



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

**LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA
EXPERIENCIA TURÍSTICA EN LOS RESIDENTES
DE SAN MARTÍN DE LAS PIRÁMIDES**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO

LICENCIADO EN TURISMO

PRESENTA

GERARDO JESUS ALMANZA RECODER

ASESOR

D. EN C. ANT. MARTHA MARIVEL MENDOZA ONTIVEROS

REVISORES

D. EN ANT. RAFAEL HERNÁNDEZ ESPINOSA

L. EN T. JAVIER PÉREZ DÍAZ

TEXCOCO, ESTADO DE MÉXICO, OCTUBRE 2019

AGRADECIMIENTOS

A MIS PADRES

Por todo su apoyo, por ser los pilares de mi vida durante tantos años, por su amor incondicional, por ayudarme a cumplir este logro que ahora también es suyo. ¡Los amo!

A LA DRA. MARIVEL

Por siempre creer en mí, por su invaluable apoyo, por sus sabios consejos, por enseñarme a ver la vida con algo más que los ojos, por motivarme e impulsarme a cumplir mis sueños, por enseñarme la importancia de compartir con otros el conocimiento, por siempre poner el ejemplo, por su incomparable amistad, por inculcarme el amor por la investigación, porque sin usted yo no sería el profesionalista que soy hoy día. Gracias infinitas.

AL PROFESOR JAVIER

Por su apoyo incondicional, por su invaluable amistad, por ser mi ejemplo a seguir, por su pasión por la docencia que ahora también es la mía, por enseñarme a dudar, a razonar y a pensar ante cualquier circunstancia, por ser un pilar fundamental en mi trayectoria por la universidad, por compartir conmigo sus experiencias, porque sin usted no sería el ser humano que soy hoy día. Gracias infinitas.

AL DR. RAFAEL

Por el valioso tiempo dedicado a este trabajo y por guiar mi formación como investigador.

AL DR. MONTEERRUBIO

Por su valiosa amistad, por compartir conmigo sus experiencias de vida, por demostrarme a través de su ejemplo que, si se pueden cumplir los sueños, por su incomparable apoyo en momentos de crisis, por enseñarme que la disciplina y la ética son la base de todo buen investigador. ¡Gracias infinitas!

DEDICATORIAS

A MI MAMÁ

Por enseñarme a enfrentar la vida con valentía y corazón a pesar de las circunstancias, por llenarme de ternura, cariño y amor todos los días, por alentarme a ser mejor persona y a dar lo mejor de mí en cada una de mis luchas, por ser mi motor, mi alegría, gracias por ser mi mamá... ¡Te amo!

A MI PAPÁ

Por enseñarme a no rendirme ante las adversidades, por enseñarme el verdadero valor que tiene la vida a través de tus experiencias, por ser el pilar de nuestra familia y porque sin tu apoyo este logro no hubiera sido posible... Gracias Papá.

A MIS HERMANOS

Por su apoyo incondicional, por compartir conmigo este ciclo tan corto llamado vida, por traer a mi vida tantos momentos de alegrías y por darme su apoyo cuando más lo necesito.

A MI SOBRINO

Por ser mi amigo y mi hermano, por compartir tus historias conmigo, por las largas horas de charlas, por escucharme, por inspirarme a ser mejor y a dar lo mejor de mí, por tu apoyo incondicional... por ser el hermano menor que no tuve... Gracias Armando

A MIS SOBRINOS

Porque a su corta edad me han enseñado la importancia de nunca dejar de soñar, de nunca perder la humildad, de nunca dejar perder a mi niño interno y por aprender y descubrir el mundo con la gran facilidad que tienen los niños... Los amo.

A ELENA

Por estar siempre presente en los momentos más importantes de mi vida, por todo tu apoyo, tu cariño y tu comprensión, por ser una mujer excepcional, por tu confianza, por todos los momentos que hemos vivido, por siempre creer en mí y en mis sueños de niño, por ser la mujer maravillosa que eres conmigo. Te adoro.

A MIS AMIGOS y AMIGAS

Nancy, Ennia, Selene, Rosario, Navi, Erik, Axel, Tonatiuh, Aldair, Guadalupe, Yoss, Cristina: por todos aquellos momentos vividos y que nunca olvidaré, por su apoyo maravilloso, por su increíble amistad, por hacer de la universidad la mejor etapa de mi vida.

A LA MAESTRA MARÍA DEL CARMEN

Por enseñarme que el pasado a veces no se va, que el pasado a veces se queda y puede llenarte de problemas el presente si no se soluciona, si no se sana... Gracias por ayudarme a salir de una de las etapas más duras y difíciles de mi vida en la que por momentos pensaba que mi vida no valía la pena. Gracias por enseñarme a mirar a través de la ventana del pasado y a perdonar... a perdonarme. Gracias infinitas por su apoyo y comprensión, porque gracias a usted... hoy sé que tengo mil cosas por las cuales seguir adelante, que la vida no se acaba hasta que se acaba ¡Gracias!

A TI...

Especialmente a ti... lo logré como te lo prometí. Gracias por llenarme de vida y de luz con tu forma de ser. Gracias por amarme de la forma en que lo hiciste, por compartir conmigo aquel sueño de formar una vida juntos y de formar una familia, por todas aquellas noches en que la ilusión y la alegría me invadían y no me dejaban dormir. Gracias por tus detalles, por toda tu comprensión, por tu apoyo, por mostrarme lo frágil, pero también lo fuerte que puedo llegar a ser y aunque la vida nos haya llevado por distintos caminos, aunque no se hayan cumplido esos sueños que juntos compartimos... Espero que tú también lo logres, porque eres la única persona que no se da cuenta del maravilloso potencial que tienes y del maravilloso ser humano que puedes llegar a ser, siempre te recordaré por todo aquello que vivimos. Ahora es momento de despedirse y de decir si se pudo... Nunca te olvidare... Adiós Dulce...

Y A TODOS AQUELLOS QUE FORMARON PARTE DE ESTA MARAVILLOSA
ETAPA DE MI VIDA...

¡MIL GRACIAS!

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1 LA EXPERIENCIA TURÍSTICA COMO OBJETO DE ESTUDIO	4
1.1 La experiencia turística como campo de estudio.....	4
1.2 Estudios de la experiencia turística en las comunidades residentes	9
1.3 La experiencia como una construcción social.....	11
1.4 Corrientes afines al construccionismo.....	19
1.5 Construccionismo social en el estudio del turismo	21
CAPÍTULO 2 CONTEXTO DE ESTUDIO: SAN MARTÍN DE LAS PIRÁMIDES: PUEBLO MÁGICO	24
2.1 Contexto sociodemográfico.....	24
2.2 Comunicación y transporte	33
2.3 Turismo en San Martín de las Pirámides.....	35
CAPÍTULO 3 PROCESO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.1 Metodología Cualitativa	44
3.2 Técnicas.....	47
3.3 Descripción del proceso	49
3.4 Descripción del trabajo de campo.....	53
3.5 Técnicas de análisis de la información	55
CAPÍTULO 4 LA EXPERIENCIA DEL TURISMO DE LOS HABITANTES DE SAN MARTÍN DE LAS PIRÁMIDES	58
4.1 Dimensión emocional	58
4.2 Dimensión física y social	64
4.3 Dimensión intelectual y económica.....	69
CONCLUSIONES	74
REFERENCIAS	79
ANEXOS	83
Anexo 1 Guía de Entrevista	83
Anexo 2 Guía de observación.....	86
Anexo 3 Listado de Entrevistados	87

INTRODUCCIÓN

En las ciencias sociales el turismo ha sido visto como un fenómeno complejo debido a las múltiples dimensiones en las que éste se encuentra inmerso. Para algunas personas el turismo forma parte de su vida cotidiana, forma parte de su cultura, sus tradiciones y sus costumbres, inclusive las mismas actividades que realizan cotidianamente están enfocadas al turismo, aunque ellos mismos no sean del todo conscientes de ello como es el caso de las comunidades residentes. Es por ello, la necesidad imperativa de buscar aproximarse a la comprensión y explicación de la experiencia turística desde las comunidades residentes. Dentro de los estudios de la experiencia turística han predominado aquellos que intentan conocer, explorar o describir a los turistas y el origen de las acciones o actividades que estos realizan, así como los impactos que se generan en las comunidades residentes a causa de estos. Sin embargo, han sido en menor cantidad las investigaciones que centran su atención en la experiencia turística de las comunidades residentes y sus dimensiones.

Han sido múltiples los trabajos desde los campos de la sociología, la antropología y la psicología social que han tratado de describir el aspecto más humano que forma parte esencial del turismo, pues la interacción social entre comunidades residentes y turistas es para muchos, materia prima del turismo más allá del intercambio económico y comercial que sin duda alguna forma parte de un juego de intereses fundamental entre los mismos actores sociales.

El turismo se asume y se vive de acuerdo con las múltiples posibilidades y concepciones que se tienen del mundo (Zizumbo, 1998), y es parte fundamental de diversas realidades que se re-crean y se re-construyen continuamente a partir de la participación de los diferentes actores que se encuentran inmersos tanto en los lugares consolidados turísticamente como en los lugares que pretenden consolidarse como destinos turísticos.

Es así que el estudio de la experiencia turística desde las comunidades residentes ofrece un panorama más amplio que permite conocer la realidad turística socialmente construida y los impactos positivos o negativos que esta puede o podría generar. De esta forma, y de manera muy particular, en el municipio de San Martín de las Pirámides como en muchos otros no se

cuenta con investigaciones que revelen o describan las experiencias turísticas que las comunidades receptoras tienen. Los habitantes de San Martín de las Pirámides, así como la mayoría de los municipios pertenecientes al valle de Teotihuacán han sido excluidos de los beneficios económicos, políticos y sociales que ofrece la riqueza cultural y arqueológica del valle de Teotihuacán. La mayoría de los beneficios económicos y sociales han sido otorgados a ciertos grupos privilegiados creando de esta manera sentimientos de envidia, recelo y frustración entre los habitantes del Valle de Teotihuacán.

Es así que este trabajo tuvo como objetivo conocer cómo se construye la experiencia turística de los habitantes de San Martín de las Pirámides y el impacto que tiene en su vida cotidiana a través de la narración de las vivencias y opiniones compartidas entre los habitantes de la comunidad y como éstas han influido en su vida cotidiana como parte de un proceso histórico, social y cultural. Con este trabajo se pretende conocer el contexto actual que vive el pueblo mágico de San Martín de las Pirámides en las dimensiones emocionales, físicas, sociales, intelectuales y económicas con el propósito de identificar cuáles de estas dimensiones han influido en la realidad turística construida socialmente por los habitantes de San Martín y proponer un análisis reflexivo que aliente futuras investigaciones a diseñar estrategias para mitigar impactos sociales y económicos negativos y mejoren la experiencia turística de las comunidades residentes.

El presente trabajo se encuentra dividido en cuatro capítulos: el capítulo uno contiene los conceptos teórico-conceptuales que describen los antecedentes de las investigaciones realizadas con relación a la experiencia turística y las teorías del construccionismo aplicadas a los estudios de la experiencia turística. En el segundo capítulo se desarrolla el contexto social, económico, cultural y turístico del municipio de San Martín de las Pirámides, además de otros factores como la ubicación, los medios de transporte que conectan al municipio con el exterior. En este segundo apartado se desarrollan de manera implícita las problemáticas en materia turística que existen dentro del municipio de San Martín de las Pirámides las cuales a partir de los datos recabados se describen y analizan con más detenimiento en el capítulo cuatro. En el capítulo tres se abordan los conceptos teórico-metodológicos, así como la justificación de la utilización del enfoque cualitativo para el estudio de la experiencia turística y su importancia dentro de los estudios en las ciencias sociales y su validez científica en

contraste con el enfoque cuantitativo. En este capítulo se describen las técnicas utilizadas para la recolección de datos y el diseño de los instrumentos de investigación, así como las técnicas utilizadas para el análisis de la información y la descripción del proceso del trabajo de campo. Como capítulo cuatro se presentan los hallazgos principales y el análisis e interpretación de la información obtenida a partir de las entrevistas realizadas y la observación realizada durante los acercamientos con los habitantes del municipio de San Martín de las Pirámides. Como último apartado se desarrollan las conclusiones del presente trabajo en las cuales se intenta dar una visión de la experiencia turística que viven los habitantes en el Pueblo Mágico de San Martín de las Pirámides. En este apartado se intenta abordar algunos de los alcances que este tipo de investigaciones pueden tener dentro de la realidad turística que se vive en los diversos destinos turísticos y cómo impactan de manera positiva o negativa en las múltiples dimensiones, contextos y actores sociales en las que se encuentran inmersos.

CAPÍTULO 1 LA EXPERIENCIA TURÍSTICA COMO OBJETO DE ESTUDIO

En este apartado se presentan los antecedentes, conceptos y teorías que serán útiles para la comprensión de la experiencia turística. Para ello se presentan algunos de los estudios realizados desde los campos de la psicología, la sociología y la antropología, así como algunas ideas sobre el construccionismo social, sus corrientes afines y su aplicación para entender la construcción de la experiencia turística en las comunidades residentes. Para comprender la experiencia turística se revisaron los trabajos realizados del construccionismo en los estudios del turismo en donde se destacan aspectos fundamentales como los roles sociales, la interacción, la construcción de la realidad, la comunicación, los factores psicosociales y socioculturales que provocan de ésta manera cambios en la forma de percibir la realidad y la vida cotidiana de los habitantes de las comunidades anfitrionas a través de procesos intersubjetivos.

1.1 La experiencia turística como campo de estudio

El análisis de la experiencia turística es un asunto de varias disciplinas. Existen diferentes propuestas y concepciones sobre la naturaleza de la experiencia que aluden a la intersubjetividad y la naturaleza de ésta (Guerrero y Machuca, 2012). De acuerdo con Garduño y Cisneros (2018, p. 3), el Oxford English Dictionary (2015) define experiencia como:

“(1) La acción de poner a prueba, ensayar. (2) La observación real de hechos o eventos, considerados como una fuente de conocimiento. (3) El hecho de ser, conscientemente, el sujeto de un estado o condición, o ser conscientemente afectado por un evento. También una instancia de esto; un estado o condición visto subjetivamente; un evento por el cual uno se ve afectado. (4) Lo que se ha experimentado; los acontecimientos que han tenido lugar dentro del conocimiento de un individuo, una comunidad, la humanidad en general, ya sea durante un periodo concreto o en general”.

En este sentido, podemos entender que la experiencia es multifacética y puede ser entendida desde diferentes dimensiones. En el turismo, las experiencias son, sin duda, diferentes de las

experiencias cotidianas (Cohen, 1979, 2004; Graburn, 2001; Vogt, 1976 citados en Cutler y Carmichael, 2010). El acto de turismo ofrece experiencias complejas, recuerdos y emociones relacionadas con lugares lejanos, que ofrecen una separación de su vida cotidiana en un intento por escapar de la rutina, podría decirse que, es esta experiencia en el lugar lo que busca el individuo.

De acuerdo con Garduño y Cisneros (2018) *“en las últimas cinco décadas se observa el constante crecimiento de la literatura de la experiencia turística. Se advierten abordajes ampliamente realizados desde la óptica de diferentes formas y dimensiones del turismo, focalizan tipos particulares de la experiencia turística, pero en su conjunto ofrecen análisis teóricos y empíricos sobre el tema, aportando ideas para desarrollar enfoques más integradores de la conceptualización de la experiencia turística”* (p. 202).

La revisión de la literatura sobre el tema, refleja que la experiencia turística con frecuencia es entendida como sinónimo de múltiples términos: visita, actividad, motivación, desplazamiento, escape, actitud, comportamiento, emoción, percepción, evento, respuesta a un estímulo, consumo, proceso cognitivo o afectivo, interés, producto, observación, servicio, encuentro, atracción, novedad, autenticidad, viaje, mirada, sentimiento, fantasía, aprendizaje, conceptualización, conocimiento, razonamiento, creencia y reconocimiento, entre otras (Volo, 2005 citado en Garduño y Cisneros, 2018).

De acuerdo con las investigaciones realizadas en el campo de la psicología social, la experiencia turística puede ser definida como un acontecimiento pasado, relacionado con los viajes, que son lo suficientemente importantes como para ser almacenados en la memoria a largo plazo (Larsen, 2007 citado en Cutler y Carmichael, 2010, p. 4). De igual manera, Botterill (1996 citado por García-Mas y García-Mas 2005, p. 183), el término experiencia puede usarse para acotar aquellos sucesos, atribuciones y recuerdos que –extraídos del periodo de tiempo vacacional- conforman lo que quedará al final como núcleo recordable.

Las investigaciones en este campo se basan, principalmente, en modelos de fases transitorias relacionadas entre sí, que ayudan a entender el proceso de la experiencia turística. Dicha experiencia comienza antes del viaje, durante el proceso de planificación y preparación, y

continúa después con la valoración del turismo a través de la recolección y la comunicación de los hechos ocurridos (Clawson y Knetsch, 1966 citado en Cutler y Carmichael, 2010). García-Mas y García-Mas (2005) establecen un modelo vinculado a la temporalidad del desplazamiento turístico: el antes, durante y después del viaje. Este proceso está controlado por la racionalidad del individuo desde antes del viaje, a través de la toma de decisiones que puede ser llevada a cabo por la generación de motivaciones (estilo de vida, uso del dinero, necesidad, valores, etc.) o desmotivaciones (costos percibidos, incertidumbre, inseguridad, salud, etc.) y la formación de expectativas a partir de la información que puede ser obtenida o recopilada de experiencias y condiciones pasadas o incluso actuales. Durante el viaje el sujeto lleva a cabo un proceso de autoeficacia, fundamental para que el viajero sea capaz de realizar determinadas conductas, las cuales son consecuencia directa de la toma de decisiones acerca del viaje y la actividad turística. Sin embargo, uno de los elementos que más afecta de forma directa en esta etapa, es la atención, con el complemento de la percepción y el resultado de su experiencia turística, ya que existe una valoración que hace contrastar las expectativas que se tenían antes del viaje con la experiencia que está obteniendo. Después del viaje el sujeto forma un recuerdo nuclear.

“La formación de los recuerdos del viaje es el paso definitivo, la culminación. La memoria destila de las vivencias del viaje, poniendo de manifiesto que la experiencia, aunque depende totalmente de una situación externa, es básicamente interna. Los recuerdos son el factor más relevante para obtener información, ya sea de forma continuada o de una sola vez, al terminar el viaje, sobre nuestra conducta, el cumplimiento de los objetivos que han conformado las expectativas que lo procedieron (García-Mas y García-Mas, 2005, p. 27).

De forma muy similar, Cutler y Carmichael (2010) mencionan el modelo propuesto por Clawson y Knetsch (1996), que implican cinco fases que interactúan entre sí, la anticipación, el viaje al sitio, el lugar de las actividades, el viaje de regreso y el recogimiento. A partir de este modelo, Cutler y Carmichael conforman un modelo conceptual de la experiencia turística, en el cual afirman que ésta consiste en un trazado de diversas dimensiones localizadas a lo largo de un proceso psicológico determinado por una compleja variedad de elementos como recuerdos, memorias, emociones, sentimientos, fantasías, entre otros, que se

encuentran relacionados con los lugares, incluso desde antes de viajar (Jennings, 2006; Selstad, 2007 citados en Garduño y Cisneros, 2018).

En este mismo sentido, deben de tomarse en cuenta la existencia de diversos factores externos que influyen e intervienen en el resultado de las experiencias. Nickerson (2006 citado en Cutler y Carmichael 2010), establece tres factores externos que intervienen de forma directa en la experiencia turística: el viajero, el producto y la población local. El individuo influye debido a la expectativa que forma del viaje a través de ideas influenciadas por la construcción social (los medios de comunicación, las imágenes, conocimientos previos o experiencias de viajes pasados) y el producto (o destino) entendido como la experiencia del sujeto con la industria turística (agencias de viaje, transporte, alojamiento, servicio de alimentos, etc.), así como la interacción con la población local y su actitud, y sentido del lugar fomentado por ellos mismos. Desde la perspectiva socio-psicológica, estos factores internos y externos son parte medular en la formación de los mecanismos de recuerdo de cada individuo (Castaño, 2005; García-Mas y García-Mas, 2005).

Los mecanismos de recuerdo establecidos por García-Mas y García-Mas (2005) en su obra *La mente del viajero*, cumplen con tres funciones fundamentales:

- Resumir en forma de imagen y/o emoción singular la experiencia vivida.
- Constituir la base de la experiencia para la comparación con las expectativas y con las nuevas posibilidades de viaje.
- Comparar con la realidad habitual, que se contempla con los ojos nuevos, a la luz de las recientes experiencias. Puede suceder que el resultado de la comparación sea negativo para nuestro lugar de origen, o puede ser positivo.

Uno de los propósitos fundamentales de la experiencia turística es el aprender a valorar ciertos aspectos de la vida diaria que no se perciben antes del viaje, o el deseo de incorporar nuevas conductas o conocimientos adquiridos durante nuestro viaje, en este caso, es algo que para bien o para mal ya forma parte del sujeto para siempre, como el recuerdo del viaje. Algunos viajeros intentan “asegurar” con recelo aquellos recuerdos de su viaje, en este sentido, existen dos tipos de recuerdos, uno *tangible* y el otro *intangible*. El tangible suele ser el más común en nuestra sociedad actual, llevada a cabo, a través de fotografías o videos que con solo verlos, una oleada de imágenes (mentales) cargadas de emociones los invade,

la tecnología ha permitido el fácil acceso a las memorias de los viajeros cumpliendo con dos objetivos, el autenticar la experiencia (la fotografía dice: yo estuve ahí) y apoderarse de cierta manera de la experiencia cumpliendo, a su vez, con un estilo *motivacional de ego o empoderamiento social*. Las fotos cumplen la misma misión que los trofeos de caza (que se mencionarán más adelante). Otro tipo de recuerdos tangibles suelen ser cosas u objetos propios del destino que pueden ser caros y ostentosos o pueden ser meramente simbólicos y sin valor económico. Los recuerdos intangibles poseen la capacidad de evocar los dos mundos, el material y el inmaterial, a través de objetos o personas que no son propios del lugar visitado, pero que evocan un recuerdo similar al vivido en dicho lugar, es decir, el ancla para llegar a ese recuerdo, es otro recuerdo o momento (García-Mas y García-Mas, 2005).

Las prácticas de turismo son los recursos para la experiencia, que solo son accesibles en forma de representaciones a través de la memoria. Los recuerdos pueden definirse como mecanismos de filtrado que vinculan la experiencia con los resultados emocionales y perceptivos de un evento turístico (Cutler y Carmichael, 2010, p. 26). En este sentido, tal vez es interesante traer aquí la existencia de dos fenómenos psicológicos de la memoria: los efectos de dotación y de contraste. Estos efectos hacen referencia a los recuerdos de las experiencias pasadas y su peso sobre los acontecimientos que se están viviendo en la actualidad (García-Mas y García-Mas, 2005, p. 193-194).

“Un aspecto importante de la formación de los recuerdos en el proceso psicológico del viajero es que están en la base del volver a empezar. En efecto, cuando un viajero ha sido capaz de concretar en un recuerdo sus experiencias, un recuerdo que incorpore sus expectativas –cumplidas o no-, así como la satisfacción o frustración de la motivación, o motivaciones, que lo hayan impulsado a realizar el viaje, este recuerdo será la imagen que entrará a formar parte de sus experiencias, y lo que tendrá en cuenta para los siguientes viajes” (García-Mas & García-Mas, 2005, p. 197).

De acuerdo con lo mencionado en apartados anteriores, Graburn (1992) considera que son pocos los turistas que regresan de su viaje sin tener nada que enseñar, ya que el tipo de viaje que se escoge, así como los destinos representan algo que se considera como sagrado y esos recuerdos son pruebas tangibles de la realidad del viaje. La relación entre símbolo y objetos

se deriva del hecho de que el símbolo –palabra o imagen (o artefacto)- contribuye a dar al objeto su identidad, su claridad y su definición (Carpenter, 1973 citado en Graburn, 1992 p. 63).

La literatura sobre la experiencia turística reconoce el papel fundamental que tienen las experiencias de vacaciones para cambiar la vida, las actitudes y el crecimiento personal y social (Desforges, 2000; Nyaupane, Teye, y Paris, 2008 citados en MacCabe & Stokoe, 2010).

1.2 Estudios de la experiencia turística en las comunidades residentes

De acuerdo con Uriely (2005), y como se ha mencionado anteriormente, las primeras conceptualizaciones de la experiencia turística enfatizan su carácter distintivo de la vida cotidiana. Por ejemplo, Cohen (1972, 1979 citado en Uriely, 2005) que establece la búsqueda de los turistas por la extrañeza y la novedad como un elemento clave para posteriormente desarrollar diversas tipologías de turistas que cambian de esta manera los diversos puntos de vista de la época moderna. Así mismo, los estudios de Smith (1978 citado en Uriely 2005) definen al turista como una persona temporalmente ociosa que visita un lugar lejos de casa con el fin de experimentar un cambio. Por otro lado, las teorías de MacCanell (1973 citado en Uriely, 2005) establecen al turismo como una forma moderna de la búsqueda por la autenticidad de los lugares y las experiencias. Esta diferenciación también se destacó por Turner y Ash (1975 citados en Uriely, 2005) quienes sugieren que el turismo ofrece un rompimiento temporal de sus entornos regulares que les permite a los turistas suspender el poder de normas y valores que rigen su vida cotidiana, re-pensando y organizando de esta manera una perspectiva diferente no solo de su vida, sino de la sociedad en la que se encuentra inmerso.

De acuerdo con lo mencionado en apartados anteriores puede destacarse que el interés académico con respecto a la experiencia turística se ha centrado en los últimos años específicamente en el análisis de las motivaciones y significados de las experiencias del turista. De acuerdo con Kornstanje (2013 citado en González Damián, 2018), lo deseable sería que estos intentos por conceptualizar la experiencia turística incluyan también la perspectiva de las comunidades residentes. De acuerdo con González Damián (2018), parece

paradójico que el rol de las comunidades residentes en el marco de la experiencia turística se diluya, debido a que la experiencia del turista no existe como construcción colectiva sin la de la comunidad residente y viceversa. Esta desempeña roles que tienen que ajustarse en función de un conjunto de parámetros, criterios, códigos y prácticas adecuadas para cumplir con un diseño de la experiencia que coincida con la esperada por el turista, participando de esta manera en la creación, operación y atención de experiencias. Los marcos de experiencia por parte de las comunidades residentes son sumamente acotados y normados, también socialmente tipificados.

Las personas pueden presentarse como turistas o como residentes locales debido a que existen en la sociedad de manera tipificada los roles de turista y de residente local. Al momento en que se presentan ante el otro, asumen las características, también tipificadas de tal rol y lo asumen, sin embargo, existe la posibilidad de que las personas deliberadamente decidan no asumir los roles de manera en que los reconocen socialmente y se permitan modificarlos, redirigirlos o incluso asumir otros roles previamente construidos y tipificados. Es en este sentido que en la interacción se contruye intersubjetivamente la realidad social del turismo (González Damián, 2011). De acuerdo con lo mencionado anteriormente, González Damián (2011) establece un antes, durante y después del viaje desde la perspectiva de las comunidades residentes en donde se establece un flujo de situaciones a definir en donde pueden asumir el rol de anfitriones¹ se presenten o no turistas o pueden decidir no asumir dicho rol.

Por otro lado, González Damián (2011) identifica dos tipos de anfitriones en la interacción: Los anfitriones activos (gobierno, empresarios y empleados del turismo y sectores vinculados) y los anfitriones pasivos (todos los habitantes del sitio de destino turístico. Es desde esta perspectiva que el turismo depende de las diversas construcciones sociales de los roles de turistas y anfitriones en diversas comunidades en donde se reconstruyen, se recrean y se reproducen con cada interacción. Los anfitriones evalúan el turismo en términos de intercambio social y económico, en la medida en que se ven familiarizados con el turismo y

¹ Tomando en cuenta lo mencionado por Aramberri (2001) los roles entre huéspedes y anfitriones no existen, sino que la relación en el entorno turístico va enfocada a proveedores de servicios y clientes, sin embargo, se toma en cuenta el termino huésped y anfitrión por González Damián para la recopilación de la información.

sus beneficios económicos, más activos se convierten en la protección de sus intereses (Aramberri, 2001: 746 citado en Garduño & Cisneros, p. 206).

Cada experiencia turística que ha sido objeto de diseño, pretende influir en el turista, sin embargo, el diseño se ha realizado desde la idiosincracia, creencias, costumbres, conocimientos, habilidades, actitudes, valores, ideas, nociones prejuicios y normas sociales de la sociedad anfitriona, esto desde los marcos socialmente tipificados de la sociedad anfitriona (González Damián, 2018 p. 70)

Las consideraciones en apartados anteriores permiten establecer que la antropología del turismo facilita esta comprensión de la experiencia turística al analizar el encuentro entre turistas y anfitriones. Por tanto, es preciso tener una mirada mutua que centre la atención desde la óptica de cada uno de los roles desempeñados dentro de la actividad turística para alejarse de un enfoque parcial y reduccionista, y acercarse a una visión integradora del turismo para que se aborde desde el contexto de las experiencias compuestas por todas aquellas personas y elementos que lo rodean y éstas desde la conformación de construcciones sociales que faciliten la inclusión de todas esas partes en la creación de experiencias en el turismo, postura poco analizada en los estudios sociales y culturales del turismo (Garduño & Cisneros, 2018).

Posiblemente entre los trabajos más acercados al estudio de las experiencias desde las comunidades anfitrionas se encuentran los de Santana (2009 citado en Garduño & Cisneros, 2018), Smith (1992, citado en Garduño & Cisneros, 2010), Nuñez (1963 citado en Garduño & Cisneros, 2010), Boissevain (1964 citado en Garduño & Cisneros, 2010), Costa Pau (1966 citado en Garduño & Cisneros, 2010), entre otros, en donde las aportaciones analizaban la llegada de los turistas abordándolos como agentes externos que alteraban las culturas de los territorios en donde aparecían centrandose en términos como aculturación y sus agentes de cambio o como más comúnmente se denominan: los impactos socioculturales del turismo.

1.3 La experiencia como una construcción social

El concepto de construcción social ha sido abordado por diversos autores, que de acuerdo con González Damián (2011), persiguen las propuestas y planteamientos de la sociología general, partiendo de los dos grandes sociólogos, Émile Durkheim quien fue esencialmente

el padre del positivismo y que afirmó que la regla primera y fundamental es considerar los hechos sociales como cosas y la de Max Weber que entremezcla ciertos elementos positivistas con el énfasis en la teleología y en la comprensión empática al sostener que tanto para la sociología en su sentido actual como para la historia, el objeto del conocimiento es un complejo de significados subjetivos de la acción. De acuerdo con von Wright (1980), los dos grandes filósofos Hegel y Marx ejercieron una gran influencia el siglo pasado con respecto al positivismo y la hermenéutica, cargando el acento sobre las leyes y la validez universal asemejándose, por lo menos superficialmente, a la tendencia positivista.

Desde la dimensión ontológica del materialismo histórico de Marx y el realismo, se admite la existencia independiente del hombre, de un mundo exterior al pensamiento, la existencia de hechos independientes de su voluntad, como un terremoto o la caída de un ladrillo. De esta manera, el materialismo establece que el mundo es material y existe objetivamente, independientemente de la consciencia del ser humano. El ‘espíritu’ o la conciencia es sólo una consecuencia de la materia y toma el mundo como una realidad dada, en donde los objetos existen independientemente del sujeto observador, de su experiencia. En esta perspectiva, la realidad es objetiva (postura que persigue el positivismo). La proposición de tratar los hechos sociales como cosas es un planteamiento metodológico que implica la posibilidad de separarse de la realidad social, establecer una distancia y tratar de manera objetiva, esto es, que implica la posibilidad de que la sociedad exista de manera separada de la existencia misma de los individuos (González Damián, 2018).

Desde la dimensión epistemológica del materialismo, la realidad se conoce a través de una experiencia sensorial generando un conocimiento directo del mundo a través de los sentidos ya que, al observar los fenómenos sociales desde un punto de vista científico, como en los fenómenos naturales, el conocimiento se restringe a la experiencia y a lo observable, es desde esta perspectiva que Augusto Comte realiza la comparación con las ciencias de la naturaleza y establece que los fenómenos sociales son susceptibles de leyes invariables (Castillo Néchar & Cortés Lozano, 2006). La realidad social es concebida por el *positivismo* (nombre acuñado por Augusto Comte) como poco dinámica, la cual es poco conocida como si se tratara de una cosa más del mundo físico, con cierta uniformidad y orden. Esta realidad se estudia de forma particular o fragmentada del sistema de interrelaciones a través del estudio aislado de dos

variables, siendo una la causa y la otra el efecto. En consecuencia, el positivismo plantea una ciencia neutral libre de juicios valorativos y de influencias subjetivas (Paredes, 2009, p. 121).

Desde la dimensión metodológica del materialismo, se plantean los postulados de la tradición *galileana*. Galileo es el típico representante de la nueva mentalidad que cambia las explicaciones cualitativas y teleológicas de Aristóteles por las formulaciones matemáticas de Arquímedes incorporando la concentración de fórmulas matemáticas a las propiedades de los fenómenos (el contraste entre ambas tradiciones es caracterizado habitualmente en los términos de explicación causal *versus* explicación teleológica). Esta “*nueva ciencia*” considera como explicación científica de un hecho aquello que venga formulado en términos de leyes que relacionan fenómenos determinados numéricamente (Mardones & Ursúa, 1999; Von Wright, 1980).

De acuerdo con Von Wright (1980), uno de los principios del positivismo es el monismo metodológico o la idea de la unidad de método científico de entre la diversidad de objetos temáticos de la investigación científica, así como, la consideración de que las ciencias naturales y exactas establecen un canon o ideal metodológico que mide el grado de desarrollo y perfección de todas las demás ciencias incluidas las humanidades. Es a través de esta postura que el positivismo queda vinculado a esta tradición más amplia y ramificada de la historia llamada *galileana*.

Por su parte, Castillo Néchar & Cortés Lozano (2006) afirman que para los racionalistas Descartes, Spinoza y Leibnitz, la principal fuente y prueba final del conocimiento era el razonamiento deductivo basado en principios evidentes o axiomas, mientras que para los empiristas la fuente principal y prueba última del conocimiento era la percepción.

La otra posición que parte sobre las relaciones entre las ciencias de la naturaleza y las ciencias del hombre representa una tendencia mucho más heterogénea y diversificada es la llamada *hermenéutica*, que ofrece una comprensión racional de la realidad a través de las peculiaridades individuales y únicas de sus objetos, rechazando el monismo metodológico y el patrón establecido por el *positivismo*. Este tipo de pensamiento incorpora los trabajos de Droysen, Dilthey, Simmel y Max Weber. Al igual que el positivismo, la hermenéutica propone una noción de la realidad social, de la cognoscibilidad de esta realidad y la forma o el modo cómo podemos conocerla (Von Wright, 1980; Paredes, 2009). Para Dilthey (1980

citado en Paredes, 2009), la hermenéutica es una técnica holística de comprensión, siendo ésta más adecuada para las ciencias humanas, consideraba que es el instrumento más pertinente para acceder a las intenciones, significados y emociones humanas a partir de las manifestaciones de los signos tangibles.

De acuerdo con Dreher (2012), desde la perspectiva fenomenológica, Schutz analiza la problemática de la relación entre subjetividad y acción siguiendo a Weber y estableciendo los fundamentos de la disciplina sociológica considerando la fenomenología como el medio más adecuado para la fundamentación filosófica de las ciencias sociales.

Desde su dimensión ontológica, la hermenéutica plantea que los significados que los individuos le dan a sus acciones son particulares, variando entre distintos grupos sociales y culturas, por lo que es difícil elaborar leyes que pretendan explicar el comportamiento humano de un sinnúmero de pueblos en distintos espacios y tiempos históricos. Para la hermenéutica no puede hablarse de una realidad universal, sino de realidades particulares tantas como culturas existen, de allí que la objetividad no reposa en la realidad externa, sino en la intersubjetividad, que es el espacio donde los propósitos adquieren sentido sirviendo de contexto a las acciones humanas (Paredes, 2009). Por otro lado, el idealismo fenomenológico no niega la existencia del mundo real o de la naturaleza, en virtud de esta perspectiva, sólo la subjetividad trascendental tiene el sentido ontológico del Ser absoluto y, por lo tanto, independiente (Dreher, 2012, p. 94).

Desde su dimensión epistemológica, el paradigma hermenéutico supera la brecha entre sujeto investigador y objeto investigado propio del positivismo, en contraposición señala la relación de dependencia o afectación mutua presente en la investigación contando además con una resonancia psicológica de la que carece el positivismo, recreando de esta manera en la mente del estudioso una atmósfera de empatía, pensamientos y emociones vinculadas a la intencionalidad. Esto nos dice que, frente a la imposibilidad de elaborar leyes para el mundo social, lo que puede hacerse es construir tipos ideales y dar cuenta de proposiciones de posibilidad como lo planteó Weber, las cuales permitirían comprender el significado y propósito de las acciones humanas (Von Wright, 1980; Paredes, 2009).

González Damián (2011) reconoce el surgimiento de diversos esfuerzos integradores de los autores de estas dos grandes tradiciones, uno de los planteamientos más aceptados es el

constructivismo y el construccionismo social, que retoma las afirmaciones de Weber y Durkheim que no son totalmente excluyentes y que de hecho afirman que son parte la una de la otra. Como lo mencionan Berger & Luckmann (1968), la sociedad efectivamente posee facticidad objetiva, y la sociedad, efectivamente está construida por una actividad que expresa un significado subjetivo (p. 35).

De la información revisada, Berger & Luckmann (1968) establecen un cuerpo de razonamiento teórico sistemático introduciendo elementos que permiten una mejor comprensión acerca de la construcción social de la realidad, a partir de la integración de diversas teorías tales como: la perspectiva dialéctica derivada de Marx, el énfasis de la realidad por medio de significados subjetivos, derivado de Weber y el análisis de la internalización de la realidad social derivados de la llamada escuela simbólico-interaccionista de la sociología norteamericana.

De acuerdo con Bedoya & Arango (2012), el constructivismo es la corriente del pensamiento que establece que el conocimiento es una construcción del ser humano y que esta construcción se realiza a través de los conocimientos y experiencias previas, así como, su interacción con otras. Esta teoría afirma que el aprendizaje humano siempre es una construcción interior y subjetiva, y que por tanto, la objetividad pierde sentido al entender que todo el conocimiento es una interpretación. Matthews (2000 citado en González-Damián 2011) resume la posición radical de Von Glaserfeld estableciendo que el conocimiento no es sobre un mundo que depende de un observador, que el conocimiento no representa tal mundo y que el conocimiento se refiere a la experiencia individual más que al mundo. Por otro lado, el constructivismo de ninguna manera niega la existencia y realidad del mundo, por el contrario, su tema consiste en explicar cómo sostiene su estabilidad (González Damián, 2011, p. 47). Cuando se habla de realidad se hace desde el conocimiento, no hay posibilidad de realidad sin conocimiento, ni sin distinciones, ni sin observadores que las apliquen, ni sin comunicaciones que la informen. La realidad es construida (Luckmann, 1999 citado en González Damián, 2011, p. 47). Por ello Bedoya & Arango (2012) retoman la obra de Paul Watzlawick *La realidad inventada* (1988) en donde, establece el llamado pensamiento constructivista, que parte de la premisa de que toda la realidad de aquello que intenta descubrirse e investigarse, añade que no hay realidad real, sino representaciones de la

realidad, como fruto de la convención interpersonal y social, de los atributos que se asignan en un momento y lugar a las diferentes partes de esa “experiencia” de realidad. De acuerdo con Bedoya & Arango (2012), Watzlawick (1988) hizo aportes importantes en cuanto a la comunicación como proceso humano y sostiene que un contexto comunicacional da sentido a la interacción humana incluyendo valores culturales como los modales personales, la sensibilidad compartida, los gustos, intereses, valores, etc. siendo para él la comunicación, un proceso de interacción y de formación del conocimiento.

La comunicación, la interacción y el lenguaje son algunos de los elementos más representativos del conocimiento posmodernista sobre el construccionismo. De acuerdo con Gergen (2007), al ser seres fundamentalmente interdependientes, el lenguaje inherentemente se convierte en un producto del intercambio humano y es a partir de esto, que el lenguaje gana su significado dentro de formas continuas de interacción.

“De esta forma, 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” (Bedoya & Arango, 2012, p. 364).

De acuerdo con lo anterior, Gergen (2007) establece que las ideas son construidas socialmente, así como, las realidades se construyen a través del lenguaje y las realidades se organizan y mantienen a través de las historias, estableciendo aquello que llamamos lo real como un subproducto de la construcción comunal. Es, en este sentido que Bedoya & Arango (2012) afirman que la validez o veracidad de lo que contamos está en relación con el contexto desde el que se cuenta, la manera en como interpretamos los sucesos y a quien va dirigido (p. 365). Además comentan White & Epston (1990 citados en Gergen 2007), que las personas dan significado a sus vidas y relaciones contando su experiencia.

“Debido a que los eventos de la vida diaria están inmersos en narraciones, quedan cargados con un sentido historiado: adquieren la realidad de un “comienzo”, “un punto intermedio”, “un clímax”,

“un final”, y así sucesivamente. Las personas viven los acontecimientos de este modo y, junto con otros, los catalogan justamente en esta forma” (Gergen, 2007, p. 154).

En este contexto, las narrativas se constituyen como nuevos objetos de análisis discursivo, atribuyéndoles una importancia relevante en la capacidad de descripción de realidades subjetivas, de esta manera las historias pueden ser contadas de diferente manera y los mismos protagonistas pueden ofrecer múltiples y variadas narraciones para sus historias, por lo cual resulta necesario comprender no solo la historia de vida sino cualquier otro tipo de información adicional que permita la reconstrucción de una realidad lo más objetiva posible (Biglia & Bonet-Martí, 2009).

Por ello, Berger & Luckmann (1968) aseveran que la vida cotidiana es una realidad interpretada y contada por los hombres y es a través de las objetivaciones de los procesos subjetivos por lo cual se construye el mundo intersubjetivo del sentido común. El mundo del sentido común es la escena de la acción social; en él los hombres centran una mutua relación y tratan de entenderse unos con otros, así como consigo mismos. El sentido común ve el mundo, actúa y lo interpreta por medio de tipificaciones implícitas (Schutz, 2003, p. 16).

De esta manera, Sordo (2016) identifica dos elementos que Berger & Luckmann (1968) proponen en su obra, que son, la realidad de la vida cotidiana aprendida a través de continuas tipificaciones y el individuo como producto social, definido por las sedimentaciones del conocimiento que conforman su biografía, su ambiente y la totalidad de su experiencia. La vida cotidiana es el nivel de la realidad social en donde podemos mirar los procesos micro y macrosociales. La vida cotidiana es mediadora entre ellos, aquí se objetiva la relación entre la historia con la vida cotidiana y de esta con la historia (Zizumbo, 1998, p. 27)

Con base en lo descrito anteriormente, Crotty (1998 citado en González Damián 2018), planteó una distinción importante entre el construccionismo y el constructivismo, sugiriendo que el constructivismo debe aludir a consideraciones epistemológicas que examinan la producción de sentido de la mente individual, en tanto que el construccionismo debería utilizarse en el estudio de la generación y transmisión colectiva del conocimiento, esto es que el constructivismo sentaría sus bases en la psicología y el construccionismo en la sociología.

Además, comenta Bedoya & Arango (2012), que lo común entre estos dos conceptos son los procesos psicológicos y sociales constructores de la realidad, tomando como idea primaria para ambos casos el “construir”, y que la diferencia de esta “construcción” para los constructivistas radica en las percepciones ligadas a las experiencias y estructuras mentales individuales, mientras que para los construccionistas se realiza a través del intercambio entre individuos que comparten un contexto específico.

Siguiendo la línea argumental, para Berger y Luckmann (1968) la vida cotidiana emerge del conjunto de interacciones subjetivas sujeto-sujeto, sujeto-objeto, donde la subjetividad adquiere un significado propio y se transforma en una realidad independiente a través de la acción. Por tanto, la actividad humana transforma el mundo de interpretaciones subjetivas en una realidad objetiva y coherente (Campodónico & Chalar, 2014, p. 2-3). Para Berger & Luckmann (1968), la realidad se construye socialmente y es a través de la sociología del conocimiento que se analizan los procesos por los cuales esto se produce (la construcción social de la realidad). Afirman que el interés sociológico en materia de “realidad” y “conocimiento” se justifica así inicialmente por el hecho de su relatividad social (p. 15).

Dicho de otra manera:

“La realidad y el conocimiento son relativos dependiendo el contexto social que se esté estudiando. La sociología del conocimiento estará determinada por lo que se considere conocimiento en un contexto determinado, especialmente si está constreñida por aquello que solemos denominar “cotidianidad”, pues los comportamientos humanos persisten en constante cambio y con ello cambia la “realidad” de forma imparabable, de tal suerte que todo intento por comprender dichos comportamientos estaría sujeto a este presupuesto generalizado” (Ortega, s.f, p. 5-6).

Berger & Luckmann (1968) definen el conocimiento como la certidumbre de que los fenómenos son reales y de que poseen características específicas. Dentro de la concepción moderada, establecen que el conocimiento es ordenado por la sociedad y que este se da a priori de la experiencia individual, relacionando de esta manera las ideas con los contextos sociales, sin embargo, la sociedad determina la presencia, pero no la naturaleza de las ideas.

A partir de las tipificaciones del pensamiento del sentido común aceptados socialmente de Schutz, Berger y Luckmann (1968) establecen que su estructura determina la distribución social del conocimiento y su relatividad, fundamentada a partir de los hechos sociales. Los hechos sociales sirven para comprender el mundo, se dice también que al ser organizados e interpretados ellos sirven para construir conocimientos sobre aquello que llamamos “realidad social”, que permiten ofrecer una explicación de los comportamientos humanos, y de los fenómenos en los que tienen lugar estos comportamientos (Ortega, s.f., p. 1). De acuerdo con lo expuesto anteriormente, la sociología del conocimiento debe ocuparse de la construcción social de la realidad.

Según Campodónico & Chalar (2014), la cotidianidad tiene un papel primario en la realidad social construida ya que mediante ella se establecen comportamientos basados en hábitos, rutinas, normas y emociones por parte de los diferentes sectores constitutivos de la trama social. De esta manera la realidad se internaliza y se reafirma continuamente en los procesos sociales y las interacciones entre los individuos. De esta manera la vida cotidiana como parte de este proceso surge de las interacciones entre los sujetos y los objetos manifestándose en acciones y actividades.

Para Berger y Luckmann (1968), el método que consideran más conveniente para clarificar los fundamentos de la vida cotidiana es del análisis fenomenológico (descriptivo-empírico), siendo así, un freno contra todas las hipótesis causales.

1.4 Corrientes afines al construccionismo

De acuerdo con algunas de las corrientes afines al construccionismo lo que es verdadero o falso cambiará según convenga a los poderosos, la verdad llega a ser cierta y se hace cierta por los acontecimientos.

De acuerdo con el interaccionismo simbólico, el significado de una conducta se forma en la interacción social, resultando así es un sistema de significados intersubjetivos y un conjunto de símbolos de cuyo significado participan varios actores. La consciencia sobre la existencia propia se crea al igual que la consciencia sobre otros objetos en la interacción social, de esta manera el interaccionismo simbólico tiene gran énfasis en la importancia de los significados e interpretaciones como procesos humanos esenciales. La gente crea significados

compartidos a través de su interacción y, estos significados devienen su realidad (Blumer, 1982).

Dicha interacción y símbolos son producto de un lenguaje, un lenguaje claramente diferente al de los demás mamíferos, el hombre no habla porque tiene lengua, sino por inteligencia, es en el lenguaje donde el hombre descubre un poder inusitado, la capacidad de construir un mundo simbólico. De acuerdo con la filosofía del lenguaje, el lenguaje es un modo de interacción social, usado para muchos fines: persuadir, cooperar con otros, inducir comportamientos. El lenguaje produce relaciones interpersonales y, a la vez, es su producto. En realidad, no es la historia la que nos pertenece, sino que somos nosotros los que pertenecemos a ella (Conesa & Nublola, 1999). El lenguaje es, en este contexto, el principal medio tanto para la construcción social de la realidad, como también para la mediación de la realidad construida socialmente. En tanto forma de conocimiento, es particularmente el portador del acervo de conocimiento social. La formación del lenguaje, en efecto, se basa en las estructuras de la conciencia subjetiva, su función social básica, sin embargo, se basa en su de-subjetivización, la cual posibilita al lenguaje, como un sistema cuasi-ideal de signos que sirve para mediar la realidad (Dreher, 2012).

Otras corrientes del construccionismo son la sociofenomenología y la etnometodología de Garfinkel retomadas por Peter L. Berger, Thomas Luckmann, Alfred Schütz, Edmund Husserl y J. Searle como los principales representantes de estas corrientes.

La fenomenología como posición subjetiva-filosófica en la tradición de Immanuel Kant se refiere principalmente a los fundamentos del conocimiento. Según uno de los más importantes representantes de esta disciplina, Edmund Husserl, el método fenomenológico tiene por objeto explorar “el Ser y la Vida subjetivos universales” (Dreher, 2012, p. 93). Por otro lado, Alfred Schutz describe la fenomenología como una filosofía del ser humano en su mundo vital, “*capaz de explicar el sentido de este mundo vital de una manera rigurosamente científica*”. El objeto de Schutz es la demostración y la explicación de las actividades de conciencia de la subjetividad trascendental dentro de la cual se constituye este mundo de la vida (Dreher, 2012). Schutz analiza en su obra por qué el mundo social es siempre para el hombre un mundo con sentido estructurado significativamente. Los intentos de Schutz tienen

hoy su prolongación en la etnometodología como técnicas de análisis de los fenómenos sociales (Mardones & Ursúa, 1999).

A partir de la sociología comprensiva de Max Weber, la reflexión metodológica y la fenomenología, Alfred Schutz (1932 citado en Dreher, 2012) desarrolló a profundidad la problemática de la relación entre subjetividad y acción (sentido subjetivo de la acción individual), Schutz da cuenta de la transición del significado subjetivo al objetivo a través de la descripción de un camino que va de la experiencia interna. Schutz (1932 citado en Dreher, 2012) propone una ontología de las formas de vida, definiendo al mundo de la vida como la realidad experimentada dentro de la actitud natural por un adulto alerta que actúa entre y sobre ese mundo, y entre los demás seres humanos, tomando como actitud natural al estado de conciencia en el cual se acepta la realidad de la vida cotidiana como dada (Dreher, 2012). De acuerdo con Schutz (2003), la intersubjetividad se presupone como una cualidad obvia de nuestro mundo, dado que éste es la tipificación subyacente del sentido común. De acuerdo con lo anterior, en la relación e interacción entre personas dentro de un tiempo y espacio determinado, el otro puede ser comprendido dentro de las actitudes naturales del ser humano, destacando que el otro aparece como alguien similar durante el proceso de interrelación, como un individuo que asume roles sociales basados en la interpretación de actitudes de la vida cotidiana y experiencias previas que son transmitidas en nuestro proceso de socialización, estableciendo cierta familiaridad sobre el conocimiento transferido (Dreher, 2012, p. 78).

1.5 Construccinismo social en el estudio del turismo

Pernecky (2012), menciona que uno de los puntos fundamentales del construccionismo dentro de la investigación del fenómeno turístico son los significados que tienen los objetos, los lugares y los roles sociales ya que estos son la parte sustancial del turismo. De acuerdo con Vite (2018) lo que se concibe como una realidad construida del turismo es la parte social que se constituye mediante interacciones entre personas que deben contar con los recursos y los conocimientos necesarios para establecer una interacción de tipo turística y que ésta sea repetitiva, creando así una realidad social del turismo en un determinado sitio o espacio turístico. Tomando en consideración lo anterior, Knafou & Stock (citados en Campodónico & Chalar, 2014), sostienen que el turismo es un sistema de actores, de prácticas y de espacios

que participan de la recreación de los individuos mediante el desplazamiento y el habitar temporal fuera de los lugares de lo cotidiano, entendiendo de esta manera que la realidad turística está establecida en la sociedad actual y en los individuos mediante el sistema de relaciones que se dan en los distintos escenarios turísticos. Así también se plantea que la contracara de esa vida cotidiana, es el turismo, que tiene una significación en el mundo coherente, es decir, en las modalidades y actividades que el individuo realiza en su tiempo de no trabajo, tiempo de recreación y ocio, en un espacio geográfico distinto al habitual y que, además, tiene un valor simbólico a nivel de representación en el mundo subjetivo conformando el imaginario turístico.

Esta posición permite entender que el fenómeno turístico se construye a partir de las interacciones entre personas, dichas interacciones sociales tienden a producir roles, normas o instituciones que son reconocidas por las personas. Tal es el caso de las relaciones sociales de tipo turístico, mencionadas anteriormente, que son reconocidas de manera subjetiva y coproducidas intersubjetivamente en las que cada individuo en una situación en la que ha reconocido las señales, códigos, y prácticas aprendidas como turísticas, decide actuar conforme a los roles típicamente turísticos (González Damián, 2018). De acuerdo con lo anterior, el turismo se presenta como una realidad turística interpretada por los individuos. Esto tiene como sustento que la realidad tiene múltiples dimensiones que son construidas socialmente, por lo tanto, la realidad turística se define como aquella que acontece en espacios y en tiempos no cotidianos debido a motivaciones múltiples propias de cada individuo (turista) y que se pone en evidencia mediante actividades no cotidianas que buscan dar satisfacción a las motivaciones originales del viaje (Campodónico & Chalar, 2014).

Dado lo anterior, González Damián (2011) afirma que los individuos no pueden construir la realidad social del turismo, a menos, que tales personas cuenten con los recursos y conocimientos suficientes para establecer interacciones de tipo turístico y que éstas sean reiteradas para que con el tiempo se construya la realidad social del turismo en determinado sitio o espacio de destino turístico. González Damián (2011) define las interacciones de tipo turístico de la siguiente manera:

“Un explorador es un viajero en solitario, pero no es turista, un grupo de exploradores tampoco lo es. Un grupo de viajeros tampoco lo es ¿qué se necesita entonces para que sí lo sean? La presencia o preexistencia de otro que los atienda, reciba. Esta presencia o preexistencia de un posible anfitrión es entonces el fundamento de la realidad social del turismo. Sin embargo, si un individuo viaja y es atendido por otro individuo, el hecho por sí mismo tampoco conforma una sociedad turística, requieren que la relación se repita una y otra vez en el tiempo y que vaya dejando evidencia “objetiva” de la relación: empresas que atienden” (p. 70)

La realidad cotidiana se estructura sobre la base de procesos de institucionalización de los hábitos, las rutinas y las normas, así como de la aceptación de los roles prescritos y predeterminados. De igual manera, en la realidad turística cada uno de los actores asume su rol (turista, anfitrión, empresario, político, entre otros) y establecen las reglas sociales de la práctica turística que afectan y predisponen experiencias de acuerdo con normas preestablecidas las cuales cambian con el devenir de la historia (Campodónico & Chalar, 2014).

CAPÍTULO 2 CONTEXTO DE ESTUDIO: SAN MARTÍN DE LAS PIRÁMIDES: PUEBLO MÁGICO

En este capítulo se describe el contexto territorial, demográfico y sociocultural de San Martín de las Pirámides, así como los cambios percibidos a partir de la declaratoria en 2015 como Pueblo Mágico. Lo anterior provocó diversos cambios físicos en el entorno de la comunidad y problemáticas sociales de inconformidad con la promoción y difusión turística que las administraciones en los cargos políticos le dan a San Martín de las Pirámides. Este capítulo también propone dar un panorama general de las condiciones turísticas en las que se encuentra la comunidad y el impacto que genera su cercanía con la zona arqueológica de Teotihuacan, una de las zonas arqueológicas más importantes del mundo.

2.1 Contexto sociodemográfico

San Martín de las Pirámides es la pequeña ciudad cabecera del municipio mexicano del mismo nombre, enclavado en el eje neovolcánico. Su nombre oficial es San Martín de las Pirámides en virtud de la zona arqueológica Teotihuacana ubicada dentro de su territorio. Se encuentra rodeado por los también municipios mexicanos de Axapusco y Temascalapa por el norte; Teotihuacán de Arista y Tepetlaoxtoc por el sur; Otumba y Axapusco por el oriente, Temascalapa y Teotihuacán por el poniente. La cabecera municipal está a solo 55 km del centro de la Ciudad de México, mientras que Toluca de Lerdo, la capital del Estado de México, se encuentra a 140 Km. En 2015, San Martín de las Pirámides y su localidad hermana, San Juan Teotihuacán, fueron designados Pueblo Mágico (Gobierno del Estado de México, 2018).

Ilustración 1. Centro de San Martín de las Pirámides.



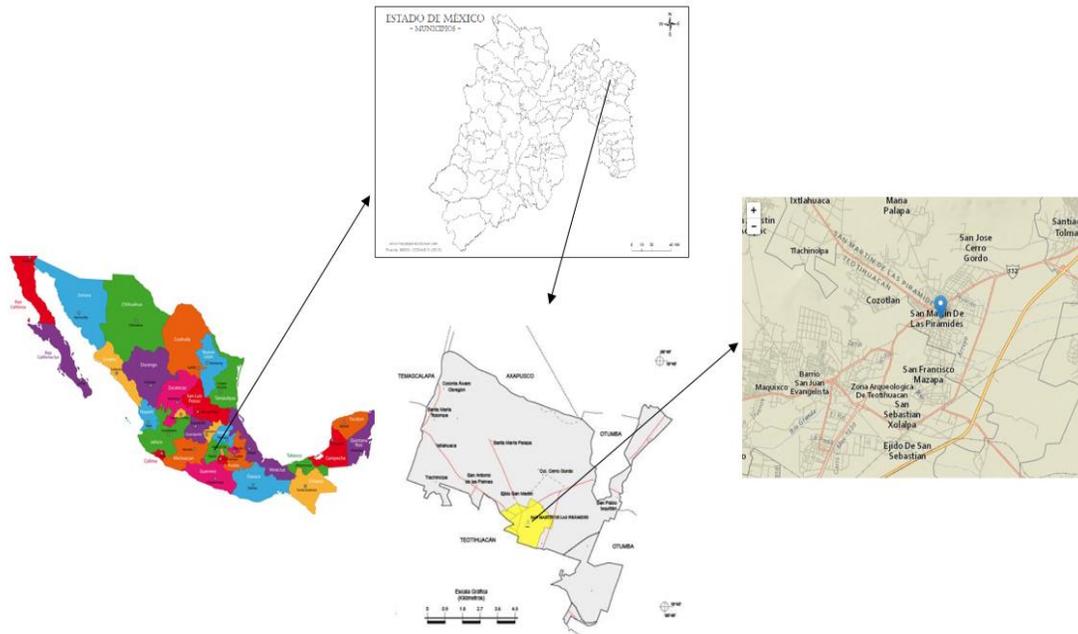
Foto: Gerardo Almanza.

Ilustración 2. Templo de San Martín Obispo de Tours.



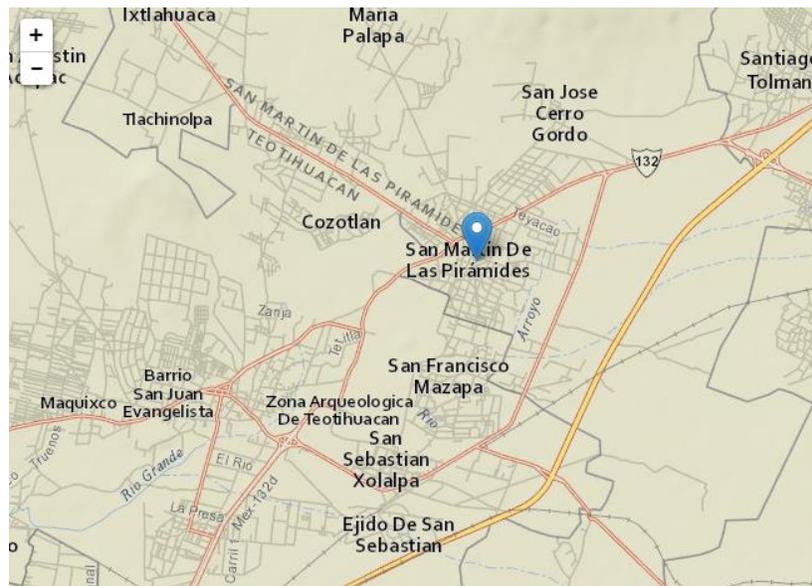
Foto: Gerardo Almanza.

Ilustración 3. Mapa Macro Regional de la ubicación de San Martín de las Pirámides.



Fuente: Elaboración propia con base en <https://www.mexicodesconocido.com.mx/mapa-de-mexico.html>, <http://www.mapasparacolorear.com/mexico/mapa-estado-mexico-municipios.png>, Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018.

Ilustración 4. Foto satelital de San Martín de las Pirámides



Fuente: <https://mexico.pueblosamerica.com/mapas/san-martin-de-las-piramides>

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018, el municipio cuenta con 20 localidades: una villa, cinco pueblos, cuatro rancherías y otras diez localidades con y sin categoría administrativa. En lo consiguiente, el Plan de Desarrollo Municipal muestra una serie de datos referente al desempeño de la dinámica demográfica sanmartinense, la cual expresa el territorio rico en cultura, tradición y productividad. La información que se cita a continuación es obtenida en las fuentes oficiales como son INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía), COESPO (Consejo Estatal de Población), IGESEM (Instituto de Información Geográfica, Estadística y Catastral del Estado de México), CONAPO (Consejo Nacional de Población) etc. Así mismo encontramos información de los periodos censales del 2000, 2010 y 2015.

Tabla 1. Población total, superficie y densidad de población 2000, 2010 y 2015 del Municipio de San Martín de las Pirámides

AÑO	POBLACIÓN TOTAL	SUPERFICIE (KM ²)	DENSIDAD DE POBLACIÓN (HAB/KM ²)
2000	19 694	70.30	280
2010	24 851	70.30	354
2015	26 960	70.30	384

Fuente: IGECEM. Dirección de Estadística elaborado con información del INEGI. Censo General de Población y Vivienda, 2000. Censo de Población y Vivienda, 2010. Encuesta Intercensal, 2015. GEM. Comisión de Límites del Gobierno del Estado de México, 2014. Sacado del Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018.

Como puede apreciarse en la tabla uno y con base en el Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018, el territorio de San Martín de las Pirámides ha sufrido una serie de aumentos en cuanto a su población total de forma paulatina para los periodos 2000, 2010 y 2015, lo cual indica un aumento constante del 26.95 por ciento del 2000 al 2015, comparado con la tasa de crecimiento anual la cual es del 1.4 por ciento (INEGI, 2018). Con una densidad de población de 280, 354 y 384 Hab/Km² lo que también señala el aumento de población y su densidad.

Tabla 2. Población total según sexo, tasa de crecimiento y participación porcentual con respecto al total Estatal del 2000, 2010 y 2015 del Municipio de San Martín de las Pirámides.

AÑO	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TCI	PPE
2000	19 694	9 816	9 878	0.00	0.15
2010	24 851	12 278	12 573	2.28	0.16
2015	26 960	13 126	13 834	1.73	0.17

TCI: Tasa de Crecimiento Intercensal, PPE: Participación Porcentual con respecto al total Estatal. Fuente: IGECEM. Dirección de Estadística elaborado con información del INEGI. Censo General de Población y Vivienda, 2000. Censo de Población y Vivienda, 2010. Encuesta Intercensal, 2015. Sacado del Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018.

En la tabla dos y con base en el Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018, se observa el incremento a través de los periodos de la población de San Martín de las Pirámides y de la misma forma la pequeña diferencia, pero en términos absolutos que llevan las mujeres frente a los hombres y que ésta se mantiene conforme los años.

Por otra parte, de acuerdo con el Índice de Participación Porcentual (PPE) con respecto al total estatal el municipio cuenta con 0.15, 0.16 y 0.17 por ciento de la población total del Estado de México lo que indica una baja concentración poblacional y que el municipio apenas y tiene menos del 1 por ciento de la población total del Estado de México. Lo que por otra parte resulta muy positivo en términos de convivencia y territorio, ya que la densidad es menor en comparación con otros municipios del Estado de México en donde el uso de servicios públicos es más intensivo.

Tabla 3. Población total por grupos quinquenales de edad según sexo 2000, 2010 y 2015 del Municipio de San Martín de Las Pirámides.

GRUPOS QUINQUENALES	2000				2010				2015			
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	IM	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	IM	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	IM
Total	19 694	9 816	9 878	99	24 851	12 278	12 573	98	26 960	13 126	13 834	95
0-4 años	2 121	1 101	1 020	108	2 254	1 157	1 097	105	2 210	1 176	1 034	114
5-9 años	2 306	1 204	1 102	109	2 586	1 301	1 285	101	2 339	1 192	1 147	104
10-14 años	1 976	969	1 007	96	2 504	1 297	1 207	107	2 611	1 282	1 329	96
15-19 años	1 752	881	871	101	2 517	1 288	1 229	105	2 509	1 242	1 267	98
20-24 años	1 863	897	966	93	2 178	1 062	1 116	95	2 290	1 111	1 179	94
25-29 años	1 738	807	931	87	1 876	844	1 032	82	2 078	949	1 129	84
30-34 años	1 510	718	792	91	2 063	958	1 105	87	2 013	963	1 050	92
35-39 años	1 277	634	643	99	1 956	949	1 007	94	2 186	1 014	1 172	87
40-44 años	985	511	474	108	1 694	827	867	95	2 070	972	1 098	89
44-49 años	704	362	342	106	1 358	651	707	92	1 671	806	865	93
50-54 años	582	289	293	99	1 076	539	537	100	1 445	690	755	91
55-59 años	459	224	235	95	770	404	366	110	980	520	460	113
60-64 años	363	192	171	112	607	291	316	92	851	395	456	87
65-69 años	341	171	170	101	433	221	212	104	607	286	321	89
70-74 años	244	123	121	102	316	155	161	96	408	196	212	92
75-79 años	183	89	94	95	295	143	152	94	253	121	132	92
80-85 años	106	56	50	112	170	91	79	115	242	118	124	95
85 o más	108	46	62	74	158	79	79	100	183	89	94	95
No especificado	1 076	542	534	101	40	21	19	111	14	4	10	40

IM: Índice de Masculinidad, Fuente: IGECEM. Dirección de Estadística elaborado con información del INEGI. Censo General de Población y Vivienda, 2000. Censo de Población y Vivienda, 2010. Encuesta Intercensal, 2015. Sacado del Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018.

En la tabla tres y de acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal, para la mayor parte de la población tiene una edad que va de los de 0 a los 24 años, es decir, es una población de niños y jóvenes, por lo que podemos vislumbrar una población joven que en estos momentos hace un uso y demanda de los diferentes servicios públicos, educativos, de seguridad policial, así como de servicios de salud, por estas mismas circunstancias la mitad del mismo aún no es considerado como PEA, por lo que en estos momentos se considera necesaria una inversión en una población que en un futuro se integrará al campo laboral.

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018, las localidades con mayor población son San Martín de las Pirámides, San Pablo Ixquiltlán, Santa María Palapa, Santiago Tepetitlán, San Antonio de las Palmas y Cozotlán Norte con 12,812, 1,928, 1,849, 1,609, 1,411 y 1,511 habitantes respectivamente, las localidades con menor población son Rancho las Erres, Rancho Tlacateopan y Tianguis de la Tuna con 9, 6 y 13 habitantes respectivamente. Como podemos ver se tratan de comunidades en la que la mayor sobrepasa los 12,000 habitantes y es la localidad perteneciente a la cabecera municipal.

De acuerdo con Ramírez (2017), las actividades económicas de esta localidad se divide en tres grupos principales: primarias, secundarias y terciarias. Dentro de las actividades primarias se encuentran las actividades agrícolas, pecuarias y ganaderas, 80 por ciento de su territorio está destinado a actividades agrícolas en las que destaca la cosecha de tuna, nopal y de xoconostle, el resto se divide en varios cultivos no tan relevantes. A últimas fechas esta actividad ha disminuido considerablemente debido a la baja rentabilidad de los cultivos por el encarecimiento de los insumos agropecuarios y al estancamiento de los precios de los productos del campo, este estancamiento provoca la incorporación de la población a las actividades del sector secundario y terciario provocando así, una participación sólo del 15.73 por ciento en este sector (Plan de Municipal de Desarrollo Urbano, 2003).

En las actividades secundarias correspondientes a las actividades industriales y de transformación de las materias primas, se reportaron en 2015 un total de 176 industrias manufactureras, entre las que destaca una fábrica de pinturas y talleres de artesanías, debido a la cercanía con la zona arqueológica de Teotihuacán y la afluencia turística, el resto se divide en tortillerías, panaderías, etc. (Ramírez, 2017). La proximidad con la zona arqueológica ha propiciado el establecimiento de alrededor de 230 talleres artesanales, cuya producción se basa en la utilización de barro, obsidiana, plata y plastilina epóxica (Plan de Municipal de Desarrollo Urbano, 2003).

En el sector terciario correspondiente al amplio rango de servicios, se encuentran 917 establecimientos divididos entre comercios y servicios, entre los pueden mencionarse los financieros, inmobiliarios, educativos y de salud, de negocio, de esparcimiento y turísticos (Ramírez, 2017). Es en el sector terciario en donde labora la mayor parte de la Población Económicamente Activa del Municipio, mientras que en el sector primario, a pesar de ser una de las principales actividades económicas no ofrece un crecimiento que pueda sustentar a la población. Ante la escasa probabilidad del crecimiento en el sector primario, la población se ve en la necesidad de encontrar otras opciones que eleven sus percepciones económicas y mejoren su calidad de vida buscando oportunidades laborales fuera del municipio o en los sectores secundarios y terciarios (Plan de Municipal de Desarrollo Urbano, 2003).

De acuerdo con datos del INEGI e IGESSEM que contabiliza a la PEA del 2007 en 2015 del Municipio de San Martín de las Pirámides, y la población ocupada por sector de la actividad económica, donde el sector de los servicios es el que más población agrupa, le sigue la industria y después agropecuario, silvicultura y pesca. En 2007 se registraban 10,136 como PEA y para 2015 11,826 personas, lo cual nos indica un crecimiento poblacional, y también más personas en edad productiva, que, aunque bien pueda no darse en ese orden, ya que la población ocupada del total de la PEA para 2007 era de 9,831 y para el 2015 11,443 (Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018). La tabla siguiente concentra la información de las unidades académicas, el personal ocupado y el valor agregado censal bruto del municipio por concepto del empleo con base en los datos anteriores, en donde, se ve el aumento de las tres variables de forma paulatina en los periodos 2003, 2008 y 2013.

Tabla 4. Unidades económicas, personal ocupado, y valor agregado por año del Municipio de San Martín de las Pirámides 2003-2013

AÑO	UNIDADES ECONÓMICAS	PERSONAL OCUPADO	VALOR AGREGADO CENSAL BRUTO (MILES DE PESOS)
2003	603	1701	70 507.00
2008	775	2751	179 155.00
2013	946	2385	218 153.00

Fuente: IGCEM. Dirección de Estadística con información del INEGI. Censos Económicos del Estado de México, 2004, 2009 y 2014. Sacado del Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018.

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018, las actividades económicas dentro del municipio tienen diferentes características, con base en la tabla cuatro, se cuentan con un total de 1,095 unidades económicas de las que 917 son de servicios, 177 industriales y una agrícolas. Del total de empresas 1063 son microempresas, 24 pequeñas, ocho medianas y ninguna grandes. De las microempresas sólo una se dedica a las actividades de agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza, 169 a actividades industriales y 893 a servicios. De las empresas pequeñas cinco son de actividades industriales y 19 de servicios. Y empresas medianas tres se dedican a actividades industriales y cinco de

servicios. Como puede verse existe una actividad empresarial importante en las unidades económicas micro, sin embargo, del otro lado para el municipio no se contabilizan empresas grandes.

Con base en el informe de la Plataforma Electoral Municipal, en lo que respecta a la pobreza alimentaria en el municipio de San Martín de las Pirámides ha disminuido de forma considerable (7.8 puntos) de acuerdo con los datos de 1990 (15.4 por ciento) en comparación con los datos de 2010 (7.6 por ciento), de igual forma en capacidades ya que en 1990 había un índice de pobreza de 21.9, el cual ha disminuido a 12.5, mientras que en lo que se refiere al patrimonio en 1990 había un indicador de 43.8 y en 2010 el indicador disminuyó a 33.7.

Por otro lado, en el nivel de desigualdad de ingresos medido por el Coeficiente de Gini, se tuvo un ligero decremento, es decir, en 1990 el indicador era de 0.402 y para 2010 descendió a 0.419, lo que indica que las condiciones de la pobreza han disminuido de forma significativa en los últimos años, como se observa en la siguiente tabla.

Tabla 5. Evolución de la pobreza por ingresos 1999-2010

MUNICIPIO	EVOLUCIÓN DE LA POBREZA POR INGRESOS									GRADO DE COHESIÓN SOCIAL		
	ALIMENTARIA			CAPACIDADES			PATRIMONIO			COEFICIENTE DE GINI		
	1990	2000	2010	1990	2000	2010	1990	2000	2010	1990	2000	2010
SAN MARTÍN DE LAS PIRAMIDES	15.4	11.9	7.6	21.9	17.8	12.5	43.8	38.3	33.7	0.402	0.485	0.419

Fuente: Estimaciones del CONEVAL con base en las ENIGH de 1992, 2000 y 2010, los Censos de Población y Vivienda 1990 y 2000, y la muestra del Censo de Población y Vivienda 2010.

Es decir, que a pesar de que se redujo la pobreza, aumentó la desigualdad. Para la medición realizada en 2010 expone, que en lo que respecta a la población en situación de pobreza, se tiene que 48.26 por ciento de la población se encuentra en situación de pobreza (poco menos de la mitad de la población) y el 8 por ciento en situación de pobreza extrema en el municipio, según datos de las estimaciones del CONEVAL con base en las ENIGH de 1992, 2000 y 2010, los Censos de Población y Vivienda 1990 y 2000, y la muestra del Censo de Población y Vivienda 2010. De acuerdo con la información del Consejo Nacional de Evaluación de la

Política de Desarrollo Social (2010), los grupos vulnerables de la localidad de San Martín de las Pirámides, son aquellas viviendas con poca infraestructura social (calidad de las viviendas).

2.2 Comunicación y transporte

En lo que respecta a la comunicación y transporte, el municipio de San Martín de las Pirámides puede considerarse en cuanto infraestructura carretera bien comunicado, sin embargo, muchos caminos y tramos carreteros requieren un mantenimiento de reestructura ya que la mayoría se encuentra en malas condiciones. Esta labor no ha sido posible principalmente a la escasez de recursos presupuestales, situación que repercute en el transporte de las personas, el traslado de producto de consumo básico y de algunos bienes muebles.

Ante esta situación de deterioro de algunas de las principales vías de comunicación dentro y fuera que conectan con otros municipios aledaños, el desarrollo sustentable sufre ciertos retrasos al mismo municipio y en sus distintos servicios de seguridad pública, servicios públicos, etc. La red vial municipal está constituida por dos viales principales de carácter federal.

- La Carretera Federal México-Tulancingo, que forma parte de la carretera México-Tuxpan.
- Autopista de Cuota México-Pirámides que comunica directamente a la Cabecera Municipal con la Ciudad de México, de donde viene la mayor parte de la afluencia turística y con los municipios de Teotihuacán, Acolman y Ecatepec.

El resto de las vialidades dependen en su mayoría de la Junta Federal de Caminos del Estado de México y otras más forman parte de la comunicaron hacia las comunidades que integran el municipio la mayoría de estas con un deterioro considerable ya que al paso de los años debido a las condiciones climatológicas y de uso se encuentran severamente deterioradas (Instituto Público de Oficio Mexiquense).

2.3 Turismo en San Martín de las Pirámides.

Hace poco más de un siglo, el arqueólogo Manuel Gamio generó un proyecto que unió el pasado de Teotihuacán con su presente, vinculando de una forma extraordinaria la indagación sobre la ciudad prehispánica con los quehaceres de sus poblaciones contemporáneas. De esta manera comienzan las primeras investigaciones con San Francisco Mazapa y Manuel Gamio que comienzan a dar talleres de pintura, obsidiana, carpintería, barro, entre otros a los pobladores del valle de Teotihuacán. Estos talleres e investigaciones realizadas permitieron la diversificación de actividades económicas para los pobladores, sin embargo, también permitió el re-descubrimiento de una de las zonas arqueológicas más importantes del mundo. En 1916 el arqueólogo mexicano inicio por primera vez en el continente americano un estudio integral y multidisciplinario que incluía el análisis y la investigación de los antecedentes geográficos, geológicos, culturales, demográficos y sociales del valle de Teotihuacán en su devenir histórico (Gamio, 1992). Durante esta época el presidente Porfirio Díaz promovió excavaciones arqueológicas en Mitla y Teotihuacán, entre otros lugares de vestigios arqueológicos. Tras los trabajos de exploración, excavación, restauración y conservación que se llevaron a cabo de 1905 a 1910, finalmente el sitio se inauguró al público el 13 de septiembre de 1910 en el marco de las ostentosas celebraciones que Porfirio Díaz organizó para el centenario de la independencia. Desde entonces, Teotihuacán se posiciona como un maravilloso centro religioso y arquitectónico de la región que lleva por título su nombre (Gaxiola, 2017).

En el tema turístico, la zona arqueológica de Teotihuacán, nombrada en 1987 Patrimonio Mundial de la Humanidad, ha sido a través de la historia el principal atractivo ancla de San Martín de las Pirámides. Desde el hecho histórico y cultural de la zona arqueológica se rescatan tradiciones y herencias prehispánicas que fueron incorporadas y preservadas por los habitantes de San Martín de las Pirámides. El turismo en San Martín de las Pirámides cobra importancia a partir de la elaboración de artesanías y su comercialización formando parte de su identidad. Dentro de los atractivos más importantes de la comunidad se encuentran cuatro globo puertos emblemáticos de la región y característicos de San Martín de las Pirámides, sus danzas endémicas, sus fiestas patronales, temazcales, recorridos en bicicleta y cuatrimotos por la zona y la producción de agroindustrias. En los últimos años el turismo en

la comunidad de San Martín de las Pirámides ha crecido paulatinamente generando fuentes de empleo y dando sustento a familias de la región.

Ilustración 6. Globos aerostáticos y zona arqueológica de Teotihuacán. Símbolos de identidad de San Martín de las Pirámides.



Fuente: Diario Contra República, periodismo de investigación, 2019.

Ilustración 7. Fiesta patronal del 11 de noviembre en honor a San Martín Caballero.



Foto: Gerardo Almanza.

Uno de los eventos más importantes celebrados en el Municipio de San Martín de las Pirámides, es la Feria Nacional de la Tuna celebrada por primera vez en 1973 que consiste en una serie de festividades que dan cuenta de la importancia de la tuna. Así mismo, se festeja con eventos deportivos, culturales, musicales y artísticos, así como danzas prehispánicas, conciertos, juego de pelota, teatro del pueblo, gastronomía, comparsas, juegos mecánicos, etc. (Comisión para el Desarrollo Turístico del Valle de Teotihuacán, 2017).

Con base en el Segundo Informe de Gobierno, la Dirección de Turismo y Fomento Artesanal instaló un módulo de información turística en las instalaciones de la Feria de la Tuna. Esta realizó la XLIV edición de la Feria Nacional de la Tuna en 2017, donde se contó con 25 participantes de los que resultaron ganadores 10 artesanos a quienes se les entregó un monto total de \$25,000 pesos.

Para 2019, el presidente municipal de San Martín de las Pirámides Eric Ruiz Medina destacó que se esperaba la llegada de 20 mil visitantes estimando una derrama económica de 6 a 7 millones de pesos durante los cuatro días de actividades (1 al 4 de agosto) entre las que destacan la participación de más de 100 expositores incluyendo variedad de tipos de tuna y numerosos productos alimenticios como jaleas, harinas, conservas, tortillas, licores, gelatinas, bebidas y dulces, así como productos de belleza y cuidado personal (El universal, 2019).

Por otro lado, en lo que respecta a la gestión del turismo en la región, la Comisión para el Desarrollo Turístico del Valle de Teotihuacán (COVATE) registró una donación de bienes que el Gobierno de Estado de México para el evento denominado Experiencia Nocturna en Teotihuacán por 97 millones 805 mil pesos. Este evento cultural multimedia consiste en un recorrido sobre la Calzada de los Muertos, iluminada por más de 100 luminarias tipo LED , en el que los visitantes son asistidos por un audio-guia portátil con información e imágenes de la cultura Teotihuacana en la que recorren 10 estaciones.

Con base en el segundo informe de gobierno, la Dirección de Turismo y Fomento Artesanal del Municipio de San Martín de las Pirámides, reportó haber gestionado y entregado ante IIFAEM, un apoyo económico de \$4,000 pesos para cada uno de los 40 artesanos beneficiados en el municipio. Dicho apoyo estaba destinado para realizar la remodelación a sus talleres y mejorar sus condiciones laborales, debido a que constituye la fuente principal de ingresos aprovechando la cercanía con la zona arqueológica.

La Dirección de Turismo y Fomento Artesanal del Municipio de San Martín de las Pirámides asistió al Tianguis Turístico que se llevó a cabo en Acapulco con la finalidad de promocionar los atractivos y servicios turísticos del pueblo mágico y gestionó ante SECTUR Federal, el Curso de Certificación del Distintivo Moderniza, dirigido a prestadores de servicios turísticos del municipio de San Martín de las Pirámides, además logró obtener un subsidio del 70 por ciento en el costo total de la certificación. Gracias a dichas gestiones se logró la certificación de 10 empresas turísticas. Así mismo, gestionó ante FONATUR el curso Programa de Asesoría y Calificaciones de Proyectos, dirigido a empresarios turísticos donde se benefició a 15 empresas del municipio y dos foráneas.

De acuerdo con Solís (2019) la zona arqueológica de Teotihuacán, registró poca afluencia de visitantes durante la entrada del Equinoccio de Primavera 2019, en contraste con años anteriores que recibieron aproximadamente 90 mil, debido a que este día había caído entre de semana. Durante el día jueves, el registro era de aproximadamente 11 mil 463 visitantes. De acuerdo con Alejandra Sarabia González, directora de la zona arqueológica, señaló que en años anteriores llegaron más de 90 mil visitantes por caer el 21 de marzo en fin de semana.

Ilustración 8. Equinoccio de primavera 2019. Zona arqueológica de Teotihuacán.



Fuente: <https://www.zonaturistica.com/calendario/924/equinoccio-de-primavera-teotihuacan.html>

De acuerdo con Morales (2018), durante el pasado periodo vacacional, el Estado de México obtuvo una derrama económica por 3 mil 554 millones de pesos producto de la visita de 2 millones 800 mil personas a sitios como Toluca, Metepec, Ixtapa de la Sal, Valle de Bravo, Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, argumentando que durante este periodo el 52 por ciento de las personas pernoctaron al menos una noche en la entidad, lo que incrementó su gasto en promedio a mil 269 pesos considerando hospedaje, alimentos y excursiones. De acuerdo con información de la Secretaría de Turismo estatal, el 43 por ciento de los visitantes fueron mexiquenses, 21 por ciento provino de la Ciudad de México y seis por ciento fueron extranjeros, consolidando así a la entidad como el tercer destino que más visitan, donde 76.8 por ciento fueron de Estados Unidos y 4.5 por ciento de Colombia.

Con base en lo anterior, Gudiño (2017) afirma que en 2017 durante los últimos tres días del equinoccio primaveral acudieron a la zona arqueológica de Teotihuacán alrededor de 235 mil

personas, casi 7 mil más personas que el año pasado, se recibieron así 135 mil turistas, de los cuales unos 80 mil fueron nacionales y el resto de diversos países, principalmente de Estados Unidos y el último día asistieron cerca de 100 mil turistas, esto de acuerdo a datos del INAH.

Más de 365 mil visitantes registraron este año las zonas arqueológicas hasta el día 21 de marzo, estos datos fueron arrojados a partir del Operativo Equinoccio de Primavera que implementó el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) en las zonas arqueológicas del país. En Teotihuacán se registraron más de 105 mil 500 visitantes, mientras que Chichén Itzá contó con más de 51 mil visitantes, siendo estas dos zonas las más concurridas en los cinco días de duración del equinoccio (El Universal, 2018).

Sin embargo, a pesar de ser una gran oportunidad de diversificación para la oferta turística nacional y a pesar de que las zonas arqueológicas en territorio mexicano atrae a un promedio de 16.5 millones de visitantes nacionales y extranjeros (4,185,017 en Teotihuacán) y de tener catalogadas más de 50,000 zonas, 158 de ellas abiertas al público, los visitantes que gastan o pernoctan en los pueblos no llegan ni al 5 por ciento (El Milenio, 2018) (Secretaría de Turismo, 2018).

Enrique de la Madrid Cordero, Secretario de Turismo Federal, precisó que en el periodo 2013-2016 se habían invertido más de 760 millones de pesos en obras conjuntas en los nueve Pueblos Mágicos del Estado de México y argumentó que durante el 2015, Teotihuacán recibió la visita de dos millones 800 mil turistas, en tanto que en el primer semestre de 2016 registró una afluencia de dos millones 300 mil visitantes, siendo la zona arqueológica más visitada del mundo, incluso por arriba de la gran Pirámide de Giza en Egipto (Secretaría de Turismo, 2016)

Samara Reyes, Directora de Turismo del Ayuntamiento de San Juan Teotihuacán, argumenta que, *por muchos años la derrama económica era casi de cero, porque las visitas a las Pirámides de Teotihuacán se vendían como una extensión de la estancia en la Ciudad de México, así que el gasto se quedaba en los hoteles y restaurantes de la capital. Han evolucionado y desde hace dos años son Pueblo Mágico, compartiendo la declaratoria con San Martín de las Pirámides.* En este sentido el ayuntamiento enfoca sus esfuerzos en crear

experiencias que provoquen a los visitantes estancias más largas en el lugar (El Milenio, 2018).

A pesar de que los impactos económicos del turismo no siempre serán los mismos; éstos dependen en gran medida de un extenso número de factores, tanto intrínsecos como extrínsecos a las poblaciones receptoras. Algunos de estos factores son el volumen y la intensidad de gasto del turistas en los destinos, el nivel de desarrollo económico en el área local, el grado de interconectividad entre los sectores económicos del destino en los que circula el gasto del turista, el grado en el que el destino se ajusta a la estacionalidad de la demanda turística, entre otros (Monterrubio, 2013).

La tabla siguiente muestra los establecimientos y cuartos de hospedaje por categoría del municipio San Martín de las Pirámides, donde solo hay un estacionamiento y cuartos de hospedaje por categoría del municipio hay un establecimiento de tres estrellas y dos de una estrella. El número de cuartos por estrella es variable en 2007 se contabilizaron 200 cuartos de cuatro estrellas y para el 2015 244, sin embargo, la infraestructura turística del municipio es poca y se encuentra en sus etapas iniciales (Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018).

Tabla 6. Establecimiento y cuarto de hospedaje por categoría del Municipio de San Martín de las Pirámides 2010-2015.

AÑO	ESTABLECIMIENTO POR ESTRELLA					CUARTOS POR ESTRELLA				
	CINCO	CUATRO	TRES	DOS	UNA	CINCO	CUATRO	TRES	DOS	UNA
2007	0	1	0	0	0	0	200	0	0	0
2008	0	1	0	0	0	0	239	0	0	0
2009	0	1	0	0	0	0	239	0	0	0
2010	0	1	0	0	0	0	239	0	0	0
2011	0	1	0	0	2	0	230	0	0	0
2013	0	1	0	0	2	0	230	0	0	0
2014	0	1	0	0	2	0	230	0	0	0
2015	0	1	0	0	2	0	244	0	0	0

Fuente: IGECEM, Dirección de Estadística con información de la Secretaría de Turismo. Dirección General de Turismo, 2008-2015. Sacado del Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018.

San Martín de las Pirámides ha sido incorporado al Programa Federal de Pueblos Mágicos lo que lo hace susceptible de una serie de beneficios y apoyos que tienen como objetivo el fin y desarrollo del municipio como centro receptor de turismo y la generación de productos turísticos (Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018). El Programa Pueblos Mágicos contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el

imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros. Más que un rescate, es un reconocimiento a quienes habitan esos hermosos lugares de la geografía mexicana y han sabido guardar para todos, la riqueza cultural e histórica que encierran. Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin, magia que emana en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico, para lo cual serán consideradas aquellas localidades que cuenten con una población base de 20,000 habitantes (Secretaría de Turismo, 2016).

Al encontrarse dentro de la región de Teotihuacán, el Municipio de San Martín de las Pirámides, cuenta con un importante valor histórico ya que se calcula que el territorio de la Cultura Teotihuacana se extendía considerablemente, por lo que bien existen bases piramidales y piezas de valor que aún no han sido exploradas. La parte sur de la Cabecera Municipal, principalmente a partir del Torrente Piedras Negras, que colinda con la zona arqueológica, se encuentra dentro del perímetro B determinado por el INAH, lo cual implica una clara restricción en el crecimiento hacia ese lugar. El resto del Municipio se encuentra dentro del perímetro C, de la zona arqueológica de Teotihuacán, con menores restricciones y una mayor facilidad de crecimiento (Plan Municipal de Desarrollo Urbano, 2003).

Así mismo, en el Municipio existen zonas con vestigios arqueológicos sin explorar que no están protegidas, lo que da la posibilidad de realizar aún hallazgos, el saqueo y el mercado negro de piezas (Plan Municipal de Desarrollo Urbano, 2003).

Entre las pocas obras de arquitectura que pueden catalogarse como patrimonio histórico, se encuentran dos Ex Haciendas; la de Tlacatecpán, una casona que ha sido reconstruida respetando su trazo original, pero que actualmente es propiedad privada y no hay acceso a ella. También se encuentran las ruinas de la Ex Hacienda de San José Cerro Gordo, cuyo casco ha sido invadido por alrededor de cinco familias y que actualmente se encuentra en muy mal estado (Plan Municipal de Desarrollo Urbano, 2003).

En cuanto a la arquitectura religiosa, la Parroquia de San Martín, perteneciente a los siglos XVI y XVII, es uno de los atractivos del Municipio. La fachada y el campanario tienen un

carácter antiguo, a pesar de que probablemente no sean originales. El altar fue decorado en madera tallada, pero en la actualidad es de cantera recubierta de granito, las columnas de cantera están decoradas de oro. En la localidad de Santiago Tepetitlán, se observa en su Plaza Principal la iglesia que data del siglo XVII, consagrada a Santiago Apóstol. De igual forma, las localidades de Tezompa, la Capilla de la Purísima Concepción en Santa María Palapa y San Pablo Ixquitolán, cuentan con templos catalogados por el INAH como Patrimonio Cultural (Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018).

CAPÍTULO 3 PROCESO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

Con base en los apartados anteriores y la información obtenida se estableció como objetivo de la presente investigación conocer cómo se construye la experiencia turística de los habitantes de San Martín de las Pirámides y el impacto que tiene en su vida cotidiana.

3.1 Metodología Cualitativa

Siguiendo la naturaleza de la investigación y de acuerdo con la información dada en apartados anteriores, se ha definido utilizar el enfoque metodológico cualitativo. La investigación cualitativa está influida por dos corrientes epistemológicas: La *hermenéutica* y la *fenomenología* (Martínez, 2011 citado en Ramos, 2018). Para la perspectiva fenomenológica y, por tanto, para la investigación cualitativa es esencial experimentar la realidad tal como otros la experimentan. Para el fenomenólogo la conducta humana, lo que la gente dice y hace, es producto del modo en que define su mundo (Taylor & Bodgan, 1984).

Para Fernández y Díaz (2002 citado en Ramos, 2018) y Hernández, Fernández y Baptista (2010 citados en Ramos, 2018) la investigación cualitativa tiene su origen en las ciencias sociales gracias a Max Weber, quien propone un método híbrido, con herramientas como los tipos ideales. Weber pretendía elaborar el conocimiento científico de los fenómenos sociales, tratando de introducir la racionalización conceptual en forma eficaz, pero ante la singularidad de los fenómenos sociales y la generalización de los conceptos, sugirió la construcción mental de una serie de conceptos que acentúen, exalten uno o más rasgos de la observación de la realidad, lo que constituye un “tipo ideal” que establezca relaciones causales entre los distintos elementos de la realidad (Pantoja, 1996). El tipo ideal en palabras del mismo Max Weber:

“No constituye una exposición de la realidad, pero quiere proporcionar medios de expresión unívocos para representarla. Consiste, pues, en la idea de la organización moderna de la sociedad, históricamente dada... idea elaborada por nosotros siguiendo los mismos principios lógicos con que se ha construido... Sé los obtiene mediante el realce unilateral de uno o varios puntos de vista y la reunión de una multitud de fenómenos singulares, difusos

y discretos, que se presentan en mayor medida en unas partes que en otras o que aparecen de manera esporádica, fenómenos que encajan en aquellos puntos de vista, escogidos unilateralmente, en un cuadro conceptual en sí unitario'' (Pantoja, 1996, p. 185).

En otras palabras, este método trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades y su estructura dinámica, es decir, esta investigación se enfoca en comprender y profundizar los fenómenos y explorarlos desde la perspectiva de los participantes (Ramos, 2018).

De acuerdo con Castillo Néchar & Cortés Lozano (2006), la investigación cualitativa parte de la idea de que existen métodos tan válidos como el experimental del enfoque positivista y que la realidad social no puede ser explicada a partir de parámetros de las ciencias naturales, ya que como se vio anteriormente la realidad se construye socialmente.

La investigación cualitativa argumenta que, dada la intervención constante del hombre con su entorno, el hombre no puede ser completamente objetivo en la construcción del conocimiento debido a que tanto el sujeto como objeto de conocimiento comparten un contexto particular, en donde, existen intereses encontrados en la concepción o cosmovisión del mundo. Bajo este panorama la metodología cualitativa también utiliza como base epistemológica el historicismo y el interaccionismo simbólico que atribuye una importancia primordial a los *significados sociales* que las personas asignan al mundo que los rodea, haciendo énfasis en el actor individual, a través de la descripción y comprensión interpretativa de la conducta humana, en el propio marco de referencia del individuo o grupo social que actúa (Cook & Reichardt, 1995; Taylor & Bodgan, 1984).

De acuerdo con Denzin & Lincoln (1994a citados en Valles 1999), la investigación cualitativa significa cosas diferentes en cada uno de los periodos históricos. Por ello establecen cinco momentos que operan simultáneamente en el presente. En el primer periodo *tradicional (1900-1950)* centrado en la etnografía clásica, los investigadores cualitativistas escribían relatos “objetivos” de las experiencias en campo, reflejando el paradigma positivista, preocupados por ofrecer en sus escritos interpretaciones válidas, fiables y objetivas. Dentro de este periodo surgen figuras como Bronislaw Malinowski y Radcliffe-Brown. Para este último, como para Durkheim, el comparar a los grupos sociales con un

organismo es fundamental para establecer las condiciones necesarias para la existencia de cada sociedad (Pantoja, 1996). El segundo periodo *modernista (1959-1970)*, se distingue por los numerosos esfuerzos de formalización de los métodos cualitativos, en el que destacan figuras como Glaser & Strauss, 1967; Filstead, 1970; Lofland & Lofland, 1971; Bodgan & Taylor, 1975, entre otros. El siguiente periodo se denomina *el momento de los géneros desdibujados o borrosos (1970-1976)*, porque los límites entre las ciencias sociales y las humanidades se habían *desdibujado*. Los investigadores sociales buscan en la semiótica o en la hermenéutica nuevas teorías y métodos de análisis. Surge una gran variedad de nuevos enfoques: posestructuralismo (Barthes), neo-positivismo (Phillips), neo-marxismo (Althusser), descriptivismo micro-macro (Geertz), teorías rituales del drama y la cultura (Turner), deconstruccionismo (Derrida), etnometodología (Garfinkel), entre otros. Geertz (1973; 1983) en este periodo invita al replanteamiento de las formas de representación (escritura) y de legitimación (criterios de evaluación) de las etnografías, en un periodo presidido por perspectivas más pluralistas e interpretativas (postpositivismo, constructivismo) que los viejos enfoques funcionalistas, conductivistas, positivistas en general. El cuarto periodo que distinguen Denzin y Lincoln (1994^a citados en Valles, 1999) surge de la fase anterior, considerándose una maduración de la misma, se aboga por unos modos de realización y presentación de la investigación etnográfica más reflexivos y críticos con cuestiones descuidadas relativas al género, la raza, o la clase social del investigador. La crisis que enfrentan los investigadores sociales en este momento se explica desdoblándola en una crisis de *representación*, por un lado, y de *legitimación*, por otro. La crisis de representación significa que se pone en cuestión una presunción que era básica en la investigación cualitativa anterior: la posibilidad misma de que el investigador haga acopio directo de la experiencia vivida. Dicha experiencia, se sostiene ahora, "es creada en el texto social escrito por el investigador". La crisis de legitimación, por su parte, implica la revisión de unos criterios considerados caducos para evaluar los diseños y los resultados de la investigación cualitativa. Se trata de los conceptos tradicionales de validez y fiabilidad. La cronología de Denzin y Lincoln culmina con el periodo que denominan *postmoderno* que descubre y redescubre nuevos modos de investigar cualitativos.

De acuerdo con Ray Rist (1977 citado en Taylor & Bodgan 1984), la metodología cualitativa consiste en más que un conjunto de técnicas para recoger datos. Es un modo de encarar el

mundo empírico a través de la inducción desarrollando conceptos, intelecciones y comprensiones que parten de la pauta de los datos, y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidas. En la metodología cualitativa el investigador ve al escenario y a las personas en una perspectiva holística, no son reducidas a variables sino consideradas como un todo, trata de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas, suspendiendo o apartando creencias propias, perspectivas o predisposiciones, nada se da por sobreentendido, no busca la verdad ni la moralidad, sino una comprensión detallada de las perspectivas de otras personas, pues para el investigador cualitativo todas las perspectivas son valiosas.

La recopilación de la información suele ser flexible ya que se da a partir de un proceso interactivo continuo. La metodología cualitativa brinda la oportunidad de percibir la vida social como una creatividad compartida de los individuos y el hecho de que sea compartida determina una realidad percibida como objetiva, viva y cognoscible para todos los participantes en la interacción social y por otro lado el mundo social es dinámico, cambiante y susceptible a múltiples realidades (Cook & Reichardt, Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa, 1995)

3.2 Técnicas

De acuerdo con Domínguez (2007), la investigación cualitativa es un tipo de investigación formativa que cuenta con técnicas especializadas para obtener respuesta a fondo de lo que las personas piensan y sienten. Cuenta con varias técnicas para la obtención de datos, como:

- ❖ **Observación:** Técnica clásica de investigación científica, siendo la manera básica por medio de la cual obtenemos información acerca del mundo, sin embargo, debe tener un propósito específico, debe ser planeada cuidadosamente y sistemáticamente, debe llevarse por escrito, un control cuidadoso de la misma, debe especificarse su duración y frecuencia, así como, seguir los principios básicos de confiabilidad y validez. Además, debido a su utilidad, es un método que puede utilizarse, junto con otros, para recabar información. Además de lo anterior, planear la observación implica que el investigador defina a que nivel de profundidad la va a realizar. En otras palabras, debe tenerse claridad acerca de sí se va a aplicar una observación exploratoria, descriptiva, focalizada o

selectiva. Cada una de ellas depende del grado en el cual se involucra el investigador y que instrumentos diseña para registrar la información obtenida. En este sentido se trata de la participación, que puede ser: observar participando, observar para participar u observar y participar (Pick & López, 1994; Martínez, 2007).

- Observación participante y observación no participante: Determinada por el hecho de que el observador participa o no participa de manera activa dentro del grupo que se está estudiando. En el caso de la observación participante, el investigador se identifica con el grupo de tal manera que éste lo considera como uno más de sus miembros. Así mismo, consiste en la observación del contexto desde la participación no estructurada del propio investigador, proporcionando datos descriptivos de los acontecimientos, las personas y las interacciones que se observan, pero también, las vivencias, las experiencias y la sensación de la propia persona que observa (Ibáñez e Iñiguez, 1996 citados en Castillo Néchar & Cortés Lozano, 2006; Pick & López, 1994).
- ❖ Grupos Focales: Consiste en la reunión de un grupo pequeño de personas para obtener información, con un formato de conversación que estimule al debate. Al seleccionar grupos de personas con características similares, puede dirigirse el tema de discusión por la vía más conveniente para el estudio, además al estar en constante interacción y expuestos entre sí, se puede lograr que las personas más tímidas se abran a opiniones y comentarios enriqueciendo así la información de los resultados (Ibáñez e Iñiguez, 1996 citados en Castillo Néchar & Cortés Lozano, 2006; Domínguez, 2007).
- ❖ Entrevistas: Puede definirse como la relación personal entre uno o más sujetos, en la cual uno de ellos, el entrevistado, posee determinada información que proporcionará a otro sujeto, el entrevistador. En la entrevista hay mayor flexibilidad, y el entrevistador puede hacer modificaciones en el formato de las preguntas sin cambiar el sentido de las mismas, siendo esta la mayor desventaja que puede presentar. A diferencia del cuestionario, siempre existe una relación personal entre el entrevistado y el entrevistador. Se dice personal porque el entrevistador siempre visita al entrevistado en lugares donde se sienta cómodo. Se utiliza para obtener información sobre el punto de vista y la experiencia de los entrevistados. Puede variar por el número de participantes (individual o grupal), por

su profundidad (cuando se carece de información respecto al área de interés) y por su nivel de estructuraciones (abiertas, estructuradas o semiestructuradas) (Pick & López, 1994; Iñiguez ,1999 citado en Ramos, 2018; Taylor & Bodgan, 1984).

- ❖ **Historia de vida (relatos o historia oral):** Consiste en recuperar los testimonios orales de las personas que protagonizaron un hecho histórico. Estudia las formas de vida de una persona o comunidad. Algunos temas que estudia son: hábitos particulares, colectivos, cuentos populares, leyendas, canciones, refranes y prácticas domésticas. Para recoger esa información se hace uso de la entrevista en profundidad, el análisis de textos, entre otros (Castillo Néchar & Cortés Lozano, 2006).
- ❖ **Análisis del discurso:** Estudio de cómo las prácticas lingüísticas mantienen y promueven ciertas relaciones sociales. Pretende sacar a luz el poder del lenguaje como práctica constituyente y regulativa (Ibáñez e Iñiguez, 1996 citados en Castillo Néchar & Cortés Lozano, 2006).
- ❖ **Etnografía:** Método desarrollado inicialmente por la antropología cultural. Permite la aprehensión de los significados culturales del grupo social que se analiza mediante el uso de la observación participante, la entrevista en profundidad, el análisis de textos y documentos, entre otras técnicas (Ibáñez e Iñiguez, 1996 citados en Castillo Néchar & Cortés Lozano, 2006).

3.3 Descripción del proceso

Para la recolección de datos de este trabajo de investigación se utilizaron dos técnicas fundamentales: la *Observación no participante* y la *Entrevista semi-estructurada*, las cuales ayudaron a registrar mediante la transcripción de las entrevistas y el registro de los aspectos observados las experiencias turísticas de los habitantes de San Martín de las Pirámides.

Para la observación no participante se tomaron en cuenta los siguientes puntos:

- Datos de control: Situación, fecha, hora, participantes, lugar.

- Tema principal a observar y descripción del suceso: ¿Qué está sucediendo?, ¿Dónde está ocurriendo?, ¿Quiénes están presentes?, ¿Qué están haciendo?, ¿Cómo interactúan?, ¿Qué piensan las personas?
- Explicación o especulaciones del por qué está sucediendo.
- Explicaciones alternativas o reporte de sucesos similares.
- Generación de preguntas a responder con base en lo observado.

Posteriormente se diseñaron las siguientes categorías con la operacionalización en donde se determinaron las dimensiones que aborda la experiencia turística con base en las diversas propuestas teóricas expuestas en el capítulo uno. En ellas se muestran las subdimensiones y las categorías tomadas en cuenta para este trabajo con el objetivo de establecer ítems, fuentes de información e instrumentos a utilizar para la recolección de la información.

CONCEPTUALIZACIONES	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	CATEGORIAS	ITEMS	FUENTES	INSTRUMENTOS
Experiencia Turística	Emocional	Dirección psicológica	Positiva (asociado a sentimientos de placer)	<i>¿Cómo describiría la actitud de ustedes como pueblo mágico hacia el turismo que llega aquí?</i>	LOCATARIOS COMERCIANTES	ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA
			Negativa (asociado a sentimientos displacenteros)	<i>¿Considera que la actividad turística que se ha desarrollado en San Martín ha sido buena o mala para la comunidad?</i>	SERVIDORES PUBLICOS DEL PUEBLO AUTORIDADES ECLECIATICAS ARTESANOS HABITANTES SIN Y CON RELACION	OBSERVACIÓN NO PARTICIPATIVA
		Grado de Profundidad	Momentos simples	<i>¿El turismo ha traído momentos memorables o significativos a su vida o a la vida de los habitantes de San Martín?</i>	DIRECTA O INDIRECTA CON EL TURISMO	
			Momentos especiales			

		Impacto	Cambiante	<p><i>¿Considera que el turismo ha cambiado significativamente el modo de vida de la comunidad de San Martín de las Pirámides?</i></p> <p><i>¿Ha cambiado su forma de ver la vida a partir de la interacción que ha tenido con el turismo?</i></p>		
			Persistente			

	Físico	Entorno	Diversificación de ambientes	<p><i>¿considera usted que ha cambiado el entorno físico de San Martín de las Pirámides a partir del turismo?</i></p> <p><i>¿Ha participado usted en algunas de las actividades que se realizan durante las festividades del pueblo?, ¿Cómo ha sido su participación?</i></p>		
			Autenticidad	<p><i>¿Se encuentran satisfechos con el desarrollo que ha traído el turismo a la comunidad de San Martín?</i></p>		
			Desarrollo local			
			Calidad de vida de los residentes (económico, social, cultural, seguridad, etc.)	<p><i>¿Considera que el turismo ha mejorado la calidad de vida de los habitantes de</i></p>		

			Interacción con el ambiente físico	<p><i>San Martín?, ¿Ha mejorado su calidad de vida por medio del turismo?, ¿en qué aspectos?</i></p> <p><i>¿Con que frecuencia interactúa con los turistas?, ¿Cómo describe la interacción que ha tenido con los turistas?</i></p> <p><i>¿Cómo ha sido su interacción con los mismos habitantes de la comunidad?</i></p> <p><i>¿Cómo es la interacción (relación) que tiene con el turismo?</i></p>		
			Interacción social			

		Productos y Servicios	Diversificación de productos y servicios	<p><i>A parte de las festividades y las danzas que se realizan, ¿Qué otros atractivos o actividades turísticas tiene San Martín?</i></p> <p><i>¿Ha participado en alguna de estas actividades o ha tenido interacción con esos otros atractivos?, ¿Cómo ha sido esa participación?</i></p> <p><i>¿Cómo ha sido la relación de ustedes con las empresas turísticas que ofrecen sus servicios en las Pirámides?</i></p>		
			Calidad de productos o servicios			
			Actividades de ocio disponibles			
			Organizaciones o empresas públicas o privadas del turismo			

		Percepción de la comunidad sobre las expresiones corporales de los visitantes	Expresiones faciales Posturas Corporales (Proporcionan indicios para inferir sentimientos)	<i>¿Cómo ha sido el trato de los turistas con ustedes?</i>		
	Espiritual	Empoderamiento cultural	Conocimiento sobre sus tradiciones y costumbres y sobre la historia del lugar	<i>¿Cuáles son las festividades y las danzas más importantes que se celebran aquí en el pueblo de San Martín?</i> <i>Las festividades que se hacen en San Martín, ¿Siguen conservando su esencia de cuando empezaron? ¿Cuál es el significado que tiene para usted las festividades que se realizan en San Martín?</i>		
			Preservación de sus tradiciones y costumbres			
			Actividades y festividades endémicas de la región			

		Representación y simbolismo cultural a través de festividades y artesanías	Valor intrínseco e intangible que se le da a las artesanías que fabrican y a las danzas de la región	<i>¿Ha participado en las actividades que se llevan a cabo en las festividades?, ¿Cómo ha sido esa participación?</i>		
	Intelectual	Cognición, aprendizaje y entendimiento del turismo		<i>¿Cuál ha sido el aprendizaje más significativo que le ha dejado la interacción con el turismo?</i> <i>¿Cuál sería el aspecto más positivo que le ha traído el turismo a su vida?</i>		

3.4 Descripción del trabajo de campo

La estrategia que se utilizó para la selección de informantes fue un muestreo intencional o por conveniencia eligiendo personas de 18 años en adelante que de preferencia radicarán o fueran originarios de San Martín de las Pirámides con el objetivo de tener perspectivas

diversas de los habitantes. Se realizaron un total de diez visitas a la comunidad en donde se obtuvieron cuatro guías de observación y quince entrevistas con la siguiente información;

- Diez hombres y cinco mujeres de entre 19 y 62 años.
- Se entrevistaron a cuatro artesanos, una empleada del INAH, tres estudiantes, una ama de casa, tres funcionarios públicos, un profesor de nivel primaria y un empleado de hotel.
- Tiempo de duración de las entrevistas: desde 11 minutos hasta 1 hora con 20 minutos.
- Todas las entrevistas fueron grabadas y transcritas para su posterior análisis.

Los primeros acercamientos con la comunidad de San Martín de las Pirámides fueron realizados los días 04 de noviembre, 10 de noviembre y 11 de noviembre de 2018. Durante estos días se hicieron las guías de observación (Anexo 2) y la prueba piloto de la entrevista semiestructurada (Anexo 1).

Posteriormente al primer acercamiento con la comunidad de San Martín de las Pirámides y a la aplicación de instrumentos de investigación se realizó un segundo acercamiento a la comunidad con el comité revisor, profesores y compañeros alumnos durante los días 24 y 25 de marzo de 2019 con el objetivo de aplicar trabajo de observación y aplicación de entrevistas con los instrumentos corregidos.

Durante este segundo acercamiento se realizaron ocho entrevistas con duración de más de 40 minutos por cada una en donde al terminar y analizar la información se encontraban datos e información repetitiva por lo que se determinó que comenzaba a haber saturación de información.

El procesamiento de la información fue realizado con el apoyo de un software llamado MAXQDA que permite un mayor manejo y administración de la información obtenida.

3.5 Técnicas de análisis de la información

Para el análisis de la información cualitativa es posible utilizar la tradición lingüística que incluye el análisis narrativo, el análisis conversacional, el análisis de ejecución, y el análisis lingüístico que trata al texto como un objeto de análisis en sí mismo, y la tradición sociológica que incluye palabras o frases generadas por medio de técnicas de elicitación sistemática y textos libres como las narrativas, discursos y respuestas a entrevistas no estructuradas o semi-estructuradas (preguntas abiertas) que tratan al texto como una ventana de la experiencia humana (Fernández, 2006). De acuerdo con Fernández (2006) existen varios métodos para analizar textos libres que incluyen palabras clave en contexto y la reducción de textos en códigos. De acuerdo con Gibbs (2010), los códigos proporcionan un foco para pensar sobre el texto y su interpretación (p. 66). Es el proceso mediante el cual se agrupa la información obtenida en categorías que concentran ideas, conceptos o temas similares descubiertos por el investigador (Rubin & Rubin, 1995 citados en Fernández, 2006). Sin embargo, la codificación requiere identificar trozos de texto que representen un punto de vista teórico, analítico y descriptivo. A nivel de organización, es necesario categorizar esos diferentes tipos de trozos de texto con el objetivo de extraer y agrupar rápidamente segmentos o apartados relacionados con las preguntas de investigación. El agrupar y desplegar segmentos por categorías, sienta las bases para elaborar conclusiones (Fernández, 2006; Gibbs, 2010).

Para el análisis de la presente investigación se utilizó el enfoque de Gibbs (2010) quien retoma algunas ideas de Strauss y Corbin (1990 citados en Gibbs, 2010) el cual centra su atención en generar inductivamente ideas teóricas a partir de los datos en contraposición a la comprobación de teorías especificadas de antemano. Dicho enfoque divide la codificación en tres etapas:

1. Codificación abierta, en la que se lee el texto de manera reflexiva para identificar categorías pertinentes.
2. Codificación axial, en la que las categorías se precisan, se desarrollan y se relacionan o interconectan.
3. Codificación selectiva, en la que la categoría central que une todas las demás en la teoría, forma una historia que se identifica y relaciona con otras categorías.

De acuerdo con Gibbs (2010) la codificación abierta permite establecer comparaciones y formular nuevas preguntas en el proceso, intentando establecer códigos teóricos o analíticos más profundos y precisos. Strauss & Corbin (1990 citados en Gibbs, 2010) proponen técnicas como: *el análisis de la palabra, frase u oración* en donde se escoge una palabra o frase significativa y se enumeran sus diversos o posibles significados. *La técnica de los extremos (flip-flop)* que consiste en comparar los extremos de situaciones específicas en donde los informantes se encuentran inmersos. *Las comparaciones sistemáticas* que ofrecen la posibilidad de plantear preguntas que van enfocadas a formular teorías acerca de si las circunstancias, las personas o el contexto fueran diferentes, identificar las diferencias y las similitudes de los acontecimientos o tomar elementos clave para asociarlos con otras partes del texto. En este punto, la codificación debe mantenerse fundamentada en los datos de la transcripción reflejando la opinión de los entrevistados, más no aceptarla como irrefutable (Gibbs, 2010).

Por otro lado, Huberman & Miles (2000 citados en Lévano, 2007) proponen tres subprocesos vinculados entre sí para realizar el análisis de la información:

1. La *reducción de datos*. Orientada a selección y condensación. Se realiza anticipadamente al elaborar el marco conceptual, definir preguntas, seleccionar participantes y los instrumentos de recogida de información.
2. La *presentación de los datos*. Orientada a facilitar la mirada reflexiva del investigador a través de presentaciones concentradas, como pueden ser resúmenes estructurados, sinopsis, croquis, diagramas, entre otros.
3. La *elaboración y verificación de las conclusiones*, en la que se utilizan una serie de tácticas para extraer significados de los datos, como pueden ser la comparación/contraste, el señalamiento de patrones y temas, la triangulación, la búsqueda de casos negativos, etc.

De acuerdo con Lévano (2007), una de las ventajas que generalmente se le han atribuido a la investigación cualitativa es la aparente falta de validez y confiabilidad que tiene. Por otro lado, Castillo & Vásquez (2003 citados en Lévano 2007) aseguran que una de las preguntas que el investigador se hace durante toda la investigación es: ¿Cómo garantizar el rigor del trabajo científico? Y ¿Cómo otros investigadores juzgarán el rigor de la investigación

realizada? En este sentido, los criterios que comúnmente se utilizan para evaluar la calidad científica de un estudio cualitativo y, por ende, su rigor metodológico son la dependencia, credibilidad, auditabilidad y transferibilidad (Guba & Lincoln, 1989 citados en Lévano, 2007; Véase también Gibss, 2010; Rodriguez, Lorenzo & Herrera, 2005).

De acuerdo con Lévano (2007):

- ❖ *La dependencia o consistencia lógica* se refiere al grado en que los investigadores generan resultados equivalentes a partir de la recolección de datos similares en campo efectuando los mismos análisis ya sea de manera interna (diversos investigadores generan temas similares con los mismos datos) o externa (diversos investigadores generan temas similares en el mismo ambiente y periodo, pero cada quien recaba sus propios datos).
- *La credibilidad* se logra cuando el investigador, a través de la interacción con los participantes de estudio, produce hallazgos que resultan ser verdaderos para las personas que fueron estudiadas y para otras personas que han experimentado o han estado en contacto con el fenómeno investigado.
- *La auditabilidad* también llamada *confirmabilidad*, se refiere a la habilidad de otro investigador de seguir la pista o la ruta de lo que el investigador original ha hecho.

La transferibilidad se refiere a la posibilidad de extender los resultados del estudio a otras poblaciones.

CAPÍTULO 4 LA EXPERIENCIA DEL TURISMO DE LOS HABITANTES DE SAN MARTÍN DE LAS PIRÁMIDES

Los resultados de la investigación se presentan en cuatro apartados: dimensión emocional, dimensión física y social, dimensión económica e intelectual. El capítulo se desarrolla con temas de interés encontrados en los testimonios que corresponden a alguna de las dimensiones ya antes mencionada como la historia de la comunidad (costumbres, tradiciones y datos de interés) y su cercanía con la zona arqueológica; percepciones de los habitantes sobre del turismo que se desarrolla en la comunidad; significaciones de sus tradiciones como atractivo turístico; participación de la comunidad en eventos realizados; interacción con los turistas; cambios en el entorno físico y social de la comunidad; experiencias o vivencias memorables o significativas narradas con relación al turismo o a sus atractivos turísticos; cambios en su forma de vida; opiniones sobre la declaratoria de pueblo mágico, así como, el nombramiento de la zona arqueológica de Teotihuacán Como Patrimonio Cultural de la Humanidad. De esta manera se muestran las experiencias turísticas que los habitantes de la comunidad han vivido, así como su percepción y opiniones acerca del turismo que se ha desarrollado en la región.

4.1 Dimensión emocional

La experiencia turística encuadra e impacta directamente en el mundo de las emociones, donde predominan la sensibilidad y la afectividad que nace de la interpretación de las situaciones, no de las situaciones en sí mismas implicando de esta manera una relación estrecha con los recuerdos y las memorias. Dentro de este punto también se tomaron en cuenta las direcciones psicológicas asociadas con situaciones que los informantes vivieron o se encuentran viviendo y que son asociadas con sentimientos de placer o sentimientos displacenteros, así como, los cambios que ha provocado en su forma de vivir o de interpretar la vida.

Los informantes narran a partir de sus recuerdos que la comunidad de San Martín de las Pirámides nunca ha sido vista como un lugar turístico, sino como un lugar al que llegaban turistas, principalmente extranjeros, por "accidente" o por el trabajo recomendado de los artesanos de la región. El trabajo de los artesanos en esta comunidad ha sido una de las

principales actividades desde sus inicios. En el siguiente testimonio ejemplifica estos aspectos:

De manera muy personal nunca vi a San Martín como un lugar turístico que yo dijera... ¡ah sí turismo aquí en San Martín! la verdad es que no, lo veía desde la zona arqueológica, [...] pero de inicio y creo que le pasa a muchos de la comunidad es voltear a los lados y decir aquí no hay turismo, no hay con que hacer turismo, a lo mejor ya en estas últimas fechas no tanto porque ya hay muchas actividades que se generan en base a... pero hace unos años eso no existía (Angélica Benítez, 34 años, Directora de Turismo de San Martín de las Pirámides).

Lo anterior muestra cómo a partir de las convicciones interpersonales y sociales los informantes otorgan atributos a un momento o lugar determinado como lo es la convicción que tiene la comunidad al considerar a San Martín de las Pirámides como un lugar en donde no hay desarrollo turístico y en donde no pasan los turistas (Paul Watzlawick, 1988 citado en Bedoya & Arango, 2012), esto puede ser entendido a partir de la afirmación “creo que les pasa a muchos de la comunidad” identificando ciertas generalidades en el modo en que los habitantes ven a San Martín de las Pirámides “como un lugar en donde no pasa el turismo”. Algunos informantes describen a los primeros turistas que llegaban a la región como gente más conservadora que cuidaban más las cosas y con mayor conciencia del lugar que estaban visitando. Por otro lado, durante los primeros acercamientos con la comunidad se recibieron múltiples comentarios de locatarios y personas de la comunidad que es muy poco el turismo que llega y que se genera en la comunidad.

Específicamente aquí en San Martín de las Pirámides el rezago turístico fue muy fuerte. Yo le calculo de unos diez años parcialmente los prestadores de servicio o empresarios fueron los que fueron llevando el turismo a flote (Eduardo Meza, 23 años, Coordinador de Turismo de San Martín de las Pirámides).

Insisto, de la cantidad de turismo que llega a la zona arqueológica cada semana, pues no sé qué porcentaje tengamos visitando San Martín. Creo que es mínima, todavía nos falta captar más el turismo, también hay una situación ya que mucho del turismo que llega viene por agencias turísticas, que ya tienen un horario programado

y lugares específicos, entonces no... aquí el que viene es el turismo que viene más por su cuenta (Israel Juárez, 44 años, prestador de servicios turísticos).

De acuerdo con Luckmann (1999 citado en González Damián, 2011), cuando se habla de la realidad se habla desde el conocimiento. En los testimonios anteriores podemos identificar que los informantes conocen y describen la situación turística de la comunidad con base en lo que sus experiencias y su conocimiento les han permitido identificar. Por otro lado, vale la pena mencionar que algunos informantes describen un crecimiento en la afluencia turística, sin embargo, otros informantes afirmaron que a pesar de haber un crecimiento paulatino y casi imperceptible no han encontrado diferencias significativas en materia turística. Lo mencionado anteriormente puede sugerir la idea de que la actividad turística solo refleja beneficios a las personas dedicadas directa o indirectamente al turismo dejando de lado al resto de la comunidad de San Martín de las Pirámides que se dedican a otras actividades económicas.

Por otro lado, a pesar de que no consideran a San Martín de las Pirámides como un sitio turístico ha sido importante para la mayoría de los informantes expresar su agrado con la llegada de turistas y su deseo por aumentar el número de visitas, así como, alcanzar el desarrollo turístico de la comunidad, principalmente por el aspecto económico. En este sentido se identificaron otros aspectos como el deseo por dar a conocer su cultura, sus tradiciones y sus atractivos y, entre otros, el crecimiento paulatino, pero constante del turismo en la comunidad, asegurando que San Martín de las Pirámides tiene todo para poder ser un destino turístico.

[...] por un lado, que sepan que existe San Martín y, por otro bueno, lo que te mencionaba, un turista en el momento en que pisa San Martín, pues va a dejar una derrama económica y eso es lo que de alguna manera va a alimentar al pueblo y por eso se están creando cosas, los artesanos están preocupados, los tuneros están preocupados, entonces se tienen que crear cosas para que la gente llegue y se vaya contenta también (José Antonio, 56 años, Director de Casa de Cultura de San Martín de las Pirámides).

[...] convives con personas de diferentes culturas, hay un intercambio... en fin, es muy enriquecedor y además de esto te dejan una derrama económica en donde te beneficia a ti y tú a la vez a tus proveedores, que habemos muchos proveedores que son locales, gente que trabajan calidad y que están preocupados también por eso (Israel Juárez, 44 años, prestador de servicios turísticos)

Lo anterior muestra una relación intersubjetiva entre los sucesos interpretados por los habitantes y el contexto desde donde se está narrando la situación actual de la comunidad (Gergen, 2007).

De acuerdo con los informantes se destacan acontecimientos importantes y, en general, agradables con relación a sus recursos culturales y sus atractivos turísticos. Uno de ellos y tal vez uno de los más emblemáticos para los habitantes fue la creación de los globopuertos como un ícono y emblema de San Martín de las Pirámides. Cabe mencionar que de acuerdo con los informantes el primer globopuerto fue creado por un habitante de San Martín de las Pirámides, y que, al ver la aceptación de los turistas, algunas empresas extranjeras decidieron crear más globopuertos. Actualmente San Martín de las Pirámides cuenta con cuatro de los seis globopuertos y solo uno de ellos es de un sanmartinense.

Cuando comenzó a generar este boom de los globos, donde de la nada, un fin de semana levantabas la vista y veías 15 a 20 globos en el cielo y era un espectáculo impresionante o que está amaneciendo y ves los globos... creo que esas cosas han empezado a ir generando vínculos y que la gente empieza a querer hacer actividades relacionadas con el turismo (Angélica Benítez, 34 años, Directora de Turismo de San Martín de las Pirámides).

Personalmente sí me ha traído muy bonitos recuerdos, de verdad, que ver amanecer con globos es algo maravilloso que no se tiene todos los días, levantarte, subirte a tu azotea y ver las pirámides es otro rollo (Eduardo Meza, 23 años, Coordinador de Turismo de San Martín de las Pirámides).

Los recuerdos son el factor más relevante para obtener información, destilando vivencias lo suficientemente importantes para ser almacenadas en la memoria a largo plazo (García-Mas

& García Mas, 2005). De acuerdo con los testimonios anteriores se pueden identificar algunas palabras como, por ejemplo: “es algo maravilloso”, “es algo que no se tiene todos los días” o “esas cosas han comenzado a generar vínculos” que demuestran cómo los habitantes de la comunidad de San Martín de las Pirámides han atribuido un significado y símbolo de identidad a los globo puertos a través de esos recuerdos y sentimientos compartidos.

Otro de los puntos importantes que vale la pena rescatar fueron los recuerdos con relación a los inicios del turismo, y las interacciones y recuerdos con los primeros visitantes a la región y su desarrollo en los últimos años, primeramente, con relación al atractivo ancla que es la zona arqueológica y, posteriormente, con los intentos por desarrollar actividades para atraer el turismo a San Martín de las Pirámides.

[...] yo recuerdo que también de niña en una de estas fiestas, había guías y estos guías les traían a mi mamá los clientes e incluso los clientes, pues se hacían ya más amistad y después la venían a visitar y llego a ser un compadrazgo y ya al fallecer mi mamá pues ya totalmente eso se perdió, pero si era bonito y yo a lo mejor mi niñez fue feliz, porque no vi cosas negativas [...] recuerdo muchas cosas felices y una de ellas es esa que venía el turismo, un francés fue padrino de uno de mis hermano y fue de bautismo, entonces me acuerdo que la calle, ahorita hay banquetta, pero en ese entonces había tierra suelta, y nos aventó el bolo entonces corríamos como niños y el francés estaba contento (Marilú, 60 años, empleada federal del INAH).

[...] Yo en ese tiempo yo creo que tendría que te gusta... doce años, once años por ahí... te estoy hablando del '73, '74, '75 en esa época el dólar, les comentaba a ellos, el dólar valía \$12.50, de los pesos de esa época y si, si llegaba turismo extranjero porque te digo que yo vendí una pieza en un dólar a mí me costaba \$0.50 centavos, me ganaba doce pesos en esa época, era buen negocio, si, si era turismo extranjero y era mucho, llegaba mucho, no recuerdo así con exactitud cuánto turismo nacional llegaba, pero me acuerdo mucho, porque si vendíamos las piezas y eran dólares (José Antonio, 56 años, Director de Casa de Cultura de San Martín de las Pirámides).

Lo anterior muestra como los hechos sociales sirven para comprender el mundo construyendo conocimientos sobre la realidad social que permite una explicación de los comportamientos

humanos y de los fenómenos en los que tienen lugar estos comportamientos y opiniones (Ortega, s.f).

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, los hechos sociales relacionados con la llegada de visitantes a la comunidad y el posicionamiento de la comunidad como Pueblo Mágico también han sido una pieza clave para determinar el fortalecimiento de la identidad en ciertos sectores de la población San Martinense.

[...] a lo mejor indirectamente ha generado identidad , porque la gente cuando tú sales a otros estados o a otro país, mucha gente dice yo soy de Teotihuacán, es que si digo que soy de San Martín de las Pirámides no van a saber de dónde soy [...] cambia tu vida de vivir en un municipio turístico, si lo cambia, ves la perspectiva de otra manera, estás abierto a otras culturas, a otras razas, a otro emblema cultural, entonces, eso es padre (Eduardo Meza, 23 años, Coordinador de Turismo de San Martín de las Pirámides).

Cuando he tenido oportunidad de ir fuera, siempre es San Martín de las Pirámides, de invitar y que personalmente o con las amistades creo que a todos nos ha pasado de traerlos y no solamente traerlos a la zona arqueológica sino a enseñarles mi comunidad [...] El poder encontrar un arraigo no solo a mi país, sino al lugar donde nació, donde crecí, donde está mi familia. Eso es lo que me ha regalado a mí el turismo, poder encontrarme y generar un vínculo conmigo, con mi identidad, con mi país (Angélica Benítez, 34 años, Directora de Turismo de San Martín de las Pirámides).

[...] saber o entender nuestra identidad, conocernos a nosotros mismos, en qué lugar estamos parados, es eso, para mí el turismo (Marilú, 60 años, empleada federal del INAH).

Como se ha mencionado anteriormente la dimensión emocional involucra la afectividad que nace de la interpretación de las situaciones, no de las situaciones en sí mismas implicando de esta manera una relación estrecha con los recuerdos y las memorias que tienen los habitantes de San Martín de las Pirámides. En general los recuerdos y memorias de los habitantes en la

parte afectiva han sido gratificantes, sin embargo, han sido también re-valorados con relación al beneficio económico e igualdad social que genera la actividad turística.

4.2 Dimensión física y social

La experiencia turística y el turismo en general, requiere de la interacción con otras personas y su entorno para llevar a cabo procesos de convivencia y de trabajo colaborativo, mediante la asunción de normas, leyes, y pautas que se construyen colectivamente a partir del conocimiento sobre el medio físico y social. El medio físico y social pasa a ser fundamental para el desarrollo de la experiencia y el aprendizaje.

Durante los primeros días de acercamiento con la comunidad se lograron identificar vías de comunicación, señalización y las áreas principales e importantes del lugar, así como, los lugares en donde había mayor afluencia de gente: el centro, las calles aledañas, las iglesias y recintos, comercios, mercados, oficinas municipales, centros de recreación y casa de cultura. Sin embargo, pudo observarse que la comunidad no cuenta con la infraestructura turística necesaria para recibir una gran cantidad de turismo, pues a pesar de contar con la denominación de Pueblo Mágico, solo hay tres hoteles y la mayoría de comercios que ofrecen productos y servicios en su mayoría van dirigidos para los mismos habitantes de la comunidad, no para los turistas en específico.

De acuerdo con los informantes la denominación de Pueblo Mágico incluyó cambios en la fachada de las calles principales, sin embargo, estos cambios solo se presentaron de manera selectiva y en el centro del pueblo. La mayoría de los informantes coincide en que los habitantes de la comunidad no fueron consultados sobre la inclusión de San Martín de las Pirámides al programa de pueblos mágicos. Por otro lado, se presentan algunos testimonios que muestran la inconformidad de compartir la denominación de Pueblo Mágico con San Juan Teotihuacán.

Desde que se dio a conocer o se le dio el nombramiento de Pueblo Mágico, pues vienen incluso recursos federales para el embellecimiento del pueblo sea más pintoresco, se homologuen las fachadas, etc., que sea más atractivo al turismo, entonces claro que físicamente va cambiando, las personas que aquí vivimos también ya nos interesa que nuestra calle se vea más limpia más bonita, tratamos de ir

mejorando en todo ese sentido y claro que sí, es un hecho que ante esta afluencia de turismo y las consecuencias que se van dando a partir de ello, una de ellas importantísima es que el pueblo va cambiando su fisonomía, es un hecho (Israel Juárez, 44 años, prestador de servicios turísticos).

[...] siempre he estado yo lidiando con esa situación porque siempre dicen Teotihuacán siempre el municipio o la localidad que la representa es San Juan, no, realmente el valle de Teotihuacán son todos los pueblos aledaños que están alrededor y como tal nosotros somos municipio bueno somos San Martín de las Pirámides y los otros pertenecemos a las pirámides y las pirámides nos pertenecen también a nosotros (Alejandra, 33 años, artesana).

Los testimonios representan los cambios percibidos físicamente por los habitantes de la comunidad a partir de la declaratoria, así como el descontento de los habitantes por la importancia y preferencia que se le da al municipio de San Juan Teotihuacán en comparación con otros municipios del Valle de Teotihuacán.

Por otro lado, también muestran el descontento y la incertidumbre, así como, la falta de interés por administraciones públicas pasadas por incluir a los habitantes y dar a conocer los lineamientos y en qué consiste el programa de Pueblos Mágicos.

[...] fue algo como de... ya están declarados... ¡ah! Que bien, pero en qué consiste, no pues ustedes ya son pueblo mágico ahora hagan su parte... o sea ¿Cuál es nuestra parte si nunca fuimos informados? O por lo menos en mi familia y en mi manzana, con las pocas personas que he podido hablar de ello... si saben que somos pueblo mágico, pero por qué mágico, a qué hacen referencia con mágico (Jesus, 20 años, estudiante de universidad y artesano).

Ese título le sirvió mucho a San Juan. A San Martín, honestamente pues... ¿Yo no sé por qué se lo dieron? No estamos constituidos como un pueblo honestamente (Jair, 27 años, artesano).

Durante los primeros acercamientos con la comunidad se observó en los visitantes cierta decepción del lugar, pues se escucharon comentarios de algunos que decían que últimamente

a cualquier lugar lo nombran Pueblo Mágico. Por otro lado, durante las conversaciones con los encargados de la administración pública actual aseguran el compromiso que dicha administración tiene con los habitantes, la cual es subsanar las carencias y falta de interés por las administraciones pasadas por incluirlos y orientarlos con respecto al turismo que se ha venido desarrollando en San Martín de las Pirámides.

Nosotros hemos llegado en esa dinámica de querer intercambiar información con ellos, escucharlos, que se quejen de lo que no les han ayudado, lo que sí y que también nos compartan sus experiencias porque eso es bueno para nosotros (Eduardo Meza, 23 años, Coordinador de Turismo de San Martín de las Pirámides).

Los informantes mencionan que la comunidad no se encuentra en absoluto satisfecha con el turismo que se ha desarrollado, mencionan situaciones como la falta de afluencia, la falta de infraestructura, la falta de productos y servicios, la falta de capacitación, el involucramiento de la comunidad con el turismo, las desigualdades con los artesanos, el beneficio solo de unos cuantos, las alteraciones en el lugar, la seguridad, etc.

De acuerdo con los informantes a pesar de que la mayor parte de los artesanos y artesanías de la región son de San Martín de las Pirámides existen conflictos y envidias entre los diversos grupos de artesanos, así como desigualdades económicas y conflictos sociales constantes con los intermediarios asegurando que el verdadero beneficio económico y social ha sido solo para grupos muy selectos de artesanos.

Se calcula que haya de unos 350, 500 artesanos y más de 250 talleres estamos hablando no solamente de barro ni de obsidiana estamos hablando en general, plata, oro, playera, tela, bordados, en fin, la gama artesanal es muy basta, pueden checar esos datos en IIFAEM (Instituto de Investigación y Fomento de las Artesanías del Estado de México que son los que tienen ese padrón y pues la mayoría de las artesanías yo puedo decir que el 85 por ciento de las artesanías que engloban a lo de Teotihuacán salen de este municipio, entonces es uno de los principales atractivos que tenemos (Eduardo Meza, 23 años, Coordinador de Turismo de San Martín de las Pirámides).

[...] las tiendas grandes ya establecidas que cuentan con guías de turismo, agencias turísticas, pues con el capital para vender las piezas. Esas tiendas son las que exhiben nuestras piezas y te digo, las compran en un precio y las venden a 400% o 500% más caras, así es. Nosotros lo que hacemos pues es enriquecer a esa gente, pues ya son monopolios, pues existen los negocios, existen apellidos ya que han hecho bastante dinero con nosotros y de hecho nos tratan muy mal, muy mal, de la peor manera, nos tienen dando vueltas. Dicen, si quieres llena todo y te dejo una vitrina para ti, pero a consignación (Jair, 27 años, artesano).

De acuerdo con lo mencionado anteriormente y con el testimonio de diversos informantes el mismo conflicto social se presenta en las agroindustrias en las cuales existe envidia y recelo por parte de los mismos habitantes que logran posicionar sus productos en el mercado.

Me pasó en el último evento que quisimos juntar a las agroindustrias en un solo lugar, las agroindustrias [...] empezó una familia, se empezó hacer muy fuerte y empezó a generar que otras familias también comenzaran a trabajar con eso y me pasó que... ¡ay, pero, no me pongas a lado de doña... tal, porque la última vez nos aventamos las mermeladas, es que ella iba a ir a una feria y me la quitó! (Angélica Benítez, 34 años, Directora de Turismo de San Martín de las Pirámides).

Otro de los aspectos importantes a destacar ha sido la falta de infraestructura en la comunidad de San Martín de las Pirámides como lo evidencia el siguiente testimonio.

Creo yo que San Martín ha cambiado en infraestructura, pero no como debería, la gente misma lo dice, si hace falta más infraestructura, los servicios van poco a poco, tiene que ver con el presupuesto obviamente cierto, y con la labor de gestión que hagamos nosotros como administradores públicos (Eduardo Meza, 23 años, Coordinador de Turismo de San Martín de las Pirámides).

Con base en lo mencionado en los apartados anteriores puede identificarse que la forma de vivir de la comunidad no es la de un lugar turístico, sino como la de un pueblo con sus particulares normas, su gastronomía, sus tradiciones y sus costumbres. La mayoría de los

lugares en San Martín de las Pirámides no permite la interacción con los turistas debido a la falta de afluencia turística que existe.

El turismo no es muy frecuente aquí en San Martín a pesar de que tenemos a un lado una de las zonas arqueológica más importantes de lo que fue Mesoamérica, pero es muy poco (Daniel Hernández, 46 años, profesor de primaria).

La mayoría de los habitantes coincide en que la mayor parte de la interacción con el turismo se da en la zona arqueológica (intercambio social y comercial con artesanos y vendedores), los globopuertos, las festividades, y los establecimientos y pequeñas empresas ya reconocidas que ofrecen servicios de recorridos en cuatrimotos, la renta y recorrido en bicicletas, así como la venta de diversos productos derivados de las agroindustrias de tuna, nopal y xoconostle. La mayoría de los entrevistados que tienen relación directa con el turismo aseguran que la interacción ha sido gratificante y enriquecedora.

[...] se fueron felices, felices, pero como no tienes idea y bueno todavía tenemos contacto y esta señora me dijo que quería tener una Xoma allá porque tiene un proyecto de un hotel ecológico y que le interesaba mucho el tema de lo orgánico y todas estas cuestiones y toda la información que le di tanto de los alimentos, las plantas todo esto, estaba fascinada y se llevó tequila y se llevó cosas para tener allá y es un proyecto que tenía o tiene a largo plazo [...] incluso vas creando vínculos y vas haciendo amistades con las personas y tienes sus datos y te invitan y entonces hay algo muy padre y que ves que ellos se sorprenden. (Israel Juárez, 44 años, prestador de servicios turísticos).

...luego llegan a venir que los estadounidenses que medio hablan español, franceses, italianos y es muy divertido porque como no sé hablar muy bien otros idiomas, es como medio... pellizco una que otra palabra, ellos me entienden, ellos me dicen una palabra que no entienden español y yo les entiendo y así como que un poquito de revoltijo, pero terminan entendiéndolo todo, es un poquito cómica la interacción ahí (Jesús, 20 años, estudiante de universidad y artesano).

Como se ha mencionado anteriormente el medio físico y social juega un papel fundamental dentro de la experiencia turística debido a la interacción que ocurre entre los diferentes actores involucrados. Por desgracia San Martín de las Pirámides no cuenta con muchos lugares en donde la interacción con el medio físico y social del turismo sea favorable, sin embargo, de acuerdo con los testimonios presentados se pueden identificar sentimientos de placer y satisfacción para aquellos que se encuentran inmersos de manera directa en la actividad turística de la región (zona arqueológica, globo puertos, restaurantes, hoteles, temascales, etc).

4.3 Dimensión intelectual y económica.

En el turismo el aspecto intelectual y económico forma parte fundamental del análisis temporal y espacial de los principales procesos y dinámicas del aprendizaje, del mejoramiento continuo del talento humano y del desarrollo económico.

En la comunidad de San Martín de las Pirámides han sido diversos los intentos por generar actividades relacionadas con el turismo que generen ganancias económicas y permitan una mejor calidad de vida. Sin embargo, de acuerdo con los entrevistados las principales actividades económicas han sido poco a poco desplazadas o diversificadas apostando cada vez más al turismo como principal fuente de ingresos.

[...] antes eran más agrícolas, más... se dedicaban a la tuna, al nopal, al xoconostle, más campo, pero en el momento en que ya se empezó el turismo aquí en San Martín, como que ya empezaron ‘no pues hay que apostarle al turismo, hay que abrir un restaurante, un hotel, hay que aprovechar al máximo lo que nos está dando la zona’ (Jesús, 20 años, estudiante de universidad y artesano).

Antes en San Martín la mayor entrada de dinero era por la cosecha de las tunas, hace tiempo, yo estaba chico teníamos huertos de tuna y era cuando San Martín se embellecía físicamente y en la parte económica, porque todo es verde, es el verano, pero también venía la cosecha de las tunas y había mucha circulación de dinero, la gente compraba sus autos y compraba ropa, todo el mundo había abundancia, pero era el único momento ¡eh!, o sea eran dos o tres meses más o menos y de ahí otra vez

la escases y bueno todo mundo a buscar otras actividades alternas. Ahora tienes algo permanente que es el turismo y ese es todo el año (Israel Juárez, 44 años, prestador de servicios turísticos).

Por otro lado, algunos informantes relatan el constante problema con los administradores de la zona arqueológica por la venta de artesanía, provocando de esta manera un impacto negativo en la economía de algunos habitantes de San Martín.

Mira cuando yo estaba pequeño yo iba a la zona y ya estaba restringida, de hecho, los 21 de marzo me dejaban acompañar a mi papá y teníamos un gran puesto ahí en la Calzada de los Muertos, después eso se acabó, también, se acabó, todo eso. Hubo más restricciones con las nuevas administraciones que entraron ahí en las zonas. Ellos mismo han puesto más trabas, ahora el 21 de marzo ya no se puede vender ahí, ya no se puede poner un puesto ahí en la zona (Jair, 27 años, Artesano).

A pesar de lo mencionado anteriormente, algunos informantes relatan que el turismo que se ha desarrollado en la zona arqueológica, en los globopuertos y establecimientos ya reconocidos ha traído algunas aportaciones económicas importantes, así como, fuentes de empleo o autoempleo para las personas de la comunidad.

El tema de los globopuertos, como que al principio no era algo bien visto, pero comenzó a generar fuentes de empleo, entonces eso ya empezó a generar aceptación (Angélica Benítez, 34 años, Directora de Turismo de San Martín de las Pirámides).

[...] el turismo nos dejó un techo donde vivir y bonitos recuerdos porque nos cuentan que sus primeras piezas, que sus primeros ingresos por el turismo, sus primeros clientes frecuentes, las primeras fiestas que pudieron hacer cien por ciento de ellos (Jesús, 20 años, estudiante de universidad y artesano).

Mencionan también que un aspecto importante para el desarrollo del turismo en la región ha sido la capacitación constante y el aprendizaje continuo para poder ofrecer productos o servicios de calidad a los turistas.

[...] si quieres estar vigente, si quieres tener contento el turismo, si quieres que sea un lugar atractivo, tienes que estarte capacitando, tienes que estar investigando todo el tiempo sobre lo que les vas a ofrecer, incluso hasta de sus regiones, porque he notado que para ellos es muy agradable que conozcas, si vienen colombianos que sepa de los productos, de los alimentos que tienen allá, de sus costumbres y todo, porque así se sienten más cobijados todavía, y entonces te comparten mucho más cosas todavía, pero además te exigen, además de investigar tienes (Israel Juárez, 44 años, prestador de servicios turísticos).

Lo anterior muestra como los individuos no pueden construir la realidad social del turismo, a menos, que tales personas cuenten con los recursos y conocimientos suficientes para establecer interacciones de tipo turística y que éstas sean reiteradas para que con el tiempo se construya la realidad social del turismo en un determinado sitio o espacio de destino turístico. La presencia o preexistencia de otro que atienda a los turistas y los reciba (un posible anfitrión) es el fundamento de la realidad social del turismo (González Damián, 2011).

Algunos informantes narran los aprendizajes adquiridos a través de sus experiencias de forma gratificante señalando como puntos principales el intercambio y enriquecimiento cultural de las interacciones, los lazos afectivos formados a partir de esas interacciones y la apertura para conocer y aprender otros idiomas.

El trabajo en equipo y colectivo eso sería uno, dos, poder conocer más a fondo la cultura y la historia del municipio con datos verdaderos y todo en las personas, bueno, principalmente eso la historia y la cultura conocerla de fondo y la tercera aprendes a escuchar que igual es algo muy importante y que eso no te lo enseñan en la universidad (Eduardo Meza, 23 años, Coordinador de Turismo de San Martín de las Pirámides).

[...] cada día es algo distinto te llevas experiencias nuevas, ¿Qué te aporta el turismo?, te aporta cultura también, o sea tú vienes, le das datos que tenemos de aquí, le hablas sobre las tradiciones, etc., toda esta parte cultural, pero también hay un intercambio, si vienen de otro país, incluso si vienen de otro estado de la República,

te comentan cosas que ellos tienen, que ven, que comparan, etc., (Israel Juárez, 44 años, prestador de servicios turísticos).

[...] me permite a mí tener más confianza y explicarles acerca de cuándo me hagan una pregunta, de equis cultura y yo poderles contestar, entonces me dan para mí una seguridad que también para otras personas con tal de sobrellevarlas, les cuentan cosas que no son, entonces ahí se va confundiendo y también el extranjero se va con una mala imagen de aquí de México, porque muchas veces llegan extranjeros, que también me tocó esa experiencia a mí, llegó un gringo vestido con su sombrero de charro, con su gabán, y de huarache y llegó me dice dónde están los indios, a dónde están los indios, y le dije cuáles indios, y dice es que aquí en México hay indios yo lo he visto en las películas, yo por eso ya me vestí así (Marilú, 60 años, empleada federal del INAH)..

[...] me ha ayudado mucho, me ha ayudado a crecer mis conocimientos, porque antes decía ‘‘No pues la zona arqueológica que tiene, pirámide del sol, de la luna y palacio de Quetzalcóatl’’ y no, pues ahorita ya... la calzada de los muertos significaba esto, la leyenda del sol y la luna, la relación que había de Papalotl con Quetzalcóatl, entonces como que nos ayuda, bueno a mí me ayudó a crecer mi identidad como mexicano y como san martinense, más un desarrollo personal no solamente el económico, también el cultural, también se aprenden de otras culturas, se aprenden innovaciones en la cuestión técnica también se observan muchas situaciones que se van introduciendo y suelen cambiar nuestro modo de vida (Jesús, 20 años, estudiante de universidad, y artesano).

Para resumir, la comunidad evalúa el turismo en términos del intercambio social y económico, en la medida en que se ven familiarizados con el turismo y sus beneficios económicos son más activos, se convierten en la protección de sus intereses (Aramberri, 2001: 746 citado en Garduño & Cisneros, p. 206). Los apartados anteriores muestran como la cotidianidad tiene un papel primario en la realidad social construida de la comunidad de San Martín de las Pirámides, estableciendo comportamientos basados en hábitos, rutinas, normas y emociones por parte de los diferentes sectores constitutivos. De esta manera, la realidad de la comunidad se internaliza y se reafirma continuamente en los procesos sociales

y las interacciones entre los individuos, como se muestra en los testimonios de los artesanos los cuales han internalizado la problemática creando emociones y sentimientos negativos relacionados con la desvalorización de su trabajo y la perspectiva de que el beneficio económico es solo para unos cuantos (Campodónico & Chalar, 2014). Por otro lado, también puede identificarse cómo el diseño de la realidad social para influir en los turistas se realiza desde la idiosincrasia, creencias, conocimientos, habilidades, actitudes, valores, ideas, nociones prejuicios y normas sociales de la comunidad receptora, como es el caso de los prestadores de servicios turísticos ya que de acuerdo con los testimonios presentados la atención y servicio a los turistas se lleva a cabo a partir de las creencias y costumbres de la comunidad, no a partir de un proceso de capacitación en sí (González Damián, 2018).

Lo mencionado en este capítulo comprueba que los aspectos fundamentales del construccionismo son los significados que tienen los objetos, los lugares y los roles sociales dentro de una realidad compartida a través de procesos de interrelación (Pernecky, 2012).

CONCLUSIONES

En este trabajo de investigación se presenta un abordaje teórico-conceptual sobre la construcción social de la experiencia turística desde la perspectiva de las comunidades residentes, ilustrado a partir del análisis de diversas experiencias turísticas que se viven en el municipio de San Martín de las Pirámides declarado en 2015 Pueblo Mágico compartiendo dicha denominación con el municipio de San Juan Teotihuacán. Para poder llegar al objetivo de esta investigación, que fue conocer cómo se construye la experiencia turística de los habitantes de San Martín de las Pirámides y el impacto que tiene en su vida cotidiana, fue necesario analizar las diversas dimensiones que aborda la experiencia turística y evaluar cómo se han vivido a partir de la narración y las diversas perspectivas que tienen los habitantes de la comunidad con respecto al turismo que se desarrolla no solo en la comunidad sino también en la zona arqueológica, así como identificar los cambios que ha producido la actividad turística en su vida cotidiana a partir de la narración de recuerdos o sucesos lo suficientemente importantes para ser recordados.

Para esta investigación se aplicaron las teorías del construccionismo propuestas por Berger & Luckmann (1968) y sus aplicaciones en los estudios del turismo, recopilando principalmente los estudios de González Damián (2011; 2018). Sin embargo, dada la complejidad que representa la teoría construccionista aplicada a la experiencia turística desde las comunidades residentes se tomaron en cuenta los estudios antropológicos y sociológicos de Cohen (1979;2005), Graburn (1992), Aramberri (2011), Valene Smith (1989), MacCanell (1973 citado en Uriely, 2005), Korstanje (2013 citado en González Damián, 2018), entre otros. Los cuales fueron importantes para analizar, explicar, comprender y entender la experiencia turística que la comunidad ha vivido proporcionando una forma distinta de entender la realidad del fenómeno turístico.

El enfoque metodológico cualitativo utilizado proporcionó mayor flexibilidad para obtener información empírica acerca de las experiencias vividas haciendo uso de la fenomenología y la narrativa para conocer sucesos que tuvieron lugar en un tiempo y lugar determinado, así como sucesos que han ocurrido durante periodos de tiempo prolongados o específicos que han sido lo suficientemente importantes para ser almacenados en la memoria colectiva de la

comunidad residente, además de poder interpretar cómo ha sido el proceso evolutivo del turismo en la región del Valle de Teotihuacán.

Para encontrar los hallazgos antes mencionados se utilizaron como técnica la observación no participante y principalmente las entrevistas, para obtener experiencias de vida y de la vida cotidiana de los habitantes que forman parte de la memoria colectiva de la comunidad.

Dentro de la dimensión emocional se concluye que la comunidad no está satisfecha con el número de turistas que llegan, ni con el desarrollo turístico del municipio considerando de esta manera a su municipio como un lugar a donde no llega el turismo. Sin embargo, el intercambio sociocultural y la interacción con los turistas parece ser agradable y enriquecedor para los habitantes que se dedican de manera directa o indirecta al turismo. También se encontraron testimonios que asocian vínculos de identidad con los globopuertos y la zona arqueológica, así como con el trabajo de los artesanos y sus agroindustrias.

En la dimensión física y social se concluye que al no contar con lugares en donde la interacción social y económica con turistas pueda ser más habitual se ha mermado la experiencia turística de los habitantes creando sentimientos y actitudes de envidia, rezago social, frustración y recelo entre los mismos habitantes de la comunidad, asegurando que el beneficio solo es otorgado para unos cuantos. Aseguran la necesidad imperativa de crear infraestructura (atractivos turísticos, establecimientos comerciales, bancos, hoteles, etc.) y estrategias de promoción y difusión turística que alienten a los turistas a llegar a San Martín de las Pirámides.

Dentro de la dimensión económica e intelectual se ha concluido que al no contar con capacitación por parte de instituciones o administraciones públicas los habitantes han tenido que aprender de manera autónoma diversas actividades o habilidades que les permitan obtener algún beneficio económico, ya sea aprendiendo algún oficio, emprendiendo algún negocio, aprender un idioma o capacitarse para conocer más acerca de la historia de la región para obtener ganancia económica de ese conocimiento. Cabe mencionar que al ver esta necesidad algunas actividades originarias del municipio han sido desplazadas como el campo y la cosecha. También se concluye que los habitantes muestran recelo con las autoridades y administraciones públicas del ayuntamiento y el INAH por no permitir un desarrollo económico equilibrado entre comerciantes, artesanos, intermediarios y entre los mismos

habitantes de los municipios que forman parte del valle de Teotihuacán, destacando en algunos casos la importancia que se le da al municipio de San Juan Teotihuacán en comparación con ellos.

La comunidad de San Martín de las Pirámides, así como la mayoría de los municipios que forman parte del Valle de Teotihuacán, ha vivido rezago social y económico a pesar de estar posicionados en un área cercana a la Zona Arqueológica de Teotihuacán la cual recibe millones de visitantes cada año. Los informantes dejan entre ver algunos cambios surgidos a partir de los últimos años por mitigar y mejorar el rezago social y económico apostando a la diversificación de productos y servicios que ofrece el turismo que se lleva a cabo por la zona arqueológica. La experiencia turística de los habitantes de San Martín de las Pirámides en sus dimensiones emocionales, físicas, sociales, económicas e intelectuales ha sido poco satisfactoria. Por lo anterior los habitantes consideran que el turismo que se practica en el municipio es prácticamente nulo a pesar de tener la declaratoria de Pueblo Mágico y una de las zonas arqueológicas más importantes en México.

A manera de síntesis puede enunciarse que a partir de los testimonios recolectados y las prácticas observadas en San Martín de las Pirámides: 1) la experiencia turística es interpretada favorablemente en términos sociales y económicos. 2) Cada una de las experiencias narradas pretende influir en el turista con el objetivo de satisfacer sus necesidades de consumo y de intercambio sociocultural desde las creencias, actitudes, normas, valores, ideas y prejuicios de los habitantes de San Martín de las Pirámides. 3) A partir de la narración de sus experiencias con otros reafirman y confirman la realidad social turística (construida) en la que se encuentran inmersos.

A partir de los resultados obtenidos se puede interpretar que para los pobladores de San Martín de las Pirámides no hay diferencias entre los términos turismo y turistas ya que para ellos estos dos términos representan lo mismo: una gran cantidad de personas visitando su municipio dejando una derrama económica a partir del intercambio comercial con sus productos y servicios. Vale la pena mencionar que esto representa una confusión social al no discernir y reflexionar acerca de las personas que visitan el lugar, así como los diversos beneficios o perjuicios (no solo económicos) que estos pueden generar ya que evidentemente

no todos los visitantes son turistas y no todos los recursos naturales y culturales son turísticos por el simple hecho de que asista una gran cantidad de gente.

La construcción social del turismo como proceso intersubjetivo e interpersonal en el municipio de San Martín de las Pirámides establece la concepción que los habitantes tienen con respecto al deseo de ser considerados y valorados como un lugar turístico asimilando y considerando de esta manera sus recursos culturales y naturales como atractivos potencialmente turísticos sin considerar lo que esto implica, así como los impactos socioculturales negativos que la llegada masiva de turistas puede ocasionar en sus tradiciones, costumbres y hábitos que viven cotidianamente. El constructo social que genera la historia y la cercanía con la zona arqueológica motiva a los habitantes de San Martín de las Pirámides a seguir creando nuevas propuestas socio-comerciales relacionadas al turismo para mejorar su calidad de vida a pesar de ser conscientes de la poca afluencia turística y los problemas sociales que existen en el municipio.

Por otro lado, a pesar de contar con suficiente información una de las principales limitaciones de esta investigación fue identificar a pobladores que han tenido mayor convivencia con visitantes dentro de la comunidad debido a la poca afluencia turística que existe. Sin embargo, es necesario indicar que al no haber una cantidad de visitantes lo suficientemente importante como para generar convivencia rutinaria con los pobladores de San Martín de las Pirámides también se habla y se interpreta una experiencia turística incompleta que prevalece en el municipio y genera problemáticas sociales y económicas entre los pequeños grupos sociales que se dedican al turismo y entre esa parte de la comunidad que aparentemente no tiene relación alguna con el turismo. Por ello los resultados de este estudio deben considerar estas limitaciones.

El presente trabajo busca alentar nuevas investigaciones que pretendan entender la importancia de tomar en cuenta la experiencia turística desde los actores involucrados de una manera holística para considerar líneas de acción que impacten de manera positiva no solo en los lugares consolidados como destinos turísticos, sino también en aquellos lugares que se encuentran en búsqueda de ser considerados como destinos turísticos. Por lo anterior resulta imperativo conocer los diversos puntos de vista de los actores sociales involucrados

para incorporarlos en proyectos turísticos que pretendan crear una realidad turística favorable.

La experiencia turística ha sido estudiada desde diversos temas particulares concentrando la mayoría de las investigaciones en el estudio y el rol social que desempeñan los turistas en las comunidades residentes. El estudio de la experiencia turística desde las comunidades residentes puede traer como resultado la comprensión de la realidad co-producida en un entorno determinado estableciendo líneas de acción que mitiguen, cambien o mejoren la experiencia del turismo (y sus diferentes actores) creando un contexto más favorable de las diversas dimensiones que aborda la experiencia.

REFERENCIAS

- Aramberri, J. (2011). *Turismo de masas y modernidad: un enfoque sociológico*. Madrid: Centro de investigaciones sociológicas.
- Bedoya, M. E., & Arango, P. E. (2012). Constructivismo y Construcción social: Algunos puntos comunes y algunas divergencias de estas corrientes teóricas. *Prospectiva*(17), 353-378.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Biglia, B., & Bonet-Martí, J. (2009). La construcción de narrativas como método de investigación psicosocial. Prácticas de escritura compartida. *Forum Qualitative Social Research*, 10, s/n.
- Blumer, H. (1982). *El interaccionismo Simbólico: Perspectiva y método*. Barcelona: Hora, Psicología social y sociología.
- Campodónico, R., & Chalar, L. (2014). El turismo como construcción social. *VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística* (págs. 1-13). Neuquén, Argentina: Universidad de La Republica Uruguay.
- Comisión para el Desarrollo Turístico del Valle de Teotihuacán. (2017). *COVATE*. Obtenido de [http://covate.edomex.gob.mx/sites/covate.edomex.gob.mx/files/files/Cuenta%20P%C3%BAblica%202017\(2\).pdf](http://covate.edomex.gob.mx/sites/covate.edomex.gob.mx/files/files/Cuenta%20P%C3%BAblica%202017(2).pdf)
- Conesa, F., & Nublola, J. (1999). *Filosofía del lenguaje*. Barcelona: Editorial Herder S.A.
- Cook, T. D., & Reichardt, C. .. (1995). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. Madrid, España: Ediciones Morata.
- Cook, T. D., & Reichardt, C. S. (1995). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. Madrid, España: Ediciones Morata.
- Damián, A. G. (2007). *La sociología constructivista de Berger y Luckman como perspectiva para el estudio del turismo*. México, D.F: Universidad Iberoamericana.
- Dominguez, Y. S. (2007). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Revista Cubana de Salud Pública*, 3(33), 12.
- Dreher, J. (2012). Fenomenología: Alfred Schutz y Thomas Luckmann. En E. d. Garza, & G. L. (eds.), *Tratado de metodología de las ciencias sociales* (págs. 71-113). México: Universidad Autónoma Metropolitana y Fondo de Cultura Económica. Obtenido de <http://docencia.izt.uam.mx/egt/Cursos/MetodologiaMaestria/Drecher.pdf>
- El Milenio. (15 de abril de 2018). Las zonas arqueológicas si son negocio. . *Milenio*.
- El Universal. (22 de marzo de 2018). *Equinoccio de primavera atrajo más de 365 mil personas*. Obtenido de <https://www.eluniversal.com.mx/cultura/patrimonio/equinoccio-de-primavera-atrajo-más-de-365-mil-personas-zonas-arqueologicas>
- El universal. (26 de junio de 2019). Llega la feria nacional de la tuna 2019. *El universal*.

- Fernández, L. (2006). ¿Cómo analizar datos cualitativos? *Butlletí LaRecerca: Universitat de Barcelona Insitut de Ciències de l'Educació Secció de Recerca*, 1-13.
- Gamio, M. (1992). *La población del valle de Teotihuacán*. México: Secretaria de educación pública.
- García-Mas, A., & García-Mas, A. (2005). *La Mente del Viajero: Características psicológicas de viajeros y turistas*. Madrid, España: Thomson.
- Garduño, M. G., & Cisneros, H. F. (2018). Una aproximación a la experiencia turística desde la Antropología del Turismo: una mirada mutua al encuentro entre turistas y locales. *PASOS*, 16(1), 197-211.
- Gaxiola, M. (agosto de 2017). Así lucía Teotihuacán antes de ser descubierta. *MXCITY: Guía Insider*. Obtenido de <https://mxcity.mx/2017/08/asi-lucia-teotihuacan-antes-de-ser-descubierta/>
- Gergen, K. (2007). Hacia el discurso y la narrativa. En Á. M. Mesa, & S. D. (Comp.), *Construccionismo Social: aportes para el debate y la práctica* (pág. 366). Bogotá: Universidad de los Andes, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Psicología, CESO, Ediciones Uniandes.
- Gibbs, G. (2010). *El análisis de datos cualitativos en Investigación Cualitativa*. Madrid: Morata.
- Gobierno del Estado de México. (12 de 06 de 2018). *San Martín de las Pirámides, Pueblo Mágico*. Obtenido de edomex.gob: http://edomex.gob.mx/sanmartinlaspiramides_magico
- González-Damian, A. (2011). *Construcción Social de Turismo: Una perspectiva teórica de sociología constructivista para el estudio del turismo*. Saarbrücken, Alemania: Editorial Académica Española.
- González-Damían, A. (2018). *Construcción social de la experiencia turística*. España: Bubok Publishing S.L.
- Graburn, N. H. (1992). Turismo: El viaje Sagrado. En V. L. Smith, *Anfitriones e Invitados: Antropología del Turismo* (2 ed., págs. 45-68). Madrid: Endymion.
- Gudiño, A. (21 de marzo de 2017). Visitan Pirámides de Teotihuacán 235 mil turistas. *Milenio*.
- Guerrero, A. C., Machuca, J. A., & (Coords). (2012). *Turismo y antropología: miradas del Sur y el Norte*. México: Juan Pablos Editor, S.A.
- H. ayuntamiento de San Martín de las pirámides. (2003). *Plan Municipal de Desarrollo Urbano de San Martín de las Pirámides*. Estado de México: Gobierno del Estado de México: Secretaria de Desarrollo Urbano y Vivienda.
- H. Ayuntamiento de San Martín de las Pirámides. (2017). *2do Informe de Gobierno*. México: Gobierno del Estado de México.
- H. Ayuntamiento de San Martín de las Pirámides. (s.f.). *Plan de Desarrollo Municipal de San Martín de las Pirámides 2016-2018*. México: Gobierno del Estado de México.
- H. Ayuntamiento de San Martín de las Pirámides. (s.f.). *Plataforma Electoral Municipal 2016-2018*. México: Gobierno del Estado de México.

- Instituto Público de Oficio Mexiquense. (s.f.). *IPOMEX*. Obtenido de <https://www.ipomex.org.mx/ipo/archivos/downloadAttach/214910>
- Lévano, A. C. (2007). Investigación cualitativa: Diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. *Universidad de San Martín de Porres*, 71-78.
- MacCabe, S. M., & Stokoe, E. (2010). Have you been away? Holiday talk in everyday interaction. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 1117-1140.
- Mardones, J. M., & Ursua, N. (1999). *Filosofía de las ciencias humanas y sociales: Materiales para una fundamentación científica*. México, D.F: Ediciones Coyoacán.
- Martínez, L. A. (2007). La Observación y el Diario de Campo en la definición de un tema de Investigación. *PERFILES LIBERTADORES: Institución Universitaria Los Libertadores*, 73-80.
- Monterrubio, J. C. (2013). *Turismo no convencional: Impactos socioculturales*. México: Trillas.
- Morales, R. (13 de Septiembre de 2018). Durante periodo vacacional, EdoMéx obtuvo derrama económica de más de tres mdp. *Así sucede: Confianza en la noticia*.
- Nechar, M. C., & Cortés, M. L. (2006). *Apuntes para la investigación turística*. Chetumal, Q. Roo, México: Universidad de Quintana Roo.
- Nechar, M. C., & Netto, A. P. (2010). *Epistemología del Turismo: Estudios Críticos*. México: Trillas.
- Ortega, P. (s.f). La construcción social de la realidad o la construcción de la realidad social: reflexiones sobre la noción del "hecho social". Obtenido de http://actacientifica.servicioit.cl/biblioteca/gt/GT30/GT30_OrtegaP.pdf
- Pantoja, G. G. (1996). *Metodología de las ciencias sociales - I* (2° ed.). México, D.F: Oxford University Press.
- Paredes, G. (2009). Positivismo y Hermenéutica. Divergencias Ontológicas, Metodológicas y Epistemológicas. *AGORA-Trujillo*, 117-136.
- Pernecky, T. (2012). Constructionism: Critical pointers for tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1116-1137.
- Pick, S., & López, A. L. (1994). *Cómo investigar en ciencias sociales*. México: Trillas.
- Quinlan Cutler, S., & Carmichael, B. (2010). The dimensions of the tourist experience. In M. Morgan, P. Lugosi & B. Ritchie (Eds). *The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives*, 3-26.
- Ramírez, R. C. (2017). *La Aplicación de un Sistema de Información Territorial, como Herramienta de Control y Gestión del Territorio a través del uso de Software de Código Abierto, en la Cabecera Municipal de San Martín de las Pirámides, Estado de México*. Toluca de Lerdo, Estado de México: Universidad Autónoma del Estado de México: Facultad de Planeación Urbana y Regional.

- Ramos, Y. M. (2018). *Actitudes de los estudiantes de la licenciatura en Turismo del Centro Universitario UAEM Texcoco hacia la Investigación*. Texcoco, Estado de México: Universidad Autónoma del Estado México.
- Schutz, A. (2003). El mundo del sentido común. En M. N. (comp.), *El problema de la realidad social* (pág. 336). Buenos Aires: Amorrortu.
- Schutz, A. (2003). *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Secretaria de Turismo. (05 de Enero de 2016). *Pueblos Mágicos*. Obtenido de SECTUR: <http://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/>
- Secretaria de Turismo. (06 de septiembre de 2016). *SECTUR*. Obtenido de <https://www.gob.mx/sectur/prensa/turismo-genera-empleo-bienestar-y-es-motivo-de-orgullo-para-los-mexicanos-de-la-madrid>
- Secretaria de Turismo. (09 de octubre de 2018). *DATATUR*. Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadesCulturales.aspx>
- Solís, F. (21 de marzo de 2019). Registra Teotihuacán poca afluencia de turistas durante Equinoccio de Primavera. *El sol de Toluca*.
- Sordo, C. C. (2016). *Estudio de la construcción social de las experiencias turísticas de interés y de ruptura desde la metáfora dramática de Erving Goffman*. Cozumel, Quintana Roo : Universidad de Quintana Roo .
- Taylor, S. J., & Bodgan, R. (1984). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Uriely, N. (2005). The Tourist Experience: Conceptual Developments. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 199-216.
- Valles, M. S. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social: Reflexión metodológica y práctica profesional*. España: Síntesis.
- Villareal, L. Z. (1998). *Turismo y vida cotidiana: La incorporación de la población de Toluca, Estado de México, a la práctica del Turismo*. Toluca, México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Vite, I. (2018). *Significaciones del centro integralmente planeado Nayarit en la comunidad de la higuera blanca*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Wright, G. H. (1980). *Explicación y comprensión*. Madrid: Alianza Editorial.

ANEXOS

Anexo 1 Guía de Entrevista

Presentación y encuadre: Me presento mi nombre es Gerardo Jesús Almanza Recoder egresado de la licenciatura en turismo del Centro Universitario UAEM Texcoco, el motivo de la entrevista es conocer la construcción de las experiencias turísticas y el impacto en la vida cotidiana desde las comunidades residentes: el caso del pueblo mágico de San Martín de las Pirámides, antes de comenzar me gustaría saber si puedo contar con tu aprobación para poder continuar y grabar la entrevista.

Bloque 1. Atractivos, festividades y empresas turísticas en San Martín de las Pirámides

1. ¿Qué actividades y atractivos tiene San Martín de las Pirámides? (Cuénteme un poco sobre la historia de San Martín, que es San Martín de las Pirámides)
2. ¿Cuáles son las Danzas y las festividades más importantes que se celebran aquí en San Martín?
3. ¿Usted considera que las festividades y las actividades que se desarrollan aquí en San Martín siguen conservando esa esencia de cuando comenzaron?
4. ¿Qué viene a su mente cuando escucha la palabra turismo?
5. ¿Usted considera que con el turismo que se realiza en la comunidad ha ayudado a fortalecer las costumbres y tradiciones de la comunidad? (Si, no y porque)
6. ¿Ha participado como ciudadano(a) en algunas de estas actividades o en los atractivos? ¿Cómo ha sido su participación, cómo ha vivido esa experiencia en dichas actividades o lugares?
7. Para usted como ciudadano(a) ¿Qué significado tienen estas festividades?
8. ¿Cómo ha sido su trato (interacción) con las empresas que ofrecen sus servicios turísticos en aquí en San Martín de las Pirámides o en la zona arqueológica?
9. ¿Considera que la actividad turística que se ha desarrollado aquí en San Martín es buena o es mala para la comunidad? ¿Por qué?
10. ¿Usted se beneficia del turismo? ¿Cómo?
11. ¿Considera que ha cambiado el entorno físico de San Martín a causa del turismo?
12. ¿Qué cambios puede identificar en el lugar?

13. ¿Se encuentran satisfechos ustedes como comunidad con el desarrollo que ha traído el turismo a la comunidad de San Martín?

Bloque 2. Experiencias y vivencias

1. Recuerda o le han contado ¿cómo inició el turismo en la región?
2. Sabe ¿cómo inicio aquí en su comunidad el turismo?
3. Recuerda o sabe ¿cómo era los visitantes que llegaban antes a la región? (¿Recuerda en que momento comenzaron a llegar visitantes?) Y respecto a ello ¿Qué cambios ha detectado? (Los visitantes que llegan actualmente ¿Son diferentes a los que llegaban anteriormente?)
4. ¿A usted le agrada que lleguen turistas? ¿Por qué?
5. ¿Hay algo que le desagrada de los turistas que llegan?
6. ¿Cómo viven ustedes como pueblo mágico el turismo que llega o pasa por aquí?
7. ¿Cómo es el trato entre los mismos habitantes de la comunidad?
8. ¿Con que frecuencia tiene trato o interactúa con los turistas? ¿Y cómo describirías esa interacción, ese trato?
9. ¿El turismo ha traído momentos memorables y significativos a su vida o a la vida de los habitantes de San Martín? (¿Me podrías relatar alguno de esos momentos?)
10. ¿Considera que el turismo ha cambiado de manera importante (significativamente) el modo de vida de la comunidad de San Martín? ¿En qué aspectos?
11. ¿Ha cambiado su forma de ver la vida a partir de las vivencias o experiencias que ha tenido con el turismo (interacciones)?
12. ¿Cuál ha sido el aprendizaje más importante que le ha dejado sus experiencias con el turismo?
13. ¿Tiene alguna anécdota que nunca vaya a olvidar con referencia al turismo?
14. ¿Cómo ha cambiado su vida cotidiana a partir de estas experiencias?

Bloque 3. Patrimonio de la humanidad y pueblo mágico.

1. ¿Se benefició cuando la zona arqueológica fue nombrada patrimonio de la humanidad?
2. ¿Considera que la zona arqueológica es importante para ustedes?

3. ¿Observo o notó algún cambio cuando se declaró la zona arqueológica patrimonio de la humanidad?
4. ¿Sabes o te han contado algo al respecto de ese cambio?
5. ¿Usted conoce o ha escuchado hablar sobre el programa de pueblos mágicos?
6. ¿Usted sabe que su municipio forma parte del programa de pueblos mágicos?
7. ¿Usted conoce los criterios o requisitos que son necesarios para formar parte del programa de pueblos mágicos?
8. ¿Está usted de acuerdo con que el municipio sea pueblo mágico?
9. ¿Qué piensa de que San Martín haya sido nombrado Pueblo Mágico?
10. ¿Usted se ha beneficiado?
11. ¿Usted participo o fue consultado para conocer su opinión sobre la incorporación de su municipio al programa de pueblos mágicos?
12. ¿Qué sectores de la población cree usted que son los más beneficiados al formar parte del programa de pueblos mágicos?
13. ¿De qué manera considera usted o su familia, que se ha visto beneficiado de ser pueblo mágico?
14. Si tuviera la oportunidad de manifestar su opinión a las autoridades responsables del turismo ¿Qué le propondría o recomendaría?

Bloque 4. Datos De control

1. Edad
2. Lugar de origen y residencia
3. Nivel de estudios
4. Ocupación actual
5. Estado civil
6. Tiene hijos
7. ¿Puedo saber aproximadamente cuanto es tu ingreso mensual?
8. Debemos garantizar la confidencialidad de los informantes, proteger la identidad entonces comúnmente se utilizan seudónimos en las investigaciones a no ser que los informantes decidan utilizar su nombre real.

¿Algo más que desees agregar a la entrevista, algún comentario que te gustaría hacer?

Anexo 2 Guía de observación

Estudio sobre la experiencia turística de la comunidad de San Martín de las Pirámides y el impacto en su vida cotidiana.

- Episodio o situación:
- Fecha:
- Hora:
- Participantes:
- Lugar:

1.- Temas principales. Impresiones (del investigador). Resumen de lo que sucede en....

2.- Explicaciones o especulaciones de lo que sucede en el lugar...

3.- Explicaciones alternativas. Reporte de otros que viven la situación.

4.- Sigüientes pasos en la recolección de datos. Considerando lo anterior, que otras preguntas o indagaciones hay que hacer...

5.- Revisión, actualización. Implicaciones de las conclusiones...

Anexo 3 Listado de Entrevistados

No.	Nombre del entrevistado	Edad	Ocupación	L. Residencia	Fecha
1	Tomás	24 años	Encargado de hotel	San Martín	4-11-2018
2	Marilú	60 años	Empleada del INAH	San Martín	10-11-2018
3	El Chapulín	52 años	Comerciante	San Martín	4-11-2018
4	Daniel Hernández	46 años	Profesor de primaria	San Martín	4-11-2018
5	Daniel Hernández	26 años	Artesano	San Martín	11-11-2018
6	Angélica Benítez	34 años	Funcionaria Municipal	San Martín	16-04-2019
7	Eduardo Meza	23 años	Funcionario Municipal	San Martín	6-04-2019
8	Jair	27 años	Artesano	San Martín	12-04-2019
9	Alejandra	33 años	Artesana	San Martín	12-04-2019
10	Edmundo	62 años	Diseñador	San Martín	03-05-2019
11	Nayeli	37 años	Artesana	San Juan	03-05-2019
12	Israel Juárez	44 años	Empresario	San Martín	17-04-2019
13	Jesús	20 años	Estudiante y comerciante	San Martín	17-04-2019
14	José Antonio	56 años	Gestor Cultural	San Martín	17-04-2019
15	Mónica	30 años	Ama de casa	San Martín	17-04-2019
16	Saraí y Angélica	19 y 20 años	Estudiantes	San Martín	17-04-2019