

Turismo comunitario y patrimonio cultural desde la percepción de los residentes: Zacualpan de Amilpas, Morelos

Community Tourism and Cultural Heritage from the Residents' Perception: Zacualpan de Amilpas, Morelos

Gloria Guadalupe García Aguilar*  <https://orcid.org/0000-0002-9422-0228>
Rocío del Carmen Serrano-Barquín**  <http://orcid.org/0000-0002-5695-751X>
Yanelli Daniela Palmas-Castrejón***  <https://orcid.org/0000-0002-7158-0212>
Omar Ismael Ramírez-Hernández****  <https://orcid.org/0000-0002-0874-5627>

Resumen

Objetivo: analizar la percepción que tiene la comunidad de Zacualpan de Amilpas (México) sobre el turismo y sobre su patrimonio, para saber cuáles son los efectos de dicha actividad recreativa en las dimensiones económica, ecológica y sociocultural, a las que se incorpora, como resultado de la investigación, la política. Metodología: investigación cualitativa en dos etapas: entrevistas y observación participante en la comunidad y etnografía remota mediante entrevistas. El análisis se realizó a partir de la teoría de las representaciones sociales. Resultados: se confirma el interés en el turismo como alternativa de desarrollo debido a sus beneficios económicos. Además, se detectó la necesidad del cuidado del patrimonio. Limitaciones: es necesario combinar otras técnicas de recolección. Valor: se identificaron las funciones de las representaciones sociales: entendimiento de la percepción de la comunidad, la importancia de la identidad cultural, los comportamientos y las prácticas frente al turismo. Conclusiones: se consignaron dos tipos de representaciones sociales a partir de la percepción: hegemónicas (importancia económica) y emancipadas (interés en proteger los recursos de la comunidad).

Palabras clave: turismo comunitario; patrimonio cultural; percepción; representaciones sociales; desarrollo local; Zacualpan de Amilpas.

Abstract

Objective: analyzing the Zacualpan de Amilpas' (Mexico) community perception regarding tourism and its heritage, in order to identify the impacts on the economic, ecological and sociocultural dimensions. As a result of the investigation, the political dimension was added. Methodology: qualitative research was carried out in two stages. The first are interviews and participant observation, and the second using remote ethnography through interviews. The analysis was executed from the theory of social representations. Results: interest in tourism as an alternative for development is confirmed due to its economic benefits; in addition, the need to care for heritage resources was detected. Limitations: it is necessary to combine other information gathering techniques. Value: functions of social representations were identified: understanding the community's perception of tourism, the importance of cultural identity, and the behavior and practices towards tourism. Conclusions: two types of social representations were presented, hegemonic (economic importance) and emancipated (interest in the protection of resources).

Keywords: community tourism; cultural heritage; perception; social representations; local development; Zacualpan de Amilpas.

Cómo citar: García Aguilar, G. G., Serrano-Barquín, R., Palmas-Castrejón, Y. D., y Ramírez-Hernández, O. I. (2022). Turismo comunitario y patrimonio cultural desde la percepción de los residentes: Zacualpan de Amilpas, Morelos. *región y sociedad*, 34, e1554. doi: 10.22198/rys2022/34/1554

* Universidad Autónoma del Estado de México, Facultad de Turismo y Gastronomía. Cerro de Coatepec s. n., Ciudad Universitaria, C. P. 50100. Toluca, México. Correo electrónico: lta_gloria@hotmail.com

** Autora para correspondencia. Universidad Autónoma del Estado de México, Facultad de Turismo y Gastronomía. Cerro de Coatepec s. n., Ciudad Universitaria, C. P. 50100. Toluca, México. Correo electrónico: rocioserba14@gmail.com

*** Universidad Autónoma del Estado de México, Facultad de Turismo y Gastronomía. Cerro de Coatepec s. n., Ciudad Universitaria, C. P. 50100. Toluca, México. Correo electrónico: hashir04@hotmail.com

**** Universidad Autónoma del Estado de México, Centro Universitario Temascaltepec. Carretera Toluca-Tejupilco km. 67.5, C. P. 51300, Barrio de Santiago, Temascaltepec, México. Correo electrónico: omar.ramirez.hdez@hotmail.com

Recibido: 24 de septiembre de 2021
Aceptado: 18 de enero de 2022
Liberado: 2 de marzo de 2022



Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional.

Introducción

Alcívar y Bravo (2017), Condor (2018) y Díaz (2017) han señalado que el turismo comunitario contribuye al desarrollo de las localidades, que promueve la apertura de variados negocios, que crea empleos y que fomenta la convivencia con personas de otras costumbres, tradiciones y visiones de realidades sociales distintas. Santamaría y Bayas (2018) han propuesto dicho turismo en comunidades campesinas que requieren alternativas económicas para alcanzar mejores niveles de vida.

En ese contexto, el gobierno promueve proyectos de turismo procurando el desarrollo local. Sin embargo, no tiene en cuenta la opinión de los lugareños o si la comunidad está o no de acuerdo en participar en ellos, lo que ocasiona fracasos y desperdicio de recursos. Por otro lado, hay localidades que sí visualizan el turismo como alternativa económica (Azcué, Cruz y Varisco, 2018; Cuevas, Moo y Sauri, 2016; Mullo, Vera y Guillén, 2019). Pero para lograr el desarrollo y la sostenibilidad de algún destino turístico se requiere planificar y gestionar estrategias efectivas que acentúen los beneficios y contrarresten los efectos negativos de los visitantes, considerando la percepción de los residentes al respecto (Faulkner y Tideswell, 1997).

La percepción de un individuo respecto del potencial turístico de su comunidad está determinada por aspectos socioculturales y por el conocimiento de los atractivos del espacio geográfico. Entonces la percepción es fundamental e imprescindible en el desarrollo de la dinámica social en torno del turismo (Tavares, Neves y Viera, 2010; Rotger, 2020).

La postura positiva ante la actividad turística se observa cuando hay beneficios personales o colectivos, lo cual incentiva el interés en el desarrollo del turismo en la localidad, en mejorar el contacto con el visitante y en preservar los recursos patrimoniales, porque el turismo en los espacios rurales es dependiente de los elementos paisajísticos y culturales (Gómez, Armesto y Cors, 2017; Vargas, Porrás, Plaza y Riquel, 2008). Además, las percepciones subjetivas de los residentes tienen una injerencia directa en el comportamiento de los turistas (Andriotis y Vaughan, 2003).

El presente estudio tiene el objetivo de analizar la percepción de los residentes de Zacualpan de Amilpas (Morelos, México) sobre la actividad turística, así como sobre sus elementos patrimoniales, pues la llegada de turistas ha producido en comunidades como ésta una serie de cambios definidos por distintas dimensiones, como la económica, la ecológica y la sociocultural. Además, es importante saber cuáles son los beneficios y los costos sociales para efectos de gestionar, planear o evaluar la actividad turística (Guijarro, Pacheco y Verdesoto, 2018).

La percepción es el primer paso para construir las representaciones sociales. Éstas remiten al punto en que se une la realidad y la imaginación con la acción, y actúan como nexo entre el universo interior y el exterior de cada persona, por lo que funcionan como mapa para la interpretación del mundo y también para su interacción en él (Rubira-García y Puebla-Martínez, 2018). Por lo tanto, el estudio se sustenta en la teoría de las representaciones sociales de Serge

Moscovici (1988). Es cualitativo-analítico, descriptivo y de carácter crítico, y se empleó la etnografía remota como método. Fue realizado en dos etapas. En la primera se revisó la literatura y se construyó el apartado teórico metodológico. Durante ella se hicieron visitas de familiarización y se aplicaron cédulas de observación participante en algunos contextos y procesos propios de la dinámica social. Además, se hicieron algunas entrevistas a distancia debido al confinamiento de 2020. La segunda etapa corresponde a la aplicación de ellas y a la obtención, sistematización y análisis de los resultados.

El contenido del presente documento está organizado de la siguiente forma: se abordan los aspectos que definen el turismo comunitario, el patrimonio cultural y la percepción; se enumeran los elementos generales y descriptivos de la comunidad de estudio; se incorpora el sustento teórico y metodológico de la investigación; se presentan los resultados, los aportes y la discusión. Al final se entregan las conclusiones.

Conceptos de la investigación

Turismo comunitario. Este concepto se ha construido a partir de la obra de Murphy (2013) de 1985, que surge de la relación entre el turismo y la gestión que hace de él cada comunidad, cuya ubicación por lo general es en zonas rurales (Guzmán-López, Borges y Castillo, 2011; Jaime, Casas y Soler, 2011; Orgaz, 2013). Dicho turismo se inicia a partir de la crisis de la actividad agropecuaria y de la mercantilización de los recursos naturales y culturales presentes en esos espacios (Palomino, Gasca y López, 2016). Es la “búsqueda de beneficios económicos para la comunidad, con independencia de otras cuestiones de carácter sociopolítico, defendiendo que la comunidad tenga la propiedad, la gestión y el control de los proyectos turísticos que se desarrollen” (Guzmán-López, Borges y Castillo, 2011, p. 434). En él está presente la acción colectiva que permite a los habitantes ser los actores principales del crecimiento económico (Cabanilla, Bagnulo, Álamo y Molina, 2015).

Se considera que en un proyecto de turismo comunitario se tendrá una distribución equitativa de los derechos y obligaciones que se deriven de él, teniendo presente que es muy importante que el pueblo muestre la esencia de su cotidianidad, su cultura, su cosmovisión y lo auténtico de su forma de vida, pues es diferente al resto de la gente que vive un estilo de vida occidental, propio de países desarrollados (Rodas, Donoso y Sanmartín, 2015). Además, como menciona Burgos (2016):

Ha permitido que las comunidades sean más conscientes de la importancia de cuidar su territorio y sus recursos naturales y culturales. También se evidencia que no todas las actividades de turismo comunitario presentan resultados positivos, lo que permite que exista una mayor vigilancia y orientación del Estado. (pp. 201 y 202)

Entonces es importante armonizar el desarrollo turístico de forma constante —pues representa una oportunidad de nuevos empleos para los habitan-

tes (Almeida-García, Cortés-Macías, Peláez-Fernández y Balbuena-Vázquez, 2015)— con la preservación del patrimonio natural y cultural, para mejorar la calidad de vida de los residentes, pues el turismo debería practicarse de manera responsable y estar regulado por la comunidad (García y Doumet, 2017) para evitar una mercantilización excesiva.

Patrimonio cultural. Cada grupo social posee características que le dan autenticidad y originalidad, como el patrimonio cultural, que es “la herencia de una comunidad y comprende una amplia diversidad de bienes que nos remiten a nuestra identidad. La identificación y evaluación de estos elementos y expresiones constituyen acciones fundamentales para su gestión y restitución” (Mayordomo y Hermosilla, 2019, p. 1). En otras palabras, es el legado de un grupo social, resultado de lo que expresa mediante técnicas y procesos, lo cual produce bienes y expresiones que van formando la identidad colectiva (Pinassi, 2017). Ésta, a su vez, se forma de elementos tangibles e intangibles cuyo valor e importancia se mantienen a pesar del paso del tiempo y de la modificación del espacio. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (s. f.) señala que el patrimonio ofrece a las sociedades “recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio” (p. 2), pero que se encuentran en riesgo si no se regula su uso. El patrimonio es el “capital cultural” de un pueblo que contribuye a su revalorización permanente y es la inspiración para crear e innovar productos culturales contemporáneos. Por lo tanto, es fundamental para la sociedad, pues está enlazado a lo local, a la riqueza de lo natural y de lo cultural que hace a los pueblos auténticos y que es insumo fundamental para el turismo, tanto en lo tangible como en lo intangible (Bitušíková, 2021; Fernández, 2017). Es la comunidad quien debe encargarse de cuidarlo y protegerlo. Por otro lado, a través de él se facilitan encuentros culturales y beneficios colectivos al intercambiar ideas, tradiciones y actitudes (Bobadilla, Luna, Lagunas, Álvarez, González, Valle y Ortega, 2017; Castillo y Alfonso, 2017; Ortiz, Noblecilla, Ruiz, Ordóñez y Crespo, 2017).

Percepción. García, Serrano, Osorio y López (2015) señalan que la percepción es el “proceso cognitivo de la conciencia en el que las cosas se reconocen, se interpretan y adquieren significado para elaborar juicios de acuerdo con las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social” (p. 46). Es un proceso en el que “el sujeto adopta información a la que le otorga un significado derivado de pautas personales y experiencias físicas, ideológicas, culturales, históricas de su entorno” (Osorio, Villalón, Serrano, Mendoza y Saldaña, 2018, p. 443). Por eso es dinámico, en constante movimiento, en el que participan los actores sociales estratégicos para impulsar la transformación. A partir de la percepción individual surge la percepción social, que incluye aspectos sociales y culturales que se reflejan en las creencias, actitudes, opiniones y valores respecto a ciertos fenómenos; en este caso, el turismo.

Por lo tanto, las percepciones locales dan origen a las representaciones sociales, que son aquellos sistemas cognitivos en los que pueden observarse estereotipos, opiniones, creencias, valores o normas que se orientan hacia lo positivo o hacia lo negativo. Todos estos elementos son los que van formando la

realidad de cada sujeto y la manera en que se perciben los sucesos que acontecen en ella (Araya, 2002; Valencia, 2020).

Por eso, la percepción de una comunidad es trascendental cuando se quiere transformar la realidad con el fin de conseguir su desarrollo: se debería considerar en el diseño de políticas públicas, económicas y sociales y, en este caso, con relación al desarrollo de la actividad turística. Esto responde a que los habitantes son quienes mejor conocen su propia dinámica social, las problemáticas a las que se enfrentan, las necesidades existentes y los recursos con los que cuentan: “La comunidad anfitriona determina el dinamismo tanto del desarrollo del turismo como de las interacciones entre la actividad y los actores involucrados” (García et al., 2015, p. 46). Así, la percepción, ya sea individual o colectiva, da bases más sólidas para la construcción de estrategias de desarrollo (Monterrubio, Mendoza y Huitrón, 2013; Ordóñez y Ochoa, 2020) y apoya la toma de decisiones en la planificación de la actividad turística (Osorio et al., 2018). Lo anterior con miras a lograr un desarrollo local que sea armónico y sostenible (Loor, Alonso y Pérez, 2018) y que proteja los recursos culturales y naturales (Torrescano, Prado, Mendoza, Trueba, Cedeño y Mendoza, 2018) para minimizar su deterioro, tal como se ha hecho en otros destinos turísticos (Blanco, 2017). Además, que a través de estos proyectos se fomente y se permita la participación activa de la comunidad; incluso, que sea ella la que lidere los de desarrollo turístico (Kim y Kang, 2020).

La teoría de las representaciones sociales

Según Moscovici (1988), las representaciones sociales son ideas o prácticas que guían a las personas a desenvolverse en la cotidianidad y que posibilitan la comunicación. Son “una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos” (Moscovici, 1979, p. 17). Es decir, cada sujeto percibe la realidad de forma personal y da sentido a situaciones, conocimientos y otros factores que facilitan la convivencia diaria, lo que va construyendo una apreciación colectiva. En este contexto, la percepción es importante para los grupos sociales, porque es el primer acercamiento a la realidad (García, 2015): cada sujeto toma una postura respecto a su entorno y a sus vivencias. Como señala Abric (2001), toda realidad es una representación que ha sido apropiada, tanto por una sola persona como por un grupo, y que es “reconstruida en su sistema cognitivo, integrada en su sistema de valores que depende de su historia y del contexto social e ideológico que le circunda” (p. 12). Por eso la representación se define como una visión “funcional” del mundo que confiere un sentido a los comportamientos, lo cual permite definirlo y adaptarse a él. Es un producto y un proceso cognitivo que posibilita a los individuos reconstruir e interpretar la realidad y darle un significado particular, así como establecer las normas que rigen sus relaciones con su entorno y con la sociedad. El autor citado también indica que las representaciones sociales tienen cuatro funciones: 1) permiten entender y explicar la realidad (funciones de saber); 2) definen la identidad y salvaguardan

la especificidad de los grupos (funciones identitarias); 3) dirigen los comportamientos y prácticas (funciones de orientación); y 4) justifican las posturas y los comportamientos (funciones justificadoras) (pp. 15-16). Así, “cuando un individuo percibe su entorno social, se esforzará por dar un sentido a la diversidad de estímulos inmediatos” (Abric, 2001, p. 19).

La percepción constituye una imagen de los significados y de los elementos de la realidad que cada individuo elabora. Con ella se construye la percepción colectiva sobre los fenómenos sociales, lo que en la actividad turística es muy importante, pues lo que cada comunidad percibe sobre su realidad se traduce en lo que proyecta al turista y representa el interés en participar en dicha actividad. De este modo, la percepción se asocia con las interpretaciones y las reinterpretaciones de los individuos en los diversos entornos donde interactúan (Ferreira y Capellano, 2011). Entonces, puesto que el turismo es un fenómeno con interacción humana y convivencia de culturas, se abordó el estudio con base en la teoría mencionada y dos perspectivas: la individual y la colectiva.

Es probable que los sujetos tengan distintas representaciones, según el lugar y el rol que ocupen en su grupo social. A veces éstas son contrarias, por lo que se debe considerar el origen de los sujetos para crear un ambiente de negociación y construir al mismo tiempo las diversas interpretaciones del espacio desde las distintas percepciones y que éstas influyan en las prácticas individuales, lo que repercute en la colectividad (Pádua, Duarte y Rodrigues, 2009; Sánchez, Vera y Piña, 2010).

El abordaje desde la percepción de la población permitió conocer el rol de los integrantes del grupo social, con lo cual se creó una representación común (Pádua, Duarte y Rodrigues, 2009). Hay tres tipos de representaciones sociales: 1) las hegemónicas, que son las que cuentan con alta aprobación del grupo social, por lo que difícilmente serán cuestionadas; 2) las emancipadas, que emergen entre algunos subgrupos y que se caracterizan por tener nuevas maneras de pensamiento social, aunque su nivel de aprobación no sea tan elevado; y 3) las polémicas, por lo general pertenecientes a subgrupos que presentan controversia y que si llegaran a ser aprobadas lo suficiente, podrían llegar a convertirse en hegemónicas (Moscovici, 1988; Valencia, Monterrubio y Osorio, 2021). Por lo tanto, se utilizó la propuesta de Moscovici (1988) para explicar las representaciones sociales concernientes a los resultados de la investigación, ya que la representación es “un conjunto de informaciones, de creencias, de opiniones y de actitudes al propósito de un objeto dado” (Abric, 2001, p. 18), en este caso, del turismo.

Zona de estudio

Zacualpan de Amilpas se ubica al nororiente del estado de Morelos. Colinda con Tetela del Volcán, que se localiza en las faldas del Popocatepetl, elevación muy importante que comparte con el Estado de México y con Puebla (véase figura 1). El municipio se compone de dos localidades: la cabecera del mismo

nombre y Tlacotepec. Se encuentra más o menos a cien kilómetros (km) de Cuernavaca, la capital del estado. Su clima es semicálido subhúmedo y templado subhúmedo. Su temperatura promedio es de veinte grados centígrados. En 2020 tenía una población de 9 965 habitantes (Instituto Nacional de Geografía y Estadística [INEGI], 2020). Ésta es mestiza y la mayoría de las personas profesa la religión católica, por lo que las principales festividades aluden a esas creencias. Cuenta con servicios e infraestructura básica y vías de acceso favorables para el transporte privado y público (H. Ayuntamiento Constitucional Zacualpan de Amilpas 2016-2018, 2016; trabajo de campo 2019 y 2020).

Figura 1. Croquis de localización de Zacualpan de Amilpas



Fuente: elaboración propia con base en la información del INEGI (2020).

En cuanto a los elementos patrimoniales, se dividen en tangibles e intangibles; por ejemplo: la iglesia de la Inmaculada Concepción y la ex hacienda Cuatepec; la fiesta anual conocida como mojiganga, llevada a cabo el último domingo de septiembre, que convoca a miles de visitantes de la región y a diversas comunidades, incluso de estados vecinos; y la práctica del trueque, que es de origen prehispánico, como parte de su sistema económico, característica que los hace únicos (Artieda, Mera, Muñoz y Ortiz, 2017) y que conmemoran, preservan y difunden a través del Festival Anual del Trueque, realizado en fe-

chas diferentes, alrededor de la fiesta de la mojiganga. Su gastronomía es similar a la de la región oriente del estado, con antojitos a base de maíz, diversos moles, tamales, bebidas de caña y frutas y café que se cultivan en la región.

El turismo es de temporada, es decir, en vacaciones y en fines de semana largos, así como en las festividades anuales. Los visitantes son casi todos nacionales (80%). Sin embargo, en algunos extranjeros se ha despertado la curiosidad por el trueque como sistema económico con posibilidades de replicarse en su país de origen (Entrevistado 1, 2020). En este sentido, a pesar de que no se cuenta con un número exacto de visitantes oficial o que haya sido verificado por dependencias privadas o públicas, en el área de estudio se observa una afluencia turística constante en las temporadas antes mencionadas.

Las festividades son las que convocan la mayor cantidad de visitantes, en especial durante la mojiganga: llegan al año más de diez mil turistas, provenientes sobre todo de municipios y estados cercanos (H. Ayuntamiento Constitucional Zacualpan de Amilpas 2016-2018, 2016). Si se tiene en cuenta que esa cifra es igual al número de habitantes de la comunidad, se podrá visualizar la magnitud del evento en una comunidad rural.

Sus características patrimoniales hacen de Zacualpan un destino rural ideal para la práctica de actividades turísticas, para el intercambio cultural y para el disfrute de un paisaje particular de una zona abundante en elementos naturales, como la vista magnífica del imponente Popocatepetl, segundo volcán más alto de México.

Metodología

La investigación se llevó a cabo en dos etapas: la primera, antes del confinamiento debido a la pandemia de COVID-19. Durante ésta se trabajó en los antecedentes, en el estado del arte y en el marco teórico-metodológico. Se hicieron visitas de familiarización y se aplicaron algunas entrevistas. La segunda etapa se desarrolló durante el confinamiento. En ésta se realizó una etnografía remota debido a la imposibilidad de hacerla de manera presencial; es decir, el trabajo de campo se tuvo que hacer a distancia.

Las cualidades de un grupo, como sus perspectivas, opiniones, costumbres y tradiciones, son parte fundamental de su dinámica social, y la percepción es una forma de conocerlas. Por eso la investigación se abordó desde el enfoque cualitativo.

Además, los estudios etnográficos han demostrado su eficacia para conocer y comprender la dinámica social, por lo que se seleccionaron como método, con la variante conocida como etnografía remota, cuya principal característica es que se emplea en situaciones en las que el investigador tiene poca o nula presencia física en las zonas de estudio y tiene que apoyarse en herramientas tecnológicas. Ésta es una respuesta al confinamiento que comenzó en 2020.

Las técnicas fueron la observación participante y las entrevistas semiestructuradas. Estas últimas se usaron para analizar las dimensiones económica, ecológica y sociocultural del turismo comunitario a las cuales se adicionó la dimensión

política, que se identificó a través de la aplicación de las entrevistas; también se utilizaron para estudiar el patrimonio cultural, tangible e intangible.

La muestra fue no probabilística y se hizo la selección por referencia (Alejo y Osorio, 2016; Izquierdo, 2015); debido al enfoque que se utilizó y a las características propias de la recolección de datos a distancia, puesto que, al tener una perspectiva cualitativa, no se emplearon técnicas estadísticas para la selección de la muestra, además, al no estar de forma física en campo favoreció que los mismos informantes refirieran a otros. Las entrevistas se hicieron en un periodo de siete meses, en su mayoría a través de medios sociodigitales y no presenciales. Se utilizaron llamadas telefónicas, mensajería instantánea de WhatsApp y el Messenger de Facebook. Las personas entrevistadas fueron referidas por informantes contactados en las visitas de campo, previas al confinamiento. La dinámica conversacional fue fluida a pesar de ser a distancia y el guion de entrevista se fue adaptando de acuerdo con el flujo de la conversación.

Se hicieron 21 entrevistas, cantidad determinada a partir de las referencias de las personas entrevistadas y con base en los objetivos de la investigación: conocer y analizar la percepción. Además, se observó que las últimas personas a las que se entrevistó repetían más o menos la misma información.

Como se aprecia en la tabla 1, se conversó con hombres y mujeres de ocupaciones diversas (docentes, amas de casa, comerciantes, artesanos, agricultores, obreros). Una vez que se transcribieron las entrevistas, se agruparon los datos por dimensión para facilitar la visualización y después se dividieron las percepciones vertidas, entre negativas y positivas. De esta forma dio inicio al análisis del contenido.

Tabla 1. Perfil del informante

Variable	Categoría	Número	Variable	Categoría	Número
Género	Femenino	12	Edad	De 25 a 40 años	7
	Masculino	9		De 41 a 55 años	10
Ocupación	Agricultor	2		De 56 a 70 años	3
	Ama de casa	5		De 71 o más años	1
	Comerciante	1	Personas con doble ocupación	Docente y artesano	1
	Docente	4		Ama de casa y artesana	1
	Mecánico	1		Ama de casa y comerciante	2
	Obrero	1			
	Empleado de gobierno	1			
	Ingeniero	2			

Fuente: elaboración propia a partir de la investigación de campo.

Resultados

Las opiniones recabadas se dividieron en dos apartados. El primero, de acuerdo con las dimensiones económica, ecológica y sociocultural, corresponde

a la percepción de la comunidad sobre los efectos del turismo. Cabe destacar que durante las entrevistas y su análisis surgió otra dimensión que no había sido considerada, pero que los entrevistados mencionaron y que aquí se denomina *política*. El segundo versa sobre la percepción que tiene la población acerca de su patrimonio cultural. Esta percepción dio a conocer las representaciones hegemónicas, las emancipadas y las polémicas en la comunidad (véase *tabla 2*), las cuales, de acuerdo con la teoría de las representaciones sociales, se relacionan de manera directa con el nivel de aceptación de una idea y con la frecuencia de opiniones repetidas que conforman una opinión colectiva. Como se puede observar en la *tabla 2*, únicamente se identificaron las representaciones hegemónicas y emancipadas.

Tabla 2. Principales tipos de representación social

Dimensión	Indicador	Perspectiva (positiva/negativa)	Tipo de representación social
Económica	Creación de empleos. Ingresos económicos.	Positiva Positiva	Hegemónica Hegemónica
Ecológica	Deterioro de recursos. Manejo de residuos.	Negativa Negativa	Emancipada Emancipada
Sociocultural	Fortalecimiento de costumbres y tradiciones. Adecuaciones gastronómicas.	Positiva Negativa	Hegemónica Emancipada
Política	Control de venta de bebidas alcohólicas en eventos masivos.	Negativa	Emancipada

Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la investigación.

Los resultados se dividieron a su vez en las dimensiones antes mencionadas. Se hizo hincapié en las actividades de los visitantes en el contexto rural y en los eventos de gestión comunitaria, los cuales guardan relación con el patrimonio cultural de sus habitantes.

Dimensión económica

En esta dimensión, la mayoría de las opiniones fueron positivas, debido a que las personas entrevistadas coincidieron en que, independientemente de que sean beneficiadas de manera directa o no, comprenden que la derrama económica proveniente de los visitantes es importante porque contribuye a la economía local. Dijeron que “los beneficios son principalmente económicos por las ventas, comercios, hotelería, fondas, puestos de comida, tianguis, venta de productos y venta de artesanías” (Entrevistado 1, 2020). Además, la mayor entrada de ingresos se observa en los eventos masivos, sobre todo durante la mojiganga, evento en el cual los habitantes se ven beneficiados porque, aunque

no se dediquen al comercio todo el año, ese día muchos lo hacen: vendiendo alimentos o bebidas alcohólicas o rentando sillas o espacios para ver el recorrido de la mojiganga o habilitando sus espacios como sanitarios o estacionamientos públicos. Por eso puede decirse que “los eventos son una buena fuente de ingresos” (Entrevistado 18, 2020).

La mayoría de los habitantes manifiesta ser beneficiario o conocer a alguien que lo sea. Algunos son comerciantes de tiempo completo. Otros lo son de manera ocasional, pues tienen otra actividad económica principal y el comercio complementa sus ingresos. Por lo tanto, la percepción que se tiene respecto a la derrama económica derivada de la llegada de visitantes es positiva.

Sobre el trueque se observó que, con independencia de que lo practiquen o no, todas las personas entrevistadas lo conocen, por lo cual se confirma que es la costumbre más importante de la comunidad. Este modelo económico permite a quienes lo practican sobrellevar la carga de los gastos de despensa. Incluso quienes no lo practican comentan su importancia y aseguran que forma parte de la identidad que tienen como zacualpenses.

Entre los aspectos negativos, los habitantes perciben, en lo que concierne a la comercialización de alimentos, que “la diferencia cuando llegan visitantes es que la comida es más cara” (Entrevistado 17, 2020). El cambio de precio de la comida durante las festividades perjudica a los habitantes de la localidad, pues sus ingresos son menores en comparación a los de los visitantes y se tienen que abstener de adquirir la comida.

Dimensión sociocultural

Se observó una perspectiva de arraigo e interés en conservar las costumbres y tradiciones a pesar del paso del tiempo y de la llegada de turistas: “Se promueve la convivencia cultural y enriquecedor intercambio de conocimientos. Se ha reforzado el trueque y se da a conocer la cultura a los visitantes extranjeros” (Entrevistado 1, 2020). El turismo se percibe, pues, como un efecto positivo debido a que se expone la importancia de dar a conocer al mundo la cultura de la comunidad y se menciona la posibilidad de reforzarla mediante la llegada de los visitantes. Además, se dice que con estas visitas se obliga, de cierta forma, a los prestadores de servicios a realizar un mejor trabajo. Por ejemplo, el Entrevistado 2 (2020) vende galletas artesanales y dice que ha mejorado la calidad, las recetas y el sabor a partir de la llegada del turismo.

Por otro lado, las personas entrevistadas consideran que el trueque y la mojiganga son los dos elementos principales de la identidad de Zacualpan, puesto que están muy arraigados en la comunidad desde hace mucho tiempo. El trueque es una actividad que, además de ofrecer beneficios económicos, favorece la convivencia con personas de la comunidad y de los pueblos aledaños, porque hay un intercambio de cosas, como comestibles, enseres del hogar, ropa, zapatos, plantas y juguetes, entre otras. Los miembros de la comunidad saben que el trueque tiene orígenes ancestrales y que ha persistido a través de los años. Conocen las características, los días y las premisas del trueque, aunque no lo practiquen. Es una práctica que representa un beneficio, pues llevan a inter-

cambiar a la zona de compraventa cosas que tienen en su casa o adquieren lo que está más barato y lo intercambian por productos que les sean necesarios para su hogar, lo cual ocasiona poco o nulo egreso monetario.

En resumen, se reafirma la importancia del trueque en la comunidad como una costumbre supérstite. Se argumenta también que la feria del trueque se hace para fortalecer dicha práctica y darle cada vez más difusión. Se comprueba la importancia de este modelo económico cuando se observa que, por ejemplo, durante la pandemia de COVID-19 se facilitó sobrellevar el desabasto de productos por el cierre del municipio a los distribuidores y a toda persona ajena a la localidad.

Otro elemento importante de la identidad zacualpense es la mojiganga, que es la fiesta más grande e importante. Convoca a muchas personas, con las cuales los residentes tienen oportunidad de interactuar. Hay quienes opinan que fomenta la unión de la comunidad y de las familias, porque incluso los que están fuera de ella organizan su agenda para estar presentes, como señala el Entrevistado 3 (2020): “Esté donde esté y pase lo que pase, ésa no me la pierdo”. La fiesta consiste en un desfile de carros alegóricos, comparsas, música y algarabías que anuncian la fiesta de la Virgen del Rosario. Se han observado varios beneficios producto de la festividad que se lleva a cabo el último domingo de septiembre y antecede a la fiesta de la Virgen del Rosario que se festeja los primeros días de octubre, pero el económico es el principal. La comunidad opina que la mojiganga confiere distinción a Zacualpan, ya que se conoce en los ámbitos regional, estatal, nacional e incluso internacional.

Entre las opiniones negativas acerca de la festividad, se dijo que hay venta desmedida de bebidas alcohólicas, lo que se traduce en personas en estado de ebriedad y en peleas entre ellos que ocasionan arrestos por alterar el orden. Y es que, como comentan varios de los entrevistados, el pueblo no cuenta con servicios de sanitarios públicos y muchos de los visitantes, al estar alcoholizados, utilizan la vía pública como baño y también inician peleas, hacen mucho ruido y tiran basura en las calles.

Así mismo se preguntó a las personas entrevistadas por otras festividades, como Semana Santa, Navidad, las fiestas de septiembre (independencia y mojiganga) y las de las capillas de cada barrio y, aunque éstas no convocan a muchos visitantes, consideran que son también parte importante de la comunidad.

Dimensión política

Esta dimensión no fue planteada en un principio, pero algunas de las personas entrevistadas se refirieron a un aspecto político cuando señalaron que el Ayuntamiento debería reforzar la logística de los eventos y regular la venta de bebidas alcohólicas durante los festejos; ya que el consumo y la venta de alcohol son excesivos y sus consecuencias en la salud son negativas, por lo que es un tema prioritario que hay que atender, además de los problemas sociales que causan, como por ejemplo, peleas callejeras, invasión y daño a la propiedad privada y conductas que dañan la moral cívica (utilizar la vía pública como baño). Esta situación ha provocado una demanda social para que el gobierno lo-

cal mejore la seguridad y el orden durante las fiestas, lo que podría convertirse en política pública. También están las demandas que buscan mejorar el sistema de limpia y el suministro de agua, entre otras.

Es decir, la mojiganga seguirá siendo una festividad importante en la comunidad, pero deberá tenerse en cuenta lo mencionado para evitar deformar su sentido y para propiciar el disfrute en un ambiente familiar.

Dimensión ecológica

Esta dimensión es la que presentó la mayoría de las percepciones negativas. Y es que en la comunidad hay eventos masivos que han causado daños a los recursos naturales, como señala una de las personas entrevistadas: “Hay una generación exorbitante de basura. Entre más visitantes haya, hay más generación de basura” (Entrevistado 11, 2020). Además, se mencionó que el problema principal de esta situación es que el pueblo es pequeño en comparación con el número de visitantes que llega (hablando en específico de la mojiganga, que es el evento más grande, como ya se dijo). Aunque es una opinión negativa, no lo es tanto en el sentido de que no se manifestó que sea un impedimento para el desarrollo de la festividad, sino que se expone que hay cosas que mejorar para seguir disfrutando de la fiesta más importante de Zacualpan, como, por ejemplo, colocar más botes de basura, poner anuncios que destaquen la importancia de no dejar desperdicios en las calles, poner baños públicos y mejorar el sistema de limpia del municipio.

En este contexto, las opiniones de los entrevistados están divididas en cuanto al manejo de residuos. Algunos argumentan que hay un buen manejo, puesto que se separa la basura y se recolecta, además de que el Ayuntamiento hace lo propio con la logística del camión recolector y con la limpieza de calles principales. Pero otros dijeron que no, que no hay buen manejo de la basura: que los pobladores son quienes se encargan de mantener limpio sus espacios y que no reciben mucha ayuda de las autoridades. La mayoría de ellos dice que de cierta forma es un trabajo colaborativo.

Se dijo también que poco a poco han observado escasez de agua y que a veces ésta se intensifica durante los eventos y, aunque no se menciona tanto como el problema de la basura, es una situación que requiere atención para que no se agrave.

Respecto al patrimonio cultural

Los intercambios culturales se dan en ciertas actividades, como el comercio, la educación o el turismo, lo cual permite la convivencia con personas de distintas regiones o países, tal como sucede en la comunidad de Zacualpan. La importancia del turismo en la revalorización de su patrimonio recae en el hecho de que los habitantes reconozcan su valor para preservarlo. El turismo, al ser un fenómeno social multidimensional, está muy ligado al patrimonio y a la cultura, pues mediante él los lugareños participan de una dinámica en la que convergen

el esparcimiento, el desarrollo personal, los encuentros culturales y los beneficios colectivos.

En los hallazgos sobre el patrimonio, se constató que los miembros de la comunidad lo conocen muy bien, tanto el tangible como el intangible. Mencionan entre el primero los lugares que ellos consideran de interés público, como las ex haciendas de Cuauhtepic y Chicomoselo y el ex convento de la Inmaculada Concepción, la barranca, la presa, las destiladoras, las calles empedradas, el aguardiente y el café que se producen ahí y que forman parte de su gastronomía. Además, opinan que Zacualpan es un lugar de personas amables, de clima agradable y ambiente tranquilo. Entre los elementos intangibles, todos mencionaron el trueque y la fiesta de la mojiganga como los elementos patrimoniales más importantes, pues se tienen como parte fundamental de la identidad de la comunidad y como aquello que los distingue del resto de los pueblos de la región.

Discusión

El trabajo realizado en Zacualpan de Amilpas da cuenta de lo importante que es conocer la percepción de un grupo social, tal como indican Moscovici (1988), García (2015), García, Serrano, Osorio y López (2015) y Guijarro, Pacheco y Verdesoto (2018). Dicha percepción da a conocer cuáles son los efectos actuales o potenciales y los comportamientos y actitudes del grupo social que pudieran ser óbices para las propuestas de proyectos o de transformación de la dinámica social que procuren el tan deseado desarrollo local. Además, como dicen Espinoza, Masam, Cornejo, Hracs y Ko (2021), la llegada de visitantes a cualquier lugar puede modificar de forma significativa las percepciones y necesidades de los residentes.

Así mismo Cuevas, Moo y Sauri (2016), Santamaría y Bayas (2018) y Azcué, Cruz y Varisco (2018) señalan que el turismo se visualiza como una alternativa económica que contribuye a reducir los índices de pobreza, debido a que representa ingresos económicos que mejoran la calidad de vida de los habitantes, como se ha visto en Zacualpan de Amilpas, donde los habitantes perciben que la actividad turística da oportunidad de tener una fuente principal o complementaria de ingresos económicos. Además, opinan que los beneficios se pueden percibir de forma directa o indirecta, por lo que se confirma que dicha actividad es una alternativa económica importante para la comunidad y que, en la mayoría de los casos, los beneficios monetarios son la principal medida de aceptación del desarrollo turístico de un lugar. Por lo tanto, la actividad turística es, siguiendo a Guijarro, Pacheco y Verdesoto (2018), a Moscovici (1988) y a Valencia, Monterrubio y Osorio (2021), una representación hegemónica, puesto que la idea de que la práctica del turismo deja sobre todo beneficios económicos, fue señalada y aceptada sin vacilación por el grupo social. No obstante, lo que es en verdad importante no es sólo perseguir los ingresos económicos, sino también un balance con la preservación de los recursos naturales y culturales (Torrescano et al., 2018).

Pero, por otro lado, el éxito de la actividad turística en lo económico es responsable del deterioro de algunos recursos naturales, puesto que consume volúmenes considerables de agua y produce residuos sólidos que dañan el medioambiente (Blanco, 2017). Esto se puede observar en Zacualpan de Amilpas, donde los miembros de la comunidad perciben daños al entorno natural y opinan que es necesario reforzar la logística del manejo de residuos, sobre todo durante los eventos masivos, que son los que convocan el mayor número de visitantes. Sin embargo, no todo en este rubro es malo: también una parte de la comunidad percibe que las estrategias gubernamentales ya se están concretando en propuestas de mejora del servicio de limpia. Para los residentes esto es importante, porque argumentan que los recursos naturales son primordiales y que deben preservarse las áreas naturales y su uso eficiente para lograr la sustentabilidad. Por lo tanto, puede decirse que esta percepción es una representación emancipada (Moscovici, 1988; Valencia, Monterrubio y Osorio, 2021), puesto que se encamina hacia una forma de pensar diferente para transformar la realidad y mejorar la situación descrita. Y aunque no fue muy mencionada, comienza a tomar fuerza desde la acción individual, y crece cada vez más entre los lugareños la idea del cuidado de los recursos y del manejo de los residuos.

En cuanto al tercer tipo de representaciones sociales, las polémicas (Moscovici, 1988; Valencia, Monterrubio y Osorio, 2021), no se detectaron en el análisis, pues no hubo opiniones contradictorias en torno a los elementos patrimoniales como base de la actividad turística, ni sobre los impactos que la actividad tiene en la comunidad, por lo cual sólo se pudieron detectar los dos tipos ya descritos.

Otra de las ventajas derivadas del desarrollo del turismo comunitario, es que los habitantes, sabiéndose anfitriones, se interesan en reforzar los aspectos positivos y en contrarrestar los que no son tan favorables, además de que, como sugieren Bobadilla et al. (2017), deben ser ellos los guardianes y perpetuadores de la riqueza cultural y natural de su comunidad mediante estrategias que protejan la integridad sociocultural de la comunidad (Ortiz et al., 2017), además de que la participación comunitaria es trascendental para el desarrollo de la actividad turística (Kim, Kang, Park y Kang, 2021).

Por otro lado, es importante insistir en que cada lugar tiene una cultura que ha sido preservada a través de los años por sus antecesores y ahora por los actuales habitantes, y que el turismo contribuye a la construcción y preservación cultural: es una herramienta de promoción de las imágenes que se tienen de cada región. Y es que los atributos y la sinergia existentes entre los elementos tangibles e intangibles con los servicios de apoyo, ofrecen atracción al lugar y viabilidad al desarrollo del turismo (Castillo y Alfonso, 2017). Esto se reafirma con el hecho aquí constatado de que la comunidad conoce sus recursos turísticos, que sabe la importancia que tienen y que muestra interés en compartirlos con el resto de las personas. Muchos de ellos opinan que, por ejemplo, la práctica del trueque mejora las condiciones de vida de los habitantes de la comunidad, modelo económico que tuvo sus orígenes en épocas prehispánicas y que evolucionó con el paso del tiempo hasta que desapareció en muchos lugares para dar paso a la comercialización, tal como afirman Artieda et al. (2017). No

obstante, la presencia del trueque se ha preservado en Zacualpan hasta la actualidad y, además de ser reconocido como elemento intangible del patrimonio y de la identidad cultural, confirma lo que han dicho los autores que se acaban de citar, porque se verifican beneficios en la cotidianidad del lugar.

Considerando lo expuesto, se puede establecer que las dimensiones económica y sociocultural, pilares de la sustentabilidad, tal como se establece en la literatura revisada, están presentes en las percepciones de la comunidad de manera positiva, además de incorporarse la dimensión política, pues sus integrantes están preocupados por conservar tanto sus recursos naturales como culturales, con lo cual se estarían dando pasos hacia el desarrollo local sostenible. No obstante, se deben promover las propuestas que impulsen un turismo que beneficie a la comunidad a través de sus efectos positivos, minimizando, o incluso evitando, los negativos.

En otro sentido, se puede confirmar que se cumplen las cuatro funciones que según *Abric (2001)* tienen las representaciones sociales. Entendiendo la realidad del turismo y sus efectos, se cumple la función de saber. Conociendo el patrimonio, su importancia y la necesidad de preservarlo, se confirma la función identitaria. Coincidiendo en cuanto a ciertos comportamientos, como la defensa del patrimonio o la necesidad de establecer normas, se verifica la función de orientación. Por último, razonando posturas y comportamientos ante los visitantes, se cumplen las funciones justificadoras.

Conclusiones

Entre las aportaciones del estudio está el hecho de que reconocer la percepción de la comunidad sobre la actividad turística es trascendental; ya que marca el camino a seguir y establece el tipo de estrategias en su logística, desarrollo e incluso evaluación del turismo en la localidad y es, además, la antesala que origina las representaciones sociales. En este caso se observaron dos: las hegemónicas, que se refieren a los beneficios económicos, y las emancipadas, que aluden a las cuestiones ecológicas. Una vez conocida la percepción y contrastándola con la realidad del grupo social, es viable cimentar las bases de la senda hacia una transformación que procure mejorar la calidad de vida y hacia el tan anhelado desarrollo local. Se reafirma que los beneficios económicos han sido y seguirán siendo la medida más popular de aceptación del turismo, debido a la importancia que tienen los ingresos económicos, tanto para las familias como para el grupo social. Fue importante corroborar que la comunidad está interesada en el cuidado de los recursos patrimoniales (tanto los naturales como los culturales) y que éstos son fundamentales para reforzar la identidad cultural; también porque son la base de los atractivos turísticos.

Se confirma que el análisis de las representaciones sociales ofrece la posibilidad no sólo de conocer la realidad, sino también de proporcionar las bases transformadoras de ésta, con expectativas de mejora. Se identificaron cuatro funciones de las representaciones sociales: 1) la de saber, al entender la per-

cepción de la comunidad en torno al turismo, la adquisición de conocimientos y hacerlos comprensibles para ellos; 2) la identitaria, al destacar la importancia de la identidad cultural, tanto social como personal; 3) la de orientación, al conducir los comportamientos y las prácticas frente al turismo; y 4) la que justifica las decisiones y las conductas de convivencia del grupo social.

Se identificaron tres sectores principales: el gubernamental, que se encarga de promover, regular y proponer políticas públicas eficientes; el privado, que ofrece diversidad de servicios a los turistas; y la población en general, con diversidad de roles en la comunidad. Estos sectores ofrecen sendas perspectivas sobre la actividad turística, desde las cuales se analizó la percepción. Con ello se obtuvo lo descrito en los resultados: son éstos los actores fundamentales del desarrollo del turismo en la localidad. Cabe destacar que, con independencia del sector o del rol de los habitantes en la comunidad, se confirma la percepción de que el turismo es una alternativa económica viable, debido a que todos ellos aseguraron ser beneficiarios directos o indirectos de él o en su defecto conocer personas de la comunidad que lo son.

Los principales obstáculos de la investigación se presentaron en la fase desarrollada en confinamiento, pues fue un constante desafío ante una situación sin precedentes. Se observaron diversos efectos en la cotidianidad y en las labores propias del investigador. La conexión a internet fue un ejemplo, pues se dificulta a menudo en estas zonas rurales. La disposición de tiempo libre de las personas entrevistadas fue otro obstáculo, debido a las características propias de su estilo y ritmo de vida. Es importante mencionar que otra de las limitaciones en el desarrollo del estudio fue que el acceso a la literatura sigue viéndose entorpecido por los altos costos de ciertas publicaciones y a que muchas bibliotecas estuvieron cerradas a causa de la pandemia.

Por último, es necesario subrayar que el estudio respondió a la necesidad de conocimiento de la realidad, pero no sólo para analizarla, sino también para cimentar las bases para encaminarla hacia la transformación, pues no basta saber lo que sucede o por qué sucede, sino que también hay que usar ese conocimiento para impulsar el desarrollo local. Para ello es necesario continuar la construcción del conocimiento mediante la investigación que, como se ha sugerido, no debe detenerse ante nada, ni siquiera ante situaciones tan intimidantes y desafiantes como la pandemia de COVID-19, que no sólo significó fuertes retos, sino también la oportunidad perfecta para demostrar que hay que buscar siempre la forma de reinventar, reinterpretar y rediseñar metodologías flexibles que posibiliten el quehacer investigativo ante cualquier circunstancia adversa.

Referencias

Abric, J. C. (2001). Las representaciones sociales: aspectos teóricos. En J. Abric (dir.), *Prácticas sociales y representaciones sociales* (pp. 11-32). Ciudad de México: Ediciones Coyoacán.

- Alcívar, V. I., y Bravo, A. (2017). Turismo sostenible: una alternativa de desarrollo comunitario desde un componente cultural. *Espirales. Revista Multidisciplinaria de Investigación Científica*, 1(7), 1-13. Recuperado de <http://www.revistaespirales.com/index.php/es/article/view/114/60>
- Alejo, M., y Osorio, A. (2016). El informante como persona clave en la investigación cualitativa. *Gaceta de Pedagogía* (35), 73-85. Recuperado de <https://gacetadepedagogia.jimdofree.com/revista-n%C2%BA-35-a%C3%B1o-2016/4-mariela-alejo-y-belkis-e-osorio-a/>
- Almeida-García, F., Cortés-Macías, R., Peláez-Fernández, M., y Balbuena-Vázquez, A. (2015). Residents' perceptions of tourism development in Benalmadena (Spain). *Tourism Management* (54), 1-16. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.007>
- Andriotis, K., y Vaughan, R. (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: The case of Crete. *Journal of Travel Research* (43), 172-185. Recuperado de <http://jtr.sagepub.com/content/42/2/172>
- Araya, S. (2002). *Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión*. San José de Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Recuperado de <http://www.efamiliarcomunitaria.fcm.unc.edu.ar/libros/Araya%20Uma%F1a%20Representaciones%20sociales.pdf>
- Artieda, R., Mera, A. R., Muñoz, E., y Ortiz, T. (2017). El trueque como sistema de comercialización –desde lo ancestral a lo actual. *Uniandes Episteme*, 4(3), 288-300. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6756265>
- Azcué, V. I., Cruz, G., y Varisco, C. (2018). *Los impactos económicos del turismo*. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/3068/1/azcue-et-al-2018.pdf>
- Bitušíková, A. (2021). Cultural heritage as a means of heritage tourism development. Matej Bel University in Banská Bystrica, Faculty of Arts Department of Social Studies and Ethnology. *Muzeológia a Kultúrne Dedičstvo*, 9(1), 81-95. doi: <http://doi.org/10.46284/mkd.2021.9.1.5>
- Blanco, O. (2017). ¿Testimonios de un despojo? Desarrollo turístico en Guanaacaste y sus impactos a nivel social ambiental, 1990-2016. *Revista de Ciencias Sociales* (155), 13-23. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/30253/30225>
- Bobadilla, J., Luna, S., Lagunas, V., Álvarez, B., González, S., Valle, P., y Ortega, R. (2017). Percepción de los prestadores de servicios dentro de áreas naturales protegidas sobre la eficacia de las políticas ambientales ahí implementadas y su impacto sobre el bienestar de la comunidad. Caso: Cabo Pulmo, B. C. S., México. *El Periplo Sustentable* (33), 760-797. Recuperado de <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/9036>
- Burgos, D. R. (2016). El turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local. Caso localidades de Ciudad Bolívar y Usme zona rural de Bogotá. *Hallazgos*, 13(26), 193-214. doi: <http://doi.org/10.15332/s1794-3841.2016.0026.08>
- Cabanilla, V., Bagnulo, C., Álamo, M., y Molina, V. (2015). *El aporte del turismo comunitario al fortalecimiento de los principios de soberanía alimenta-*

- ria en el Ecuador. Quito: Universidad Central del Ecuador. Recuperado de <http://200.12.169.19/handle/25000/5151>
- Castillo, N., y Alfonso, B. (2017). *Patrimonio cultural y turismo: un estudio comparado entre México y Colombia*. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México y Torres Asociados. Recuperado de http://148.215.1.182/bitstream/handle/20.500.11799/68160/Patrim_Cultu_Turismo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Condor, B. (2018). Turismo y desarrollo sostenible. Fundamentación teórica para la construcción de un modelo de desarrollo turístico. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 47-52. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Cuevas, A. V., Moo, X., y Sauri, P. (2016). Percepción social para la implementación de un proyecto de turismo cultural en la comunidad de Sacalaca, Quintana Roo. *El Periplo Sustentable* (30), 206-224. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000100206
- Díaz, G. (2017). Turismo y desarrollo local. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(2), 333-340. Recuperado de <http://www.pasosonline.org/Publicados/15217/PASOS52.pdf#page=49>
- Espinoza, R., Masam, B., Cornejo, J., Hracs, B., y Ko, C. (2021). *Methods, Techniques and Results for Quality of Life Studies: Impacts of Tourism in Four Cases in Mexican Communities*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa.
- Faulkner, B., y Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/09669589708667273>
- Fernández, A. (2017). Patrimonio y turismo. *Revista Turismo em Análise*, 28(1), 169-181. doi: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v28i1p169-181>
- Ferreira, M., y Capellano, M. (2011). Representaciones sociales del fenómeno turismo sexual. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(5), 1175-1195. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180722704012.pdf>
- García, A. (2015). *Turismo como factor de desarrollo local. Estudio de la perspectiva de la comunidad de San Pedro Tultepec, México* (tesis de maestría). Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México.
- García, A., Serrano, R., Osorio, M., y López, E. (2015). Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo local. Caso San Pedro Tultepec. *Turismo y Sociedad* (16), 43-65. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/5762/576261186008.pdf>
- García, N., y Doumet, N. (2017). El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 13(1), 105-116. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/riat/v13n1/0718-235X-riat-13-01-00105.pdf>
- Gómez, M., Armesto, L., y Cors, I. (2017). Percepción del cambio climático y respuestas locales de adaptación: el caso del turismo rural. *Cuadernos de Turismo* (39), 287-310. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/290571/212191>

- Guijarro, G., Pacheco, V., y Verdesoto, J. (2018). Percepciones y sostenibilidad del turismo comunitario Shiripuno, Misahuallí-Ecuador. *Antropología. Cuadernos de Investigación* (19), 12-34. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6865535>
- Guzmán-López, T., Borges, O., y Castillo, C. (2011). Desarrollo económico local y turismo comunitario en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *Revista de Ciencias Sociales*, 17(3), 432-446. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28022767005.pdf>
- H. Ayuntamiento Constitucional 2016-2018 Zacualpan de Amilpas, Morelos. (2016). *Plan Municipal de Desarrollo*. Recuperado de http://marcojuridico.morelos.gob.mx/archivos/reglamentos_municipales/pdf/PLANZACUALPAN-MO2016-2018.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2020). Áreas geográficas. Morelos. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=17>
- Izquierdo, M. (2015). Informantes y muestreo en investigación cualitativa. *Investigaciones Andinas*, 17(30), 1148-1150. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2390/239035878001.pdf>
- Jaime, P., Casas, J., y Soler, D. (2011). Turismo rural a través del turismo comunitario. Análisis del valle y cañón de Colca. *Gestión Turística* (15), 1-20. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2233/223318904001.pdf>
- Kim, S., y Kang, Y. (2020). Why do residents in an over tourism destination develop anti-tourist attitudes? An exploration of residents' experience through the lens of the community-based tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(8), 858-856. doi: <https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1768129>
- Kim, S., Kang, Y., Park, J., y Kang, S. (2021). The impact of residents' participation on their support for tourism development at a community level destination. *Sustainability*, 13(4789), 15. Recuperado de <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/9/4789>
- Loor, B., Alonso, A., y Pérez, P. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿turismo consciente o turismo tradicional? *ECA Sinergia*, 9(1), 97-108. Recuperado de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1195/1218>
- Mayordomo, M. S., y Hermosilla, P. J. (2019). Evaluación del patrimonio cultural: la Huerta de Valencia como recurso territorial. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* (82), 1-57. doi: <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2790>
- Monterrubio, C., Mendoza, M., y Huitrón, T. (2013). Percepciones de la comunidad local sobre los impactos sociales del "Spring break" en Acapulco, México. *El Periplo Sustentable* (24), 41-65. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4195310>
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis. Su imagen y su público*. Buenos Aires: Editorial Huemul.
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, 18(3), 211-250. doi: <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420180303>

- Mullo, E., Vera, V., y Guillén, S. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: Reflexiones necesarias. *Universidad y Sociedad*, 11(2), 178-183. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n2/2218-3620-rus-11-02-178.pdf>
- Murphy, P. (2013). *Tourism: A Community Approach*. Londres: Routledge, Library Editions: Tourism.
- Ordóñez, S., y Ochoa, C. (2020). Ambiente, sociedad y turismo comunitario: la etnia saraguro en Loja-Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(2), 180-191. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7500751>
- Orgaz, A. F. (2013). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. *Nómadas*, 38(3), 432-446. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/181/18128245006.pdf>
- Ortiz, B., Noblecilla, G. M., Ruiz, C., Ordóñez, C., y Crespo, G. (2017). Perception of local communities on the sociocultural impacts of rural tourism. Case. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 13(1), 15-27. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-235X2017000100015&script=sci_arttext
- Osorio, M., Villalón, A., Serrano, R., Mendoza, M., y Saldaña, O. (2018). La percepción de los impactos del turismo en la comunidad de Ixtapa-Zihuatanejo, México, desde el modelo de mapas causales. *Rosa dos Ventos. Turismo e Hospitalidade*, 10(3), 441-463. Recuperado de <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/5426/pdf>
- Pádua, A., Duarte, T., y Rodrigues, A. (2009). Espacio, prácticas y representaciones sociales en el turismo de negocios. La Feria Hippie de Belo Horizonte (Brasil) y las construcciones simbólicas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18(6), 741-760. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713900007.pdf>
- Palomino, V. B., Gasca, Z. J., y López, P. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable* (30), 06-37. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n30/1870-9036-eps-30-00006.pdf>
- Pinassi, A. (2017). *Patrimonio cultural, turismo y recreación geográfica en el espacio vivido de los bahienses desde una perspectiva*. Bahía Blanca: Ediuns.
- Rodas, M., Donoso, N., y Sanmartín, I. (2015). El turismo comunitario en el Ecuador: una revisión de la literatura. *Turismo, Desarrollo y Buen vivir. Revista de Investigación de la Ciencia Turística-RICIT* (9), 60-77. Recuperado de <http://revistas.udetonline.com/index.php/ricit/article/download/19/37>
- Rotger, D. (2020). Paisajes degradados e imaginarios sociales: percepciones del arroyo El Gato en la ciudad de La Plata, Argentina. *Revista de Urbanismo* (42), 120-133. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-50512020000100109&script=sci_arttext
- Rubira-García, R., y Puebla-Martínez, B. (2018). Representaciones sociales y comunicación: apuntes teóricos para un diálogo interdisciplinar inconcluso. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales* (76), 147-167. doi: <https://doi.org/10.29101/crcs.v25i76.4590>

- Sánchez, C., Vera, A., y Piña, N. (2010). Representaciones sociales del turismo en la península de Paraguaná, estado Falcón. *Multiciencias*, 10(1), 85-93. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/904/90415596012.pdf>
- Santamaría, F., y Bayas, B. F. (2018). Efecto económico de la actividad turística en la provincia de Tungurahua, Ecuador. *Ciencias Administrativas* (6), 15-25. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/64543>
- Tavares, J., Neves, O., y Viera, J. (2010). La atractividad turística de Belo Horizonte según la percepción de sus habitantes. *Estudios y Perspectivas en Turismo* (19), 1072-1089. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180717577011.pdf>
- Torrescano, V., Prado, C., Mendoza, P., Trueba, M., Cedeño, M., y Mendoza, E. (2018). Percepción comunitaria de las áreas protegidas, a más de 30 años de su creación en Ecuador. *Trace* (74), 60-91. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-62862018000200060&script=sci_abstract&tlng=fr
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (s. f.). *Patrimonio. Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo*. United Nations Educational Scientific and Cultural Organization. Recuperado de <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>
- Valencia, L. (2020). *Representaciones sociales de los impactos del turismo de surf en Puerto Escondido, Oaxaca, México* (tesis de maestría). Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca. Recuperada de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/109306>
- Valencia, L., Monterrubio, C., y Osorio, M. (2021). Social representations of surf tourism's. *International Journal of Tourism Policy*, 11(1), 29-51. doi: <https://doi.org/10.1504/IJTP.2021.114454>
- Vargas, S., Porras, B., Plaza, M., y Riquel, L. (2008). Turismo enológico: comportamiento del turista y percepción de la población residente. *Papers de Turisme* (43-44), 97-111. Recuperado de <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/5>