión, en conjunto con la tenencia de la tierra, son aspectos tan representativos, que los cargos sociales vinculados con éstos, brindan a los miembros de la comunidad y a sus familias cierto tipo de estatus, orgullo y bienestar, frente a aquellos que no han

formado parte, o más aún, frente a aquellos que no pueden formar parte de dichos cargos.

La organización social frente a estos dos aspectos, tenencia de la tierra y religión, podría resumirse de la siguiente manera:

Tabla 11: Cargos en la religiosidad popular

Cargo	Aspecto	Descripción
Comisariado ejidal (Mesa ejidal) <ul style="list-style-type: none"> • Presidente • Secretario • Tesorero • Vocales 	Tenencia de la tierra	El comisariado ejidal, también denominado como mesa ejidal, es una figura social con un cargo altamente representativo, puesto que se encarga de la toma de decisiones respecto a todo lo que concierne al interés comunitario, desde el uso de la tierra, la visita de gente externa a la comunidad hasta la realización de proyectos productivos para el campo, turismo o cualquier otro ramo.
Comité de Las cabañas	Tenencia de la tierra	Encargados de la operación y administración del emprendimiento comunitario “Parque Matawi”.
Fiscal (el fiscal grande)	Religioso/ Usos y costumbres	Figura de máxima sabiduría de la comunidad indígena matlatzinka, el jefe supremo, quien domina planamente el lenguaje y las prácticas culturales tradicionales sociales, por lo que guía a las nuevas generaciones en toda ritualidad concerniente a éstas.
Mayordomos	Religioso Usos y costumbres	Los mayordomos se encargan de organizar y mantener la tradición de las fiesta patronales
Fiscalito	Religioso Usos y costumbres	Representante elegido con un año de antelación para dar inicio a las celebraciones de la agricultura, quien ofrece un festín a todo el pueblo en su hogar.
Campanero /mbechoque (Criado)	Religioso Usos y costumbres	Se encarga del cuidado y limpieza de la iglesia, de abrirla y cerrarla todos los días, y tocar la campana avisando los diferentes oficios religiosos durante el día

Fuente: Elaboración propia

La religiosidad popular, según se ha identificado, ha llevado a una serie de prácticas culturales, costumbres y tradiciones, muy características y propias del lugar, dictando así el calendario de celebraciones y eventos importantes para la comunidad.

Sin embargo y a pesar de todas estas transformaciones los habitantes tienen distintos tipos y niveles de identificación y unión con su comunidad y su territorio, expresadas desde dos perspectivas: colectiva e individual. La perspectiva colectiva refiere la visión conjunta de la comunidad, puesto que se proyecta una unidad como grupo, que se da desde las prácticas culturales, sin embargo, en la perspectiva individual hay una identificación con el territorio, desde un aspecto profundamente personal.

[...] “pues yo me siento identificado desde luego, desde las montañas, muchas cosas... el conocimiento tradicional y biocultural sobre todo el respeto hacia el bosque...” (D.C.).

[...] “Tengo mucha fe, a pesar de las cosas malas que puedan pasar o que estén pasando, confío en que mi comunidad tiene un potencial fuerte como para para sobresalir” (V.C.).

Así mismo, el aspecto familiar es importante para ellos, la familia nuclear es un factor fundamental en los primeros años de vida, aunque pasando la adolescencia, casi iniciando la edad adulta, algunos jóvenes emigran, para ir a estudiar una carrera universitaria, o bien, a trabajar en la ciudad, viajes de los cuales no muchos regresan, pues en éstos, a veces forman familia fuera del territorio que les vio nacer.

De cualquier forma en que se mire, la población es celosa en el sentido de permitir que gente extraña entre a su territorio, o peor aún, que llegue a vivir a él, en anteriores generaciones estaba prohibido que los pobladores se casaran con personas de otros pueblos, lo que provocó que en la actualidad la mayoría de la gente de la comunidad sea familia, ya sea cercana o lejana. Hoy ya no es un impedimento que se casen con personas externas a la comunidad y lleguen a vivir allí posterior al enlace, sin embargo, la situación es distinta para la gente que quiere adquirir bienes raíces en el pueblo, pues eso está totalmente prohibido de común acuerdo por la comunidad, pues la única forma en la que alguien puede ingresar a estas tierras es bajo contrato matrimonial.

[...] “La mayoría del pueblo son mi familia por mi abuelita, imagínate conseguir novia es todo un problema, porque la mayoría son mis familiares en todas las colonias” (D.C.).

Por lo anteriormente mencionado, la gente del pueblo se conoce y en su mayoría tienen buena relación, fuera de su familia nuclear les gusta reunirse con amigos y/o familiares en celebraciones sociales como las graduaciones, cumpleaños, sacramentos (bautizos, bodas, primeras comuniones y/o confirmaciones), además de las diferentes fiestas del pueblo, en las que les gusta realizar diferentes actividades.

[...] “pues platicar de las buenas nuevas , los chismes que podamos sacar, nosotros comentamos también, comer y para pasar el rato nos tomamos unas que otras cubitas y pues bailar, creo que tenemos una línea sanguínea que hace que bailemos bien” (V.C)

Uno de los rasgos que identifican a la comunidad Matlatzinca de San Francisco Oxtotilpan es el papel protagónico otorgado a los adultos mayores dentro de su dinámica social, sin embargo este es percibido de distintas maneras por las diferentes generaciones.

[...] “son los sabios, los meros gallos, porque ellos saben cómo se hacen todos los rituales. Son muy pocos ahorita los que saben y pues se está perdiendo esa parte de la sabiduría tanto del habla como en la práctica, por eso son tan importantes... (V.C.)

Como se ha podido observar, curiosamente para algunos integrantes de las nuevas generaciones los adultos mayores tienen un papel fundamental , puesto que en ellos reside la cultura misma, el legado que se encuentran deseosos de recibir para seguirlo conservando y transmitiendo de manera generacional.

[...] “Aquí la gente mayor es de mucho respeto, son los poseedores de conocimiento, por qué ellos conocen qué tanto se realiza en un evento muy importante, como el año nuevo de los matlatzincas”... (D.C)

Es tan importante el papel del adulto mayor para los jóvenes, que con respeto y estima se refieren a ellos como “tíos” , “tías” o “tatas” a los más sabios, término utilizado de manera indistinta, aunque no sean parte de su familia, pues el término indica respeto a la persona mayor en cuestión.

[...] “Se les agradece mucho a la gente grande, porque todo lo que tenemos es gracias a ellos” (I.R.).

Dimensión social al exterior de la comunidad:

Desde hace algunos años el turismo en el municipio de Temascaltepec se ha vuelto prioridad en la administración municipal, lo que se ha extendido a la mayor parte de

las comunidades que lo integran, entre ellas San Francisco Oxtotilpan. Para tal efecto, la población ha jugado un papel fundamental en el desarrollo de la actividad turística.

En virtud de lo anterior, ha sido de vital importancia el identificar qué percepción tiene la gente a cerca del turismo en la zona, si es consciente de sus beneficios, o en dado caso, si se han visto agredidos o perjudicados por ésta. En este sentido, la comunidad de San Francisco Oxtotilpan se declara a favor de la actividad turística, ya que ha experimentado los beneficios que trae consigo, que van desde el rescate de costumbres y tradiciones hasta la venta de productos y servicios que coadyuvan a la subsistencia de la comunidad.

A la gente le gusta convivir con el visitante, mostrarle la riqueza de su tierra, atenderle y darle la mejor impresión posible, sin embargo, aunque cada día mejoran en este aspecto, no siempre fue así. Los miembros del comité encargado de la administración y operación del Parque Matawi, coinciden que en un principio, para ellos fue muy problemático el entender cómo tenía que darse la dinámica de “anfitrión” – “visitante”, tenían muchas carencias materiales pero sobre todo de habilidades y conocimientos, no sabían cómo tratar a la gente, qué darles de comer, en qué condiciones o cantidades, cómo hablarles o referirse a ellos, entre otros aspectos, que por más simples que parezcan hoy, en un principio fueron todo un reto para la comunidad.

[...] “yo decía como los voy a atender? estaba cerrada pero a través del tiempo empecé a aprender y dije no, mejor voy a platicar con ellos y así fuimos aprendiendo un poquito en poquito, ahorita ya gracias a dios ya ahora sí ya no, ya se me quitó esa pena, ese miedo”... (G.G)

El proceso de construcción de una nueva realidad fruto de la relación “anfitrión”- “visitante”, o bien “nosotros”- “ellos”, en la que ahora había que dejar entrar a extraños a su espacio cotidiano, fue un proceso tan fuerte que la comunidad tenía que ser capacitada para saber cómo manejarse bajo este nuevo esquema, sin embargo, dicha capacitación como muchas otras, no solucionaron las problemáticas que enfrentaban, pues según su experiencia, las sintieron alejadas de la realidad y poco funcionales para las necesidades y situaciones que vivían realmente.

[...] “fue muy diferente el curso a lo que vamos, a lo que vives, hay unas cosas que si se comparan pero ya nos dicen una cosa y ya que los hechos no son, entonces así fue”... (G.G)

Todo era sofisticado, platillos, palabras, materiales; algo que no tenían, algo que no sabían y que no eran, cosas que atentaban en contra de su esencia, en contra del tipo de turismo que ofrecían. En virtud de lo anterior, la experiencia del contacto directo con el visitante, les fue dando las pautas para saber cómo interactuar con ellos, se dieron cuenta de que dependía directamente de un “trato personalizado”, de acoplarse a las necesidades y características de cada uno. Fue bajo el esquema de “la práctica”, bajo ensayo y error, que poco a poco han ido construyendo la dinámica de la prestación del servicio.

Hoy comprenden que lo que busca su visitante es justamente la esencia de la comunidad, su comida típica, sus fiestas y costumbres, su lengua, un respiro de cotidianidad de la vida en el campo.

En su experiencia han identificado, pero sobre todo han perfilado el tipo de turismo y el visitante que llega al parque, como un turismo alternativo, no masivo, y muy selectivo de individuos conscientes y sensibles a la problemática ambiental, en algunos casos especializado en traking, gente que gusta y se complace de la naturaleza de la forma más responsable posible.

[...] “me gusta cómo se lleva a cabo, aquí para venir tienes que hacer una cita, por ejemplo si llega un camión improvisadamente y quiere venir se le prohíbe por el hecho de que pues al ser mucha gente se genera más impacto ambiental” (M.E.)

Sin embargo no todo es positivo para los asuntos competentes a la actividad turística, hay asuntos que disgustan a la comunidad con lo que respecta a temas directamente relacionados con temas de poder y gobernanza e inclusive discriminación.

[...] “hay cosas que me disgustan un poco, en el sentido de que aquí el núcleo ejidal es el que se encarga de estas prácticas turísticas éstos son unos pocos

los que tienen solamente el documento de concesión; este sentido pues muy pocas veces le dan la oportunidad a la gente de participar realmente”... (M.E.)

[...] “me desagrada el tema de discriminación hacia las personas que te atienden en esto y que hoy es gente *tepetonguera* a la que les falta sobre todo la educación y la humildad..” (D.C.)

A pesar de los factores anteriormente citados, a la comunidad le gusta recibir turismo en su comunidad, buscando que el visitante que llega, maneje valores y significados similares o muy afines a los que ellos presentan respecto a los espacios naturales, pues se han planteado firmes objetivos de conservación y respeto a su tierra, por lo que no son permisivos con prácticas o actividades que perjudiquen o perturben el medio natural en el que se desarrolla la actividad turística, tales como: manejo de drones, acceso de vehículos 4x4 y música a alto volumen, entre otros.

[...] “pues creo que de las personas que hemos recibido, un gran porcentaje están en esta tendencia de conservación y de compartir con las comunidades rurales y originarias pues creo que con eso me quedo con esa buena conexión”... (V.C).

Bajo esta dinámica de conservación los habitantes de San Francisco se perciben beneficiados con las actividades de visitación a la zona

[...] “pues hay muchos beneficios, tengo trabajo gracias a dios, profesionalmente aprendo muchas cosas y me agrada coordinar todo, también hay aprendizaje y conocimiento en todo lo que es senderismo y montañismo, cosas que yo no sabía...” (D.C.)

Dentro de las tareas que desempeñan para la prestación de servicios se encuentran: guías de turismo, cocineras, personal de aseo y multifuncional de apoyo a las cabañas; creadores de productos propios de la región como licores, panes, dulces, cosmética, textiles o prendas. Todas estas tareas con la conciencia de que es una actividad que ayuda a todos y que cuando es necesario, deben apoyar en lo que se pueda, para sacar el servicio y atención al cliente lo mejor posible.

Actualmente parque Matawi, según comenta el equipo de trabajo, se perfila bajo ciertas características entre las que se mencionan una procedencia de Estado de México y CDMX principalmente, con educación a nivel universitaria y de postgrado, en un rango de edad de los 18 a los 40 años, con un estado civil indistinto, viajando en parejas, familias con mascota, o en grupos de hasta 16 personas, cuya motivación principal de viaje es la convivencia familiar y de amistad, el contacto con la naturaleza, descubrimiento de nuevos destinos y la generación de nuevos conocimientos, sin embargo, lo importante es que socioeconómicamente, están dispuestos a pagar por los paquetes que se ofrecen donde se incluyen: hospedaje, talleres de educación ambiental, seguro médico, caminatas y alimentación, un promedio de \$1,250.00 mxn por persona al día, en paquetes que incluyen actividades especializadas.

En este contexto de ensayo y error es interesante el cómo el habitante percibe al visitante, y cómo es que la percepción cambia dependiendo de la tarea que desempeñen en el servicio, así por ejemplo el guía tiene una oportunidad de convivencia mucho más estrecha y cercana que las que tienen las personas de alimentos y bebidas, lo cual les brinda un panorama más completo de las actitudes y valores del turista. De esta manera, los que han participado o participan como guías detectan que pueden encontrar visitantes amables y con apertura a la convivencia y al aprendizaje, con quienes han sido capaces hasta de formar buenas amistades, sin embargo también los hay reservados y excluyentes a la hora de la convivencia con la comunidad, lo cual ellos respetan, pero con los que no se sienten cómodos, y que en caso de sentirse agredidos, evitan en lo posible recibir de nuevo al visitante en cuestión.

Para la gente del servicio de alimentos y bebidas, así como de limpieza y general, los visitantes son siempre buenas personas, educadas y amables, personas a quienes les da gusto atender y por quienes se sienten apreciados y reconocidos siempre que les elogian sus preparaciones culinarias.

[...] “pues fíjese que los visitantes hasta el momento tenemos muy buenas experiencias, les gusta mucho el parque, les gusta la comunidad, la comida les

gusta mucho, nos agradecen la forma de preparación y atención que se les brinda”... (L.D)

Dimensión espacial

La dimensión espacial consideró el análisis en dos vertientes, el primero referente a los usos y valoración del territorio por parte de la comunidad, el cual contempla factores como: los elementos que los habitantes valoran de su territorio, la historia de su origen cultural, además de sus rasgos culturales característicos adicionales a su lengua, tales como sus tradiciones y costumbres y la identificación de los espacios en donde estos se realizan.

La segunda vertiente hace referencia al visitante en el territorio, la cual analiza la percepción del habitante respecto al nivel de acceso del visitante a los sitios que la comunidad valora, los lugares que se visitan con más frecuencia y cómo percibe que la actividad turística se perfilará en los próximos años terminando las restricciones que ha conllevado la pandemia de COVID 19.

Usos y valoración del territorio

Como se mencionó anteriormente, uno de los aspectos que más valora la comunidad sobre el lugar en el que vive es la naturaleza, y la abundancia del agua y recursos naturales, sin embargo, hay otros aspectos que valora que no son propiamente físicos, sino de origen cultural: el ser parte de la cultura matlatzinca; sin embargo la valoración que la comunidad siente por su territorio no se limita a un solo aspecto, sino que integra la parte natural y cultural del mismo, lo cual es resultado de la cosmovisión propia de la población, en este sentido, como muestra de esta mezcla entre lo natural y cultural, se tiene el ejemplo de “El Gigante”, personaje emblemático y representativo para el pueblo, un ahuehuete que ha estado presente desde la conformación de la comunidad, el cual está situado justo en el patio de la iglesia de San Francisco Oxtotilpan.

Así mismo el denominado “cerro”, es un espacio ampliamente valorado, pues hay cierto nivel de conexión personal del individuo con la naturaleza, resultante de sus relaciones “yo”- “yo”, la cual la asocia con pensamientos y sentimientos de bienestar, toda vez que le procura el sustento del día a día, paz, armonía, felicidad, y buenos

recuerdos de su infancia y juventud, por ello, hay un vínculo especial entre éste y los espacios naturales con los que cuenta la comunidad, lo que propicia el cuidado y convivencia del individuo con los mismos.

Así como con los elementos naturales, en la parte cultural, la gente se siente orgullosa, identificada y unida con su comunidad y su cultura que más allá de la lengua se extiende a un conjunto de tradiciones y costumbres que los identifican como la última comunidad indígena matlatzinca sobreviviente en el país.

La indumentaria, por ejemplo, es otro de los rasgos propios del pueblo, la cual se ha rescatado de manera reciente por el colectivo de mujeres “*Techiti*”, que por medio de una convocatoria por parte del CDI hoy INPI, obtuvieron apoyo para realizar una investigación exhaustiva para rescatar la indumentaria propia de la comunidad, además de la práctica tradicional de la elaboración de prendas y textiles en telar de cintura.

Adicionalmente se menciona a la gastronomía como un elemento característico: platillos a base de hierbas, como los quelites, mutos y chivatitos, nacidos en el campo; la elaboración de pan, tamales de ceniza, tortillas de los diferentes maíces hechas a mano, el tradicional licor de zarza o “xipe”, el “*totapi*” también conocido como pulque, y sus tradicionales “honguitos” de temporada son de las características que les identifica; sin embargo no todo se resume en esto; la medicina tradicional y herbolaria es otro de los saberes que la gente valora y fomenta al interior de su grupo social, toda vez que es un conocimiento antiguo que se ha extendido generación tras generación.

Por lo anterior, la comunidad de San Francisco Oxtotilpan se caracteriza por una fuerte tradición popular religiosa que responde a diferentes celebraciones en honor a personajes religiosos, lo que ha dado origen a diferentes prácticas culturales tales como:

- 15 de mayo: Día de San Isidro Labrador, el santo patrono del campo a quien se le pide que llueva para que la siembra crezca y se tengan cosechas exitosas,

día en el que realizan un desfile de “locos”, la gente se disfraza y salen a pasear por las calles, bailando y cantando.

- 29 de noviembre: El año nuevo matlatzinca, día del cambio de mayordomos (personajes dedicados a la salvaguarda y organización de todas las celebraciones de la comunidad) y del fiscal, la máxima autoridad de la comunidad.
- 1 y 2 de noviembre: Celebración del día de muertos, en el que velan a sus muertos en el panteón y realizan una ofrenda colectiva y característica.
- 4 de octubre: Día de San Francisco de Asís, el santo patrono del pueblo, en el que se realiza la fiesta patronal, con desfile, comida, baile y bebidas.
- 19 de marzo: Ceremonia de cambio y renovación del nuevo sol, en el que la comunidad se reúne en el centro del pueblo llevan alimentos, bailan, cantan y comparten por la renovación del nuevo sol.

Las anteriores sólo por citar las mencionadas de manera más recurrente La comunidad coincide en que son dos las fechas más representativas, para San Francisco, la primera es la que se celebra el 29 de noviembre, fecha en que celebran el nuevo año matlatzinca con el cambio de mayordomos y del “Fiscal”, personaje respetado y venerado por el pueblo, por su elevado nivel de sabiduría cultural matlatzinca; y en segundo lugar el día de muertos, fecha de gran importancia y tradición, puesto que como en todo México, es el día en el que se preparan grandes ofrendas para compartir con los fieles difuntos que regresan a la tierra a probar dichos manjares, pero que al formar parte de una práctica cultural indígena matlatzinca se caracteriza por un serie de elementos tales como:

- El Patichimiqui: Un ritual en el que los mayordomos pasan a cada casa de la comunidad a recoger tamales y pollo con mole rojo y de semilla de calabaza, para, posteriormente, llevarlos a la iglesia, donde se reúne todo lo recogido y se comparte con los que se encuentran tocando las campanas.
- Rituales de cortejo que se realizan en el patichimiqui: los hombres en edad casadera tienen la oportunidad esta noche para formalizar su relación con

alguna muchacha. El ritual consiste en aventar a los pies de la joven elegida un chilacayote; es el momento formal de iniciar una relación con la aprobación expresa del Tata o padre de familia. Si éste consiente, el ritual se formaliza con la Choyatá, discurso en un lenguaje ritualizado con el cual el Tata, de manera solemne, agradece al pretendiente el respeto a “la costumbre”, y otorga o no el consentimiento para la unión. En caso de aceptar, el ritual concluye después de compartir un jarro de pulque o aguardiente.

- El velar a los muertos: En la noche del 1 de noviembre se va a velar al panteón las tumbas de los fieles difuntos para que no estén solos.
- El compartir y comer a ofrenda con la familia.

Como es observable, la participación comunitaria en estas tradiciones es un rasgo característico predominante de la población de San Francisco Oxtotilpan, lo cual los identifica y cohesionan como sociedad. Todo este tipo de prácticas culturales tienen lugar en diferentes espacios físicos, a los cuales la comunidad les otorga cierto grado de valoración y representatividad dependiendo de la significación que tiene para cada uno de ellos, entre los más mencionados se encuentran:

- 1) El cerro y, el bosque (espacios naturales como peña blanca o donde están las mariposas monarcas o las luciérnagas), toda vez que son espacios que les vinculan con la naturaleza, les dan un sentido de pertenencia e identificación por lo que la naturaleza les representa, “la gran dadora, que les sustenta y les da vida”.
- 2) El centro del pueblo, ya que la mayoría de las fiestas o reuniones comunitarias se realizan en este espacio, es de fácil y de común acceso y todos pueden estar allí sin exclusión alguna.
- 3) La iglesia del pueblo, es el lugar más valorado por los adultos maduros y mayores, pues consideran que por la importancia religiosa es aquí donde se realizan las celebraciones litúrgicas que santifican sus fiestas, además de que es el espacio donde se encuentra “El Gigante”, el árbol venerado por la comunidad como un emblema de identidad del pueblo.

[...] “como la mayoría de la gente aquí es católica y la mayoría de los rituales van encaminados a la religiosidad popular pues uno de los espacios más importantes es la iglesia, de hecho yo siento que más que la iglesia es el árbol pues es la conexión entre el hombre, religión y el ambiente para la mayoría es como mágico, curativo, como un dios de mucho respeto”... (M.E).

Como es observable, una vez más, en la valoración de los espacios físicos, el aspecto religioso y de tipo comunitario se hacen notar como elementos altamente valorados por la población de San Francisco Oxtotilpan.

El visitante en el territorio

El lugar en donde se sitúan las cabañas de Parque Matawi es privilegiado, dotado de un paisaje natural muy representativo, a 20 minutos en auto del centro del pueblo, los habitantes comentan que dicho espacio fue seleccionado por la comunidad por sus características paisajísticas, además del tipo de terreno de tipo comunal y la cercanía con Peña Blanca, uno de los lugares más valiosos y representativos para la comunidad, y porque el terreno cuenta con todos los servicios necesarios para el desarrollo del turismo.

Reconocidos los lugares más valiosos por parte de la comunidad, se indagó a cerca del acceso permitido al visitante en estos lugares, y se identificó que dichos espacios no son prohibidos para el visitante, siempre y cuando éste vaya acompañado de algún miembro de la comunidad, lo cual les da el permiso de tránsito y la seguridad a los habitantes de que no se realizarán malas prácticas en dichos espacios.

Sin embargo no siempre es grato recibir visitas, según comentan algunos pobladores, los lugares están ahí siendo parte de un espacio que sirve como escenario de la actividad turística, y la gente puede estar y visitar por un momento sin afectar o perturbar la vida del habitante, pero la situación cambia cuando el espacio está en uso por parte de la comunidad para la realización de un festejo.

Dentro de las ritualidades de la comunidad, las fiestas y tradiciones son íntimas y a pesar de que en los últimos años han sido protagonistas de reportajes e investigaciones, permitidos por ellos mismos, el espectador se vuelve el agente externo que les observa y llega a incomodarles con sus grabaciones, porque no pueden comportarse naturalmente, no es igual con los invitados, quienes resultan personas de confianza; sin embargo, entre menos perturbaciones presentes mejor.

Por lo anteriormente mencionado, por ejemplo, la administración del emprendimiento del Parque Matawi, procura no agendar visitas en fechas importantes para la comunidad, cuando tienen una celebración comunitaria, para evitar las perturbaciones externas o descuidar su participación dentro de la ritualidad por adquirir una responsabilidad con el visitante.

En este aspecto el habitante se siente tan identificado con la comunidad y su territorio, que están convencidos de que el visitante se ve motivado a llegar a su pueblo gracias a la riqueza natural y la riqueza paisajística con que cuenta éste, siendo los lugares más concurridos:

- Parque Matawi
- Peña Blanca
- El paraje de las mariposas monarcas
- El centro del pueblo (iglesia)

Es así como el turismo ha dado una nueva perspectiva a los habitantes de esta comunidad y consideran que han adoptado de manera idónea la dinámica, sin embargo, la actual situación que se enfrenta a nivel internacional por la pandemia de la COVID 19 cambió por mucho sus condiciones de vida. Al respecto, la gente ha notado un gran cambio conforme a las condiciones con las que se desarrollaba, se desarrolla y se desarrollará la actividad turística bajo esta nueva realidad, empezando por la disminución de demanda en la primera mitad del año 2020, de manera posterior y poco a poco se empezó a trabajar con nuevos protocolos de seguridad, como dar servicio a una sola familia o grupo, para que éstos no interactúen con más gente; el uso de cubrebocas y gel antibacterial, así mismo se sigue con la dinámica de reservación, sin acceso a llegadas de turismo sorpresivo, lo anterior para asegurarse de realizar los

protocolos de seguridad lo más estrictamente posible para mantener a salvo a la comunidad y al turista.

En esta nueva realidad el habitante identificó la baja de ventas de manera considerable en el lugar; sin embargo, después de un año de estar viviendo la situación, ellos prevén recibir más visitantes, suponiendo que debido a la cuarentena, la gente se encuentra ansiosa por salir a lugares que no representen un peligro a su integridad, ni a la de sus familiares y amigos, lugares abiertos de tipo natural que les permitan estar en el exterior en convivencia con la naturaleza.

Así mismo, ellos tienen una proyección muy positiva a cerca de la actividad turística, toda vez que piensan que la pandemia les ha caído como anillo al dedo, pues ha sido un tiempo que han aprovechado para capacitarse e idear nuevos proyectos y actividades turísticas en el lugar, lo que les hará más capaces y fuertes para cuando la situación se normalice en un futuro.

Ethos del habitante de la comunidad del Nevado de Toluca

Respecto al análisis de información realizado a través del modelo de Lalive, se pueden caracterizar dos tipos de ethos del habitante del Nevado de Toluca, denominados. El Indígena campesino tradicional, y el indígena campesino renovador, todos ellos, de acuerdo con el conjunto de prácticas, creencias y valores, que manifiestan sobre sus tradiciones, y costumbres, sus prácticas y usos del espacio en donde habitan.

Tabla 12: Ethos del habitante de la comunidad

Ethos del indígena Campesino	
Tradicional	Renovador
Principales Valores	
<p>Apego a la tierra: El indígena campesino tradicional de San Francisco Oxtotilpan, México, muestra un profundo apego a la tierra, al “cerro”, al bosque, a su espacio natural, toda vez que aprecian de sobremanera que les otorga lo necesario para vivir en abundancia: agua, granos, plantas y semillas que les permite alimentarse, además de un paisaje hermoso que les satisface en lo profundo de su ser.</p> <p>Sentido de pertenencia comunitaria</p>	<p>Apego y cuidado de la tierra: El indígena campesino emprendedor muestra el mismo apego a la tierra que el indígena campesino tradicional, sin embargo al diferencia es que éste aprovecha y se forma en buenas prácticas sustentables que le permiten cuidar más y mejor su tierra.</p> <p>Sentido de pertenencia y apoyo comunitario renovados</p>

<p>Debido a la dinámica de la tenencia de la tierra, el grupo social comunitario es una máxima que domina las acciones del habitante, de esta manera, todo lo aprendido, los hábitos y tradiciones enseñadas en su núcleo familiar, van encaminados a identificarse con el grupo, toda vez que eso los ha llevado a construir una comunidad fuerte que ha hecho frente a diferentes problemáticas. Por lo tanto, el respeto por la naturaleza, el trabajo duro, el apego a tradiciones y costumbres que conforman su comunidad, son valores que regulan su vida cotidiana. Para el indígena campesino tradicional, encontrar la conexión, aceptación y unidad con su comunidad es un valor muy importante.</p> <p>Identidad cultural indígena Al ser la última comunidad matlatzinca viva, el indígena campesino tradicional tiene una fuerte identidad con sus raíces y costumbres indígenas que le han inculcado desde la niñez, y se asume así mismo como “indígena”, aun cuando ignore muchos significados o no practique o sepa la lengua matlatzinca, puesto que su cultura va más allá del lenguaje y se manifiestan en sus prácticas diarias y las ritualidades de sus diferentes celebraciones y en su linaje mismo.</p>	<p>Debido a la máxima comunitaria que domina las acciones del habitante, el indígena campesino emprendedor muestra los mismos valores que el indígena campesino tradicional, aunados a factores como la formación educativa la cual aprovechan y aplican para encontrar formas de apoyar a la comunidad. Para el indígena campesino emprendedor, encontrar la conexión, aceptación y unidad con su comunidad partiendo de buenas acciones que ayuden al desarrollo de las potencialidades de esta, es uno de los motivos por los cuales se da esta dinámica social en la comunidad.</p> <p>Identidad, orgullo, rescate y conservación cultural indígena El indígena campesino emprendedor al igual que el tradicional tienen una fuerte identidad con sus raíces indígenas y se asume como tal, formándose en los significados culturales de sus ritualidades, rescatando y difundiendo sus tradiciones y costumbres, investigando y reconstruyendo lo perdido, para perpetuar el acervo para las próximas generaciones y que la comunidad no se pierda.</p>
Valores expresados	
<p>Religiosidad popular Para el indígena campesino tradicional, el sincretismo cultural ha influido para que la religión católica sea un factor determinante en la vida de la comunidad, a tal grado que muchos de los roles sociales respecto a su liderazgo, distribución del poder y usos y costumbres giran alrededor de ésta; muchas de las tradiciones las rige la iglesia y la religiosidad popular.</p>	<p>Religiosidad popular resignificada El sincretismo cultural ha influido para que la religión católica sea un factor determinante en la vida de la comunidad, sin embargo, el Indígena campesino emprendedor partiendo de una formación profesional, comprensión y conocimiento de la cultura resignifica estas prácticas desde la comprensión, el conocimiento e identidad comunitaria.</p> <p>Respeto a los adultos mayores Para el Indígena campesino emprendedor, los adultos mayores son concebidos como la piedra angular de la cultura matlatzinca que ellos ignoran, debido a que son los poseedores del conocimiento cultural, nadie más que ellos hablan el idioma y manejan la ritualidad de las tradiciones y acontecimientos sociales relevantes, a tal grado que el cargo más importante en la comunidad lo ocupa una persona adulta... el fiscal,</p>
Valores contrarios	
<p>Unión/ desvinculación comunitaria A ser una sociedad tradicionalista, la práctica moral se ciñe a las “buenas costumbres” aprendidas en su núcleo familiar, sin embargo, debido al tipo de tenencia de la tierra se conforman grupos donde se concentra el poder y la toma de decisiones. En esta</p>	<p>Unión/ desvinculación comunitaria Al pertenecer a una sociedad tradicionalista, y ceñirse a las “buenas costumbres” y decisiones de los grupos de poder, tal como el indígena campesino tradicional, cuando esto afecta sus intereses personales, el indígena campesino emprendedor se desvincula</p>

<p>dinámica el indígena campesino tradicional tiene que apegarse a esas reglamentaciones y decisiones grupales, incluso cuando eso le afecte en lo personal, esto con la finalidad de ser parte de y unirse a la comunidad, pero, es justo cuando se afectan los intereses personales, cuando el indígena campesino tradicional se desvincula, intentando encontrar sus propios intereses y bienestar.</p>	<p>intentando encontrar sus propios intereses y bienestar, pero partiendo del control del poder, por medio de la persuasión y el don de convencimiento otorgados por el conocimiento y la formación profesional.</p>
<p>Valoración / pérdida de representatividad de los adultos mayores Para el Indígena campesino tradicional, los adultos mayores son concebidos como los poseedores del conocimiento cultural, nadie más que ellos hablan el idioma y manejan la ritualidad de las tradiciones y acontecimientos sociales relevantes, sin embargo, fuera de las prácticas culturales, su representatividad es cada vez menor, al tiempo que se les critica la falta de flexibilidad en su juicio.</p>	

4.1.3 La institución reguladora

4.1.3.1 Valores y significados de la institución

En, áreas naturales protegidas con tenencia de tierra de tipo ejidal, las instituciones gubernamentales juegan un papel fundamental en el diseño y construcción de la actividad turística, toda vez que éstas son gestoras, vinculadoras y desarrolladoras de proyectos turísticos comunitarios, tal es el caso de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP), actor involucrado en el desarrollo de la actividad turística del área de protección de flora y fauna del Nevado de Toluca, Estado de México.

Si se analiza el papel de la CONANP en el desarrollo de la actividad turística desde la parte teórica, es observable que al ser una “institución”, hace referencia a un ente que objetiviza la realidad y la formaliza al establecer la normatividad y reglamentación para el uso y aprovechamiento adecuados de las áreas naturales bajo su gestión, a su vez socializa esta realidad a partir de campañas de concientización y sensibilización para los actores involucrados, la impartición de cursos y capacitaciones en las comunidades, estableciendo redes de apoyo para el logro de su principal objetivo: la conservación de las áreas naturales y programas de financiamiento.

Para el caso del Nevado de Toluca la intervención de la CONANP, como un agente socializador objetivizador de la realidad en el área, se ha dado de una manera interesante a lo

largo del tiempo. El análisis de ésta, al igual que los motivos y significados del visitante y la comunidad, se realizaron con el apoyo interpretativo del modelo de Lalive, a partir de 3 dimensiones: la temporal, la espacial y la social, de las entrevistas a 5 de los elementos del equipo de trabajo de la dirección del área en cuestión.

Dimensión temporal

Para el análisis de la dimensión temporal fue importante identificar en cada individuo el tiempo que lleva laborando en el área, el cómo es que se incorporó a la misma, las tareas y funciones que desempeña en su puesto, las experiencias que más recuerda ya sean positivas y/o negativas, los cambios que ha observado en el área a lo largo del tiempo que ha formado parte de la Dirección de dicho espacio, además de lo que les agrada y desagrada de su labor.

En este sentido fue observable que los integrantes de la Dirección tienen trabajando directamente en el Nevado un promedio entre 5 y 12 años de antigüedad, sin embargo hay personal con más de 20 años de experiencia laborando para la CONANP en otros espacios naturales o departamentos de la institución, lo que les ha permitido experimentar diferentes formas de trabajo, tareas y enfoques.

La gente llegó a formar parte del equipo del área, por invitaciones de amigos y/o colegas que en su momento, formaron parte del equipo de trabajo del Nevado, lo que habla de una importante red de relaciones de socialización secundaria del “yo”, con el “nosotros” y “ellos”, lo que les ha valido para forjar lazos de amistad y colaboración en aras de la protección del lugar.

Dentro de las actividades realizadas en el lugar, por el equipo de trabajo, destacan: el monitoreo del área natural (flora, fauna), el desarrollo de proyectos forestales, agrícolas, ganaderos, acuícolas y de turismo, en los que han servido de acompañamiento, capacitación y formación de las comunidades para el buen uso y manejo de las áreas naturales involucradas, puesto que al ser la institución regulatoria de las mismas, es necesario su monitoreo, por lo cual, el papel de ésta es fundamental en el desarrollo de la actividad turística del lugar.

Cabe resaltar que la creación de la Dirección del Área de Protección de Flora y Fauna del Nevado de Toluca y su equipo de trabajo es relativamente joven, pues se remonta al 2006, apenas hace 15 años, puesto que con anterioridad era la CEPANAF, el organismo que durante 20 años procuró la regulación del lugar sin una línea de trabajo directa, a partir de esa fecha y hasta el día de hoy dicha dirección ha tenido dos periodos a cargo de diferentes personas. En virtud de lo anterior es interesante observar la percepción que tienen los miembros del equipo a cerca de los cambios que ha tenido la dinámica de trabajo a lo largo del tiempo.

Dentro de los cambios más observables, el equipo destaca, antes que la forma de trabajo, una concepción mental más holística, sobre el Nevado de Toluca y su labor, toda vez que el trabajar en el área les ha concedido ver más allá de lo que su socialización secundaria, aprendida y objetivizada en sus diferentes campos formativos, les había permitido ver con anterioridad, lo que les ha otorgado desarrollar compromisos que van más allá de roles por cumplir en la zona.

Así mismo hay diferencias muy marcadas respecto a la gestoría de los dos periodos de dirección, sin embargo, dichas diferencias reflejan no una discrepancia en la eficiencia de los mismos, sino el desarrollo de diferentes etapas de un proceso de formación y estabilización de las tareas y la gestión del área, que no solamente responden a ese factor, sino también al cambio de categoría del lugar, de Parque Nacional a Área de Conservación de Flora y Fauna, lo que sucedido en el 2013. Los cambios observados por el equipo fueron:

- Mejoras en temas de capacitación
- Seguimiento y verificación de las actividades
- Medición de la efectividad de los proyectos
- De trabajos pasivos a una mayor actividad que acrecentó la cantidad de tareas por realizar y conocimientos por adquirir
- Nuevos proyectos y nuevas ideas

Sin embargo, hay una consistencia en la percepción sobre una mejora paulatina y continua, además de un afianzamiento de las labores de la institución en comparación con la gestión de CEPANAF.

[...] “ha sido un proceso de desarrollo paulatino que poco a poco nos ha llevado a todos a ir creciendo e ir mejorando y encontrando mejores metodologías para realizar de la mejor manera nuestro trabajo” (A.S.).

En relación a las experiencias que el equipo de trabajo ha vivido conforme a sus labores dentro del área natural protegida es relevante mencionar que se tiene una filosofía de aprendizaje, positivismo positiva, proactiva y buena actitud toda vez que es manifestado el hecho de que las experiencias no son ni positivas ni negativas, sino que son aprendizajes que tomarán el sentido que la persona que las vive les dé; sin embargo algo que la totalidad del grupo rescató como experiencia inolvidable es el trabajo de campo y directo con la comunidad.

[...] “no hay cosas buenas ni malas, simplemente tiene que ver con la interpretación que tú le brindes... pero algo que sí ha sido muy satisfactorio ha sido el involucrarme con la gente” (M.C.).

Lo anterior se vincula de manera directa con lo que el equipo de trabajo disfruta más de su labor, que es el trabajo de campo y el contacto con la gente, lo que les permite un aprendizaje continuo y dinámico, además de una constante retroalimentación, por medio de la habitualización de las prácticas vistas en las comunidades e interiorización de sus diferentes realidades, que por medio del proceso de socialización secundaria, se convierte en conocimiento que interioriza el equipo, transformándolo en estrategias, metodologías y formas de trabajo para el logro de objetivos de la institución, lo que les brinda una satisfacción en su relación con el “yo”- “yo”, toda vez que consideran que la labor que realizan es significativa para el logro de un cambio en pro del desarrollo de una comunidad y de la conservación de la zona.

[...] “Mi profesión me encanta y más el trabajo que estoy desarrollando porque donde estoy conozco muchas cosas...” (D.A.).

[...] “Saber que las acciones que se hacen ya sean directas o indirectas contribuyen al mantenimiento de estas poblaciones... me gusta mucho” (A.S.)

Sin embargo, la experiencia de pertenecer al equipo de la Dirección del Nevado no es del todo agradable, puesto que cuestiones como la falta en la unificación de intereses, la

deficiente organización y unión de fuerzas de los actores involucrados (comunidades que integran el área de conservación , el turista la organización) en las diferentes actividades del área, son tareas que parecieran improbables por lo anteriormente mencionado, lo que imposibilita el logro de los objetivos de la institución, así mismo el carácter burocrático y poco proactivo de las instituciones en el país, en los altos mandos, hace que el trabajo se complique un poco más para ellos.

[...] “Es lamentable ver que queremos resolver problemáticas cuando tenemos una situación crítica... hasta ése momento, es cuando entonces las autoridades se dan cuenta... y en muchas ocasiones ya es demasiado tarde” (D.C.).

Dimensión social

Lo identificado en la dimensión social se centró en aspectos de la dinámica de trabajo del área, las características del equipo, la distribución del trabajo y del recurso, la vinculación de la institución en la actividad turística del área, la relación con y la percepción de las comunidades involucradas en los proyectos turísticos del lugar, así como la percepción personal de la importancia que tiene su labor en el desarrollo turístico del Nevado.

“La socialización secundaria es la internalización de "submundos" institucionales o basados sobre instituciones... es la adquisición del conocimiento específico de "roles", estando éstos directa o indirectamente arraigados en la división del trabajo, adquiriendo al mismo tiempo "comprensiones tácitas", evaluaciones y coloraciones afectivas de estos campos semánticos.”(Berger y Luckman, 1986)

Como un proceso interminable, la socialización secundaria permite al individuo aprender diferentes realidades, ámbitos y disciplinas dentro de su campo laboral, a interiorizarlas, adquiriendo nuevos conocimientos y habilidades para desarrollar su labor; así por ejemplo, los integrantes del equipo del Nevado, expresan sentimientos de lealtad, compromiso, cohesión, cooperativismo, soporte e identificación con sus pares, toda vez que, aun cuando llegan a pensar distinto siempre se logran acuerdos, obteniendo la participación activa de todos los miembros del equipo.

[...] “Es un equipo bien comprometido, la verdad eso lo puedo decir sin temor a equivocarme porque así lo han demostrado durante muchos años”... (M.C).

[...] “Tenemos un equipo bueno, muy colaborativo de mucha iniciativa, donde somos capaces de escuchar y aceptar comentarios constructivos que te ayudan a ser mejor profesional y persona”... (A.S.).

En este sentido la división del trabajo al interior del equipo se da con base en sus perfiles de formación profesional, así como en la experiencia adquirida a lo largo del tiempo, considerando las ventajas y desventajas que tendría cada elemento del equipo al participar en dicho proyecto.

A lo largo del tiempo el involucramiento del área en la actividad turística se ha ido transformando, ha sido un tanto paulatina, toda vez que con anterioridad no existía un área o departamento encargado exclusivamente del Nevado, sin embargo la actividad turística según cuentan los elementos del área, siempre ha sido atendida con diferentes prioridades y alcances según las necesidades de las etapas que ha vivido el establecimiento del área encargada de la zona; sin embargo cabe resaltar que el cambio que mencionan como más notorio, es justamente el incremento del flujo turístico a partir del cambio de categoría del Nevado de Toluca de Parque Nacional a Área de protección de Flora y Fauna, en el año 2016, y que en conjunto con el boom de las redes sociales, en las que se realizó una importante difusión invitando al público a tomarse una foto en el Nevado, generaron impacto tal , que las necesidades, actividades y tareas del área empezaron a incrementarse, demandando más acciones y recursos para su óptimo funcionamiento, protección y preservación.

Una característica propia de la región es el tipo de tenencia de la tierra, que es de tipo ejidal y que es compartida por 54 núcleos agrarios conformados por diferentes comunidades con particularidades propias, lo que hace que para el equipo de trabajo el término “proyecto comunitario” sea el pan de cada día.

En la dirección del Área de Protección de Flora y Fauna del Nevado, la convivencia cercana con las comunidades, es uno de los aspectos que el equipo más disfruta. Su labor les ha permitido conocerlas y formar criterios, percepciones y estrategias para relacionarse y trabajar con ellas; en virtud de lo anterior, el equipo percibe de manera unánime que en las

comunidades hay de todo tipo de actitudes, no son homogéneas entre ellas y mucho menos al interior de una misma comunidad, algo que les ha brindado la experiencia del trabajo, ha sido el darse cuenta que las comunidades se mueven por intereses propios y que se mostrarán participativas siempre y cuando los proyectos propuestos alimenten su interés y no atenten contra él o en contra de su comodidad.

[...] “Hay de todo, van a estar contigo cuando apoyes sus iniciativas... o cuando la propuesta que les hagas, les sea viable económicamente, en ése momento la relación va a ser buena, pero cuando ellos tengan alguna iniciativa propia o asesorada... que sea incompatible con el área... evidentemente vamos a estar en contra” (M.C.)

En este sentido, la Conanp ha observado que los miembros de la comunidad a veces, tienen el interés pero no participan pues tienen otro tipo de actividades, las cuales priorizan sobre el desarrollo de proyectos turísticos, toda vez que forman parte de sus roles sociales diarios, tales como la atención del hogar, de sus tierras y animales, actividades que les han permitido, vivir, y mantenerse económicamente, lo que es una muestra de los diferentes significados que adquiere la actividad turística para la comunidad.

En este sentido la institución está convencida de que hace falta trabajar mucho con los núcleos agrarios, partiendo desde una concientización de la importancia de la actividad turística en la región, así mismo les parece fundamental el empoderamiento de la comunidad en los proyectos turísticos, que el interés y el poder comunitario sea tal, que no se necesite insistir, y tan solo baste con un ligero, pero consistente acompañamiento, que no dé instrucciones, sino que apoye en la toma de decisiones, tal como sucede en algunas comunidades, por lo que han concluido que los proyectos que más potencial tienen de desarrollo y de éxito son los proyectos que nacen de su iniciativa.

El empoderamiento empieza a ser una realidad y se manifiesta en un alto potencial y prácticas para el desarrollo de la actividad turística, para tal efecto el equipo identifica dicho potencial partiendo de dos factores fundamentales, en primer lugar los factores territoriales, físicos y geográficos, y en segundo los factores sociales y de gobernanza.

Conforme a los factores territoriales y físicos, el ejido de Cacalomacán tiene gran potencial, por el lugar en el que está y el avance en infraestructura, además de la vista paisajística que

ofrece, sin embargo no tiene la fortaleza social, una organización sólida para que pueda detonar algún proyecto. Otro ejido citado es la Ciénega en Loma Alta, el cual cuenta con una destacada riqueza natural, pero por más inversión y capacitaciones que se han dado para detonar la actividad turística, no se han logrado establecer acuerdos al interior de la comunidad.

En lo que compete a los factores sociales y de gobernanza, el comisariado del ejido de Calimaya quiere implementar la actividad turística, pero no sabe cómo, y aunque la CONANP le ha invertido en infraestructura, señalética y demás aspectos, no se ha logrado detectar un proyecto o producto turístico.

Sin embargo únicamente hay una comunidad que, según la experiencia del trabajo a lo largo del tiempo con los diferentes ejidos, presenta una combinación perfecta: las características territoriales y sociales para que el desarrollo de la actividad turística, se dé con mayor facilidad, lo que la coloca como la comunidad con mayor potencial turístico: San Francisco Oxtotilpan.

San Francisco Oxtotilpan, según observa el equipo de trabajo, cuenta con riqueza natural, toda vez que tiene abundantes recursos naturales y características paisajísticas que le dan una importante ventaja, sumada a una renovación de generaciones, jóvenes letrados y preparados con el aval de sus padres y adultos mayores, lo que le da empuje a los diferentes proyectos propuestos e implementados en la comunidad.

Pareciera que, respecto a lo anteriormente mencionado, la selección de comunidades para el otorgamiento de recursos para el desarrollo de proyectos turísticos, sería sencilla al seleccionarlas arbitrariamente, o con base en la experiencia del trabajo con ellas, sin embargo, la institución cuenta con todo un proceso que dicta la forma en que se brinda el recurso, apoyo, acompañamiento y soporte de los proyectos a realizar en la zona.

Cada año salen las reglas de operación por medio de las cuales el gobierno federal comunica las áreas participantes y requisitos que deben de cumplir los solicitantes, luego entonces las comunidades pueden hacer su solicitud, y presentar su documentación, tales como INE, comprobante de domicilio, etc., posteriormente el departamento de la Dirección, realiza una

revisión asegurándose de que todas las solicitudes están completas para pasar a la fase de dictaminación.

La fase de dictaminación se hace en conjunto con un grupo colegiado de personas de diferentes instituciones y la academia, para que apoyen en la revisión de cada una de las solicitudes, asegurándose de que cumplen con las reglas de operación y todas las características que deben de cubrir los proyectos, otorgándoles cierta puntuación, siendo favorecidos los que obtienen las puntuaciones más altas; finalmente el recurso se les da hasta donde alcanza.

El proceso de otorgamiento de recurso para el desarrollo de proyectos sin duda es una clara muestra de cómo la institución socializa la normatividad (parte de su socialización secundaria), para que la comunidad la haga objetiva y la interiorice (presentando sus solicitudes y propuestas), para trabajar bajo ciertos esquemas, temáticas y dinámicas que marca la ley, estableciendo una relación de “nosotros”- “ellos” de ida y vuelta, que se convierte en una negociación problemática cuando las realidades de cada parte no tienen alineaciones similares.

Dimensión Espacial

Para la interpretación de la dimensión espacial, se identificaron factores relacionados con: las problemáticas económicas, sociales y ambientales, que el equipo de trabajo observa en la zona, su percepción general del turismo en el área y si podría éste ser una opción de desarrollo para las comunidades, así como las acciones, logros y obstáculos para el desarrollo del turismo en el lugar.

Claramente, la formación profesional de cada individuo, correspondiente a la internalización de la realidad, aprendida en su socialización secundaria, le permite hablar en mayor o menor medida de una temática en específico; en este sentido, el equipo cuenta con formación profesional en el campo de las ciencias naturales: Biología, Geografía, Ingeniería forestal, e Ingeniería agrónoma, las cuales centran su atención, en las problemáticas ambientales, aunque con antelación, se externó que la carencia de organización social de las comunidades, es uno de los principales problemas que enfrentan; sin embargo es interesante cómo se

observa el origen de los problemas ambientales como resultado de una problemática social y económica.

Las localidades que están asentadas ya sea dentro o fuera de la zona protegida, son localidades con necesidades, para las cuales es importante percibir un beneficio económico, entonces factores como la distancia de forma relativa o considerable de la ciudad de Toluca y el difícil acceso a medios de transporte público o privado, no les permite desplazarse para encontrar una fuente de empleo, por lo que hacen lo que pueden, buscando en su comunidad esa alternativa económica.

Entonces es en esa búsqueda de alternativas, donde hay una falta de conocimiento para poder aprovechar sus recursos, partiendo de buenas prácticas, que no impacten a la especie y a la zona. La cuestión problemática es cómo lo hacen, cómo la aprovechan, hay una sobreexplotación que quizá agote dicho recurso, llevándolo a buscar una nueva alternativa y así sucesivamente, lo que se va sumando en el deterioro del entorno, por lo que se percibe la importancia de trabajar con las comunidades en función a lograr el aprovechamiento sostenible de los recursos, de tal manera que ellos sigan obteniendo un beneficio económico, pero que también contribuyan a conservar el ecosistema.

Como resultado del inconveniente social y económico, se originan una serie de problemáticas de tipo ambiental, identificando de manera muy específica:

- La tala clandestina, el cual es un tema directamente relacionado con la problemática social de seguridad y que por supuesto gracias a las variaciones climáticas ha tenido consecuencias importantes tales como: periodos de sequía muy prolongados con ausencia de lluvia y con ello el riesgo para incendios forestales de grandes magnitudes de extensión.
- La cacería furtiva en algunas regiones del área.
- El cambio de uso del suelo, que aunque no es tan representativo, sí lo es la forma en la que se usan los territorios agrícolas, en términos de producción; el excesivo uso de agroquímicos para la producción, sobre todo para el cultivo de papa, son muy elevados, lo que ha tenido consecuencias ecológicas importantes: la contaminación de los mantos freáticos la contaminación del aire, la mortandad de ciertos polinizadores; así mismo la mala disposición de los envases de agroquímicos,

derivados de la actividad agrícola, que finaliza en un problema de salud pública, debido a los efectos que tienen los agroquímicos en la salud de las personas que aplican este tipo de productos.

- Desde hace muchos años la salud del bosque, pues hay un grave problema fitosanitario manifestado en la presencia de plantas parásitas como muérdago y el insecto descortezador.

Así mismo el equipo identifica una problemática de tipo ambiental relacionada de manera directa con la actividad turística, en la que destacan:

- Visitas en un día de más de 12.000 mil personas lo cual genera impactos fuertes en términos de erosión por apertura de nuevos caminos en lugar de los ya establecidos, en afán de buscar más adrenalina y mayor desafío.
- Carga de contaminación por residuos sólidos
- Contaminación por ruido porque muchos llevan música a alto volumen que ocasiona afectación y desorden para la fauna.
- Afectaciones a la fauna por drones
- Extracción de flora (rosa de las nieves)

Dentro de la sociedad e incluso como individuos el reconocimiento y el auto reconocimiento de la importancia de nuestra actividad es de suma importancia, porque afianza la identidad propia, la identificación con los diferentes grupos sociales y con las actividades que éste realiza, adquiriendo diferentes roles, para ello, el equipo de la CONANP, percibe que su labor es muy importante para el desarrollo de diferentes actividades en el área, entre las que desataca la turística, toda vez que fungen como facilitadores en el sentido de brindar herramientas y conocimiento ayudando a que estos lleguen a las comunidades, para que puedan hacer de mejor manera la actividad, contemplando tres vertientes: la económica, la social y la ambiental.

Con respecto a lo mencionado con antelación, el trabajo con comunidades ofrece diferentes aristas de la actividad turística, como se comentó con antelación, las características de los ejidos son muy particulares, incluso al interior de cada uno de ellos, lo que torna un tanto complicado el poder satisfacer sus necesidades con la implementación de una actividad tan

compleja como es el turismo, sin embargo la CONANP creó firmemente que éste es una opción viable para el desarrollo de las comunidades.

[...] “Yo creo que el turismo es una buena opción de desarrollo económico... pero tendría que ser un turismo controlado, sólo así vamos a lograr esta conservación y tendría que ser un turismo que respete la zona en la que se encuentra” (D.C.).

Lo anterior tomando en cuenta ciertas consideraciones relacionadas con los tres actores: la comunidad, el visitante y las instituciones; con respecto a la comunidad se deben procurar, en primer lugar la concientización de la importancia de la actividad, la organización y reglas bien establecidas para poder desarrollar los proyectos, teniendo como una propuesta de trabajo la conformación de comités de turismo al interior de los núcleos agrarios puesto que a cada cambio de mesa directiva, el comisariado en turno siempre llega ajeno, con una visión diferente, pero si existe una estructura a nivel social como un comité de turismo, que le pueda dar seguimiento, sea quien sea el comisariado, se podría tener más posibilidad de éxito en los proyectos, siempre y cuando se dejen guiar y acompañar.

Con relación al visitante, se observa que se necesita trabajar mucho antes de ejecutar el proyecto para que el turismo no resulte contraproducente y ocasione impactos ambientales como el del cráter, el cual se ha ido erosionando poco a poco, por lo que el turismo debe darse de una forma muy organizada y bien planeada para que se dé un beneficio económico a los ejidos pero que también permita seguir conservando el área, y en lo que influye mucho el tipo de visitante a quien se le debe sensibilizar para tener buen comportamiento en la zona.

Finalmente en lo correspondiente a las instituciones, la meta de hacer del turismo una opción para el desarrollo de las comunidades va a lograrse en la medida en la que las autoridades estén dispuestas a implementar las normatividades vigentes, puesto que la legislación y el programa de manejo del área con su reglamento existen, sin embargo, las normas no se aplican, y si cuando hay malas prácticas, no hay una acción o una consecuencia, entonces el visitante reincide, por lo que hace falta ser congruentes para lograr la conservación del espacio, lo cual también debe ser aplicable a las comunidades, para que estén alineadas a la normatividad que aplica dentro del área natural protegida, respetando capacidades de carga, tipo de infraestructura y tipo de senderos, para así garantizar la conservación de los recursos naturales y el goce de los mismos.

En aras del logro de una actividad turística sana, la CONANP ha llevado a cabo diversas acciones para dar alcance a dicho objetivo, entre las que destacan:

En primer lugar el papel de la institución como un agente cohesionador por medio de la sinergia con otras instituciones, investigadores y la academia, logrando el desarrollo del plan subregional, el cual es un avance muy importante en temas turísticos, lo que ha valido para lograr por medio de esta cooperación, identificar problemas y diseñar estrategias y acciones de atención a diferentes problemáticas, así como la generación de información que sea útil para la toma de decisiones o planteamiento de propuestas, así mismo se han generado acciones más específicas tales como:

- Sesiones de sensibilización al visitante en donde se le explica el tipo de zona en donde se encuentra, la importancia del reglamento que deben de respetar, y la señalética existente.
- Actividades de limpieza del lugar por medio de colecta de basura.
- Diseño de señalética que concientice al visitante sobre la importancia ecológica del área
- Capacitación y certificación de guías de turistas por medio de la Secretaría de Turismo
- Se ha diversificado el turismo y se han mejorado las zonas turísticas mediante los programas de subsidio.
- Campañas a través de redes sociales en sinergia con instituciones como la Secretaría de Turismo para promocionar la oferta turística en la zona, e invitar al público para visitar el Nevado.

Gracias a estas acciones la institución identifica como sus principales logros respecto a la materia turística que:

- En el cráter ya no ingresen mascotas
- Que ya no haya acceso al cráter de manera directa en automóvil
- El financiamiento para apoyar a diferentes proyectos productivos
- La gestión y asesoría técnica por parte de diferentes instituciones, para el apoyo y acompañamiento de proyectos productivos

- Capacitación de las comunidades para mejorar y diversificar el producto turístico en el lugar.

Sin embargo dichas acciones y logros deben sobreponerse a ciertos obstáculos identificables para su labor como facilitadores del desarrollo de la actividad turística entre los que “el trabajo en comunidad” encabeza la lista como uno de los problemas más complejos.

El trabajo con la comunidad podría verse como un reto, pues hay que lograr que permeen las ideas en ellos, y que asuman la responsabilidad, traduciéndose en un cumplimiento de objetivos y acuerdos conjuntos, lo cual se complica cuando los significados y valores de algunos miembros de la comunidad, puedan contrariar a la realidad objetivada que la institución intenta socializar. En este aspecto también influye la organización que los ejidos tienen internamente, que se lleva a cabo con base a un comité, que cambia cada cierto período, y que en algunas ocasiones dan poco o nulo seguimiento para que los proyectos lleguen a buen fin.

La comunicación es otro obstáculo, ha sido buena, pero se percibe como insuficiente, sobre todo en redes sociales, con Secretaría de Turismo, para llegar a más personas e informarlos sobre las temporadas en las que el Nevado está cerrado, el tipo de ropa y equipo necesarios para subir cuando hay nieve, porque hay letreros, pero hay personas que no los leen, lo cual es complicado en términos de acceso a la información, códigos culturales y significados y valores que tiene el visitante respecto a la zona natural.

Finalmente, pero no menos importante, otro obstáculo es el recurso financiero, toda vez que las dependencias se ven limitadas económicamente, viéndose en la necesidad de buscar aliados para donaciones en especie.

Con toda la experiencia vivida a lo largo del tiempo en su desempeño como miembros activos de la institución encargada de la administración del área natural, el equipo de trabajo de la CONANP del Nevado de Toluca tiene muchas expectativas en lograr que el turismo siga transformándose poco a poco y se convierta en una actividad plenamente sostenible, con turistas responsables, comunidades conscientes, respetuosas de sus recursos, bien organizadas y ampliamente beneficiadas por la actividad turística en un entorno natural bien aprovechado y conservado en equilibrio ecológico.

Capítulo 5

EXPERIENCIA EN LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS

Como se explicó en el apartado metodológico de la tesis, en la investigación se decidió llevar a cabo un proceso de análisis social sobre la construcción de los productos turísticos comunitarios a través de un ejercicio de investigación-acción que aportara elementos de entendimiento sobre los comportamientos y concepciones que guían a los miembros de la comunidad. El modelo elegido (Espeso, 2017) consta de cuatro pasos: planificación, actuación, observación y reflexión. Se presenta a continuación el resultado obtenido a la fecha.

5.1 Paso 1. Planificación

Esta fase se inició con la identificación de problemáticas concretas a resolver sobre el desarrollo turístico sustentable en el nevado, para tal efecto se ha partido del resultado de la identificación de problemas del Programa de Acción para el Desarrollo Turístico Sustentable (PADETS, CONANP, 2013) y la investigación previa de (Osorio-García, *et al.*, 2019) sobre las experiencias de turismo comunitario en el Área Natural Protegida del Nevado de Toluca.

En dicho programa, se establece que la dimensión de la problemática recreativo-turística se puntualiza distinguiendo cuatro nodos problémicos que son:

1. Desorganización y desorden en la visita al cráter
2. Deficiente calidad de actividades y servicios en el Parque de los Venados
3. Saturación, riesgo y vulnerabilidad en rutas y accesos
4. Desaprovechamiento de recursos naturales y culturales en otras zonas de uso público.

Para la resolución de la problemática la UAEM y Universidad del Caribe elaboraron una estrategia general de desarrollo recreativo-turístico en el área, para lograr una gestión sustentable de los flujos de visitantes e impulsar el desarrollo local de las comunidades ejidales vinculadas, la cual responde a 4 líneas de acción:

1. Ordenamiento de la visitación en el cráter
2. Reingeniería en el Parque de los Venados

3. Estructuración de las rutas y senderos
4. Creación de nuevos PTPA en otras zonas de uso público

En la cuarta línea se encuentra el origen de la planificación del cambio de este proceso de investigación acción. Para la ejecución de la línea de acción definida, se especificaron las siguientes actividades a realizar: capacitación en elaboración de plan de negocios para bajar recursos y creación de los productos turísticos; y asesoramiento empresarial.

Para tal efecto se generó una reunión con el director del área natural del Nevado de Toluca representante de la CONANP, el maestro Mario Castañeda, a quien se le presentó la propuesta de investigación en el área, así como la dinámica de trabajo de investigación acción con las comunidades para el logro de los objetivos de la misma y con quien de manera conjunta se trabajó en virtud de las necesidades manifestadas por las comunidades y por la organización misma, por lo que se presentó la programación del trabajo, los contenidos y comunidades a participar, para lo cual dio el visto bueno brindando facilidades a reuniones con los comisariados ejidales para poder ir observando la situación del Nevado en todos los aspectos más de cerca.

Dicha planeación aconteció en un periodo de 6 meses dentro de los cuales, se estuvo asistiendo a reuniones en las oficinas de la CONANP, con actores involucrados en las actividades del área natural protegida (Sub consejo), además de consultar de manera directa investigaciones previas, para conocer más a fondo y desde diferentes perspectivas la problemática del sitio.

Para la planeación del curso, se partió de una experiencia de consultoría profesional previa, en el estado de Jalisco, con prestadores de servicios turísticos de 3 pueblos mágicos Talpa, Mascota y San Sebastián del Oeste, dicha consultoría tenía un objetivo similar por lo que los contenidos apoyarían bastante en la consecución de la investigación presente.

Para la definición de los ejidos con los cuales se trabajaría la capacitación en el plan de negocios y los productos turísticos, se optó por trabajar con los mismos con los que se había trabajado en la investigación precedente: San Juan de las Huertas, Loma Alta, Bienes Comunales de Calimaya, Santiago Tlacotepec, Cacalomacán, Mesón Viejo, San Miguel Oxtotilpan, Sn Francisco Oxtotilpan, San Antonio Albarranes y San Mateo Almomoloa; sin

embargo, justo cuando iba a empezarse la gestión para la realización del curso en las comunidades debido a la situación de la pandemia, se realizó una reunión de acuerdos con el director del Área natural protegida, representante de la CONANP, el maestro Mario Castañeda el 11 de septiembre por video llamada, con quien se acordó trabajar únicamente con dos comunidades representativas de alta y baja montaña: San Juan de las Huertas y San Francisco Oxtotilpan. Lo anterior debido a que las dos comunidades, además de ser representativas de cada área, tienen un importante papel en la actividad turística de la zona, con iniciativas en desarrollo muy importantes como Matawi en San Francisco Oxtotilpan y la administración al acceso del Nevado por parte de San Juan de las Huertas.

Acordado el punto de las comunidades seleccionadas era necesario gestionar el permiso de la comunidad para trabajar el proyecto de manera directa con ellos, para lo cual la oficina de la CONANP, se encargó de concretar una cita primeramente en la comunidad de San Francisco Oxtotilpan el 21 de septiembre con algunos contactos directos de la mesa ejidal de la comunidad, en la que se estableció el primer contacto con Daniel y Vicente Cima y con quienes en una plática se presentó el plan de trabajo a realizar. La idea original era realizar dicho proyecto en una modalidad a distancia, por medio de video llamadas, sin embargo de un inicio dichos contactos se negaron rotundamente, puesto que la tecnología en la localidad les parecía mala y fallida, además de que les resultaba necesario un contacto directo para tener éxito en la capacitación, llegando así al acuerdo de sacar una cita en la asamblea inmediata para presentar el proyecto frente al comisariado ejidal de manera presencial, para que si ésta aceptaba la capacitación se llevara a cabo directamente en la comunidad.

Se solicitó permiso y se presentó la propuesta al comisariado ejidal de San Francisco Oxtotilpan durante su asamblea el día 26 de octubre, con la finalidad de invitarlos a participar, a lo cual el comisariado aceptó. Cabe agregar que los ejidatarios mostraron interés en iniciar con la capacitación, solicitando una fecha la cual iba a ser comunicada por los contactos de Daniel y Vicente Cima de manera posterior, realizando especial hincapié en sus necesidades de comercialización y financiamiento de algún programa gubernamental, a lo que se comentó de manera directa que el plan de negocios es una herramienta para tener acceso a dichos apoyos. La comunidad se mostró interesada, sin embargo el resultado posterior fue sorpresivo.

Paso 2. Actuación

Por cuestiones de logística, el primer curso fue aplazado pasando dos semanas después de la reunión con el comisariado ejidal, por lo que se hizo contacto con Daniel Cima quien sería el encargado de dar aviso a los participantes. La primer cesión fue programada para el 27 de octubre de 2020 en San Francisco Oxtotilpan, y su objetivo era presentarles la programación y temas a tratar en el curso a los representantes ejidales y a los participantes de la capacitación, sin embargo no se tuvo la participación de ningún miembro de la comunidad ni de la mesa directiva, a reserva de un representante Vicente Cima, quien además llegó con una hora de retraso para la cita. Fue inesperado encontrarse con dicha situación: la falta de participación de la mesa y de los demás miembros de la comunidad, que anteriormente lucían interesados y además que no había un lugar definido para la impartición de la capacitación.

Pensando en la cancelación de la reunión por la situación, aún más sorpresiva fue la actitud del único participante, a quien se cuestionó sobre si se había dado aviso a algún otro participante, a lo cual respondió “Creo que no” y que muy apenado pero entusiasmado, pidió uno minutos para conseguir un lugar para poder llevar a cabo la capacitación. Hora y media después de la cita original se tuvo el espacio para el curso en la oficina del comisariado ejidal de la delegación de San Francisco Oxtotilpan.

En dicha sesión se discutió el contenido del curso con Vicente Cima quien refirió las necesidades que la iniciativa más importante de la comunidad “Parque Matawi” tenía con relación a la capacitación. En virtud de dicha conversación, se identificó que la empresa contaba ya con un plan de negocios a gran escala, por lo que la necesidad inmediata era una capacitación de tipo práctico referente a la determinación de costos y precios, por lo que se reprogramó el contenido de la capacitación y se establecieron algunas tareas a realizar por parte del participante.

Al finalizar la primera sesión se solicitó apoyo al participante para dar aviso a los demás miembros de la comunidad. Fue nuevamente sorprendente la respuesta al afirmar “Creo que nadie vendrá, además nos retrasaríamos para avanzar y tendríamos que iniciar desde el

principio”, lo cual se le pidió que perdiera cuidado que la ayuda podía ser para todos, prometiendo entonces dar aviso a más personas.

La segunda sesión del curso fue establecida para el día 3 de noviembre del 2020, sin embargo tuvo que reprogramarse por las celebraciones del día de muertos, al 10 de noviembre, fecha en la cual hubo complicaciones logísticas por parte de los participantes para asistir, toda vez que tenían otro curso por atender, por parte de la CONANP, sobre plan de negocios, y una reunión empresarial con posibles socios de manera posterior. Una vez más la hora de la reunión se vio aplazada hora y media y tras varias llamadas para verificar la asistencia al curso, Vicente Cima se presentó ofreciendo disculpas, y dándose cuenta que no se daba abasto para cubrir todos los compromisos que había adquirido junto con su hermano Daniel Cima, lo que llevó a tomar la decisión de realizar la capacitación de manera virtual, tal como se había propuesto desde un inicio, bajo horarios y fechas que les permitieran trabajar más desahogadamente.

Ya de manera virtual, las sesiones subsecuentes fueron realizadas los días lunes y jueves en punto de las 7:00pm, la temática del curso virtual consistió en presentarles a los participantes el contenido que ellos identificaban como urgente: la conformación de costos y determinación de precios de un producto y servicio turístico. Se consideró apropiado complementar con estrategias de fijación de precio, control de caja, y precios en arrendamientos de equipo.

Las reuniones quedaron programadas de la manera siguiente:

Tabla 13: Programa de Actividades del Curso Taller

Fecha	Tema	Observaciones
27/10/2020	Importancia del plan de negocios <ul style="list-style-type: none"> • Concepto, utilidad, y generalidades • Sondeo de necesidades 	Se dio la introducción al tema de plan de negocios. En dicha reunión se identificó el hartazgo por la capacitación teórica y se externó la inquietud de tener una capacitación más práctica, y técnica, en la que se pudiera llevar a la realidad la aplicación del conocimiento, por lo que la capacitación posterior se modificó.
03/11/2020	Cancelación de la sesión presencial	Por fechas de día de muertos y el fallecimiento de un miembro cercano para la comunidad
10/11/2020	Cancelación de la sesión presencial y acuerdo para realizar las reuniones a distancia	Por cruce de fechas respecto a la capacitación sobre el plan de negocios de CONANP en la comunidad. En esta sesión se llega al acuerdo de realizar la capacitación a distancia y por video llamada

17/11/2020	Primera reunión a distancia “El plan de negocios y el modelo canvas” <ul style="list-style-type: none"> • Partes del plan • Modelo canvas 	Se determinó que con base en lo aprendido en la reunión, los participantes realizarían el modelo canvas del emprendimiento de Parque Matawi y de los emprendimientos personales, dicho ejercicio se revisaría en dos sesiones posteriores para ir comentando y aclarando dudas en conjunto.
18/11/2020	Canvas	Se identificaron las partes cruciales del plan de negocio, que tendrían que rescatar de los planes existentes del emprendimiento, para integrar un plan de negocios más simplificado y poder bajar recurso de las diferentes instituciones federales y estatales.
23/11/2020	El precio <ul style="list-style-type: none"> • Qué es • Elementos que lo conforman • Ejercicios prácticos 	Partiendo de los ejercicios vistos en clase se solicitó a los participantes aplicar el conocimiento obtenido para sacar los costos fijos y variables de cada una de las recetas de los alimentos ofrecidos en el emprendimiento.
02/12/2020	Estrategias de precio	Se inició la sesión con la revisión y retroalimentación de ejercicio de tarea. En virtud del conocimiento previo sobre el tema se mostraron las diferentes estrategias de precio para poder establecer el porcentaje mínimo y el deseado en virtud de los costos de cada uno de los productos y servicio ofrecidos. Adicionalmente se solicitó realizar el mismo ejercicio con los tours ofrecidos
10/12/2020 13/12/2020	Estrategias de fijación de precio	Se dio la revisión y retroalimentación los ejercicios previos; respecto al tema expuesto se mostraron las diferentes estrategias de fijación de precio, para poder seleccionar las estrategias correctas dependiendo del ciclo de vida de sus productos turísticos.

Fuente: Elaboración propia

Es importante decir que el curso implicó un arduo ejercicio de reflexión por parte de los participantes quienes tuvieron que poner en práctica lo aprendido en cada sesión con la información real de su emprendimiento. Se sacaron las recetas, porciones y cantidades de cada platillo ofrecido en el lugar así como sus costos fijos y variables para la determinación de sus precios, en el mismo tenor se generó el desglose de los costos de cada uno de los paquetes que ofrece la empresa, con el mismo objetivo de la fijación de precios.

El proceso de capacitación se daba de la siguiente manera: clase teórica, ejemplificación y tarea práctica con la información de su emprendimiento que tenía que ser enviada con antelación para darle revisión previa y retroalimentación en la sesión siguiente.

El desarrollo de la capacitación posterior a los inconvenientes del principio, se desarrollaron de manera satisfactoria, sin embargo a partir del 12 de diciembre fue interrumpida por las fiestas decembrinas y la temporada alta del emprendimiento de Parque Matawi. Se retomó la

actividad a partir de la segunda semana de enero; en la que se finalizó dicho procedimiento y pudo darse inicio con la etapa siguiente de la investigación-acción; sin embargo, es importante resaltar que desde el inicio del proceso, se observó cierta incongruencia con lo platicado en la asamblea ejidal y la participación de la comunidad, toda vez que los ejidatarios mostraron interés en iniciar con la capacitación por lo que fue sorprendente el resultado posterior en la participación de los ejidatarios y emprendedores, toda vez que nadie, a excepción de los contactos, se presentaron.

En las dos sesiones faltantes que se desarrollaron en el mes de enero se pudo ir identificando la reacción sobre la capacitación brindada a los representantes del emprendimiento Parque Matawi, en el que se sondeó a los participantes sobre la utilidad que le estaban dando a la capacitación que estaban obteniendo en el curso, dichas capacitaciones se describen a continuación:

Tabla 14: Programa de Actividades del Curso Taller (Segunda parte)

Fecha	Tema	Observaciones
03/02/2021	Fijación de precio de renta de equipo Registro de marca Dudas adicionales	En esta sesión se habló sobre arrendamientos de equipo deportivo, programas estatales que les permiten tener acceso a financiamiento a fondo perdido o al interés bajo y aclaración de dudas.
11/03/2021	Dudas y preguntas adicionales y sondeo	En esta sesión se realizaron unas preguntas acerca de la utilidad y aplicación de la información obtenida en el curso

Fuente: Elaboración propia

Paso 3: Observación

Tanto para los participantes, como para el capacitador, se superaron las expectativas, toda vez que los emprendedores tuvieron la oportunidad de:

- Generar hojas de cálculo en las que se contiene la información de gastos fijos y variables de todas y cada una de las recetas de los alimentos ofrecidos en su emprendimiento.
- Generar hojas de cálculo en las que se contiene la información de gastos fijos y variables de todos y cada uno de los paquetes (tours) que ofrece la empresa.

- Generar hojas de cálculo en las que se contiene la información de gastos fijos y variables de todas y cada una de las actividades que ofrece la empresa.

Gracias a dicha información los participantes del curso han podido:

1. Cambiar y fijar los precios de sus alimentos ofrecidos en Parque Matawi, con un porcentaje de ganancia en función de las necesidades reales y rentables para su negocio.
2. Cambiar y fijar los precios de los paquetes de Parque Matawi con un porcentaje de ganancia en función de las necesidades reales del parque.
3. Planear con antelación la fijación de nuevas actividades en Parque Matawi con un porcentaje de ganancia en función los costos fijos y variables de las mismas.
4. Planear con antelación la fijación de nuevas actividades y paquetes de sus proyectos personales con un porcentaje de ganancia en función de las necesidades reales y rentables para su negocio.
5. Dar avance en los ejercicios resultantes de las capacitaciones teóricas gestionadas por la CONANP y la GIZ (Agencia Alemana de Cooperación internacional) sobre planes de negocios y diseño de productos turísticos para el parque Matawi.
6. Ser el parque más avanzado en las capacitaciones, respecto a la aplicación del conocimiento teórico y técnico.
7. Obtener el conocimiento necesario para la aplicación teórica y práctica en sus emprendimientos personales (vivero, talleres de capacitación ambiental, nuevas cabañas y tours).

En virtud de lo anterior, el taller proporcionó la oportunidad de aprender y comprender de mejor manera, la situación que vive la comunidad de San Francisco Oxtotilpan respecto al emprendimiento, debido a que es una comunidad llena de inquietudes y necesidades con buenas ideas, pero con poca actuación por parte de algunos miembros de la comunidad.

Los adultos se preocupan por la actividad y proponen temas de capacitación y estudio, exponiendo a su vez sus diferentes problemáticas y necesidades, sin embargo sintiéndose incapaces y carentes de conocimiento o habilidades, en algunos casos, y falta de interés en otros, dejan todo en manos de “alguien más” responsabilizando a los jóvenes, para que estos sean lo que se involucren, y se hagan cargo de hacer las cosas funcionar.

En el sentido de lo anteriormente experimentado, y según lo observable, es de vital importancia el generar confianza y contacto con elementos de las nuevas generaciones que sirvan de vínculo de confianza con los adultos y adultos mayores, pues al final estos son los que terminarán realizando los proyectos, pero con el respaldo de las generaciones anteriores.

Paso 4: Reflexión

Según lo estudiado anteriormente, ha sido evidente la importancia que da la comunidad al desarrollo de la actividad turística en el lugar, la cual involucra primordialmente tres factores: la formación educativa, la edad y la organización comunitaria, implicando ésta última, el acuerdo y respaldo de la comunidad en las decisiones importantes.

En este sentido, podría afirmarse que es la nueva generación la que se hace cargo de la actividad turística en la zona, pero esto no es del todo cierto, puesto que la gente que ha tomado las riendas del desarrollo de la actividad turística, ostentan mínimamente una escolaridad de licenciatura, o bien son liderados por personas con este nivel formativo, estos miembros activos de la comunidad muestran interés y entusiasmo pero sobre todo un profundo sentido de identidad y pertenencia a la comunidad, lo que les hace respetar plenamente las decisiones tomadas en las asambleas por el comisariado ejidal.

Al contar con una tenencia de la tierra de tipo ejidal, pero más aún al conformar una comunidad de origen y orgullo matlatzinca, la figura de la “mesa” es de gran respeto y compromiso, puesto que, lo que se decide en las asambleas, es respetado hasta el final por todos los partícipes de los asuntos tratados, lo que hace que de alguna forma, la mayoría de los ejidatarios estén interesados en pertenecer, mantenerse, o mínimamente que algún familiar pertenezca a ella, una posición privilegiada que les permite no sólo apoyar a su comunidad, sino beneficiarse del conocimiento, toda vez que el saber es poder.

En virtud de lo anterior pudo identificarse que el desempeño de las mesas ejidales es fuertemente observado por la comunidad de ejidatarios, y que la actuación de la misma, debe de ofrecer beneficios y buenos resultados para que se les permita tener el privilegio de seguir en el cargo y dar seguimiento a los proyectos.

Lo anteriormente mencionado lleva a reflexionar sobre el actuar de los participantes en el taller de capacitación , quienes estaban muy comprometidos, lo que permitió identificar los posibles motivos de su interés, puesto que en reiteradas ocasiones mencionaban la importancia de realmente lograr algo útil con la capacitación que le sirviera a la comunidad, para de esta manera “hacer quedar bien con la mesa y la comunidad, a su mamá”, quien en la actualidad forma parte de la mesa como tesorera, y a ellos como administradores del emprendimiento del Parque Matawi, lo que les podría favorecer, en el nuevo proceso de elección de nueva mesa ejidal de la comunidad.

Dicho lo anterior la pertenencia al grupo de poder de un grupo social es fundamentalmente importante, sin embargo, la gente con la preparación y el conocimiento adecuados puede hacer la diferencia para detonar o hacer retroceder el desarrollo de la actividad turística en comunidades rurales como San Francisco Oxtotilpan.

Capítulo 6

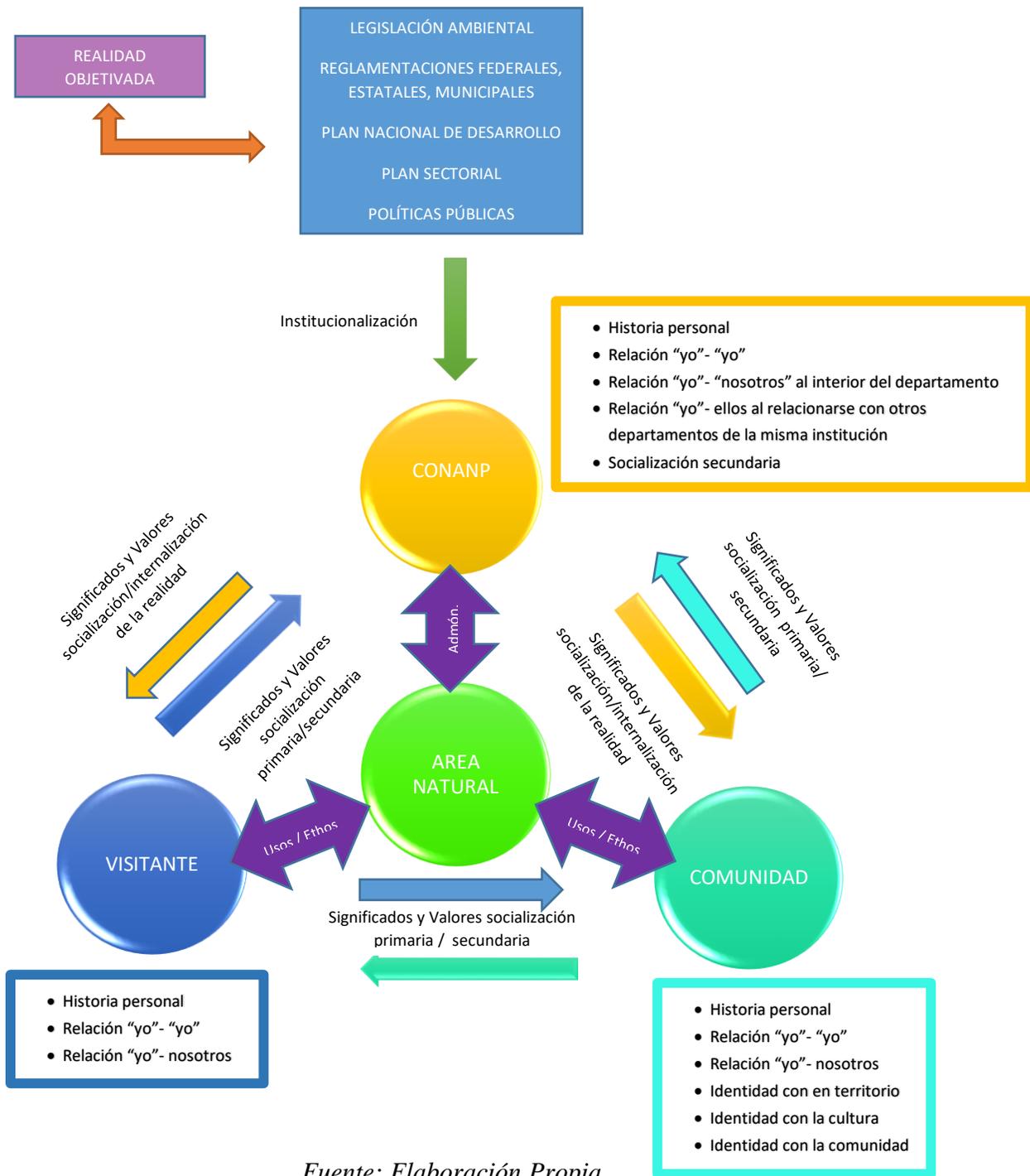
DISCUSIÓN: LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

En el presente capítulo se hace referencia a la interrelación existente entre los actores involucrados en la construcción social de los productos turísticos de tipo comunitario. Como es bien sabido, en el fenómeno turístico participan una serie de actores definidos de manera particular para cada destino, dependiendo de factores como la territorialidad, la política, la demografía, el ambiente, entre otros.

Para el caso específico de la presente investigación se toman en cuenta las participaciones de tres actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística de San Francisco Oxtotilpan, las cuales son: La comunidad, el visitante y la institución reguladora (CONANP).

Dichas participaciones se analizan con relación a los conflictos de intereses presentados en las interacciones de unos con otros, lo cual puede interferir en las acciones de unos y otros y que determinan la construcción de los productos turísticos; es así que entonces los intereses de los actores de la actividad turística en San Francisco Oxtotilpan se dan en tres importantes relaciones como explican el siguiente esquema:

Ilustración 5: Interacción de los actores en la construcción social del producto turístico



6.1 Comunidad

6.1.1 Ethos tradicional y visitante

Para el caso de la relación que tiene el habitante del ethos tradicional con el visitante, coincide con la importancia de preservación de un espacio que le ha permitido vivir momentos hermosos que le han hecho conectar con sus seres queridos en un espacio paisajístico de gran riqueza, pero se conflictua respecto a las malas prácticas ambientales por parte de los visitantes (VREJ) que puedan perjudicar dicho paisaje; Así mismo pueden sentirse discriminados en el trato o falta de respeto a su cultura, otro de los intereses en conflicto es la falta de diversidad en la oferta turística generada, puesto que mientras al habitante tradicional le complace diseñar productos similares a los de la zona, al visitante le llama la atención nuevos productos que satisfagan sus necesidades.

6.1.2 Ethos renovado y visitante

De acuerdo al habitante de ethos renovado en su relación con el visitante (VRTF), se presenta un interés y respeto por la cultura local, además de un interés mutuo de conservación y salvaguarda de la zona debido al vínculo emocional que representa el sitio para ambos; así mismo los intereses contrarios se encuentran en las malas prácticas ambientales por parte de los VREJ y que el habitante señala como una falta de respeto.

6.2 Visitante

6.2.1 Ethos Tradicional

6.2.1.1 Ethos Abierto y comunidad

El visitante de ethos abierto, al igual que la comunidad procura la conservación de la zona no de la manera más sustentable o sostenible, sin embargo tiene cierto interés en preservar el espacio como un escenario para su esparcimiento, al respecto coincide con ciertas prácticas de la comunidad en cuanto a la generación de productos turísticos austeros para pasar un día de

campo, sin embargo sus intereses se problematizan cuando este visitante busca nuevas experiencias poco sustentables con el ambiente, o bien por la búsqueda de variedad en productos que diversifiquen las actividades para enriquecer sus experiencias, lo que los lleva a criticar o calificar a los servicios como deficientes, de baja calidad y a la comunidad como amables pero con poca capacitación.

6.2.1.2 Ethos Cerrado y comunidad

Al igual que el habitante, el visitante de ethos cerrado, que se vincula directamente al de tradición familiar, procura la conservación de la zona la cual le trae memorias agradables, así mismo las prácticas que este realiza en la zona han llevado a que la comunidad genere productos turísticos austeros para pasar un día de campo en familia, sin embargo sus intereses se contraponen debido a que al intentar pasar un rato ameno con la familia, ya sea por ignorancia o descuido llega a tener malas prácticas ambientales; así mismo en esa búsqueda de experiencias nuevas en un espacio ya conocido no encuentra la generación de productos turísticos enfrentándose a poca variedad, inseguridad en las actividades y poca capacitación de los prestadores de servicios.

6.2.2 Ethos de conexión personal

El Interés y respeto por la cultura local son compartidos por este visitante y la comunidad, vista como una figura de admiración e identidad nacional, símbolo de respeto pero un tanto ajena a su espacio, sin embargo el interés existe y coincide también con la conservación y salvaguarda de la zona que hace que el visitante se encuentre en un espacio que le permite conectarse consigo mismo y con la naturaleza tal cual se encuentra el habitante en los sitios que son importantes para él.

Respecto a los intereses contrapuestos se observa poca interacción con la comunidad por el tipo de actividades, partiendo desde una relación nosotros-ellos muy lejana y casi sin contacto en actividades especializadas, otro interés dispar es la poca o nula

oferta turística para este tipo de visitante que requiere especialización y conocimientos de los cuales el prestador de servicios de la comunidad carece.

6.3 Institución (CONANP)

6.3.1 Comunidad

6.3.1.1 Ethos tradicional y CONANP

La variación tradicional del Ethos de la comunidad tiene intereses coincidentes con la CONANP respecto a que ambos quieren conservar la zona natural, toda vez que es el lugar en el que viven y que les otorgan los recursos para vivir, sin embargo entran en conflicto con la institución, en cuanto intentan aprovechar dichos recursos sin el cuidado y conocimiento necesarios para no impactar negativamente el medio natural.

6.3.1.2 Ethos Renovado y CONANP

Una de los objetivos e intereses más fuertes compartidos por ambos actores se ve reflejado en la conservación de la zona, ya que para la institución es la razón de ser, la externalización, objetivación e institucionalización de una realidad que intenta implantarse a nivel nacional, sin embargo coincide con el habitante con ethos renovado pues éste, además de interesarse en conservar sólo porque es el lugar en donde vive, tiene una conexión que va mucho más allá de sólo cuidar por conservar, sino que procura un aprendizaje en el aprovechamiento sostenible de las áreas naturales en las que vive de una manera responsable, sin embargo uno de los intereses en contra de ambos actores radica en la libertad y dominio, el poder o independencia por la que lucha el habitante renovado, lo cual se ve opacado por las “imposiciones” de la institución, lo que el habitante renovado ve con cierto recelo.

6.4 Visitante

6.4.1 Ethos Tradicional y CONANP

El interés y tarea principal de la institución sobre conservación de la zona es compartida por la institución y el visitante de ethos tradicional, no sólo le trae memorias agradables, si no que le ayuda, al igual que a la institución, a habitar prácticas en su círculo social, generando tradiciones y costumbres familiares que

afianzan sus lazos, los cuales relacionan de manera directa con dicho espacio, sin embargo los intereses de los actores entran en conflicto por las malas prácticas ambientales realizadas por este visitante que en afán de encontrar experiencias nuevas, atenta en contra de la realidad objetivada e impuesta por la institución, por lo que la institución debe ejercer control social que le ayude a contener dichos comportamientos que deriven en daños ambientales.

6.4.2 Ethos de Conexión personal y CONANP

Sin embargo los intereses son muy similares y compartidos con el visitante con ethos de conexión personal, pues al igual que la institución persiguen en sus actividades la conservación y salvaguarda de la zona, el primero porque el sitio le conecta consigo mismo, y con la naturaleza, el segundo porque el espacio mismo es su razón de ser y existir, empero, la burocracia, la falta de carácter para castigar las omisiones o faltas reglamentarias, así como las malas prácticas ambientales, son factores de interés que ponen en conflicto a ambos actores.

Es así como según la intervención de estos tres actores se ha dado la construcción de productos turísticos en la zona del nevado de Toluca, a lo largo del tiempo, atendiendo a significados, valores y roles de los diferentes actores, donde la problemática principal, de la construcción de los mismos. como se mencionó con anterioridad, radica en la disparidad de intereses de cada uno de ellos.

Como se ha abordado a lo largo de la investigación, la comunidad de San Francisco Oxtotilpan es una sociedad tradicionalista, que viviendo un proceso de renovación generacional, se centra en el rescate, comprensión y reinterpretación de su propia cultura, lo cual la ha llevado a interesarse por su difusión, a partir del desarrollo de proyectos productivos entre los que destacan los turísticos, que le permite proyectarse regionalmente, como un destino con un alto valor biocultural, otorgándole la oportunidad de tener un alcance a mayores escalas en dicha proyección a futuro.

Sin embargo la complejidad de la dinámica social de la comunidad toma relevancia en el desarrollo de la actividad turística toda vez que “el grupo” es la máxima que domina las

acciones a su interior debido al tipo de tenencia de la tierra y a su organización social de tipo comunitario; en este sentido, la comunidad desarrolla un proceso de toma de decisiones conjunto, que dictados por sus roles sociales, dependientes de factores socioculturales tales como: su religiosidad, valores y creencias que moldean y dirigen el rumbo del territorio y de los emprendimientos comunitarios.

Lo anterior es interiorizado por el individuo quien dirige todos sus esfuerzos y acciones en aras de ser aceptado e integrarse con su comunidad, sin embargo esto podría significar un obstáculo o gran reto a vencer, al interior y exterior comunitario; al interior, tal como fue observado en los valores contrarios identificados en el ethos, toda vez que anteponer un interés grupal al interés personal de cada individuo provoca conductas o individuos con poca o nula identificación con su grupo social, sin embargo al exterior, el reto se torna un poco más complejo puesto que el interés grupal, interiorizado por la comunidad en su grupo familiar nuclear y replicado en su grupo social debe acoplarse a realidades e intereses establecidos por actores externos, figuras de poder que administran y salvaguardan el lugar que ellos habitan.

En el caso de San Francisco Oxtotilpan dicho actor, figura de poder externo es la Comisión Nacional de Áreas Naturales protegidas CONANP, la cual es un institución a nivel federal encargada de la salvaguarda, conservación y desarrollo en pro de los habitantes y usuarios de las áreas naturales protegidas, áreas naturales de protección de flora y fauna, parques nacionales, reservas naturales, entre otras denominaciones de sitios naturales, para los cuales establece normas y reglamentación respecto a usos y prácticas permitidas y prohibidas.

Las instituciones, tal como lo mencionan Berger y Luckmann (1968), por el hecho mismo de existir, controlan el comportamiento humano estableciendo pautas definidas que lo canalizan en una dirección determinada, dicho carácter controlador es inherente a la institucionalización, aislado de cualquier mecanismo de sanción establecido específicamente para sostén de una institución. Estos mecanismos denominados sistema de control social, son de índole secundaria o suplementaria, pues el control social primordial ya se da en la vida de la institución, es decir, un sector de actividad humana se ha institucionalizado ya se ha sido sometido al control social, solamente se requieren mecanismos de control adicionales cuando los procesos de institucionalización no llegan a cumplirse cabalmente.

El Nevado de Toluca al ser un área natural de protección de flora y fauna, es administrada como se mencionó con anterioridad por la CONANP, institución que externaliza e inspecciona socialmente las áreas naturales, producto de una realidad a mayor escala, (nacional) que responde a un control social que va mucho más allá de necesidades locales, que se ha estandarizado respondiendo a necesidades sociales a nivel internacional.

Esta institución en conjunto con la legislación ambiental controlan y regulan las áreas naturales, siendo la CONANP la encargada de socializar la legislación y hacer cumplirla, mientras que es la legislación en sí misma, la que establece las sanciones aplicables a las omisiones y faltas a ésta.

En este sentido, este actor juega un papel controlador y desarrollador, en la construcción de los productos turísticos en San Francisco Oxtotilpan pues se encarga de dar a conocer la normatividad aplicable a las zonas, además de ejercer su cumplimiento, punto en el que los intereses de ambos actores coinciden y se conflictúan, influenciando la dinámica de la construcción social de los productos turísticos.

Las contrariedades entre ambos actores se dan en virtud del vínculo directo entre los significados que tiene la actividad turística para la institución y los que tiene para la comunidad; para la primera dichos significados son fruto y semilla de una “socialización secundaria” de lo que aprende en la escuela, en su profesión y división del trabajo, dada a partir de sus relaciones “yo”-“nosotros”, es decir con sus relaciones cercanas, esta realidad aprendida debe ser dada a conocer “externalizada” a los usuarios y habitantes de las áreas naturales administradas por ellos por medio de sus relaciones “nosotros”- “ellos” es decir su grupo de trabajo- comunidad.

Mientras tanto, para la comunidad los significados de la actividad turística son producto y semilla de una “socialización primaria”, es decir, de lo que aprenden en su núcleo familiar y que se da a partir de sus relaciones “yo”-“nosotros”, con su familia y grupo social cercano, resultando en intereses grupales de bien común, que se externalizan y da a conocer en relaciones “nosotros”- “ellos” que tiene con la CONANP y demás actores partícipes en la actividad turística, lo cual conflictúa en cierto punto el entendimiento y acuerdos entre ambos actores, con relación a las prácticas que estos quieren realizar en el área natural para satisfacer

sus necesidades socioeconómicas, pero que no son ambientalmente viables por lo que la institución las prohíbe o modifica.

A pesar de lo anteriormente mencionado, también hay intereses coincidentes entre la comunidad y la institución, pues la primera debido a la valoración y significación que le da a la zona natural, está interesada en la conservación de su medio, aunque a veces no comprenda las acciones de la institución cuyo interés principal es la conservación y aprovechamiento sostenible de los espacios.

Sin embargo tal como se ha mencionado con anterioridad, la CONANP no sólo interactúa con la comunidad dándole a conocer la normatividad aplicable respecto al uso y prácticas de las áreas naturales que habita, sino que también lo hace con los visitantes y la sociedad en general, siendo la amalgama y punto de unión entre comunidad y visitante dentro de la actividad turística en este tipo de sitios.

En la dinámica social, fruto de la actividad turística, es donde confluyen los valores y significados producto de la socialización, experimentada por los visitantes tanto de tipo deportivo como de tipo recreativo, los valores y significados de la comunidad, y la externalización y control de la realidad ejercida por la institución.

El visitante, ya sea de tipo recreativo o deportivo, proveniente de diferentes zonas geográficas y poseedor de distintas historias de vida, se dirige al sitio natural a conectarse, relajarse, recrearse, reforzar lazos de amistades, familiares y personales, a perpetuar tradiciones aprendidas en su núcleo familiar, etc, a una realidad establecida culturalmente por la comunidad, pero controlada por la institución a partir de la división que realiza su equipo de trabajo, en todo caso son observables los roles que adquieren cada uno, pero que tienen distintas finalidades y significados para cada uno de ellos.

Sin embargo el ethos del visitante de tipo recreativo, presenta conflicto respecto al ideal establecido por la institución, puesto que este tipo de visitante desarrolla actividades utilizando la zona natural como un escenario que le permite conectarse socialmente con su núcleo familiar, sin importar si las actividades que realiza, respetan la normatividad establecida por la institución, pues la finalidad de la visita, no es la conservación en sí misma, si no el reforzamiento de sus lazos sociales.

Respecto al encuentro que este tipo de visitante tiene con la comunidad podría decirse que el uno al otro se perciben como individuos amables, pero a veces irresponsables e irrespetuosos en sus actos y acciones en la zona natural y de prestación de servicios turísticos, respectivamente, toda vez que los primeros atentan en contra del medio natural, el hogar de la comunidad, mientras que los segundos atentan en contra de la seguridad y satisfacción de los visitantes.

Para el caso del ethos del visitante deportivo la situación es muy diferente pues su comportamiento es más respetuoso respecto al medio natural, habitado por la comunidad, pues sus significaciones van más allá de ver al espacio natural como un escenario, sino que la finalidad de estar en el espacio es conectarse consigo mismo y la naturaleza, lo que le permite ver el medio natural como un todo siendo él una parte pequeña del mismo.

Entendiendo esta representatividad y conceptualización que el visitante deportivo otorga al medio natural, no es de extrañarse que este tipo de visitante tenga comportamientos de salvaguarda y protección de las áreas naturales, lo cual se apega más a la realidad objetivada establecida por la institución a cargo de la zona.

Es en este ejemplo donde se puede ver que los intereses presentados por el equipo de trabajo de la CONANP, dedicados a la conservación y aprovechamiento sostenible de los espacios, se alinea en gran medida con los significados y motivos, de respeto y valoración de la naturaleza de la del visitante deportivo, fruto de la socialización primaria que ha experimentado éste.

Lo anterior es un claro ejemplo de cómo confluyen los diferentes significados y valores del visitante con los significados y valores de la institución, en este caso la CONANP observa una transformación paulatina de la actividad turística en el Nevado de Toluca; por ejemplo, antes del 2018, el tipo de turismo que recibía la zona era muy específico, un turismo de media montaña (deportivo), los cuales se apegan más a los significados y valores de la institución; hoy en día el tipo de turista se ha diversificado, y el que más ha crecido es el turismo de tipo recreacional, personas de ciudad que desconocen el significado ambiental del sitio en el que están parados, (delimitado por la socialización secundaria de la institución), y cuyo equipamiento para subir al volcán, no es el recomendable, así como su condición física, que en muchas ocasiones pone en riesgo su salud, lo que ha ocasionado el deterioro

del área , porque a diferencia del turismo de montaña que era respetuosa del lugar, el turismo que asiste con mayor frecuencia ahora dispone de sus residuos sólidos en donde quiere y ocasiona diversos daños en el lugar.

CONCLUSIONES

La dinámica que se vive dentro de la actividad turística de San Francisco Oxtotilpan, se ve bien reflejada según la teoría de la construcción social de la realidad de Berger y Luckmann, puesto que hay una influencia directa de los individuos, tanto habitantes como visitantes con las instituciones (CONANP) y viceversa; dicha influencia atraviesa por procesos que permiten este fin.

La clave de estas representaciones parten de lo que los autores llaman la sociedad como realidad objetiva, es decir cómo el mundo se encuentra organizado y establecido y al cual el individuo tiene que integrarse y asimilar para poder formar parte del mismo. En el caso de cómo se da este proceso de la actividad turística de San Francisco Oxtotilpan, podemos decir que la comunidad no contemplaba la actividad turística como parte de su realidad, de su vida diaria, puesto que siempre se han dedicado a realizar actividades primarias para venta y autoconsumo, lo que en un primer encuentro con la actividad turística pudo conflictuar de alguna manera el desarrollo de la actividad pues esta era inexistente e irrelevante.

Un segundo proceso es la sociedad como realidad subjetiva que es la forma en la que el individuo va asimilando y absorbiendo esa realidad ya establecida, poco a poco la hace suya y se hace partícipe de la misma, es aquí donde el habitante de la comunidad se va integrando y aprendiendo lo que debe y no debe de hacer, pero nuevamente en esta realidad interna no encuentra al turismo como parte de ese mundo organizado, sin embargo ha de adoptarlo en algún momento del proceso de socialización.

Berger y Luckman mencionan que es justamente en la sociedad como realidad subjetiva en la que el individuo se hace parte del mundo a partir del proceso de socialización, tanto primaria como secundaria; en la primaria el habitante de la comunidad mira su entorno como un dador de naturaleza, vida y alimento, en la que el turismo no encuentra lugar, es con su familia, amigos y educación básica, que aprende sus roles, sus costumbres y tradiciones, que

la unión comunitaria es la fuerza de su pueblo y que debe de mantener vivas sus raíces, sin embargo, en la socialización secundaria el habitante aprende otras cosas más.

La actividad turística encuentra cabida a partir de la socialización secundaria que es cuando el individuo ya ha obtenido el conocimiento básico para desarrollarse dentro de su comunidad y ahora aprende conocimiento especializado, generalmente en la universidad y en el desempeño profesional, es aquí que adquiere conocimiento profesionalizante que le da las herramientas suficientes para realizar actividades relacionadas con la división de trabajo e integrarse no solo a su comunidad sino a un sistema social mucho mayor.

Lógicamente una comunidad rural con tantas carencias y centrada en la supervivencia, no contemplaba y no tenía muchas oportunidades de centrar su atención en la educación superior y por ende en relacionarse con la actividad turística, sin embargo, gracias a la apertura de las comunicaciones y facilidades para estas comunidades una nueva generación se ha abierto camino para lograrlo y al fin poderse relacionar con la actividad.

Es en este punto que se descubre una constante construcción y deconstrucción de las realidades que cambian según el tiempo y necesidades de la comunidad, y de la realidad objetivada al exterior de la misma, realidades a las cuales responden en cierta parte a los propios productos turísticos que estas ofrecen.

En segunda instancia podemos mencionar que los objetivos de la investigación fueron cubiertos totalmente, puesto que fueron identificados los ethos de la comunidad y de los habitantes, así como las dimensiones de la institución reguladora (CONANP), pudiendo encontrar de manera directa esas influencias de los significados de cada uno de ellos en la construcción social del producto turístico.

Respecto a los alcances y limitaciones que podemos observar en el desarrollo de la investigación se puede observar que:

La pandemia de COVID 19, fue un factor que modificó en gran medida el desarrollo de la investigación, toda vez que nos limitó a realizar la investigación a solo una de las diez comunidades que se habían seleccionado para la investigación, sin embargo esto a su vez nos dio la oportunidad de profundizar y obtener mayor entendimiento en el proceso de la construcción social del producto turístico, con una comunidad que justo se encuentra en un

proceso de transición en el que su realidad objetivada se encuentra en deconstrucción por el enriquecimiento de su socialización secundaria.

En este sentido, la construcción social de los productos turísticos en las comunidades rurales atenderán a sus diferentes micro realidades y factores sociales, los cuales deben ser identificados para el fortalecimiento de la actividad turística.

Aún quedan muchos retos por atender en las comunidades rurales del Nevado de Toluca, para que estas finalmente puedan ofrecer productos turísticos que no solo atiendan las necesidades de la demanda si no que atiendan también a sus propias necesidades sociales, lo cual se traducirá en productos turísticos más viables y una actividad turística más sana.

FUENTES:

1. Abdelati, M. Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213-224. Recuperado de: www.researchgate.net/publication/272846305_Tourism_Product_Development_and_Product_Diversification_in_Destinations
2. Agudelo B.M.E, Estrada, A.P. (2012). Constructivismo y construccionismo social Algunos puntos comunes y algunas divergencias de estas corrientes teóricas. *Prospectiva: Revista de Trabajo Social e Intervención Social*, ISSN 0122-1213, ISSN-e 2389-993X, N°. 17, 2012, págs. 353-378
3. Albrieu, C., Ferrari, S. y Navarro, V. (2013). Desarrollo de nuevos productos turísticos a partir de recursos naturales en áreas urbanas de la Patagonia Austral.
4. Ander-Egg, E. (2003). Repensando la investigación-acción-participativa. Buenos Aires: Lumen-Humanitas.
5. Aref, F. y Redzuan, M. B. (2009). Community capacity building for tourism development. *Journal of Human Ecology*, 27(1), 21-25. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/41892492_Community_Capacity_Building_in_Tourism_Development_in_Local_Communities
6. B. Vallejo Valencia *et al.*, (2013), Análisis social sobre los habitantes de la comunidad de Peñuela, *Estudios y perspectivas del turismo*, Volumen 22 (2013) pp. 425 – 449. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180726463004>
7. Balcazar, F. E. (2003). Investigación acción participativa (IAP): Aspectos conceptuales y dificultades de implementación. *Fundamentos en Humanidades*, 4(7-8), 59-77.
8. Baltazar O., Zavala J., (2015). El turismo rural como experiencia significativa y su estudio desde la fenomenología existencia, en *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas* Vol.6 Núm.6 p. 1387-1401. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/remexca/v6n6/v6n6a19.pdf>
9. Barbini, B. (2005). Viabilidad social para el desarrollo turístico. *Aportes y Transferencias*, 9(2), 27-61. Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/308/>
10. Barbini, B., Roldán, N. G., Cacciutto, M., y Cruz, G. (2009). Modelos de desarrollo

- y visiones sobre el turismo. Aportes de la teoría del capital social al paradigma alternativo. *Aportes y Transferencias*, 13(1), 11-26. Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/1544/>
11. Barnes, Harry (1993-1994) *Política y sociedad 14/1S(1993-1994)*. Madrid (pp. 9-19) Universidad de Exeter.
 12. BARNETT, Pearce (1994) “Nuevos modelos y metáforas comunicacionales”. En: *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*. Schnitman, Dora. Paidós. B. Aires.
 13. Bekele G. (2019). Attitude of local communities towards sustainable tourism development, the case of nech sar national park, ethiopia. Article DOI: 10.21474/IJAR01/8684 Recuperado de: DOI URL: <http://dx.doi.org/10.21474/IJAR01/8684>
 14. Berger P., Luckman T. (1968). *La Construcción social de la Realidad*. Amorrortu editores. Decimooctava reimpresión 2003. Argentina
 15. Berger, P. (1966). Identity as a problem in the sociology of knowledge. *European Journal of Sociology*, 7, pp 105-115 doi:10.1017/ S000397560000135.
 16. Bringas, N., y González, I. (2004). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local en dos comunidades indígenas de Baja California. *Economía, Sociedad y Territorio*, 4(15), 551-590. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.22136/est002004421>
 17. Butcher, Jim (2010). The Mantra of ‘Community Participation’ in Context. En Sharpley, R. (Coord.), *Tourism and Development* (pp. 71-78). Sage: London. Recuperado de: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02508281.2010.11081634>
 18. Campodónico, R. y Chalar, L. (2013). "El turismo como construcción social: un enfoque epistemo-metodológico" en *Anuario Turismo y Sociedad*, vol. XIV, pp.47-63.
 19. Cañada E., (2015). "La Comercialización Internacional del Turismo Comunitario. La Experiencia en América Latina" *Ara Journal*, vol. 5, nº 2. 2015. pp. 33-47. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/283292555_La_Comercializacion_Internacional_del_Turismo_Comunitario_La_Experiencia_en_America_Latina

20. Cardozo, P., Fernandes, D., Soares, J., y Holm, C. (2016). Cooperación y participación en el proceso de planificación y desarrollo turístico: un estudio de caso en comunidades étnico-rurales en el estado de Paraná-Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(1), 88-109. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6330471>
21. Casas Jurado, A. C.; Soler Domingo, A. y Jaime Pastor, V. (2012): “El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: Potencialidades para su desarrollo en Cuzco (Perú)”. *Cuadernos de Turismo*, n° 30, pp. 91-108.
22. Chávez, C., Carrasco, J., Merino, C. (2016). Turismo Comunitario, Alternativa De Desarrollo Turístico Estudio De Caso: Producto Turístico Para La Comunidad Paquiestancia, Parroquia San José De Ayora, Cantón Cayambe, Provincia De Pichincha - Ecuador, *European Scientific Journal* vol.12, No.26 Recuperado de : URL:<http://dx.doi.org/10.19044/esj.2016.v12n26p113>
23. Conrad, P. , Barker, K.K. (2010). The Social Construction of Illness: Key Insights and Policy Implications. *Journal of Health and Social Behavior* 51(S) S67– S79. American Sociological Association 2010 DOI: 10.1177/0022146510383495. <http://jhsb.sagepub.com>
24. Dachler, H.P and Hosking, Dian-Marie (1995). The primacy of relations in socially constructing organizational realities In: Hosking, D. M., Dachler, H.P., y Gergen, K.J., eds.1995. Management and Organisation: Relational Perspectives. Ashgate/Avebury.
25. Domínguez, I., y Palmas, D. (2016). El método investigación-acción en el diseño e implementación de estrategias de gestión del turismo rural comunitario en México: el caso San Francisco Oxtotilpan, emascaltepec. *Revista Latino-Americana de Turismología*, 2(2), 59-76. Recuperado de <http://ojs2.ufjf.emnuvens.com.br/rlaturismologia/article/view/10014>
26. Dreher, J. (2012). Fenomenología : Alfred Schütz y Thomas Luckmann. In: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, , ed., FONDO DE CULTURA ECONÓMICA, ed.. Tratado de metodología de las ciencias sociales: perspectivas actuales. México, D.F.:UAM, pp. 96-133. ISBN 978-607-477-687-4
27. Dreher, J. (2015). The social construction of power: Reflections beyond

- Berger/Luckmann and Bourdieu Cultural Sociology, Vol. 10(1) 53–68. The Author(s) 2015. Reprints and permissions: sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav. DOI: 10.1177/1749975515615623.
28. Endrade, S. M.J, (2011). La construcción social de la imagen de los espacios-destinos rurales: Aproximación teórico-metodológica. *EN RIPS*, ISSN 1577-239X. Vol. 10, núm. 3, 2011, 57-75
 29. Espeso-Molinero, P. (2017). Características y retos de la investigación acción participativa (IAP). Una experiencia personal en investigación turística. *Dimensiones Turísticas*, [ace/handle/10045/713091\(1\)](http://rua.ua.es/dsp/ace/handle/10045/713091(1)), 53-80. Recuperado de [http://rua.ua.es/dsp](http://rua.ua.es/dsp/ace/handle/10045/713091(1))
 30. Flores A.C, Zizumbo, L., Cruz, G., y Vargas, E.,(2014) .Economía social, comunalidad: orientación teórica para el turismo rural, como alternativa de desarrollo. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/324423087_Economia_social_comunalidad_orientacion_teorica_para_el_turismo_rural_como_alternativa_de_desarrollo
 31. Flores, C., Zizumbo , L., Cruz , G., Organización comunitaria y turismo en dos comunidades del estado de Hidalgo, México en *Teoría y Praxis*, núm. 17, enero-junio, 2015, pp. 71-101 Universidad de Quintana Roo Cozumel, México Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456144902004>
 32. Flores, M. L., Miranda, P., Alvarado, M., y Padilla, A. (2010). Elementos básicos para el diseño de productos turísticos comunitarios: experiencia desarrollada en el Golfo de Nicoya, Costa Rica. *Suma de Negocios*, 1(1), 25-44. Recuperado de <http://publicaciones.konradlorenz.edu.co/index.php/SumaDeNegocios/article/view/640>
 33. Fredy Alfonso Ochoa Fonseca1Johannie James2Germán Márquez (2013) Visión comunitaria de los beneficios derivados del ecoturismo en el Parque Nacional Natural Amacayacu (Amazonas, Colombia), *Gestión y ambiente* Volumen 16 - No. 1, Mayo de 2013, Medellín ISSN 0124.177X. pp 17-32. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/285322032_Vision_Comunitaria_de_los_Beneficios_Derivados_del_Ecoturismo_en_el_Parque_Nacional_Natural_Amacayacu_Amazonas_Colombia
 34. García Reinoso, Nelson, y Doumet Chilan, Neme Yamil. (2017). El producto

- turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 13(1), 105-116. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2017000100105>
35. García, N., Chilan, D., Yamil, N. (2017). El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 13(1), 105-116. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2017000100105>
36. García-Rosell, C., Hakkarainen, M., Ilola, H., Paloniemi P. (2013) Interregional tourism cooperation: experiences from the Barents J- 2013 - lauda.ulapland.fi https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32424069/Garcia-Rosell_et_al._Interregional_Tourism_Cooperation_web.pdf?
37. García-Rosell, J., Mäkinen, J., (2013) An integrative framework for sustainability evaluation in tourism: applying the framework to tourism product development in Finnish Lapland, *Journal of Sustainable Tourism*, 21:3, 396-416, Recuperado de : <https://www.tandfonline.com/action/cookieAbsent>
38. García-Rosell, J., Mäkinen, J., (2013) An integrative framework for sustainability evaluation in tourism: applying the framework to tourism product development in Finnish Lapland, *Journal of Sustainable Tourism*, 21:3, 396-416, Recuperado de : <https://www.tandfonline.com/action/cookieAbsent>
39. García-Rosell, J.-C., Haanpää, M., Kylänen, M., y Markuksela, V. (2007). From firms to extended markets: A cultural approach to tourism product development. *Tourism*, 55(4), 445-459. Recuperado de <https://hrcak.srce.hr/24674>
40. Gessa, A., y Toledano, N. (2011). Turismo, emprendimiento y sostenibilidad en los espacios naturales protegidos. El caso de Andalucía-España. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(5), 1154-1174. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3739754>
41. Gómez, G., y Martínez, A. (2009). Alternativa para el turismo de naturaleza. Caso de estudio. Soroa. Pinar del Río. Cuba. Pasos: *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2), 197-218. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2984762>
42. Gómez, G., y Martínez, A. (2009). Alternativa para el turismo de naturaleza. Caso

- de estudio. Soroa. Pinar del Río. Cuba. Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 7(2), 197-218. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2984762>
43. González Damián, Alfonso (2007) La sociología constructivista de Berger y Luckman como perspectiva para el estudio del turismo. Tesis Doctoral. Universidad Iberoamericana.
 44. González Damián, Alfonso El turismo desde un enfoque de sociología constructivista *Teoría y Praxis*, núm. 6, 2009, pp. 107-122 Universidad de Quintana Roo Cozumel, México
 45. González Damián, Alfonso. El Turismo En La Sociología Contemporánea, Una Aproximación. *Anuario Turismo y Sociedad*, vol. xi, noviembre 2010, pp. 119-142
 46. González, D. (2017), Construcción Social De La Experiencia Turística una Coproducción De Turistas Y Anfitriones basada en historias: España, Editado por Bubok Publishing S.L.
 47. Goodwin, H. (2002). Local community involvement in tourism around national parks: Opportunities and constraints. *Current Issues in Tourism*, 5(3-4), 338-360. <https://doi.org/10.1080/13683500208667928>
 48. Goodwin, H. (2002). Local community involvement in tourism around national parks: Opportunities and constraints. *Current Issues in Tourism*, 5(3-4), 338-360. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/13683500208667928>
 49. H. H. (2011) “El visitante del Parque Nacional Nevado de Toluca, México. Análisis del comportamiento en un área natural protegida”. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía*, UNAM. Boletín 76, 2011, pp. 56-70
 50. Hernández, Y., y Galindo RV. (2007). El concepto de intersubjetividad en Alfred Schutz. *Espacios Públicos*. Universidas Autónoma del Estado de México.
 51. Holstein, J., Gubrium, J. (2007). Constructionist Perspectives on the Life Course. *Sociology Compass*. 1/1: 335–352, 10.1111/j.1751-9020.2007.00004.x
 52. Idziak, W., Majewski, J., y Zmysłony, P. (2015). Community participation in sustainable rural tourism experience creation: a long-term appraisal and lessons from a thematic villages project in Poland. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1341–1362. Recuperado de: <http://doi:10.1080/09669582.2015.1019513>

53. Jaafar M., Mohd N., Rasoolimanesh, S. M. (2011) Local Community and Tourism Development: A Study of Rural Mountainous Destinations. *Modern Applied Science*; Vol. 9, No. 8; 2015ISSN 1913-1844 E-ISSN 1913-1852Published by Canadian Center of Science and Education399. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/280632282_Local_Community_and_Tourism_Development_A_Study_of_Rural_Mountainous_Destination
54. Koc, E., Boz, H., 2014. Triangulation in tourism research: A bibliometric study of top three tourism journals. *Tourism Management Perspectives* 12 (2014) 9–14. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2014.06.003>
55. Kwan, B., Frankish, J., Quantz, D., y Flores, J. (2003). A synthesis paper on the conceptualization and measurement of community capacity. *Vancouver: Institute of Health Promotion Research*; University of British Columbia. Recuperado de <http://blogs.ubc.ca/frankish/files/2010/10/Frankish-CJ-Measurement-of-Community-Capacity-6795-15-2001-4-440006.pdf>
56. Lewin, K. (1946) Acción- Investigación, el problema de las minorías, traducción al español. *Revista de la Psicología Social*, 1988, 3 p. 229-240.
57. Lindón, A. (2007). El constructivismo geográfico y las aproximaciones cualitativas. *Revista de Geografía Norte Grande*, 37: 5-21 (2007)
58. Lindón, A. (2007). Los imaginarios urbanos y el constructivismo geográfico: los hologramas espaciales *Revista eure* (Vol. XXXIII, N° 99), pp. 31-46. Santiago de Chile, agosto de 2007
59. Lindón, A. (2008). De las geografías constructivistas a las narrativas de vida espaciales como metodologías geográficas cualitativas. *Revista da ANPEGE*. v. 4, 2008, pp. 7-26.
60. Lindón, A. (2009). La construcción socioespacial de la ciudad: el sujeto cuerpo y el sujeto sentimiento. *CUERPOS, EMOCIONES Y SOCIEDAD, Córdoba*, N°1, Año 1, p. 06-20, Dic. 2009
61. López, G., y Palomino, B. (2013). Las empresas comunitarias de turismo de naturaleza: factores de éxito y fracaso. Trabajo presentado en el Congreso de Investigación Turística Aplicada de 2014. Sector; UNAM; Ictur; Conacyt. Recuperado de <https://docplayer.es/18869770-Las-empresas-comunitarias-de->

turismo-naturaleza-factores-de-exito-y-fracaso.html

62. López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S., y Pavón, V. (2011). Community-based tourism in developing countries: A case study. *Tourismos*, 6(1), 69-84. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/50418221_Community_-_based_tourism_in_developing_countries_A_case_study
63. Magnabosco Marra, Marlene (2014). El Construccinismo Social como abordaje teórico para la comprensión del abuso sexual. *Revista de Psicología*, 32(2),220-242.[fecha de Consulta 21 de Mayo de 2020]. ISSN: 0254-9247. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=3378/337832618002>
64. Maldonado, C. (2006).Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta OIT Ginebra, Oficina Internacional del Trabajo (2006) ISBN 92-2-319124-6 y 978-92-2-319124-5 (impreso) ISBN 92-2-319125-4 y 978-92-2-319125-2 (web pdf)
65. Manaf, A., Purbasari, N., Damayanti, M., Aprilia, N., y Astuti, W. (2018). Community-based rural tourism in inter-organizational collaboration: How does it work sustainably? Lessons learned from Nglanggeran Tourism Village, Gunungkidul Regency, Yogyakarta. *Sustainability*, 10(7), 21-42. <https://doi.org/10.3390/su10072142>
66. Marrero, M. , Naranjo, M., Saltos, G., Chávez, H., (2014). Propuesta del producto turístico Parque Natural Recreativo Caimao, en *Retos Turísticos*, Vol. 13, No. 3, 2014 Gestión Comercial. Recuperado de <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retojs/article/view/114/104>
67. Mead, G.H. (1925) La Génesis del Self y el Control Social. Primera publicación en *International Journal of Ethics*, 35 (1925). Rev. Reis 55/91 pp165-186.
68. Méndez M., A., A. García R., M. A. Serrano de la Cruz Santos-Olmo y V. Ibarra G. (2016), “Determinantes sociales de la viabilidad del turismo alternativo en Atlautla, una comunidad rural del Centro de México”, *Investigaciones Geográficas*, Boletín, núm. 90, Instituto de Geografía, UNAM, México, pp. 119-135, <dx.doi.org/10.14350/rig.48297>. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/igeo/n90/0188-4611-igeo-90-00119.pdf>
69. Mendoza, M., Rodríguez, G., y Enciso, M. J. (2013). Actitud de la comunidad local

- como factor de éxito en un proyecto turístico. *Cultur: Revista de Cultura e Turismo*, 7(1), 4-30. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5322242.pdf>
70. Moscardo, G. (ed.). (2008). *Building community capacity for tourism development*. Londres: *CABI*.
71. Mtapuri Oliver (and Andrea Giampiccoli) 2013 “Interrogating the role of the state and nonstate actors in community-based tourism ventures:Toward a model for spreading the benefits to the wider community”, *South African Geographical Journal*, n° 95 (1): 1-15.
72. Mtapuri, Oliver (and others) 2015 “Community-based tourism affinity index: a visitor” approach”, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, n° 4 (2): 1-13.
73. Nasimba, C. y Cejas, M. (2015). Diseño de productos turísticos y sus facilidades. *Qualitas*, Vol. 10: 22-39. ISSN: 1390-6569. Recuperado de: https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf
74. Oliveira, A. de, Alfonso, A. de la C., y Hernández, R. (2018). Turismo comunitario en el desarrollo de la provincia de Namibe, República de Angola. *Universidad y Sociedad*, 10(4), 7-11. Recuperado de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/968>
75. Osorio-García, M., y Domínguez Estrada, J. F. (2019). Experiencias de turismo comunitario en el Área Natural Protegida del Nevado de Toluca, México: hacia la construcción de productos turísticos patrimoniales alternativos. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 16(83). Recuperado de: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr16-83.etca>
76. Osorio-García, Maribel y Domínguez Estrada, José Francisco (2019). Experiencias de turismo comunitario en el Área Natural Protegida del Nevado de Toluca, México: hacia la construcción de productos turísticos patrimoniales alternativos. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 16(83).
77. Ostrom, E. (2011). *El gobierno de los bienes comunes: la evolución de las instituciones de la acción colectiva*. Ciudad de México: *FCE; UNAM; IIS*.

78. Palomino, B., Gasca, J., López, G. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas, en *El Periplo sustentable* No. 30. Disponible en <http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n30/1870-9036-eps-30-00006.pdf>
79. Pérez, R. A. (2012). Sobre el Constructivismo: construcción social de lo real y práctica investigativa. *ReLMeCS*, julio-diciembre 2012, vol. 2, n° 2, pp.5-21. ISSN 1853-7863 disponible en: <http://www.relmecs.fahce.unlp.edu.ar/>
80. Pérez-Ramírez C., Zizumbo-Villarreal, L, Moterroso-Salvatierra, N, Madrigal-Uribe, D. (2012). Marco metodológico para el estudio del turismo rural: Perspectiva de análisis desde la comunidad. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/262618919_Marco_metodologico_para_el_estudio_del_turismo_rural_Perspectiva_de_analisis_desde_la_comunalidad
81. Psathas, G. (2004). Alfred Schutz's Influence on American Sociologists and Sociology. *Human Studies* 27, 1–35 (2004). <https://doi.org/10.1023/B:HUMA.0000012249.47522.56>
82. R. Koppl (2010). The social construction of expertise. Publicado en línea: 30 de marzo de 2010 *Springer Science+Business Media*,
83. Ramírez, O. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 127-143. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.08>
84. Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., y Tangit, T. M. (2018). Community involvement in rural tourism: a case of Kinabalu National Park, Malaysia. *Anatolia*, 29 (3), 337-350. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/13032917.2017.14123271>
85. Reyes M., Ortega, Á., Machado, E. (2016). Modelo para la gestión integrada del turismo comunitario en Ecuador, caso de estudio Pastaza. *REVESCO. Revista De Estudios Cooperativos*, 123, 250-275. <https://doi.org/10.5209/REVE.53242>
86. Ritzer, G. (1993). *Teoría Sociológica Contemporánea*. España, Editorial Mc Graw-Hill Interamericana de España, S. A.
87. Rizo G. M. (2015) *Construcción de la realidad, Comunicación y vida cotidiana – Una aproximación a la obra de Thomas Luckmann Intercom – RBCC São Paulo*, v.38,

n.2, p. 19-38, jul./dez. 201520

88. Rodríguez V.H. (2008). Del constructivismo al construccionismo implicaciones educativas. *Educación y Desarrollo Social*, ISSN 2011-5318, ISSN-e 2462-8564, Vol. 2, N° 1, 2008, págs. 71-89
89. Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P. Del Campo, A. (2008) Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Recuperado de: http://www.pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308_2.pdf
90. Schutz, A. (2003) El problema de la realidad social. Comp: Maurice Natanson. Trad. Néstor Miguez. 1ª reimpresión. Buenos Aires: Amorrortu.
91. Sennet R. (1977) El Declive del hombre público. Barcelona. España. Ediciones Península.
92. Sharpley, R. (2011). The study of tourism: Past trends and future directions. *Contemporary Geographies of leisure, tourism and mobility*. Routledge, Abingdon.
93. Smith, S. (1994). The Tourism Product. *Annals of Tourism Research*, vol. 21, no. 3, p.p 582-595, 1994. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/016073839490121X>
94. Vallejo, B., Osorio M., Ramírez, I., Nava, G., Franco, S. (2013). Análisis social sobre los habitantes de la comunidad de la peñuela, Parque Nacional Nevado de Toluca, México. Valores y comportamiento entorno al turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 22, núm. 3, pp. 425-449. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires, Argentina
95. Van den Bulck, J. (1999). Mediation: Toward a media theory of the social construction of reality. *Communicatio: South African Journal for Communication Theory and Research*, 25:1-2, 3-11, DOI: 10.1080/02500169908537875
96. Verdugo C., Balseca O., Chávez C., Carrasco J., Rodríguez J. (2016). Turismo Comunitario Alternativa Para Lograr Emprendimientos Participativos Estudio De Caso: Determinación Comercial De Un Producto Turístico En El Cantón Suscal, Provincia Del Cañar Provincia De Cañar - Ecuador, *European Scientific Journal* vol.12, No.23 Recuperado de : URL:<http://dx.doi.org/10.19044/esj.2016.v12n23p112>

97. Vignati, F. (2008). Gestão de destinos turísticos: como atrair pessoas para pólos, cidades e países. Río de Janeiro: Senac.
98. Villamil, O. (2003). Investigación cualitativa, como propuesta metodológica para el abordaje de investigaciones de terapia ocupacional en *comunidad Umbral Científico*, núm. 2. Universidad Manuela Beltrán Bogotá, Colombia. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30400207>
99. Villamil, O. (2003). Investigación cualitativa, como propuesta metodológica para el abordaje de investigaciones de terapia ocupacional en *comunidad Umbral Científico*, núm. 2. Universidad Manuela Beltrán Bogotá, Colombia. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30400207>
100. Wilson, T.D. (2002). Alfred Schutz, phenomenology and research methodology for information behaviour research. A paper delivered at ISIC4 - Fourth International Conference on Information Seeking in Context, Universidade Lusiada, Lisbon, Portugal, September 11 to 13, 2002. Disponible en: <http://web.pdx.edu/~tothm/theory/Schutz%20%26%20Research%20Methodology.dOCX>