



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE  
MÉXICO

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

---

---

LICENCIATURA EN TURISMO

EL IMAGINARIO TURÍSTICO Y LAS MOTIVACIONES DEL  
TURISTA NACIONAL POR VISITAR LA ZONA  
ARQUEOLÓGICA DE TEOTIHUACÁN.

**TESIS**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN TURISMO

PRESENTAN:

VANESSA LÓPEZ NAVA

JESSICA LIZBETH ALVARADO LANDÓN

DIRECTOR DE TESIS:

DR. RAFAEL HERNÁNDEZ ESPINOSA

REVISORAS:

LIC. TANIA MELISSA SORIA LÓPEZ

LIC. CLAUDIA DÍAZ RAMÍREZ

TEXCOCO, ESTADO DE MEXICO, MARZO 2023

# Índice general

Índice de tablas .....	10
Índice de figuras .....	11
Índice de mapas .....	12
Índice de imágenes .....	13
Introducción.....	14
Capítulo I.....	19
Marco teórico.....	19
1.1 El imaginario social .....	19
1.2 Imaginarios turísticos .....	23
1.3 Las motivaciones humanas y las motivaciones turísticas .....	25
.....	26
1.4 Motivaciones e imaginarios turísticos.....	32
1.5 Turismo cultural y sitios arqueológicos .....	33
Capítulo II.....	37
Marco contextual.....	37
2.1 Aspectos geográficos.....	37
2.2 Época prehispánica.....	41
2.3 Rescate del patrimonio arqueológico.....	45
Imagen 1. Teotihuacán antes de ser descubierta .....	45
Imagen 2. Teotihuacán en 1905.....	46
2.4 El turismo .....	48
Imagen 3. Mapa Teotihuacán.....	49

Imagen 4. Paseo en globos sobre Teotihuacán.....	50
Imagen 5. Experiencia nocturna Teotihuacán.....	52
Capítulo III.....	54
Metodología.....	54
3.1 Paradigmas de investigación en las ciencias sociales.....	54
3.2 Diseño metodológico.....	58
3.3 Técnica de recolección de datos.....	60
3.4 Diseño de la entrevista.....	62
3.5 Muestreo y selección de informantes.....	63
3.6 Desarrollo del trabajo de campo.....	65
3.7 Procedimiento para el análisis de la información.....	67
Capítulo IV.....	69
Resultados.....	69
4.1 Análisis de testimonios.....	69
4.1.1 Descubrimiento.....	69
4.1.2 Motivación turística.....	71
4.1.3 Otros motivos.....	73
4.1.4 El imaginario.....	74
4.1.4.1 Expectativas.....	76
4.1.4.2 El imaginario como motivación.....	77
4.1.5 Recuerdos.....	79
4.1.5.1 Anécdotas.....	80
4.1.6 Opiniones diversas.....	82
Conclusiones.....	86
Bibliografía.....	91
Anexos.....	99

## Índice de tablas

Tabla 1. Procesos de creación de los imaginarios turísticos	24
Tabla 2. Clasificación de las motivaciones según Crompton (1979)	30
Tabla 3. Paradigmas y sus principales aspectos	57
Tabla 4. Caracterización de la muestra	64

# Índice de figuras

Figura 1. Pirámide de necesidades básicas de Maslow.....	26
Figura 2. Llegadas de nacionales y extranjeros a la Z. A. Teotihuacán en el país	53

## Índice de mapas

Mapa 1. Ubicación del Estado de México. ....	37
Mapa 2. Ubicación de Teotihuacán. ....	38
Mapa 3. Ubicación San Martín de las Pirámides. ....	39
Mapa 4. Zona Arqueológica de Teotihuacán. ....	40

## Índice de imágenes

Imagen 1. Teotihuacán antes de ser descubierta .....	45
Imagen 2. Teotihuacán en 1905.....	46
Imagen 3. Mapa Teotihuacán.....	49
Imagen 4. Paseo en globos sobre Teotihuacán.....	50
Imagen 5. Experiencia nocturna Teotihuacán.....	52

## Introducción

El turismo es definido por la Organización Mundial del Turismo (OMT) como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos (Secretaría de turismo, 2001). El concepto de turismo ha ido evolucionando con el tiempo, debido a que surgen nuevos segmentos de los cuales el turismo hace uso y se adapta a ellos; este concepto de igual forma es estudiado desde diversas disciplinas y corrientes de pensamiento.

La actividad turística se ha ido adaptando a las necesidades que tienen los viajeros, creando diversos segmentos turísticos, como el turismo cultural, el cual es definido como un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos o productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico (OMT, 2019).

De acuerdo con Crespi y Planells, (2003) el turismo cultural surgió en la década de los ochenta del siglo XX, su principal motivación se centra en la visita de lugares que destacan por su riqueza patrimonial, principalmente monumental y artística.

En la actualidad, el interés por apreciar los territorios y espacios históricos en los cuales se ubican manifestaciones culturales tangibles e intangibles ha dado un salto cuantitativo ya que ha aumentado el interés hacia estos espacios de menor a mayor escala, y sobre todo cualitativo debido a que se ha puesto aún más atención a las cualidades y características que anteriormente no se tomaban en cuenta respecto



a estos espacios. Hasta hace varios años el turismo cultural pasó de ser una motivación de una élite sociocultural a constituirse en una exigencia de muchas personas (viajeros), como un producto de consumo para la recreación de minorías más selectivas, con intereses particulares, que se estructuran como grupos homogéneos y configuran un mercado específico que incorpora los bienes culturales como componente imprescindible de su demanda de oferta turística (Hiriart, 2018).

La práctica del turismo cultural se caracteriza por la configuración de diversas tipologías de rutas, entre ellas las rutas arqueológicas, en las que los yacimientos arqueológicos constituyen el eje central de la visita vacacional (Crispi y Planells, 2003). Dentro de un estudio realizado por Rivera y Peralta (2016) se identificó que el turismo cultural cuenta con una categoría sobre subtipos de turismo que se pueden realizar, y son

:

- Turismo arqueológico y paleontológico
- Turismo arquitectónico
- Turismo religioso
- Turismo de artesanías y técnicas artesanales
- Turismo culinario, gastronómico y de paisajes culturales
- Turismo de prácticas sociales y rituales
- Turismo educativo
- Turismo de representaciones artísticas
- Turismo de sitios naturales con valor cultural
- Turismo en museos y colecciones artísticas e históricas

México es uno de los países con mayor turismo cultural del mundo, su riqueza cultural, geográfica e histórica puede apreciarse a través de sus destinos turísticos, arquitectura y sus tradiciones. El turismo es una oportunidad para aprovechar el patrimonio cultural si se planea, organiza, promueve, generando recursos para su conservación y desarrollo; el patrimonio cultural es un elemento de identidad de sitios y comunidades, un atributo diferenciado como base para desarrollar actividades para los turistas y el valor para el turismo da coherencia a la oferta de destinos.

A lo largo y ancho del país se encuentran cientos de sitios de interés cultural, sobre todo los sitios arqueológicos, en el mismo estudio realizado por Rivera y Peralta (2016) se identificaron 1553 sitios en México, para hacer turismo cultural sitios como lo son, Palenque, Tulum, Monte Albán, Teotihuacán algunas de estas zonas reconocidas por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad<sup>1</sup>. En México la diversidad étnica, un patrimonio cultural con siglos de historia y una vida cotidiana llena de festividades y tradiciones, representando así un amplio campo de oportunidades para el desarrollo de este tipo de turismo.

Para México una de las categorías con mayor afluencia turística tanto nacional e internacional fue la relacionada con museos y colecciones artísticas e históricas, seguida por monumentos históricos y artísticos estos estando relacionadas con el patrimonio tangible que se encuentra dentro del territorio.

Uno de los sitios culturales en México más visitados es la antigua ciudad de Teotihuacán la cual ha tenido una gran trascendencia en el ámbito arqueológico, turístico y cultural debido, entre otras cosas, a que las políticas institucionales del Estado han logrado el reconocimiento de su importancia en el ámbito nacional e internacional. Debido a que los turistas tanto nacionales como extranjeros toman como un punto turístico obligatorio cuando se visita la capital del país.

---

<sup>1</sup> Patrimonio de la humanidad son ciertos lugares de la Tierra con un “valor universal excepcional”, la lista de patrimonio mundial incluye en la actualidad un total de 1,121 sitios (869 culturales, 213 naturales y 39 mixtos) en 167 países.

Tanto la zona arqueológica como la cultura representan un gran foco de información, que no siempre es la correcta. La falta de acceso a esta información y las omisiones del sistema educativo nacional y estatal respecto a los datos actualizados de la cultura Teotihuacana, ha propiciado que muchos de estos pobladores "resignifiquen" lo que llegan a escuchar o leer de la historia del sitio, interpretando esta información de acuerdo con sus referentes concretos y necesidades comunitarias; esto, en algunos casos, puede traer efectos negativos ya que una información falsa o errónea del lugar puede desencadenar una serie de eventos desafortunados.

Como lo son estudios erróneos de Teotihuacán o la difusión incorrecta de información, esto a su vez genera que los individuos se formen imaginarios de diversos tipos que pueden influir de manera negativa para la atracción y el interés por visitar este lugar y genera un problema ya que los bienes culturales dan cohesión y grandeza a un imaginario del pasado y la tradición, esos lugares son desde entonces rescatados, preservados y custodiados, no tanto por su funcionalidad para las poblaciones locales, sino, por el mero monumentalismo-conservacionismo, aunque para ello deban limitarse sus usos, adornarse sus estilos y recrear sus historias.

Como sitio turístico importante y reconocido en nuestro país y a nivel mundial es necesario identificar el principal motivo por el cual el sitio es atractivo para los visitantes, así mismo analizar si el imaginario formado en ellos influye para la selección del lugar como visita. Por lo anterior se planteó la siguiente interrogante ¿Cuáles son los factores motivacionales que hacen al turista nacional visitar la zona arqueológica de Teotihuacán y cómo se relacionan con sus imaginarios?

Así mismo se planteó como objetivo general analizar la relación entre el imaginario turístico y las principales motivaciones de los visitantes a la zona arqueológica de Teotihuacán, y como objetivos específicos:

a) Analizar el imaginario de los visitantes acerca de la Zona Arqueológica de Teotihuacán y su relación con el imaginario turístico.

b) Analizar los principales factores motivacionales por los cuales el turista nacional se interesa por la Zona Arqueológica.

c) Identificar los elementos imaginarios que funcionan como factores motivacionales en los visitantes nacionales de Teotihuacán.

La presente investigación se encuentra dividida en cuatro capítulos, los cuales están organizados de la siguiente forma: el primer capítulo, referente al marco teórico, se exponen diversos conceptos y teorías acerca del imaginario social, el imaginario turístico, las motivaciones humanas, las motivaciones turísticas y, el turismo y sitios arqueológicos. El segundo capítulo contiene el contexto histórico, geográfico y turístico de la zona arqueológica. Es decir, se describen aspectos de su pasado, desde la civilización hasta la época actual y cómo la zona arqueológica se ha ido desarrollando turísticamente.

En el tercer capítulo se desarrolla la metodología, en donde se explican los paradigmas de la investigación en ciencias sociales, el diseño metodológico de la investigación y las técnicas utilizadas; así mismo se describe cómo se realizó la recolección de la información y el análisis de esta. En el cuarto capítulo se reportan los resultados de este trabajo referentes a los imaginarios sociales y turísticos, las motivaciones y la relación entre ambos respecto a la zona arqueológica. Finalmente se presentan las conclusiones con relación a los objetivos de la investigación, en donde también se señalan los alcances y limitaciones de esta, así como algunas recomendaciones a considerar.

# Capítulo I

## Marco teórico

### 1.1 El imaginario social

El imaginario social, dice Cornelius Castoriadis (2007), es el “elemento que da la funcionalidad de cada sistema institucional su orientación específica, que sobre determina la elección y las conexiones de las redes simbólicas, creación de cada época histórica, su manera singular de vivir, de ver y de hacer su propia existencia, su mundo y sus propias relaciones” (Méndez, 2008).

Ugas (2007) menciona que el imaginario es la forma en la que las sociedades visualizan y nombran una realidad; en esa medida, el imaginario se forma como elemento de cultura y matriz que ordena y expresa la memoria colectiva, mediada por valoraciones ideológicas, auto representaciones e imágenes identitarias; el imaginario debe asumirse como una matriz de significados que orienta los sentidos asignados a determinadas nociones vitales e ideológicamente compartidas por los miembros de una sociedad (Cegarra, 2012). Su función es la de permitir comprender, explicar e intervenir sobre referencias semejantes de percepción (espaciales, temporales, geográficas, históricas, culturales, religiosas, etc.), de explicación (marcos lógicos, emocionales, sentimentales, biográficos, etc.) y de intervención (estrategias, programas, políticas, tácticas, aprendizajes, etc.) (Randazzo, 2012).

Este concepto de acuerdo con García (2019) tienen sus orígenes en el siglo XIX como un dominio del espíritu desdeñado por la razón, y a la vez que está íntimamente ligado a la imaginación como facultad psicológica de crear y utilizar imágenes. Este concepto de imaginario social fue creado y trabajado profundamente por el griego Cornelius Castoriadis, quien realizó significativas contribuciones en su obra *La institución imaginaria de la sociedad*. Para el autor lo imaginario no es imagen *de*, es creación incesante y esencialmente indeterminada de figuras/formas/imágenes (Riffo, 2016).

En las elaboraciones que propuso Castoriadis se destaca la idea del imaginario instituyente, el cual hace referencia a ese universo fundante que le da sentido a las sociedades y que tendría por función principal dar cuenta de cómo en la historia, desde el origen, constatamos la emergencia de lo nuevo radical, y si no podemos recurrir a factores trascendentes para dar cuenta de eso, tenemos que postular necesariamente un poder de creación, un vis formando, inmanente tanto a las colectividades humanas como a los seres singulares (García, 2019).

Comúnmente suele asociarse el término de imaginario con el de imaginación, por ello es necesario hacer una comparación entre ambos términos para su diferenciación, ya que de acuerdo con Tutor (2015) cuando se habla de imaginarios **no se está refiriendo a la acepción que remite a un “mundo irreal, fingido por la fantasía” y “que solo existe en la imaginación”, sino “a la imagen simbólica a partir de la que se desarrolla una representación mental”.**

Para entender más la diferencia entre ambos términos se hará énfasis en los siguientes puntos propuestos por Cegarra (2012):

- La imaginación es una capacidad individual que imita o recrea la realidad, la cual, mediante el uso de imágenes procede a manifestarla. El imaginario, por su parte, no es una facultad humana, es más una suerte de gramática, un esquema referencial que permite interpretar la realidad, socialmente legitimado, intersubjetiva e históricamente determinado.

- La imaginación reproduce la realidad; mientras que el imaginario opera como matriz de significados que orientan los sentidos que se le atribuyen a nociones de la vida compartidas por una sociedad.
- La imaginación es entonces una facultad humana innata; el imaginario, condición propia de la vida en sociedad.

Así mismo el imaginario cuenta con una serie de características propuestas por el autor García (2012):

- Su flexibilidad: no opera como concepto determinante, rígido, permanente y estable. Flexibilidad de gran utilidad en sociedades como en las que vivimos en la actualidad, que se destacan por la fluctuación, la dinámica, la transformación; si se quiere por el caos y la poca estabilidad social. El **imaginario “permite y procura la realización de micro ajustes permanentes que refuerzan su utilidad práctica” (Arribas, 2006, p. 22).**
- Su carácter socializante: pues la realidad social no debe ser sólo concebida por los investigadores y/o pensadores, académicos, especialistas, etc., debe tener en cuenta a la comunidad de individuos no expertos que lo vivencian en su cotidianidad; de esta forma, puede mostrar potencia en la conformación o afianzamiento de la conciencia colectiva de los sujetos (Arribas, 2006). Esto quiere decir que las interpretaciones sobre la vida deben convalidarse en el grupo social para que puedan lograr un grado importante de legitimidad, no siendo una cuestión impuesta desde quienes se auto confieren las últimas palabras frente a una situación.
- Es fuente de creación de posibilidades alternativas de realidad; mediante la irrealidad fractura lo considerado como real, se controvierte como alternativa (Carretero, 2004).
- Es un recurso cultural para hacer frente al destino del hombre (Carretero, 2004).
- Es el resultado del despliegue de una fantasía que intenta restaurar una identidad originaria del sujeto, que había sido fracturada como consecuencia

de las pautas institucionalizadas de socialización que le habían conferido una identidad racional (Carretero, 2004).

- Expresa una demanda por restaurar un desequilibrio causado por las carencias, los desajustes y desarreglos culturales; un ansia por revelarse y trascender el destino natural (Carretero, 2004).
- Es el resultado de una proyección fantasiosa que, una vez solidificada, ilumina modos de reinención de la realidad (Carretero, 2004).
- Nace del desajuste entre lo real y lo posible; es una instancia que busca reencantar la existencia (Carretero, 2004).
- Remite tanto al aspecto representativo y verbalizado de una expresión como al aspecto emocional y afectivo más íntimo de esta (Solares, 2006)

El imaginario social posee dos dimensiones, la cognitiva y la hermenéutica, la dimensión cognitiva comprende la gran capacidad que tienen los seres humanos para relacionarse, actuar, analizar, crear y transformar la realidad, permitiendo la construcción del conocimiento y la producción del nuevo saber. Al interactuar adquirimos información, parte de la cual se introduce en la memoria para combinarse con otra información previamente almacenada y que permite establecer **juicios, predecir acciones y perfilar inferencias, permitiendo así “dar sentido” al mundo social** (Baron y Byrn, 1998).

La relación entre el concepto y esta dimensión es que el imaginario se liga a marcos **“que conforman desde las metas, formas de actuar y valorar, hasta la política y las instituciones “Los marcos son estructuras mentales que conforman nuestro modo de ver el mundo” (Lakoff, 2007 citado en Randazzo, 2012). La hermenéutica por su parte es considerada como el arte de la interpretación y su relación con el concepto parte de la idea de que los imaginarios son esquemas de significado a partir de los cuales entendemos la realidad. De alguna forma, predeterminarían lo que es posible de acontecer en función de lo que puede ser entendido dentro de unos esquemas reestructurados, pero también engloban las estructuras bien fraguadas, como las instituciones.**



Para Castoriadis (1977) el imaginario social instituido se conforma por las significaciones imaginarias sociales y las instituciones cristalizadas, asegurando en la sociedad la repetición de las mismas formas que regulan la vida en sociedad (Randazzo, 2012). Las significaciones imaginarias sociales, son creaciones libres e inmotivadas, **no obstante, coherentes y completas: “crean un mundo propio para la sociedad considerada, son en realidad ese mundo: conforman la psique de los individuos. Crean así una representación del mundo, incluida la sociedad misma y su lugar en ese mundo”** (Castoriadis, 1997 citado en García, G, 2019)

Finalmente, el imaginario como un fenómeno individual y un tanto colectivo, puede **comprenderse “como un patrimonio representativo, tanto un conjunto de imágenes mentales acumuladas por un individuo en el curso de su socialización”** (Dittus, 2006 citado en García, G, 2019).

## 1.2 Imaginarios turísticos

En el ámbito del estudio del turismo se hace referencia a este concepto para la formación de uno nuevo denominado imaginario turístico, la definición de Daniel Hiernaux-Nicolas (2002) **menciona que el imaginario turístico es un “conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un entorno o una persona en un momento dado, así mismo el imaginario turístico es aquella porción del imaginario social referido al hecho turístico, cuya construcción es compleja, intervenida por la transferencia tanto de las impresiones subjetivas captadas a través de experiencias de vida, como de datos recogidos de otras personas o medios de difusión”** (Zamudio, 2012).

De acuerdo con Tutor (2015) El imaginario turístico, es la sombra sensorial del destino turístico, está ligada a la específica visión del mundo por parte de los individuos o de los grupos sociales que asocian una imagen material y unos valores o prácticas a un sitio. Estos imaginarios permiten a los individuos y a los grupos **representarse un lugar en tanto que destino turístico aprehensible”; crean el deseo,**

hacen a un lugar atractivo (o, al contrario, crean repulsión). Hacen posible la **planificación del viaje, minimizando la fricción de la distancia, “facilitan la transición** entre el aquí y el allí, lo próximo y lo exótico, lo conocido y lo desconocido; al mismo tiempo que lo construyen y hacen que los turistas no se sientan material y **simbólicamente perdidos”** (Gravari-Barbas y Graburn, 2012 citado en Tutor, 2015).

La autora Zamudio (2012) propone una serie de fases para la formación del imaginario turístico basándose en el Modelo de la experiencia del viaje de Gunn (1972) la cual se retoma para el análisis de este trabajo.

Tabla 1. Procesos de creación de los imaginarios turísticos

Periodo	Nombre	Descripción
Fase 1	Formación de la imagen	Acumulación de imágenes mentales sobre un lugar a partir de experiencias personales y por el contacto con el imaginario colectivo. Proceso inconsciente donde puede o no existir deseo y voluntad de viajar al destino.
Fase 2	Búsqueda de información	Modificación de estas imágenes por la búsqueda voluntaria de información del lugar.
Fase 3	Toma de decisiones	Con base al tipo de viaje (circuitos, gestionados y organizados por el propio turista, expediciones, etc.), tipos de acompañantes (viajes familiares, de pareja, con amigos, con adultos mayores, etc.), factores como el costo, tiempo, distancia, medios de transporte, clima, visas, etc., así como motivaciones de viaje.
Fase 4	Preparación del viaje	Aquí entrarían todas las consideraciones que implica el viaje desde hacer la maleta (tipo de ropa de acuerdo con el clima y el tipo de viaje), de tipo sanitarias (vacunas requeridas), de acontecimiento físico (cuando se considera que el viaje puede implicar dicha preparación sobre todo si no está habituado a caminar o bien se trata de algún viaje que contemple actividades deportivas).
Fase 5	Viajar al destino	La experiencia turística requiere necesariamente desplazarse del lugar de residencia habitual.
Fase 6	Experiencia del viaje	Participar del destino. Aquí sucede la experiencia turística y se busca la comprobación y comparación de la imagen previa con lo que se experimenta como realidad.

Fase 7	Regreso a casa	Nuevamente implica necesariamente un desplazamiento.
Fase 8	Modificación de la imagen global	Basada en la experiencia de visita y el nuevo contacto con el imaginario colectivo se formula una imagen que engloba todas las percepciones anteriores.

Fuente: Zamudio, 2012

De acuerdo con Noel Salazar citado en Naef (2012) los soportes específicos por los cuales se hace evidente el imaginario turístico son **“el contenido visual y textual de los documentales y películas; el arte y las exposiciones de los museos; las tarjetas comerciales, videojuegos y animaciones; fotografías, diapositivas, videos y postales; bitácoras, blogs y otras páginas web; guías de viaje y folletos turísticos; libros de mesa y revistas; literatura; anuncios; y medios cuasi científicos como National Geographic”** (Tutor, 2015).

Los actores que construyen el imaginario valiéndose de estas imágenes son variados debido a la complejidad de la cadena de producción turística. Como actores externos tenemos, por ejemplo, a los turoperadores que actúan como intermediarios jugando con las imágenes turísticas, modificándolas y convirtiéndolas en productos de consumo. Los intelectuales –en un plano diferente al ámbito comercial de las grandes agencias– también determinan en parte el imaginario espacial mediante la inserción de lugares turísticos en el circuito global del conocimiento (representan y reproducen la realidad local en el contexto mundial) (Salazar, 2010 citado en Tutor, 2015).

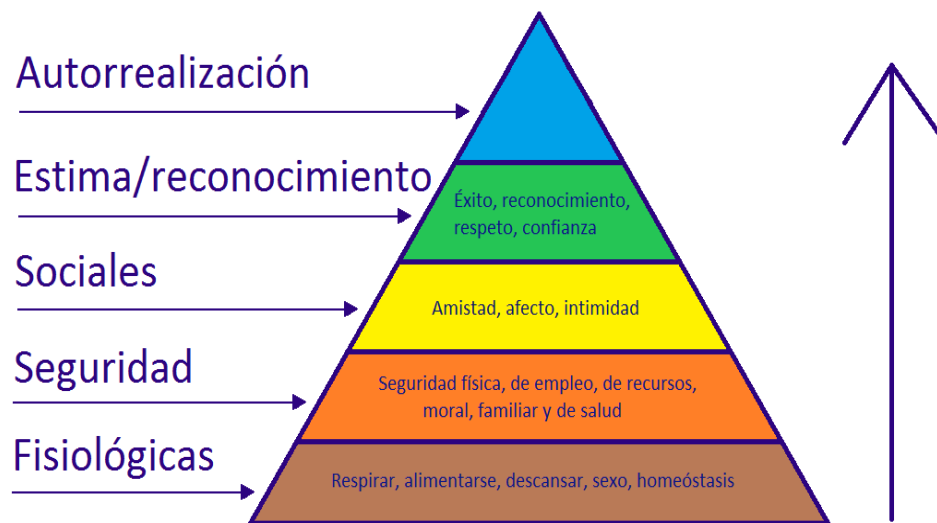
### 1.3 Las motivaciones humanas y las motivaciones turísticas

La palabra motivación deriva del latín motus, que significa «movido», o de motio, que significa «movimiento». La motivación puede definirse como el “interés o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que se realice esa acción, o bien para que deje de hacerlo” (Asturias, s/f).

Existen diversas teorías motivacionales que desarrollaron diversos autores, Naranjo (2009) menciona que estas teorías se pueden dividir entre aquellas de contenido y las de proceso. Las primeras estudian y consideran aspectos que pueden motivar a las personas, en tanto que las segundas estudian y tienen en cuenta el proceso de pensamiento por el cual estas se motivan (Araya y Pedreros, 2009).

Dentro de las teorías de contenido se encuentra la teoría desarrollada por Maslow (1943) [Ver figura 1], el señala que las personas se encuentran motivadas por cinco tipos de necesidades: fisiológicas (alimento, agua y abrigo), de seguridad (protección, orden y estabilidad), sociales (afecto, amistad y sentido de pertenencia), autoestima (prestigio, estatus y autoestima) y autorrealización (autosatisfacción) (Araya y Pedreros, 2009).

Figura 1. Pirámide de necesidades básicas de Maslow.



Fuente: Economipedia, 2017. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/piramide-de-maslow.html>

De acuerdo con Campos y Diaz (2003) la teoría de la motivación de Maslow se basa en las siguientes premisas:

a. El comportamiento humano puede tener más de una motivación. El comportamiento motivado es una especie de canal que puede ayudar a satisfacer muchas necesidades aisladas simultáneamente.

b. Ningún comportamiento es casual, sino motivado; es decir, está orientado hacia objetivos.

c. Las necesidades humanas están dispuestas en una jerarquía de importancia: una necesidad superior sólo se manifiesta cuando la necesidad inferior (más apremiante) está satisfecha. Toda necesidad se relaciona con el estado de satisfacción o insatisfacción de otras necesidades. Una vez satisfechas las necesidades básicas de alimentación, vestido y abrigo, el hombre desea amigos, y se torna social y grupal. Una vez satisfechas estas necesidades adquisitivas, desea reconocimiento y respeto de sus amigos, y realizar su independencia y competencia. Satisfechas estas necesidades de estatus y autoestima, pasa a buscar la realización de sí mismo, la libertad y modos cada vez más elevados de ajuste y adaptación.

d. La necesidad inferior (más apremiante) monopoliza el comportamiento del individuo y tiende a organizar automáticamente las diversas facultades del organismo.

En consecuencia, las necesidades más elevadas (menos apremiantes) tienen a quedar relegadas en un plano secundario. Sólo cuando se satisfacen las necesidades inferiores surgen gradualmente las necesidades más elevadas. Debido a esta preeminencia, no todos los individuos consiguen llegar a los niveles más elevados de las necesidades, porque deben satisfacer primero las necesidades inferiores.

En el estudio del turismo también se desarrollaron teorías de las motivaciones turísticas, entre las motivaciones pueden existir diversos motivos de viaje, como lo es el hacer un viaje por ocio, recreación, salud, descanso, cultural, entre otros. Pero

principalmente el enfoque está en las motivaciones turísticas de un lugar turístico que cuenta con una llegada considerable de turistas año con año.

Las motivaciones turísticas son elemento por el cual las personas buscan una recompensa, pero de tipo psicológico, derivada de la experiencia temporal de nuevos lugares y situaciones, estar libres de las limitaciones de trabajo y de los patrones normales de la vida cotidiana en el hogar (Ryan, 1991); que hace referencia al comportamiento y necesidades de los turistas a la hora de adquirir un producto o servicio turístico, mediante estímulos que mueven al turista a realizar y elegir la mejor opción para realizar su viaje.

Días & Cassar (2005), agrupan las motivaciones en:

- 1) Físicas relacionadas con la salud física y mental, el entretenimiento, el descanso y la reducción del estrés.
- 2) Psicológicas (o interpersonales) desarrollo emocional, visita a familiares y amigos, establecimiento de nuevas relaciones.
- 3) Culturales evoluciones personales por medio del conocimiento de otras culturas y países o de la ampliación del conocimiento artístico e histórico.
- 4) Sociales o de prestigio que permiten que el individuo sea reconocido y apreciado.

También citan otras motivaciones que ellos llaman genéricas, ya que se aplican a todos los turistas: escapar de la rutina diaria, recompensa por el trabajo realizado, un modo de liberación de las convenciones y una contribución al desarrollo de valores espirituales. Otra perspectiva es la del turismo como búsqueda de autenticidad, significado y valores (Araújo y de Sevilha, 2017).

Una de las teorías más antigua en el estudio del turismo es la Teoría de las motivaciones turísticas Push y Pull de Dann (1977) en la cual se menciona que las motivaciones push presión son necesidades y deseos internos de los viajeros que generan la demanda de viajar; y las motivaciones pull atracción son fuerzas externas de los destinos o factores atribuidos a los destinos, el push explicaría el deseo de viajar, y el pull explicaría la selección del destino además menciona que

las motivaciones de viajes parten de dos conceptos: anomia y exaltación del ego. **La anomia sería el deseo de “trascender la sensación de aislamiento inherente a la vida cotidiana”.**

Por otra parte, Pearce (1988; 1993), Pearce & Calabiano (1983) y Moscardo & Pearce (1986) desarrollaron una teoría de motivación llamada Travel Career Ladder (TCL). Esta teoría fue elaborada en base a la teoría jerárquica de la motivación de Maslow (1970) y al concepto de la carrera del viajero de Hughes (1937). La teoría describe que la motivación turística puede ocurrir en cinco niveles diferentes: a) necesidad de relax; b) necesidad de seguridad; c) necesidad de relaciones; d) necesidad de autoestima y desarrollo; y e) necesidad de actualización y realización.

Así, los viajeros tendrían una carrera en la cual los más inexpertos se volcarían a las necesidades de los niveles más básicos y los más experimentados a las necesidades de los niveles más altos. Pero hay que resaltar que los viajeros no navegan estrictamente pasando de un nivel al otro de la escalera, sino que algunos conjuntos de necesidades pueden tender a depender de la etapa de la carrera del viajero (Araújo y de Sevilha, 2017).

Mientras tanto para Crompton (1979), los turistas viajan bien porque son empujados por motivos o variables internas o bien porque son atraídos por fuerzas externas del destino. Los factores de empuje (*push factors*) están relacionados con aspectos internos y emocionales, como el deseo de escapar, de descansar y relajarse, de aventura o de interacción social. Los factores de atracción (*pull factors*) están conectados con aspectos externos, cognitivos y de situación, como los atractivos del lugar, las infraestructuras recreativas o los escenarios culturales y naturales.

Crompton no pretende distribuir las motivaciones en una población, ya que la muestra por él utilizada es muy pequeña y poco representativa para este fin, sino determinar o definir cuáles son las motivaciones que subsisten en el comportamiento del turista y, de acuerdo con las entrevistas realizadas, clasifica las motivaciones en dos grandes grupos: psicosociológicas y culturales, que a su vez se subdividen en otras motivaciones más específicas tal y como se puede observar en la tabla.

Tabla 2. Clasificación de las motivaciones según Crompton (1979)

Motivaciones psicosociológicas (factores push)	
Escape del ambiente cotidiano	Consiste en un cambio temporal de ambiente diferente del lugar de residencia, del hogar o del entorno laboral, es decir, el turista busca destinos diferentes de su entorno habitual, tanto física como socialmente.
Exploración y evaluación del yo	El viaje es una oportunidad para que el turista explore su propia identidad y para el autodescubrimiento, así como para poner en práctica imágenes sobre sí mismo y evaluarlas.
Relajación	Se refiere a la relajación mental que se deriva, por ejemplo, de la práctica de hobbies e intereses que no se pueden desarrollar en la vida diaria, más que a la relajación física. Esta última no siempre tiene lugar en las vacaciones, y algunos de los entrevistados manifiestan haber llegado agotados tras las mismas.
Prestigio	Viajar supone un estilo de vida elevado, aunque con la democratización del acceso a los medios de transporte y la generalización del turismo, el estatus asociado a los viajes y al turismo es cada vez más difuso.
Regresión	Tiene lugar de dos maneras: (1) rompiendo con los roles y obligaciones cotidianas que facilita un tipo de comportamiento más irracional, pueril o adolescente, y (2) el turista también podría estar motivado por el deseo de retornar a una época donde el estilo de vida era más simple, lejos de la complejidad e incertidumbre de la actual sociedad, altamente tecnificada.
Mejora de las relaciones de parentesco	Viajar es una buena oportunidad para reunirse con los miembros de la familia y enriquecer sus relaciones.
Facilitación de la interacción social	Existen viajes más orientados a las personas que a los destinos. El período de vacaciones es un tiempo propicio para conocer gente nueva y así intercambiar opiniones, extender el número de contactos sociales o simplemente disfrutar de gente que no es familiar. También puede existir el deseo de interactuar con la población local (anfitriones), si bien lograrlo reviste algunas dificultades y muchos turistas acaban relacionándose con otros turistas. La cercanía en el alojamiento y el participar en viajes organizados son factores que facilitan la interacción social. Respecto de los viajes organizados, en ellos operan una serie de



	elementos que propician este hecho: compartir experiencias, proximidad física, existencia de individuos con intereses comunes en el grupo o la incorporación al grupo de nuevos miembros que son introducidos por individuos ya miembros.
Motivaciones culturales (factores pull)	
Novedad	Se identifica con la curiosidad, la aventura, la búsqueda de lo nuevo y diferente y, sobre todo, en el sentido de vivir una nueva experiencia (con cierta independencia del grado de conocimiento que se tenga del destino). No obstante, existen casos en los que el viajero elige destinos que ya le son habituales, en concreto: (1) pueden ser individuos que tratan de satisfacer necesidades psicosociológicas más que motivos culturales, (2) adoptan una estrategia conservadora para reducir el riesgo de que un destino poco familiar no resulte tan satisfactorio como el ya conocido, y (3) pueden verse condicionados por el miedo a lo desconocido. Así, en el turista podría darse una combinación de búsqueda de lo nuevo y de estrategias de minimización de riesgos ante lo diferente. Entre estas estrategias están los viajes organizados y la exposición gradual a situaciones novedosas, tomando como punto de partida lo ya conocido.
Educación	El viaje es una forma de satisfacer necesidades educativas y de adquirir un bagaje cultural, llegando a considerarse prácticamente una obligación moral de conocer aquellos lugares que son particularmente accesibles a los sujetos.

Fuente: Crompton (1979) adaptado de Castaño (2005).

## 1.4 Motivaciones e imaginarios turísticos

Para el desarrollo de este trabajo es necesario llevar a cabo un análisis entre la relación que existe entre las motivaciones turísticas con el imaginario turístico, el cual se llevará a cabo en el siguiente apartado.

Días y Cassar (2005) junto con Swarbrooke & Horner (2002) mencionan que las experiencias pasadas, el estilo de vida, la personalidad y la imagen que se desea proyectar pueden generar en los individuos diferentes motivaciones para consumir productos y servicios (Araújo y de Sevilha, 2017).

En este apartado se menciona a la imagen como un factor motivador en los individuos para consumir un producto o servicio, el cual puede ser turístico, en este sentido Dorfman y Mattelart (1974) mencionan que las imágenes son proyecciones **de las realidades, y de esta forma se convierten en sujetos autónomos. “El dibujo”** –así como la imagen y la foto– **“es su existencia más allá de sí mismo” y así se crea** el imaginario (Tutor, 2015). Esto quiere decir que la imagen funciona para crear en el individuo un imaginario y así mismo este imaginario funge como motivador para el consumo de un producto o servicio el cual puede ser turístico. De esta forma la percepción y los constructos culturales que conforman el imaginario fundan las motivaciones del turista (Tutor, 2015).

Continuando con el análisis, Staszak (2008) menciona que los imaginarios también permiten a los individuos y a los grupos representarse un lugar como un destino turístico aprehensible; crean el deseo, hacen a un lugar atractivo, contribuyen a concretar un proyecto de viaje (interviniendo a la vez en la selección previa del lugar visitado y en las prácticas asociadas a priori al viaje emprendido), reducen la distancia con el lugar turístico, suavizan su carácter exótico, al mismo tiempo que lo construyen.

Estos imaginarios intervienen no sólo en el momento de la elección del destino, sino también en el propio lugar, orientando, determinando o impidiendo ciertas prácticas. Si son negativos, contribuyen a evitar algunos destinos (Gravari, 2012). Esto quiere decir que los imaginarios influyen en los individuos como fuerza motivadora para elegir un destino o para descartarlo.

**En la tabla 1 “Procesos de creación de los imaginarios turísticos” se mencionaron** las fases del proceso de la creación de los imaginarios turísticos, en donde se menciona en la fase 3 que la toma de decisiones se desarrolla con base al tipo de viaje (c circuito, gestionado y organizado por el propio turista, expediciones, etc.), tipos de acompañantes (viajes familiares, de pareja, con amigos, con adultos mayores, etc.), factores como: el costo, tiempo, distancia, medios de transporte, clima, visas, etc., así como las motivaciones de viaje.

Aquí puede vislumbrarse claramente que existe una relación entre el imaginario y la motivación, puede ser que la motivación influya en el imaginario o que el imaginario influya en la motivación turística de los individuos.

## 1.5 Turismo cultural y sitios arqueológicos

La complejidad del análisis del turismo relacionado con la cultura radica en la necesidad de considerar las características de funcionamiento de dos sectores que, si bien se complementan, tienen lógicas y necesidades diferentes, aunque ambas se determinan en el entorno político, social, económico y ambiental de los sitios en que se ubica.

Así mismo el turismo representa una oportunidad de aprovechar el patrimonio cultural si se planea, organiza y promueve con profesionalismo, generando recursos para su conservación y desarrollo como un valor para la cultura que apoya y beneficia a las comunidades receptoras

El turismo cultural se ha convertido en el paradigma emergente del desarrollo turístico que busca evitar los impactos negativos del anterior modelo, frente a la crisis del turismo de masas y la crítica a sus impactos negativos, sin embargo la riqueza cultural y natural de México permite que el número de atractivos sean con un mayor potencial turístico que pueden permitir el conocimiento de otras culturas o un conjunto de sociedades y poder el favorecimiento de la creatividad y el desarrollo de producciones enriquecidas por el intercambio entre visitantes y creadores de la oferta cultural local.

El interés de visitar sitios arqueológicos surgió en el siglo XIX con el Grand Tour, ya que los comercios cubrían una demanda de objetos arqueológicos que los viajeros ávidamente compraban para llevarlos consigo de vuelta a su país y exponerlos en sus señoriales mansiones (Díaz, 2014). Toda esta fascinación hacia las antigüedades clásicas se extendió a otros tipos de arqueología, como la etrusca, e incluso hizo una mínima aparición el interés por la prehistoria

México cuenta con grandes zonas arqueológicas en varias regiones de la nación, el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) tiene bajo su resguardo de un total de 187 zonas arqueológicas abiertas al público en todo el país, los 365 días del año, de estos sitios, ocho se encuentran en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO.

A través del INAH, arrojan que las Zonas Arqueológicas con mayor cantidad de visitantes en lo que va del 2022 fueron: Teotihuacán, en el Estado de México, con 1,151,018 visitantes nacionales; Chichén Itzá, en Yucatán, con 1,138,859 visitantes nacionales; Tulum, en Quintana Roo, con 485,480 visitantes nacionales; Monte Albán, en Oaxaca, con 294,186 visitantes nacionales; Palenque, en Chiapas, con 223,707 visitantes nacionales, en lo abarca enero a octubre del 2022, con datos de Datatur.

En la búsqueda documental que se realizó acerca del tema, se encontraron varios estudios que se pretende sean ayuda con el tema de investigación, como, un estudio que analiza cuales son las principales motivaciones turísticas para visitar la zona arqueológica de Teotihuacán creada por Leyte y Navarro (2019) en Pachuca,

Hidalgo, titulada *Motivaciones turísticas del Corredor del Valle de Teotihuacán: estudio de caso en Zona Arqueológica de Teotihuacán, Estado de México*.

Esta investigación tuvo como objetivo determinar cuáles son las motivaciones turísticas en el valle de Teotihuacán con objeto de estudio de la Zona Arqueológica ya que este atractivo turístico cuenta con una llegada considerable de turistas que bien puede ser aprovechada y distribuida a los demás atractivos locales y a sus alrededores, implementando estrategias que ayuden a la captación de turistas. Se utilizó el método cuantitativo con una técnica de recolección de datos probabilística a través de encuestas para identificar cuáles son los motivos por los cuales los turistas deciden visitar la zona arqueológica antes mencionada, sin tener en cuenta que el valle de Teotihuacán cuenta con otros atractivos turísticos.

En los resultados se señala que las motivaciones de los turistas impactan de gran manera a la hora de la elección del destino al que la persona desea viajar, los motivos por los cuales los turistas visitan la zona arqueológica son tan diversos como la propia personalidad, gustos, preferencias y necesidades de los turistas, por lo que pueden ser: cultura general, historia, sitios arqueológicos, gastronomía y ocio. Esta investigación bien nos muestra que las motivaciones que tienen los turistas para visitar la zona son diversas y dependen de sus gustos y personalidades.

Otra investigación acerca del pensamiento imaginario en el sitio cultural Molino de Flores fue llevada a cabo por Fernández, S. (2017) en el municipio de Texcoco, Estado de México, titulada *El pensamiento imaginario del molino de flores en las prácticas fotográficas de sus visitantes*. El objetivo de esta investigación es el de analizar y comprender los significados que los visitantes del Parque Nacional Molino de Flores Nezahualcóyotl atribuyen a la actividad de tomar fotografías en sus visitas al mismo.

La metodología utilizada para esta investigación fue cualitativa, haciendo uso de la fenomenología y con un método de recolección de datos basados en la observación y la entrevista a profundidad. Los resultados mostraron que el proceso de los imaginarios inicia antes de la visita al Parque Nacional Molino de Flores, ya que el nombre del lugar sugiere a las personas algunas ideas de lo que podrán encontrar

en el lugar refiriéndonos a que imaginan algún tipo de molino relacionándolo con sus conocimientos previos. Esta investigación nos muestra cómo es que el pensamiento imaginario influye en los visitantes y como lo relacionan con los conocimientos previos que ellos tienen acerca del lugar

En resumen, en este capítulo se abordaron los conceptos de imaginario social, imaginario turístico, motivaciones humanas, motivaciones turísticas, y turismo cultural y como estos se relacionan entre sí para el entendimiento y abordaje de la investigación.

También se mencionó algunas investigaciones que abordan estos diversos temas para tener un punto de comparación y referencia en los resultados obtenidos y los métodos llevados a cabo para la recolección de datos.

## Capítulo II

### Marco contextual

#### 2.1 Aspectos geográficos

La Zona Arqueológica de Teotihuacán se localiza en el Estado de México, dentro del Pueblo Mágico de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides.

El Estado de México se ubica en la meseta central del país, rodeando por el norte, el oriente y el poniente a la Ciudad de México; en un radio aproximado de 600 kilómetros tiene acceso tanto al Golfo de México como al Océano Pacífico; y se ubica a poco más de mil kilómetros de la frontera de Estados Unidos de América (Secretaría de Desarrollo Económico, 2018).

Mapa 1. Ubicación del Estado de México.



Fuente: México Real, 2022. Disponible en: <https://mr.travelbymexico.com/698-estado-de-mexico/>

El Estado de México cuenta con 125 municipios dentro de los cuales se encuentra el municipio de Teotihuacán, este municipio se localiza en la cuenca de México, en el extremo nororiental de la misma y ligeramente, en la misma dirección del Distrito Federal, se ubica a los 19°41' latitud norte y a los 98°52' de longitud oeste. El valle de Teotihuacán está situado a 45 km, hacia el noroeste de la ciudad de México y a 119 km, de la ciudad de Toluca, dentro del contexto regional, Teotihuacán pertenece a la Región Económica II Zumpango la cual tiene bajo su jurisdicción a 31 municipios de la entidad. Colinda al norte con los municipios de Temascalapa y San Martín de las Pirámides; al este con los municipios de San Martín de las Pirámides y Otumba; al sur con los municipios de Otumba, Tepetlaoxtoc y Acolman; al oeste con los municipios Acolman y Tecámac. Ocupa el 0.37% de la superficie del estado. Cuenta con 32 localidades y una población total de 46 779 habitantes.6 El municipio posee una extensión de 83.18 kilómetros cuadrados (Plan de Desarrollo Municipal Teotihuacán 2022–2024).

Mapa 2. Ubicación de Teotihuacán.



Fuente: Plan Municipal de Desarrollo Urbano Teotihuacán 2006–2009.



El municipio de San Martín de las Pirámides se encuentra ubicada en la siguiente posición geográfica: Coordenadas, La latitud mínima es de 19°37'05" y máxima de 19°46'20"; con una longitud mínima de 99°42'03" y máxima de 98°53'27"; altitud de 2 302 metros sobre el nivel medio del mar. Colindancias: Al norte con los municipios de Temascalapa, Axapusco y Otumba; al este con los municipios de Axapusco y Otumba; al sur con los municipios de Otumba y Teotihuacán; al oeste con los municipios de Teotihuacán y Temascalapa. Superficie: La extensión territorial es de 70.30 kilómetros cuadrados, ocupa el 0.31% de la superficie del estado. Integración territorial: Cuenta con 20 localidades: Villa (1), Pueblos (5), Rancherías (4) y otras localidades con y sin categoría administrativa (10) (Plan de Desarrollo Municipal de San Martín de las Pirámides 2016–2018).

Mapa 3. Ubicación San Martín de las pirámides.



Fuente: Google (s.f).

Como se mencionó anteriormente la Zona arqueológica de Teotihuacán se encuentra dentro de ambos municipios, dirección: Autopista Ecatepec Pirámides Km. 22 + 600 CP 55800, Teotihuacán, Estado de México; se encuentra aproximadamente a 40 km al noreste de la ciudad de México, se puede llegar a través de la autopista México-Pachuca, saliendo por la Av. Insurgentes norte. También hay acceso desde las autopistas Ecatepec-Pirámides, México-Tuxpan y Arco Norte, además de la carretera libre México-Teotihuacán (INAH, 2022).

Mapa 4. Zona Arqueológica de Teotihuacán.



Fuente: Secretaría de Cultura y Turismo (2018)

## 2.2 Época prehispánica

El origen del nombre de este lugar **proviene del náhuatl: Teōtihuacán, “lugar donde fueron hechos los dioses; ciudad de los dioses”, que fue una de las mayores ciudades de Mesoamérica durante la época prehispánica (INAH, 2009).**

Según el arqueólogo René Millon (1966), Teotihuacán fue fundada entre los años 150 y 650 d.C. perteneciendo al periodo preclásico del 500 a.C. – 300 d.C., siendo el centro más importante de Mesoamérica. Así mismo, Millon nombra “Cuanalán” a la fase en la que en el Valle de México se desarrollan comunidades aldeanas densamente pobladas en las planicies aluviales. Centros nucleares ocupados por clanes familiares. Cuicuilco se convierte en el centro rector del Valle de México concentrando gran parte de la producción y sus recursos. Hacia el final de esta etapa se detecta un pequeño asentamiento en el área de manantiales en el suroeste de Teotihuacán; su población era de 5.000 habitantes. El autor Acosta (1964) afirma que tras la erupción del volcán Xitle en el sur del valle, se apresuró la caída de Cuicuilco y favoreció la concentración de la población y el poder político y económico en Teotihuacán.

Millon, (1966) afirma que la población de Cuicuilco participó en la fundación de Teotihuacán, pero parece que las migraciones desde la ciudad al sur de los lagos comenzaron antes de la erupción del Xitle, estas migraciones eran de un pequeño grupo de aldeas dedicadas a la agricultura. Estas aldeas eran contemporáneas a Terremote Tlaltenco, Tlatilco y Cuicuilco, y su desarrollo corresponde a las fases que el autor denomina Cuanalán y Tezoyuca.

Siguiendo el orden cronológico del autor Millón, en la época del 150 a.C. –1 d.C. se establece el asentamiento más antiguo en la sierra de Tlachique como como una zona urbana de Teotihuacán, en la cuenca de México, la cual pudo haber llegado a tener 100 mil habitantes, de los cuales aproximadamente 25 mil se asentaban en Teotihuacán. En la fase denominada “Tzacualli” (1–150 d.C.) continúa el crecimiento poblacional, se estima para esta fase una población de entre 25.000 y 30.000

habitantes concentrada en el norte y oeste de la ciudad. Es aquella fase en la que se establecen las bases de la planificación urbanística de la ciudad, el centro urbano se extiende hasta los 17 km<sup>2</sup>.; Teotihuacán se va modelando como una metrópolis de carácter religioso, no tan sólo para los propios teotihuacanos, sino también para el resto de los pueblos mesoamericanos (Moctezuma, 2009). En esta época se ejecutó la primera etapa constructiva de la pirámide del Sol y la Luna.

De acuerdo con Millon (1966), en esta misma fase “Tzacualli” la población de Teotihuacán era la mayor urbe del centro de México y sólo podían compararse con ella Monte Albán en los valles Centrales de Oaxaca y Cholula en el valle poblano-tlaxcalteca.

Siguiendo al autor la siguiente fase “Miccaotli” (150 –200 d.C.) es la fase en la que se construye la Calzada de los Muertos-**“Micaotli” en náhuatl, “la ciudad se extiende hacia el sur con la construcción de La Ciudadela”**. un recinto que al igual que la pirámide del Sol era una representación de la montaña sagrada primordial. La Ciudadela consiste en un conjunto de trece templos organizados alrededor de una gran plaza donde se encuentra la pirámide de la Serpiente Emplumada; es una etapa de prosperidad artesanal (lítica y cerámica) y alcanza una extensión de 22.5 km<sup>2</sup> con una población aproximada de 45 000 habitantes. Afirma Moctezuma (2003) que en la fase “Micaotli”, la pirámide de la Luna fue ampliada en dos ocasiones, una, entre los años 150 y 200, y la otra hacia el año 225.

**La siguiente fase, es la denominada “Tlamimilolpa Temprano” (200 – 300 d.C.)** durante esta fase, Teotihuacán ya se ha consolidado como un poder regional y por toda Mesoamérica, se realizan remodelaciones en la Pirámide del Sol, y la Pirámide de la Luna. De acuerdo con Moctezuma (2009) la pirámide fue ampliada en dos ocasiones más en este período entre el año 400, como en las anteriores etapas constructivas de la pirámide, a estas dos últimas se encuentran asociados algunos entierros humanos, y aparece el desmembramiento y la decapitación como formas de sacrificio, así como la exposición al fuego de los cadáveres.

En **la etapa posterior, denominada “Tlamimilolpa Tardío” (300 –400 d.C.)**, se termina la Plaza de la Luna, así como el área conocida como el Gran Mercado, frente a La

Ciudadela. Se detiene a la construcción adosada sobre el Templo de la Serpiente Emplumada y el edificio de los Caracoles Emplumados, localizado debajo del Templo de Quetzalpapalotl. La decoración es policroma en todos los elementos, en este momento se observa relaciones con otras áreas como la zona Maya y la costa del Golfo, la extensión de la ciudad ya no aumenta, pero la población llega a tener aproximadamente 65 000 habitantes.

En el periodo clásico del 300 – 900 d.C. inicia la fase denominada “Xolalpan Temprano” (400 – 550 d.C) Millon (1966) indica que la población llega a 85 000 personas, de acuerdo con sus cálculos, es el período de mayor apogeo de la ciudad. En esta fase los murales como el del Puma, los de Atetelco, y el Tlalocan, en Tepantitla, donde se expresaban prácticas políticas y religiosas y los conjuntos habitacionales también presentan indicios de haberse beneficiado del florecimiento de la ciudad.

**La siguiente fase es la nombrada “Xolalpan Tardío” (550 –650 d.C.)** hacia el final de la fase se observa un declive en sus expresiones artísticas, a partir del año 500 d.C. Crece el área ceremonial a lo largo de la Calzada de los Muertos y crecen también los conjuntos departamentales como Tetitla, Yayahuala, Atetelco, Tepantitla, Xolalpan y Tlamimilolpa (conocidos como zonas de palacios) construidos a los alrededores del Centro Ceremonial; también es el auge de la pintura mural, la extensión abarco fue de 20 km<sup>2</sup> y una población de 83 000 habitantes.

Se identifican una crisis en Teotihuacán y comienzos de la fase “Metepec” (650 – 750 d.C.) una lenta decadencia. La población comienza a disminuir; la única construcción importante es la Plataforma Adosada realizada con el propósito de ocultar el Templo de Quetzalcóatl emblema de poder de la ciudad. De acuerdo con Millon, en esa etapa la ciudad tuvo hasta 70 000 habitantes que decae hasta tener de 5 000 y 2 000 individuos, y la destrucción del centro ceremonial fue realizada por los propios Teotihuacanos. Cesan las relaciones con otras áreas culturales en Mesoamérica y surgen centros importantes en los valles vecinos.

En la fase “Oxtotípac” (750 –850 d. C) Millon menciona que, en esta etapa, el área urbana era habitada por 5000 personas y la población de la ciudad se reduce muy

drásticamente, sólo algunas partes de la ciudad permanecen ocupadas, entre ellas lo que se conoce como Ciudad Vieja. Esta ocupación de Teotihuacán está relacionada con la cultura de Coyotlatelco y la aparición de la cerámica del mismo nombre. Esta cultura es extranjera, producto de una migración que contribuyó a la ruina Teotihuacana.

Millon (1966) resalta que al tiempo que Teotihuacán inició su declive, otras ciudades en el centro de Mesoamérica comenzaron a florecer. Las culturas serían un factor que habría contribuido al colapso teotihuacano. Estas ciudades forman una corona en torno a Teotihuacán, en puntos estratégicos de las rutas comerciales más importantes de Mesoamérica en ese tiempo. Xochicalco en el valle de Morelos, Teotenango en el valle de Toluca, Cacaxtla en el valle de Tlaxcala, Cantona en el oriente y El Tajín en el paso hacia La Huasteca; todas fueron ciudades que vieron su apogeo al declinar Teotihuacán. La situación de Teotihuacán estuvo acompañada por el abandono masivo de la ciudad.

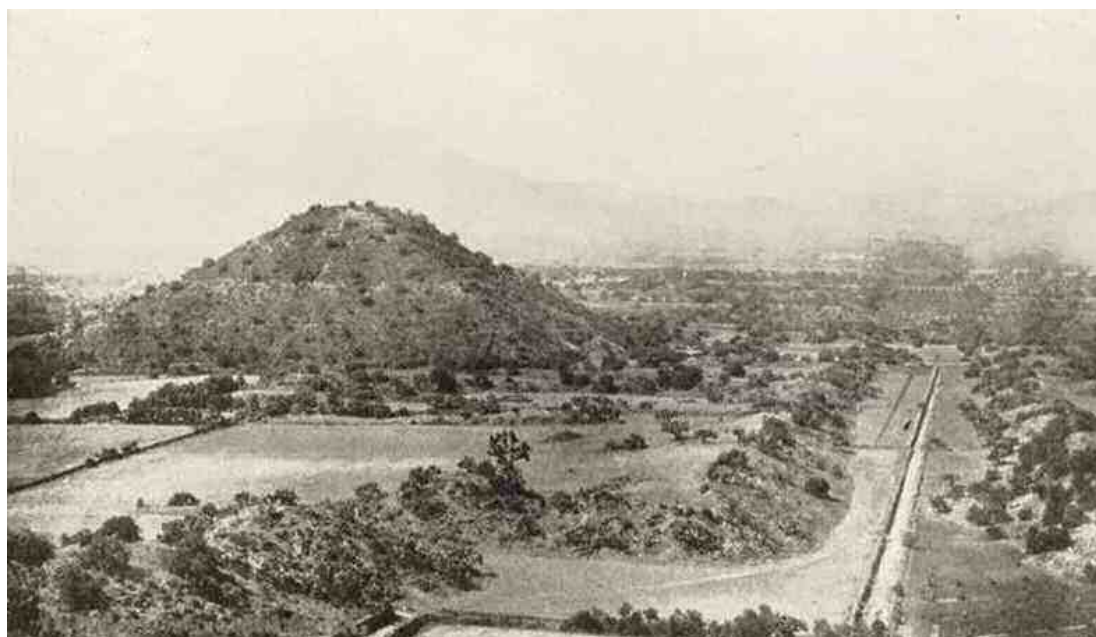
Durante los inicios de la ciudad prehispánica de Teotihuacán, así como menciona Manzanilla (2017) tuvo un florecimiento durante los años 200-550 d. C. y en el periodo Clásico de Mesoamérica del 200-900 d.C. Su ubicación geográfica era privilegiada para establecer rutas comerciales con otros centros mesoamericanos con los que comerciaban uno de los recursos minerales más importantes de la época: la obsidiana, obtenida en canteras cercanas y trabajada con eficiencia. También contaban con arcilla de excelente calidad para la alfarería. El Valle de Teotihuacán estuvo ocupado por aldea de agricultores pescadores cazadores.

Teotihuacán alcanzó los 22 kilómetros cuadrados de extensión y fue uno de los polos culturales del área conocida como Mesoamérica. Su alcance abarcó desde el norte hasta el sur del México actual, así como Guatemala y Honduras, regiones con las que mantuvo un intercambio traducido en influencias estilísticas y arquitectónicas (INAH, 2009). De acuerdo con Mariana Gaxiola (2017) el topónimo del sitio se les atribuye a los mexicas, quienes llegaron desde el norte al altiplano central durante el siglo XIV y descubrieron la metrópoli en ruinas. Fueron ellos quienes le otorgaron el nombre de "Teotihuacán".

## 2.3 Rescate del patrimonio arqueológico

Los primeros trabajos con fines de investigación que se realizaron en el sitio de acuerdo con Bernal (1979) datan del año 1675, con las exploraciones de Don Carlos de Sigüenza y Góngora (1645–1700) que llevó a cabo en la pirámide de la luna. Posteriormente en 1864 la Comisión Científica de Pachuca desarrolló el primer proyecto de investigación en donde se realizaron los primeros planos topográficos del sitio (Moragas y Sarabia, 2007).

Imagen 1. Teotihuacán antes de ser descubierta



Fuente: Mariana Gaxiola, 2017. Disponible en: <https://mxcity.mx/2017/07/asi-lucia-Teotihuacán-antes-de-ser-descubierta/>

A fines del siglo XIX, Leopoldo Batres realizó las exploraciones al norte de la calle de los muertos donde excavó el Templo de la Agricultura. En la transición del siglo XIX–XX suceden los trabajos de exploración en la parte norte de la ciudad por parte de ilustres nombres de la arqueología mexicana tales como Desiré Charnay, Alfredo Chavero y Antonio García Cubas que toman las primeras fotografías conocidas de

la zona arqueológica y exploran parte del área de la Pirámide de la Luna y la Calle de los Muertos (Moragas y Sarabia, 2007).

De acuerdo con el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) (2021) en 1905 Don Leopoldo Batres emprendió trabajos de restauración en la Pirámide del Sol, bajo los auspicios del gobierno de Porfirio Díaz, para la conmemoración del Primer Centenario de la Independencia del país, impulsando el desarrollo de las disciplinas antropológicas. A partir de la intervención de la Pirámide del Sol se adquirieron terrenos por parte del gobierno federal para la apertura oficial de la primera zona arqueológica y museo de sitio de México.

Imagen 2. Teotihuacán en 1905.



Fuente: <https://www.Teotihuacánenlineadiario.com/2015/12/a-punta-de-rifle-leopoldo-batres.html?m=0>



Así mismo el 13 de septiembre de 1910 la zona arqueológica de Teotihuacán fue abierta al público (National Geographic, 2018).

En este sitio arqueológico se han desarrollado 2 de los proyectos de investigación **más grandes en la historia de México: el Proyecto “Teotihuacán 1962–1964” y el proyecto “Teotihuacán 1980–1982”, además de uno de los megaproyectos planteados durante la década de los años noventa por el gobierno federal, conocido como “Teotihuacán 1992–1994” (INAH, 2021).**

**Previo al proyecto “Teotihuacán 1962–1964” desde enero de 1960 hasta marzo de 1962,** por el entonces Departamento de Monumentos Prehispánicos del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) llevó a cabo las temporadas I, II y III de exploraciones arqueológicas mayores, en las monumentales edificaciones que, por el oeste, delimitan a la inmensa Plaza de la Pirámide de la Luna, al norte del núcleo cívico–ceremonial de la antigua urbe y actual Zona Arqueológica de Teotihuacán, en el Estado de México.

Las excavaciones ejecutadas en esos edificios (2, 3, 4, 5 y el Palacio de Quetzalpapálotl al oeste y Edificio 1, ubicado al suroeste y al pie de la plataforma adosada a la Pirámide de la Luna), lograron liberarlos de toneladas de escombros que yacían sobre ellos, consolidarlos y llevar a cabo la reconstrucción de sus vestigios arquitectónicos para la visita pública, de 1962 a 1964 se inició y finalizó la temporada IV y V de este proyecto (Medina y Ortega, 2020;2021).

De acuerdo con Mercado y Díaz (2012) la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) declaró a los municipios de Teotihuacán de Arista y San Martín De las Pirámides, como Patrimonio de la Humanidad en 1987 con base en los criterios de selección I, II, III, IV Y VI de la lista de Patrimonios de la Humanidad (UNESCO, 2009).

Para ser incluidos en la Lista de Patrimonio Mundial, los bienes propuestos deben tener un valor universal excepcional y cumplir por lo menos, con uno de los diez criterios de selección; los primeros seis corresponden a los bienes culturales y los cuatro restantes a los bienes naturales. Teotihuacán fue nombrado bajo los criterios (i), (ii), (iii), (iv) y (vi) los cuales indican lo siguiente:

- i) Representar una obra maestra del genio creativo humano.
- ii) Ser la manifestación de un intercambio de influencias considerable, durante un determinado periodo o en un área cultural específica, en el desarrollo de la arquitectura o de la tecnología, las artes monumentales, la planificación urbana o el diseño de paisajes.
- iii) Representar un testimonio único, o por lo menos excepcional, de una tradición cultural o de una civilización aún viva o que haya desaparecido.
- iv) Ser un ejemplo sobresaliente de un tipo de construcción, de un conjunto arquitectónico, tecnológico o de paisaje, que ilustre una o varias etapas significativas de la historia de la humanidad.
- vi) Estar asociado directa o materialmente con acontecimientos o tradiciones vivas, ideas, creencias u obras artísticas y literarias de significado universal extraordinario (criterio utilizado solamente en circunstancias excepcionales y aplicadas juntamente con otros criterios).

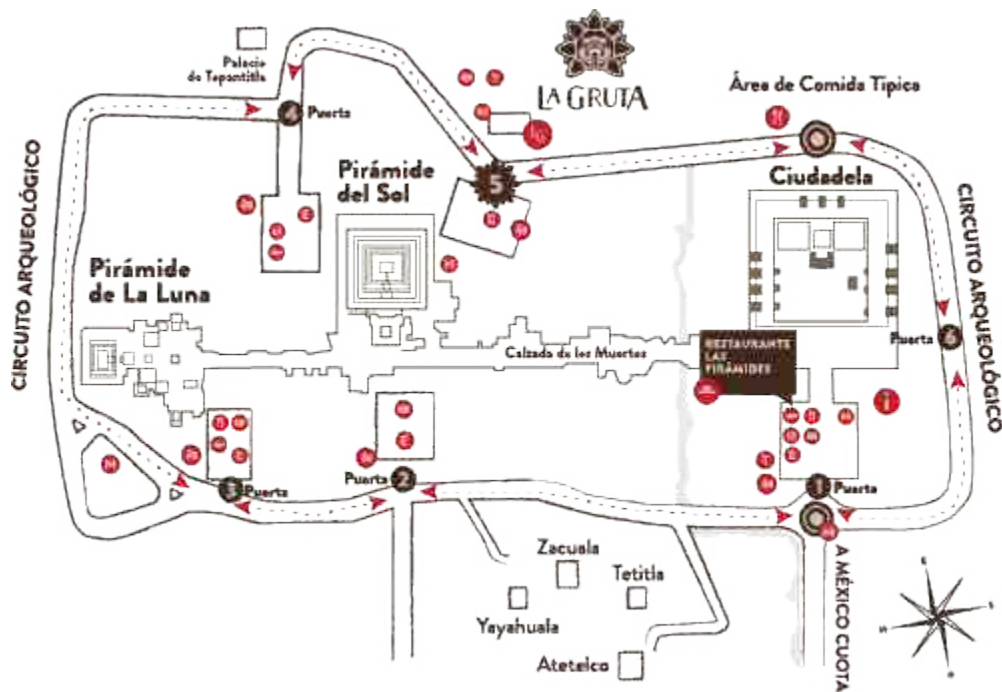
## 2.4 El turismo

Turísticamente la zona arqueológica de Teotihuacán es una de las más visitadas del país, ya que de acuerdo con el INAH (2019) fue ese año en el que se posicionó en primer lugar de visitantes con un total de 2 millones 602 mil 643 visitas (Indigo, 2019). Teotihuacán fue la sede del poder de una de las sociedades mesoamericanas más influyentes en los ámbitos político, económico, comercial, religioso y cultural, cuyos rasgos marcaron permanentemente a los pueblos del altiplano mexicano.

El área abierta a la visita pública tiene una extensión de 264 hectáreas, donde se concentran los principales complejos de edificios monumentales, como La Ciudadela y el Templo de la Serpiente Emplumada, la Calzada de los Muertos y los conjuntos residenciales que la flanquean, las Pirámides del Sol y la Luna, el Palacio de Quetzalpapálotl y 4 conjuntos departamentales con importantes ejemplos de pintura mural, como son Tetitla, Atetelco, Tepantitla y La Ventilla, además de otros 2 conjuntos de corte habitacional denominados Yayahuala y Zacuala; también cuenta con dos museos especializados: el de la Cultura Teotihuacana y el Museo de Murales Teotihuacanos “Beatriz de la Fuente”, así como una sala de exposiciones temporales ubicada en el edificio conocido como “ex-museo”.

Otras áreas en las que se exponen piezas arqueológicas son el Jardín Escultórico y el jardín al sur del Río San Juan; además se cuenta con un jardín botánico de la flora tradicional, un teatro al aire libre y el edificio sede del centro de Estudios Teotihuacanos (INAH, 2021).

Imagen 3. Mapa Teotihuacán.



Fuente: La gruta, 2022. Disponible en: <https://lagruta.mx/>

Con su apertura en 1910 y posteriormente con el reconocimiento del sitio como Patrimonio Mundial de la UNESCO, la zona arqueológica ha sido base para la atracción de una gran afluencia de turistas tanto nacionales como internacionales. En las décadas más recientes, con el surgimiento de nuevas tecnologías y la búsqueda de experiencias diferentes por parte de los visitantes, han surgido una serie de productos turísticos que complementan el recorrido arqueológico, que van desde los vuelos en globo aerostático hasta los senderos subterráneos que conducen a los visitantes al inframundo, así como los paseos en bicicleta y cuatrimoto con los que se aprecia el patrimonio natural y la belleza del paisaje (Ortega et al., 2021). De acuerdo con la Secretaría de Cultura y Turismo (2018) la Zona Arqueológica de Teotihuacán es el único lugar en México en donde se permiten los vuelos en globo libres, los 365 días del año.

Imagen 4. Paseo en globos sobre Teotihuacán.



Fuente: Civitatis, 2022. Disponible en: [civitatis.com/mx/ciudad-de-mexico/paseo-globo-Teotihuacán/](https://civitatis.com/mx/ciudad-de-mexico/paseo-globo-Teotihuacán/)

Otro evento que se lleva a cabo dentro del sitio, en el Palacio de Quetzalpapálotl, es el equinoccio de primavera que se manifiesta entre las 7:15 y las 7:45 am., en donde la sombra escalonada de las almenas del lado este de la construcción va recorriendo las figuras pintadas sobre el muro occidental, la pintura del palacio sobre la que se proyecta la sombra, se acompaña de una serie de círculos de mica, a manera de espejos que conforme recibían la luz solar lanzaban destellos sobre la parte no iluminada del recinto. La figura escalonada es un xicalcolihqui, especie de greca cuya evolución partió de las formas naturalistas de la serpiente (Turimexico, s.f).

**Otro evento que se realiza dentro de la zona arqueológica es el llamado “Experiencia nocturna en Teotihuacán”. En este evento** se realiza un recorrido de 500 metros sobre la calzada de los muertos, comenzando en la Pirámide del Sol hasta llegar a la plaza de la Pirámide de la Luna y de regreso al mismo lugar en 10 estaciones con un audio guía que explican los sucesos en el gran imperio Teotihuacano en su época de esplendor.

El tiempo aproximado del recorrido es de 45 minutos, terminando el recorrido tendrán la oportunidad de sentarse en las escalinatas de la plaza del Sol a disfrutar de la proyección multimedia en una de las paredes de la pirámide de Sol, la duración de la proyección es aproximadamente de 35 minutos (Mexitours, 2022).

Imagen 5. Experiencia nocturna Teotihuacán.

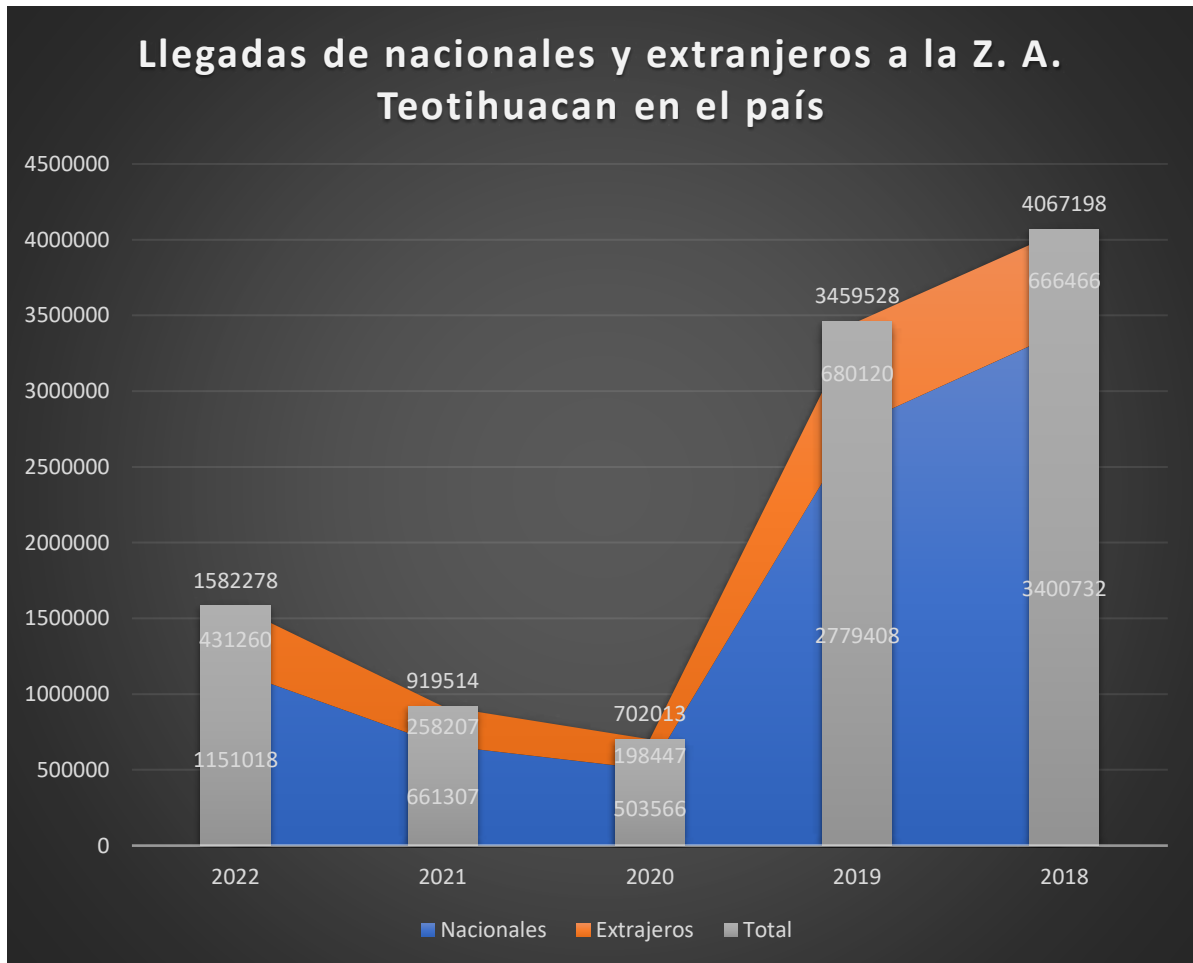


Fuente: México desconocido, (s/f). Disponible en:

<https://escapadas.mexicodesconocido.com.mx/actividades/experiencia-nocturna-en-Teotihuacán/>

La llegada de turistas según Datatur 2022, en el año 2021 debido a la contingencia sanitaria la zona arqueológica de Teotihuacán recibió un total de 661,307 turistas nacionales y 258,207 extranjeros, dando un total de 919,514 personas. Con un incremento para el año 2022 de turistas nacionales 1,151,018 personas y extranjeros 431,260 personas, dando un total a la fecha de octubre del 2022 con 1,582,278 personas. Posicionando con la segunda zona arqueológica del país con más llegadas de nacionales, con una variación entre ambos años con el total de las llegas de 157.1%. Sin embargo, para el año 2020 en llegadas de turistas nacionales fue de 503,566 personas y en extranjeros fue 198,447 personas con un total de 702,013 personas, debido a que no se tiene registro de los meses abril, mayo, junio, julio y agosto por el cierre del lugar.

Figura 2. Llegadas de nacionales y extranjeros a la Z. A. Teotihuacán en el país



Fuente: Elaboración propia con base a Datatur, (2022).

En resumen, en este capítulo se abordan aspectos geográficos, históricos y turísticos de la zona arqueológica de Teotihuacán en donde se explica desde su fundación, su auge y su caída como sociedad en la época prehispánica hasta el momento en que se descubrieron sus ruinas arqueológicas, su restauración, su apertura como sitio turístico, su nombramiento como patrimonio de la humanidad y su proceso turístico hasta la actualidad.

## **Capítulo III**

### **Metodología**

#### 3.1 Paradigmas de investigación en las ciencias sociales

Un paradigma, es el conjunto de ideas, creencias, argumentos que construyen una forma para explicar la realidad. Kuhn (1962) afirma que un paradigma es un conjunto de suposiciones que mantienen interrelación respecto a la interpretación del mundo, además, el paradigma sirve como una guía base para los profesionales dentro de su disciplina, ya que indica las diferentes problemáticas que se deben tratar y busca un marco referencial en el cual se aclaren las interrogantes mediante una epistemología adecuada (Ramos, 2015).

Mientras que para Patton (1990) el paradigma indica y guía a sus seguidores en relación con lo que es legítimo, válido y razonable. El paradigma se convierte en una especie de gafas que permitirán al investigador poder ver la realidad desde una perspectiva determinada, por tanto, éste determinará en gran medida, la forma en la que desarrolle su proceso investigativo (Ramos, 2015).

Los paradigmas son de gran importancia para el desarrollo de cualquier ciencia, ya que estos son los que definen el qué, el cómo, el cuándo y el para qué de las investigaciones a realizar y la forma en la que se deben interpretar los resultados obtenidos. Los paradigmas dirigen las investigaciones a realizar y las centran de



manera tal que los investigadores obtengan una guía que les permita contribuir al avance de la ciencia a la que se dedican (Farfán, 2010).

De estos paradigmas científicos existen dos tipos; el positivismo y la hermenéutica.

## Positivismo

El positivismo es la corriente filosófica creada por el francés Augusto Comte, según la cual las ciencias positivas nos permiten conocer con objetividad los hechos por medio de las leyes que éstas descubren (Lora, 2006). Ricoy (2006) indica que el **“paradigma positivista se califica de cuantitativo, empírico-analítico, racionalista, sistemático gerencial y científico tecnológico”**. Por tanto, el **paradigma positivista** sustentará a la investigación que tenga como objetivo comprobar una hipótesis por medios estadísticos o determinar los parámetros de una determinada variable mediante la expresión numérica (Ramos, 2015).

Mientras tanto, para Guamán, Hernández y Lloay (2020) el positivismo científico o positivismo es un sistema filosófico, que considera que no existe otro conocimiento que el que proviene de hechos reales verificados por la experiencia, negando así la posibilidad de que la teoría pueda ser una fuente del conocimiento y que la filosofía pueda contribuir al conocimiento científico.

Principales características del Paradigma Positivista de acuerdo con Paredes (2008, pág. 119-120).

- Monismo metodológico: La ciencia representa el único conocimiento válido.
- Cientificismo y Universalidad: Este único método viene dado de la ciencia físico – matemática, considerado el prototipo de todas las demás ciencias, a partir del cual se puede clasificar un saber cómo muy o poco científico en la medida en que se aproxime a dicho modelo.
- Objetividad. Dicotomía Sujeto Objeto: La concepción realista que impregna al positivismo lo lleva a plantear que el mundo tiene una existencia independiente del sujeto que lo observa.

- Concepción Fenoménica de la Realidad: Para el positivismo sólo puede ser cognoscible aquello que captamos por medio de los sentidos, es decir, los comportamientos manifiestamente observables.
- Naturalismo: El positivismo niega la existencia de lo sobrenatural y metafísico, afirmando exclusivamente la existencia de lo natural.
- Determinismo: Todo conocimiento científico debe basar sus investigaciones en estudios descriptivos.
- Predictibilidad: El positivismo de Augusto Comte está interesado en prever acontecimientos, para controlar y someter al mundo natural y social en beneficio de determinados intereses.

## Hermenéutica

Hermenéutica proviene de la expresión griega *hermeneúcin* que significa el arte de interpretar. De acuerdo con Martínez y Ríos (2006), desde la óptica del acceso al conocimiento, la hermenéutica sostiene la no existencia de un saber objetivo, transparente y desinteresado sobre el mundo. Tampoco el ser humano es un espectador imparcial de los fenómenos, cualquier conocimiento de las cosas viene mediado por una serie de prejuicios y expectativas que orientan y limitan nuestra comprensión (Ruedas, Ríos y Nieves, 2008). Arráez, Calles y Moreno (2006) consideran a la hermenéutica como una actividad de reflexión en el sentido etimológico del término, es decir, una actividad interpretativa que permite la captación plena del sentido de los textos en los diferentes contextos por los que ha atravesado la humanidad.

De acuerdo con Bisquerra (1989) bajo este paradigma se agrupan diferentes corrientes, como la naturalista, cualitativa, fenomenología, etnografía, el paradigma ecológico y el interaccionismo simbólico, entre otros (Morales, 2021).

A continuación, se realizará una comparación del paradigma positivista y la hermenéutica (Tabla 1), explicando sus aspectos ontológicos, epistemológicos y metodológicos de acuerdo con Paredes (2008).

Tabla 3. Paradigmas y sus principales aspectos

ASPECTOS	POSITIVISMO	HERMENÉUTICA
ONTOLÓGICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Realismo: la naturaleza de la realidad social.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Concepción ideográfica.</li> <li>➤ Intersubjetividad.</li> </ul>
EPISTEMOLÓGICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Separación entre sujeto y objeto.</li> <li>➤ Estudio de la realidad de forma objetiva.</li> <li>➤ Conocimiento sensorial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dependencia entre sujeto y objeto.</li> <li>➤ Construcción de tipos ideales.</li> <li>➤ Comprensión del significado y propósito de las acciones humanas.</li> </ul>
METODOLÓGICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Métodos cuantitativos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Métodos cualitativos.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia con base en Paredes (2008)

Una vez definido qué es un paradigma y sus tipos, se hablará del diseño metodológico de esta investigación.

## 3.2 Diseño metodológico

Para la presente investigación se utilizó un enfoque cualitativo el cual tuvo su origen en Max Weber, (1864 – 1920) también dentro de las ciencias sociales, esta corriente reconocía que además de la descripción y medición de las variables sociales deberían de considerarse los significados subjetivos y el entendimiento del contexto donde ocurre el fenómeno (Vega et al. 2014). Se hizo uso de este método dadas las características de los objetivos general y específicos y los temas de interés sobre los cuales se indagó, para ello fue necesario tener un acercamiento con los individuos y comprender sus ideales de forma más profunda ya que como bien mencionan Taylor y Bodgan (1984)

Características de la metodología cualitativa de acuerdo con Taylor y Bodgan (1984) en Quecedo y Castaño (2002)

1.–La investigación cualitativa es inductiva: Así, los investigadores:

- Comprenden y desarrollan conceptos partiendo de pautas de los datos, y no recogiendo datos para evaluar hipótesis o teorías preconcebidas.
- Siguen un diseño de investigación flexible
- Comienzan un estudio con interrogantes vagamente formulados

2.–Entiende el contexto y a las personas bajo una perspectiva holística:

- Las personas, los contextos o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo
- Estudia a las personas en el contexto de su pasado y en las situaciones en las que se hallan.

3.–Es sensible a los efectos que el investigador causa a las personas que son el objeto de su estudio:

- Interactúan con los informantes de un modo natural. Aunque no pueden eliminar su influencia en las personas que estudian, tratan de controlarla y reducirla al mínimo. En la observación tratan de no interferir en la estructura;

en las entrevistas en profundidad, siguen el modelo de una conversación normal, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas.

4.–El investigador cualitativo trata de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas:

- Trata de identificarse con las personas que estudia para comprender cómo experimentan la realidad. Busca aprehender el proceso interpretativo permaneciendo distanciado como un observador objetivo y rechazando el papel de unidad actuante.

5.–El investigador cualitativo suspende o aparta sus propias creencias, perspectivas y predisposiciones:

- Ha de ver las cosas como si ocurrieran por primera vez, nada se ha de dar por sobrentendido

6.–Todas las perspectivas son valiosas:

- **No se busca “la verdad o la moralidad”, sino una comprensión detallada de las perspectivas de otras personas.**

7.–Los métodos cualitativos son humanistas:

- Los métodos con los que se estudia a las personas influyen en cómo se las ve. Si reducimos las palabras y los actos a ecuaciones estadísticas, se pierde el aspecto humano. El estudio cualitativo permite conocer el aspecto personal, la vida interior, las perspectivas, creencias, conceptos..., éxitos y fracasos, la lucha moral, los esfuerzos...

8.–Los estudios cualitativos dan énfasis a la validez de la investigación:

- Aseguran un estrecho ajuste entre los datos y lo que realmente la gente hace y dice. Observando a las personas en su vida cotidiana, escuchándolos hablar sobre lo que tienen en mente, y viendo los documentos que producen, el investigador cualitativo obtiene un conocimiento directo, no filtrado por conceptos, definiciones operacionales y escalas clasificatorias.

- Subrayan la validez, frente a los cuantitativos que hacen hincapié en la confiabilidad y reproductividad de la investigación. El estudio cualitativo es una investigación sistemática y rigurosa, no estandarizada, que controla los datos que registra. No obstante, al pretender producir estudios válidos del mundo real no es posible lograr una confiabilidad perfecta.

9.–Todos los contextos y personas son potenciales ámbitos de estudio:

- Todos los contextos y personas son a la vez similares y únicos. Son similares en el sentido que entre cualquier escenario o grupo de personas se pueden encontrar algunos procesos sociales de tipo general. Son únicos ya que en cada escenario o a través de cada informante se puede estudiar de mejor modo algún aspecto.

10.–La investigación cualitativa es un arte:

- La investigación cualitativa es flexible en cuanto al modo de conducir los estudios. Se siguen lineamientos orientadores, pero no reglas. Los métodos están al servicio del investigador; el investigador no está supeditado a un procedimiento o técnica.

### 3.3 Técnica de recolección de datos

Como técnica de recolección de datos se utilizó la entrevista semiestructurada. Como bien menciona Mayan (2001) la entrevista semiestructurada se usa cuando el investigador sabe algo acerca del área de interés, por ejemplo, desde una revisión de la literatura, pero no lo suficiente para responder las preguntas que se han formulado, así mismo recolecta datos de los individuos participantes a través de un conjunto de preguntas abiertas formuladas en un orden específico y esta se enfoca sobre una serie de preguntas que el investigador hace a cada participante para recolectar información suficiente para entender el área de interés.

En este sentido se hizo uso de este instrumento ya que se tomó como base un guion preestablecido con preguntas acerca de los temas de interés para la investigación y de acuerdo con Corbetta (2007) en este tipo de entrevistas el entrevistador dispone de un guion con los temas que se deben tratar en la entrevista, así mismo, el entrevistador puede decidir libremente sobre el orden de presentación de los diversos temas y el modo de formular las preguntas.

En el ámbito de un tema determinado, el entrevistador puede plantear la conversación de la forma que lo desee, plantear las preguntas que considere oportunas y hacerlo en los términos que le parezcan convenientes, explicar su significado, pedir al entrevistado que le aclare algo que no entiende o que profundice sobre algún aspecto cuando lo estime necesario, y establecer un estilo propio y personal de conversación. Tal y como menciona Flick (2004)

Las entrevistas semiestructuradas, en particular, han suscitado interés y se utilizan mucho. Este interés se asocia con la expectativa de que es más probable que los sujetos entrevistados expresen sus puntos de vista en una situación de entrevista diseñada de manera relativamente abierta que en una entrevista estandarizada o un cuestionario y es lo que se buscó al desarrollar esta investigación.

Para Taylor el entrevistador sirve como un cuidadoso recolector de datos, y su rol se debe a que su trabajo es completo a la serie predefinida de preguntas, las entrevistas cualitativas son flexibles y dinámicas (Taylor. 1986, p.101). Con la finalidad de proporcionar un cuadro más amplio de una gama de escenarios, situaciones o personas, para los intereses de la investigación ya deben estar relativamente claros y bien definidos. También hace un abordaje de las limitaciones del investigador, que, si son diversas en cuando a ubicar los escenarios, concretar visitar y llegar a conocer a los informantes.

A lo largo de las entrevistas toda conversación posee un equilibrio único y por supuesto que en la investigación cualitativa el número determinado de cuantas personas se deben entrevistar está sujeto a lo **que menciona Taylor** “el investigador

comienza con una idea general sobre las personas a las que entrevistara y el modo de encontrarlas, pero está dispuesto a cambiar de curso después de las entrevistas **iniciales” (Taylor, 1986, p.108). Esto se debe a que uno** como investigador tiene contemplado el número de informantes, pero involucran mucho las primeras entrevistas, es decir, que tanta información tengo recabada y si es la que necesito o no, pueden surgir dudas de lo que realmente se está buscando con la información que se lleva y continuar buscando algo más de lo que se tiene.

### 3.4 Diseño de la entrevista

La elaboración de la guía de entrevista (ver Anexo 1) se comenzó a realizar en el mes de enero del año 2022. Se realizaron las entrevistas de acuerdo con las siguientes dimensiones de estudio:

- I. Datos básicos generales: Edad, residencia y ocupación.
- II. Descubrimiento: Forma en la que los entrevistados descubrieron o se enteraron de la existencia de la zona arqueológica de Teotihuacán y los medios a través de los cuales lo hicieron.
- III. Última visita al sitio: Fecha en la que los visitantes visitaron por última vez la zona arqueológica.
- IV. Razón del viaje: Motivo por el cual las personas decidieron visitar el sitio.
- V. Motivación: Descripción del por qué los visitantes se sienten atraídos a visitar el sitio.
- VI. Imaginario: Descripción de lo que imaginan los visitantes al escuchar la **palabra “Teotihuacán” y la forma en la que visualizan y se forman esas representaciones mentales.**
- VII. El imaginario como motivación: Forma en la que el imaginario funge como factor motivacional en las personas.
- VIII. Historia: Información y conocimiento que los visitantes tienen del lugar.



- IX. Expectativas: Ideas preestablecidas que los informantes tenían acerca del sitio.
- X. Recorrido: Relato sobre la experiencia de visita de los entrevistados en el lugar.
- XI. Recuerdos: Imagen de hechos o situaciones pasados que quedan en la mente de los entrevistados referente a la zona arqueológica.
- XII. Gustos: Qué es lo que más disfrutaron los entrevistados del lugar y lo que más les gustó.
- XIII. Opinión: Los entrevistados relatan brevemente la opinión que tienen respecto al sitio.

### 3.5 Muestreo y selección de informantes

Para la selección de informantes de esta investigación se empleó el muestreo intencional, ya que de acuerdo con Mayan (2001) este tipo de muestreo se emplea en el método cualitativo y su objetivo es el de comprender el fenómeno de interés, con el fin de encontrar a los informantes que brinden mayor y mejor información acerca de nuestro tópico. Se realizaron 11 entrevistas a personas con nacionalidad mexicana, en un rango de edad de 20 a 52 años (ver tabla 2).

Los criterios para la selección de informantes a los cuales se les aplicó la entrevista fueron los siguientes:

- El informante debió tener nacionalidad mexicana y residir en el país. Ello debido a que la investigación gira en torno a los turistas nacionales.
- El género del informante fue indistinto para esta investigación, tratando de obtener un equilibrio entre hombres y mujeres. Esto se debe a que el género no es relevante para la investigación.
- La ocupación y grado académico del informante fue indistinto para esta investigación.

- Los informantes debieron ser mayores de 20 años. Debido a que consideramos que esta es la edad apropiada en la que las personas toman sus propias decisiones para viajar sin ser influenciados ya sea por la escuela o por el trabajo.
- Los informantes debieron tener una experiencia previa de visita en el sitio al menos una vez en los últimos 4 años. Se considera este tiempo ya que si es más largo el recuerdo de las personas se puede ir distorsionando u olvidando.

La mayoría de los entrevistados fueron de estados aledaños al estado de México, entre estudiantes y empleados que han tenido la oportunidad de visitar la zona arqueológica más de una vez, entre ella la más común por un primer acercamiento entre cuestiones académicas y la cercanía que esta tiene con su hogar o como un deseo de conocer la cultura que lo rodea. La información obtenida de los datos básicos entre los entrevistados se presenta en el siguiente cuadro (Se usarán seudónimos para la protección de identidad):

Tabla 4. Caracterización de la muestra

Seudónimo	Estado	Edad	Género	Ocupación
Rebeca	Estado de México	22	F	Estudiante
Iveth	Estado de México	24	F	Estudiante
Anónimo	Estado de México	22	M	Estudiante
Guillermina	Michoacán	52	F	Ama de casa
Delia	CDMX	37	F	Antropóloga
Juan	Nayarit	25	M	Guía de turistas
Diego	Hidalgo	25	M	Empleado

Jesús	Guerrero	20	M	Estudiante
José	Puebla	25	M	Ingeniero
Eduardo	Puebla	25	M	Microempresario
Diana	CDMX	39	F	Empleada

Fuente: Elaboración propia.

### 3.6 Desarrollo del trabajo de campo

El trabajo de campo consistió en hacer video llamadas, llamadas telefónicas y personalmente a finales de enero de 2022 por la contingencia sanitaria y confinamiento de (SARS-COV2), es por ello por lo que requerimos que su visita fuera no mayor de cuatro años. Con esto el primer acercamiento con la primera entrevistada fue el 31 de enero de 2022 una mujer de 37 años, que reside en la Ciudad de México. Que fue contactada por medio del centro de trabajo en donde se realizó el servicio social de las autoras, de acuerdo con las características, la disponibilidad y el acercamiento con los informantes fue sucesivamente recopilando la información necesaria.

Después de la primera prueba, se acertó que el instrumento fue el indicado para recabar la información necesaria y observar la funcionalidad se procedió adelante con las demás entrevistas.

Las siguientes dos entrevistas fueron el 10 de febrero de 2022 a un hombre de 22 años y el 17 de febrero de 2022 a una mujer de 23 años que son egresados de la Licenciatura en Turismo, quienes aceptaron participar libremente. Fueron entrevistados en la Universidad Autónoma del Estado de México, Centro Universitario UAEM Texcoco en compañía del asesor de la investigación para resaltar y dirigir la entrevista a los puntos esenciales que son necesarios contemplar para recabar información útil y precisa.

La cuarta entrevista fue el 17 de marzo de 2022 a un hombre de 25 años, la entrevista se realizó por llamada telefónica ya que el entrevistado es del estado de

Hidalgo y fue recomendado porque es un conocido, dado que una de las autoras tiene familia en ese estado.

La quinta entrevista fue el 10 de abril de 2022 a una mujer de 22 años que es estudiante y es vecina de una de las autoras quien le compartió que visitó la zona arqueológica de Teotihuacán recientemente en compañía de su familia, la entrevista se llevó a cabo en el hogar de la informante.

El 23 de abril de 2022 se realizó la sexta entrevista a una mujer de 52 años del estado de Michoacán que es ama de casa, fue contactada por un familiar de una de las autoras que viven en ese estado y la entrevista fue realizada por llamada telefónica.

La séptima entrevista fue el 27 de mayo de 2022 a un hombre de 20 años

La octava y novena entrevista también se realizaron por llamada telefónica a dos hombres de 25 años residentes del Estado de Puebla y del Estado de Nayarit respectivamente. Los cuales son conocidos de amigos que hicieron el favor de ponernos en contacto con ellos.

El 13 de junio de 2022 se realizó la décima entrevista a un hombre de 25 años que reside en el estado de Puebla, pero que estuvo de visita por algunos días en el estado de México por cuestiones familiares y fue realizada en casa de sus familiares.

El 21 de enero de 2023 se realizó la última entrevista a una mujer de 39 años proveniente de la Ciudad de México, la entrevista se realizó en la Zona Arqueológica de Teotihuacán donde no se obtuvo mucha relevancia en información, puesto que la informante no cooperó mucho en la entrevista, pero se optó por contarla para no dejar de afuera que se asistió al lugar investigado para la realización de entrevista.

### 3.7 Procedimiento para el análisis de la información

Para el análisis de la información se siguieron las sugerencias de Graham Gibbs (2010) La codificación es el modelo en que se define de que tratan los datos que está analizando. Implica identificar y registrar uno o más pasajes de texto u otros datos como parte de cuadros que, en cierto sentido, ejemplifican la misma idea teórica o descriptiva (Gibbs, 2012, p.63). La codificación permite recuperar el texto codificado con la misma etiqueta para combinar pasajes que son ejemplos del mismo fenómeno, idea, explicación o actividad y de esta manera la recuperación es más útil de gestionar u organizar los datos y así permite que el investigador examine de manera estructurada (Gibbs, 2012, p.64).

Gibbs también menciona que la codificación es más sencilla utilizando una transcripción, es por ello por lo que, a partir de las grabaciones de audio de las entrevistas, se utilizó las transcripciones para poder llegar a las codificaciones, ya que se hacen mucho mejor con un archivo de texto. Para poder codificar es importante señalar que los códigos son un foco para pensar sobre el texto que sirve para **su interpretación, según Gibbs “el texto codificado real es solo un aspecto de eso” y su recomendación es escribir tan pronto como sea posible las notas que sean rescatables de la investigación cualitativa.**

La información de las entrevistas se analizó y codifico con el software de Atlas. Ti versión 9.0 que permitió codificar y clasificar la información obtenida de manera más precisa sobre el imaginario turístico y las motivaciones de los turistas nacionales por visitar la zona arqueológica de Teotihuacán. El programa Atlas. Ti es un software de análisis en investigaciones cualitativas que además permite trabajar y organizar grandes cantidades de información en una amplia variedad de formatos digitales. Esta herramienta cuenta con integración de audio, imágenes, video además del texto (Universidad de Antioquia, 2020).

Se originó en la Universidad Tecnológica de Berlín, en el marco del proyecto ATLAS, entre 1989 y 1992. En 1993, Thomas Muhr lanzó su primera versión comercial de ATLAS, marcando el comienzo de Scientific Software Development, en la actualidad ATLAS GmbH. El nombre es un acrónimo de Archiv für Technik, Lebenswelt und Alltagssprache, que en alemán quiere decir "Archivo para la Tecnología, el Mundo de la Vida y el Lenguaje Cotidiano". La extensión **". ti"** **significa interpretación de textos** (Studocu, 2022).

En resumen, en este capítulo se abordó el diseño metodológico basado en el enfoque cualitativo, utilizando como técnica de recolección de datos la entrevista semiestructurada a través de la cual se obtuvieron los datos de interés necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la presente investigación en la cual se analizó la relación entre las motivaciones turísticas y el imaginario de los visitantes sobre la zona arqueológica de Teotihuacán.

# Capítulo IV

## Resultados

### 4.1 Análisis de testimonios

En el análisis de las entrevistas aplicadas en la zona arqueológica, se identificaron los siguientes temas de importancia para la investigación: descubrimiento, otros motivos, motivaciones turísticas, imaginarios, el imaginario como motivación y experiencia de viaje. Así mismo estos se dividen en subtemas los cuales se especifican en cada apartado con el fin de un mayor entendimiento y comprensión de la investigación.

#### 4.1.1 Descubrimiento

En este apartado los informantes describen cómo conocieron o se enteraron de la existencia de la zona arqueológica. De acuerdo con los entrevistados, son diversos los medios a través de los cuales tuvieron el primer acercamiento a este lugar, los testimonios dicen lo siguiente:

Pues creo que es parte de la educación primaria y bueno yo me enteré pues a partir de que empezamos estudiar parte de historia, como es uno de los espacios turísticos y arqueológicos más cercanos al Estado de México, Ciudad de México e Hidalgo entre otros, entonces yo creo que desde que empecé a estudiar Historia, la verdad no tengo algo preciso [Diego, 24 años, Hidalgo].

Mi primer recuerdo creo es en la secundaria a través de la materia de historia [Eduardo, 25 años, Puebla].

Los informantes mencionan que descubrieron la zona arqueológica a través de las clases escolares, ya que la historia de esta cultura forma parte de la educación a nivel primaria y secundaria y es el primer acercamiento que ellos tuvieron hacia este sitio. En México la edad aproximada de los estudiantes de secundaria es de entre los 12 y 15 años, por lo que se deduce que a esa edad fue que descubrieron el sitio, pero no con una visión turística sino histórica. Otros comentarios dicen lo siguiente:

En si yo me enteré bueno desde que era yo niño, por unas fotos que tenía mi papá, él conservó unas fotos de cuando él visitó esa esa zona arqueológica y desde ahí fue que yo me enteré pues de ese lugar turístico [José, 25 años, Puebla].

Pues desde pequeño a lo mucho 9 o 10 años y fueron por los comerciales **que salen en la televisión de “visita Teotihuacán” y esos** [Anónimo, 23 años, Edo. Méx.].

También la difusión del lugar a través de los anuncios de televisión, las experiencias pasadas de familiares y los recuerdos que estos guardaron hicieron que los informantes pudieran descubrir el sitio.

De acuerdo con los testimonios se deduce que la zona arqueológica debido a la gran importancia que tiene dentro del país, tanto nacional como internacional, forma parte del aprendizaje básico en gran parte de los mexicanos, así mismo, es un lugar que atrae una gran afluencia turística año con año, por lo que su difusión ha logrado un alcance a un gran número de personas que gracias a ello descubrieron la existencia de este sitio. Cabe mencionar que la zona arqueológica de Teotihuacán es una de las más visitadas por turistas nacionales.



#### 4.1.2 Motivación turística

En este apartado los informantes explican por qué se sienten atraídos por visitar la zona arqueológica. Existen diversos motivos por los cuales los visitantes eligieron la zona arqueológica como destino, estos van desde deseos internos hasta factores externos que se encuentran en el sitio, la principal motivación que hubo entre los visitantes por ir a la zona arqueológica fue por ocio y visita familiar, sin embargo algo que los motiva a seguir viajando a este lugar son los espectáculos nocturnos que ofrecen y los servicios de globos aerostáticos, ellos se sienten motivados a querer regresar para adquirir una de estas atracciones. Algunos testimonios dicen lo siguiente:

Porque me gusta, el hecho de caminar me gusta mucho esa parte de practicar senderismo, entonces pues sí se presta un poquito para estar ahí conviviendo con la familia y pues para estar ahí desestresándose [José, 25 años, Puebla].

Como te digo, a parte que mi familia si es de cómo salir y conocer, tengo una pequeña fascinación de la historia, de México, sobre todo, entonces para mí era muy emocionante visitar lugares arqueológicos conocer lo que antes era México [Iveth, 24 años, Edo. Méx.].

Estos testimonios son ejemplo de motivaciones *push* y *pull*, ya que como antes se menciona, para Crompton (1979) los factores de empuje (*push factors*) están relacionados con aspectos internos y emocionales, como el deseo de escapar, de descansar y relajarse, de aventura o de interacción social. Los factores de atracción (*pull factors*) están conectados con aspectos externos, cognitivos y de situación, como los atractivos del lugar, las infraestructuras recreativas o los escenarios culturales y naturales.

En el primer testimonio se refiere al deseo que tiene la persona de practicar caminata y senderismo, así como la necesidad de salir de la rutina y buscar desestresarse al hacer algo diferente. El segundo testimonio se refiere al deseo que surge a partir de la necesidad de conocer un sitio del que se tenía un interés cultural. Otros testimonios dicen lo siguiente:

En mi próxima visita quiero subir a los globos aerostáticos de Teotihuacán [Eduardo, 25 años, Puebla].

[...] veo que hacen shows al aire libre en las noches y se me hace como que interesante ir [Anónimo, 23 años, Edo. Mex.].

Los anteriores testimonios hablan acerca de los factores externos atribuidos al sitio a partir de los cuales ellos se sintieron motivados-atraídos para visitarlo. Entre estos factores el que mayor destaca son los globos aerostáticos y posteriormente los espectáculos nocturnos y festivales que se realizan en el sitio, estos atractivos son los que motivan a los visitantes a querer viajar o volver a visitar este sitio.

Cada motivación es diversa y se genera dependiendo de los gustos y particularidades de cada persona, en estos casos se muestra una persona con un gusto por la lectura y un interés hacia el sitio, por lo que se deduce que su motivación fue cultural; en el otro caso, se muestra una persona con gustos e intereses diferentes, el espacio que tiene la zona arqueológica ha dado oportunidad de hacer varios proyectos dentro de ella y que han funcionado bastante bien para atraer nuevos públicos al lugar y hacer diversas actividades en conjunto, y las motivaciones van cambiando conforme va saliendo nueva publicidad de las nuevas atracciones. Analizando cada una de nuestras entrevistas se deduce que las motivaciones que mayormente se destacan para visitar este sitio son las motivaciones *pull*, ya que los turistas se sienten mayormente atraídos por los diferentes atractivos del lugar, que van desde lo histórico-cultural hasta los eventos y actividades artísticas y recreativas.

### 4.1.3 Otros motivos

Los informantes mencionan las razones por las que visitaron la zona arqueológica.

**Distinto a la motivación, el motivo, de acuerdo con el Diccionario Español “es la causa o razón que mueve para algo.** Los visitantes acuden a la zona arqueológica debido a diversas razones y mencionan lo siguiente:

Ok, vino mi mejor amiga que es colombiana, ella se dedica a sus estudios y bueno Teotihuacán le atraía sobre todas las cosas, ella quería ir diario, me **decía “si está tan cerca y es de los centros ceremoniales principales, porque no vamos”, y bueno en mi cabeza “es cansado, es tiempo” y en una ocasión** se fue sola y sus ojos eran de sorpresa, aunque ya la había llevada tres veces ella seguía fascinada con cada rincón y ese entusiasmo a mí me hacía disfrutar esa visita como anfitriona y verla cómo sus preguntas, sus fotografías, lo que ella podía retratar, y en mi cabeza si valía muchísimo la pena y pensábamos en la visita y ella ya parecía Teotihuacana y conmigo no pasaba así, yo me sentía ajena, un poco así la experiencia [Delia, 37 años, CDMX].

Analizando este testimonio se puede notar que la razón de viaje de esta persona no fue por elección propia, sino influenciada por la motivación de otra persona, por lo que la razón de viaje fue por visita entre amigos fungiendo como guía local. Otro testimonio dice lo siguiente:

Fue porque estaba trabajando. Un amigo me dijo que si lo apoyaba con un grupo que iba a visitar México y lo llevamos a la zona arqueológica, realmente yo no conocía, pero esa fue la principal razón por la cual visité [Juan, 25 años, Nayarit].

En este testimonio, la razón del viaje o la visita al sitio fue de igual manera al fungir como guía de turistas, ya que ese es su área trabajo.

De acuerdo con los diferentes testimonios de la investigación, las razones de viaje son por ocio, destacando los viajes con familiares, los viajes con amigos, por trabajo, etc. Cabe destacar que la última visita de los entrevistados fue de entre 1 a 5 años atrás.

#### 4.1.4 El imaginario

En este apartado se analiza cómo los informantes explican lo que piensan cuando escuchan la palabra Teotihuacán y la forma en que crearon esas imágenes. Como se señaló en el capítulo 1, el imaginario social puede entenderse como una matriz de significados que orienta los sentidos asignados a determinadas nociones vitales e ideológicamente compartidas por los miembros de una sociedad (Cegarra, 2012). Su función es la de permitir percibir, explicar e intervenir sobre referencias semejantes de percepción (espaciales, temporales, geográficas, históricas, culturales, religiosas, etc.), de explicación (marcos lógicos, emocionales, sentimentales, biográficos, etc.) y de intervención (estrategias, programas, políticas, tácticas, aprendizajes, etc.) (Randazzo, 2012).

Los imaginarios de los informantes sobre Teotihuacán son diversos y se formaron por influencia de varios factores que van desde experiencias personales, el contacto social y actores turísticos que intervienen en ellos para crearlos. Los informantes dieron los siguientes testimonios:

Pues principalmente de las imágenes que venían en mis libros, me imaginé cómo era precisamente antes de su abandono y como mis profesores me contaban cómo funcionaba su civilización [Guillermina, 52 años, Michoacán].

Lo primero que me imaginé al mencionarme y al mirar imágenes acerca de **la zona arqueológica fue historia de antepasados... Sí pues solamente como guerreros y cosas así de antepasados** [Juan, 25 años, Nayarit].

Analizando ambos comentarios se puede vislumbrar que ambos tienen que ver con las ideas de la civilización que se estableció en el lugar y que estas fueron formadas con base en lo que estudiaban, escuchaban y leían acerca de esta civilización. Otros testimonios también mencionan lo siguiente:

Basándome en las fotos pues se veía que el clima y la vegetación y todo eso era un poco árido o sea no había tanta vegetación, entonces este pues así me lo imaginaba, pero ya estando pues ahí en la zona pues se da uno cuenta de que, si hay vegetación, digo, no mucho pero sí y aparte de que en las fotos no se veía tan colorido [José, 25 años, Puebla].

Este comentario denota cómo es que su imaginario se creó con base a lo que el miró en una fotografía de una visita pasada. Retomando algunas características del imaginario social, estos testimonios pueden representar ejemplos de algunas de ellas. Por ejemplo, como fuente de creación de posibilidades alternativas de realidad; mediante la irrealidad fractura lo considerado como real, se controvierde como alternativa (Carretero, 2004); en el testimonio de José se describe una idea formada a partir de fotografías como un primer acercamiento, en la que destaca el clima árido y con poca vegetación incluso un paisaje poco colorido; es entonces que con esa imagen este informante se creó esa realidad.

Otra característica del imaginario social es que es el resultado del despliegue de una fantasía que intenta restaurar una identidad originaria del sujeto, en este caso **cuando se menciona a “la civilización” teotihuacana considerándola como “los antepasados”**.

#### 4.1.4.1 Expectativas

Los informantes mencionan cuales eran las expectativas que tenían sobre el lugar previo a su visita y la confrontación con su experiencia. Las expectativas de cada entrevistado son variadas ya que cada uno tenía una imagen distinta sobre el lugar, sin embargo, concuerdan en que es impresionante su arquitectura y la inmensidad de sus dimensiones, de los basamentos y que además es un paisaje que trae tranquilidad. Los testimonios dicen lo siguiente:

Pues la verdad tenía una expectativa que realmente superó porque es una arquitectura pues bonita, las piedras y todo, todo con lo que está formado, yo esperaba ver un poco más de ruinas, pero ya cuando llegue ahí vi que qué no, que realmente las pirámides están bien hehechitas, tenían una forma perfecta, tuve una expectativa muy baja a comparación de lo que me encontré cuando la visité [Juan, 25 años, Nayarit].

Porque te digo, o sea, yo iba con esa idea de que solo son pirámides y está todo así medio raro, todo seco, pero ya estando ahí créeme que sí fue una experiencia muy bonita [José, 25 años, Puebla].

Analizando estos comentarios se dedujo que al ser llamada "zona arqueológica" los informantes creían que se trataba de un lugar descuidado o poco atractivo, sin embargo, al estar en el sitio se tuvieron una experiencia muy positiva en contraste con sus bajas expectativas. Otros testimonios mencionan lo siguiente

Pues sí, la mayoría, yo imaginaba las pirámides grandes obviamente cuando era pequeña pues las veía todavía más grandes, un lugar muy enorme, pero si es como yo lo llegaba imaginar, a lo mejor no tan colorido, pero si los llegue a presentar unos cuantos colores de lo que queda [Iveth, 24 años, Edo. Méx].

Que el lugar es muy grande y sus pirámides son demasiado bellas de admirar [Guillermina, 52 años, Michoacán].

Como antes mencionamos, cada informante tenía una expectativa diferente, en estos casos se muestra como sus expectativas se cumplieron, ya que tenían una imagen favorable del sitio y que además la zona arqueológica a pesar de ser una de las visitadas anualmente, sigue siendo un buen lugar para conocer y seguir siendo visitado.

#### 4.1.4.2 El imaginario como motivación

Los informantes mencionan elementos del imaginario de Teotihuacán como parte de la motivación para visitar la zona arqueológica. Dentro de la motivación por querer visitar Teotihuacán existen imágenes previas respecto al espacio dentro de los visitantes, las cuales se fueron formando mediante diversos factores, estos imaginarios actúan en los individuos como fuerza motivadora para elegir el destino o para descartarlo, lo que está también relacionado con la formación de expectativas. Los informantes dieron los siguientes testimonios:

Pues hubo un conocido que fue a uno de esos shows, no fue cine, pero fue algo de luces y dice que se pone muy padre el ambiente. Pienso llegar ya en la tarde porque el show es en la noche, encontrarme el lugar algo vacío en comparación como a las 11 o 12 del día, con los puestos de comida antes de llegar, algunos puestos de la tienda de regalos ya cerrados y pues ya todos preparándose para el show. No sé si es pues, así como acampar y que este la pantalla gigante o como un auto cinema, eso no estoy seguro, pero si me imagino ya llegando al lugar, pero con muchas personas, ya no en la zona arqueológica, pero sí donde va a ser el show [Anónimo, 22 años, Edo. Méx.].

Así como les estaba comentado que yo anteriormente leía mucho sobre la cultura veía un documental o leía algo y yo quería comprobarlo porque nadie cree hasta ver, yo quería verlo con mis propios ojos y decir quiero ir a Teotihuacán a comprobar si es cierto o solo son cosas que dicen [Iveth, 24 años, Edo, Méx].

Existen diversos actores que influyen en los visitantes para la creación de sus imaginarios, uno de esos actores son otros visitantes que han acudido previamente el destino y que se encargan de producir esas imágenes en la mente de otras personas y estas imágenes los motivan a visitar el lugar, a este factor se le denomina "circulo de representación", este factor, de acuerdo con Jenkins (2003) **“se refiere a los individuos (además de las agencias de medios de comunicación, los gobiernos y los promotores) como productores de imágenes** (Alvarado, 2021).

En el primer testimonio se denota como es que el circulo de representaciones influyó en el turista para motivarlo a visitar el destino, con base a la información que otro individuo le proporcionó acerca de su viaje él se creó una serie de imágenes que los motivaron a visitar la zona arqueológica para vivir una experiencia similar a la contada. Mientras tanto en el segundo testimonio es ejemplo de la fase 1 de lo que la autora Zamudio (2012) menciona respecto a las fases de la creación del imaginario turístico, esta fase hace referencia a la acumulación de imágenes mentales sobre un lugar a partir de experiencias personales y por el contacto con el imaginario colectivo. Proceso inconsciente donde puede o no existir deseo y voluntad de viajar al destino, en este caso sí existió el deseo y la voluntad de viajar al lugar.

Analizando ambos comentarios se observa cómo el imaginario actuó de forma positiva y motivó a estos visitantes para elegir este destino.



#### 4.1.5 Recuerdos

Los entrevistados mencionan hechos o situaciones vividas en sus visitas pasadas a la zona que quedan en su mente. Algunos de sus recuerdos fueron la primera vez que conocieron el lugar, ya sea por motivos académicos u otros; entre esos recuerdos destacan hechos o sucesos tanto agradables como desagradables. Los entrevistados relatan lo siguiente:

Como era muy pequeña, cada pirámide me impresionaba muchísimo por la altura, por la extensión de la zona, porque trataba de imaginar cómo es que ahí había vivido un grupo social en el día a día, aunque tenía un centro ceremonial pues prácticamente era una ciudad creo eso me encanta, conocer las charlas, los guías de INAH nunca me parecieron divertidos ni entretenidos, el discurso siempre era más técnico o más serio y como niña yo quería correr, jugar, comer que me contar algo más divertido entonces empezábamos a imaginar que éramos doncellas, guerreras.

Transitar todos esos espacios yo creo era eso lo que me fascinaba y ya después, pasaron muchos años mi visita fue que acaba de entrar a la universidad me dejaron hacer un documental de sitios arqueológicos, entonces ya de entrada. Mesoamérica para a mí era difícil conectar fechas, características aun estando ahí, entonces astutamente en mi equipo de trabajo estaba un hombre que se dedicaba hacer documentales y demás y fue fácil hacer equipo y fue otra experiencia, armar el guion, armar un discurso, construir una narrativa de ese sitio arqueológico y bueno con el sol que no ayudaba, los desvelos todo o que dicta la vida estudiantil, pero fue un paseo que disfrute bastante a pesar que no era mi primera vez en Teotihuacán [Delia, 37 años, CDMX].

El recuerdo de la informante va desde que era pequeña que quedo impresionada de toda zona arqueológica y de ahí sus mejores recuerdos de como empezaba a imaginar juegos, algo que le gustaba, pero no le agrada el recorrido que dan los guías. Después de que los años van pasando se siguió interesando por Teotihuacán, hasta como interés de proyectos escolares que ayudo a conocer más del lugar a pesar de que ya lo conocía desde su niñez a su etapa adulta.

Pues yo si recuerdo yo iba en fines de semana, siempre hay familias y los gritos de los vendedores, pero no es incómodo porque cuando es un lugar público uno lo entiende y nunca me sentí acosada de hecho siempre fui de acercarme que vendían y si me interesaba pedírselo a mis padres y si no solamente viendo [Iveth, 24 años, Edo. Méx.].

Los recuerdos respecto a la experiencia de su viaje han sido regularmente buenos ya que han sido visitas con sus familiares y amigos y que a pesar de que hay demasiada gente o comerciantes han disfrutado de su visita y de todo lo que el sitio les ofreció en ese instante.

#### 4.1.5.1 Anécdotas

Los informantes relatan brevemente un hecho curioso que se hace como ilustración, ejemplo o entretenimiento en sus visitas a Teotihuacán. Los elementos que más destacan los entrevistados es que hablan brevemente de un suceso que paso en su visita a la zona arqueológica, de forma que en algunos casos son agradables y desagradables para ellos y tienen que ver principalmente con su recorrido, la subida a la pirámide y la experiencia con los comerciantes. Los testimonios dicen lo siguiente:

**Sí me acuerdo de... ¿cómo se llama la piedra negra? Obsidiana, ahí antes de entrar a la zona arqueológica hay como muchos puestos dónde la venden o dónde están haciendo los instrumentos, me acuerdo creo que la segunda o la tercera vez qué fui había un señor haciendo unos tipos como unos**

cuchillos de obsidiana, estaba explicando la manera de que se elabora o cuáles son los pasos para hacerlo y es lo que se me hizo como un procedimiento muy bueno para hacer instrumentos y todo eso Anónimo, 22 años, Edo. Méx.]

En esta anécdota, el informante relata cómo se interesó por la piedra más representativa de la zona arqueológica, además de los diferentes usos que los artesanos o comerciantes le dan a la obsidiana y conocer un poco más de su elaboración ya que en otras visitas al lugar ya la había visto pero no con mayor atención.

Pues hubo, una pues íbamos un poquito cargados de tiempo, pero creo que sí nos dio tiempo, llegamos, pues lo primero fue ingresar, de ahí lo que queríamos era prácticamente llegar a lo que era la pues la pirámide principal, de ahí este pues obviamente la caminata y todo eso pues te vas dando cuenta de que hay mucha gente, que te venden cosas y pues la gente como que está muy muy cautivada con todo lo que pasa en esa zona, aparte de que hay demasiado turismo.

De ahí algo que me llamo mucho la atención fue que en una de las partes de la zona arqueológica había mucha gente, que es lo que te decía, que hacen como sus tipos rituales y es algo que me llama mucho la atención, y te digo que es algo que reconozco pues de nuestro país o algo que me cambió la mentalidad completamente porque creo que la cultura que tenemos en México no digo que sea única, sin embargo, sí genera mucho valor a lo que es la esencia de lo que es ser mexicano, entonces pues fue toda esa parte; el recorrido, subir pirámides, tomar fotografías en familia, estar ahí como que platicando, hidratándote, todo eso pues creo que es parte de lo que estuvimos haciendo ahí, de ahí pues todo el recorrido te digo fue no tan largo, tratamos de hacerlo lo más corto posible, de hecho hubo una de las pirámides que ya no pudimos subir porque pues había demasiada aglomeración de gente, entonces pues decidimos nada más subir a una de ellas, aparte de que la vista desde arriba. De hecho, ahí tengo unas fotos que

tomé de cuando me tocó ir y pues el paisaje y todo eso creo que sí vale, vale mucho la pena hacer la visita, vale mucho la pena la caminata también [José, 25 años, Puebla].

La anécdota del informante es bastante completa, desde el comienzo de su recorrido con sus familiares y el disfrute del paisaje, donde aprovecho para tomar fotografías que seguramente le van a recordar una buena anécdota de su visita a la zona arqueológica. También entre otros entrevistados relata como el día de su visita había demasiados visitantes y asimismo recordó de la vasta cultura hay en el país.

#### 4.1.6 Opiniones diversas

Los informantes mencionan su juicio o valoración sobre el lugar a partir de su experiencia de visita. Entre las diversas opiniones, hay un conjunto en donde los entrevistados están de acuerdo en que la zona arqueológica necesita mayor gestión en cuanto al cuidado y un mayor control de las personas que ingresan diariamente al lugar.

Pues considero que pues como todos los espacios arqueológicos o todos los espacios turísticos que tenemos pues en toda la República Mexicana es de suma importancia porque representa parte de nuestra historia, pero en cuestión del control y manejo que tienen las autoridades turísticas o los que regulan estos pues las entradas, los ingresos, siento que no hay un control ya que este hay ocasiones que uno no puede disfrutar inclusive el mismo lugar por la gran cantidad que puede llegar asistir a la zona arqueológica, pero fuera de ello considero que es de suma importancia, y no solo es como admirarla sino que ayudar a conservarla aunque no asistiendo para cuidarla sino que cuando uno llega asistir pues no bueno tratar de no empeorarla con magnitudes grandes [Diego, 25 años, Hidalgo].

Que es muy emblemático, muy bonito, pero no recuerda tanto el pasado, tenía yo en mi imaginación igual por estar rodeado de zona urbana por eso

mismo incluso las estructuras que se pusieron para que las personas no se caigan todo eso es muy moderno y le quita un poquito de la zona arqueológica [Rebeca, 22 años, Edo. Méx.].

Los entrevistados han creado su propio criterio con base al sitio y crearon sus expectativas personales, dando diversas opiniones tanto positivas como negativas que tienen que ver con la gestión del sitio ya que mencionan que no hay un control adecuado de visitantes al día y la cantidad excesiva de visitantes hace que no se disfrute mucho del lugar, también opinan que es un lugar al cual se le puede sacar mayor provecho intelectual y cultural, sin embargo la interpretación del sitio es baja ya que la información que hay no genera interés en los visitantes que no tienen conocimiento previo y no tienen una noción correcta de lo que sucedió, pero aun así a pesar de eso el sitio está regularmente conservado y han sacado buen provecho de este como atractivo turístico y razón de ello es que atrae una gran afluencia de turistas nacionales pero también internacionales.

En resumen, cada uno de los temas explorados en esta investigación funcionan como indicadores para el logro de sus objetivos. En primer lugar, de acuerdo con la información que se recabó, el imaginario de los visitantes respecto a la zona arqueológica de Teotihuacán tiene que ver con la civilización y la época histórica en la que ésta se desarrolló.

Entre los factores que influyen en la creación de dichos imaginarios destaca el sistema educativo en el país, ya que como antes se mencionó, la historia de esta cultura se encuentra dentro del programa de enseñanza en los niveles básicos de educación en la parte central de México. En la mayoría de los casos el primer acercamiento hasta el sitio fue gracias a ello. Otros factores son los libros de texto académicos y culturales, los cuales del mismo modo influyen en la creación de imaginarios en los informantes.

En cuanto al acercamiento del imaginario turístico, los visitantes ven a este sitio como un lugar para pasar tiempo en familia y al cual acudir para relajarse ya que el sitio es adecuado para ello. También, los visitantes lo ven como **un lugar “lleno de cultura” que, además, debido a su potencial, es utilizado para crear nuevos**

productos turísticos culturales y recreativos agregados al sitio como los espectáculos nocturnos, los globos aerostáticos, disfrutar de su gastronomía en los alrededores de la zona y todos los eventos que se realizan dentro de este espacio. En cuanto a los factores que influyen para la creación de esos imaginarios turísticos destacan los anuncios publicitarios y la difusión del lugar y de todos estos eventos y atracciones, así como también las experiencias de otros visitantes que relatan y generan en otras personas esos imaginarios respecto a la zona arqueológica.

Los imaginarios y las motivaciones turísticas tienen relación ya que de acuerdo con los resultados de la investigación los imaginarios son tanto positivos como negativos y dependiendo de estos es que se generan las motivaciones, si los imaginarios son positivos estos generan en las personas el deseo y la motivación de querer acudir al lugar, sin embargo, si los imaginarios son negativos pueden generar en las personas repulsión hacia el sitio y esto genera que no deseen visitarlo. Entre los factores que influyen en esto se encuentra también la calidad información que hay respecto al sitio, ya que si la información no es fidedigna genera en la gente imaginarios de diversos tipos que podrían impactar negativamente a la zona arqueológica. Todo ello puede entenderse a partir del concepto de círculo de representación, el cual se explicó anteriormente.

Desde el punto de vista del turista nacional, los elementos imaginarios desempeñan un papel importante en los factores motivacionales ya que la zona arqueológica de Teotihuacán tiene un gran reconocimiento a nivel internacional, además que es uno de los sitios con mayor turismo.

Esto hace más susceptible el motivo de atracción y tiene que ver con las atracciones adicionales que puede ofrecer el sitio. Aunque predomina el patrimonio cultural es necesario que en el lugar permanezcan actividades que sean interesantes para los turistas con diversos intereses, pues a pesar de que se sigan utilizando toda la zona arqueológica para diversos proyectos recreativos los visitantes frecuentemente seguirán visitando los principales atractivos de Teotihuacán.

Las pequeñas recomendaciones que los turistas le han hecho al sitio son considerables y aceptables para un lugar que tiene bastante tiempo desde que abrió sus puertas a mundo. Los turistas nacionales entienden la importancia de que las pirámides sean conservadas, es por ello por lo que asumen la responsabilidad que conlleva al no subir a los basamentos piramidales, y que el día con mayor afluencia de turistas es el domingo porque la entrada al lugar es de libre acceso para mexicanos. También dentro del lugar se menciona que hay demasiados vendedores, lo que para algunos entrevistados resulta incómodo, aunque para otros no tanto, los turistas nacionales coinciden en que la zona arqueológica está llena de energía y vida al entrar al lugar que a la vez se disfruta de paz y de tranquilidad.

## Conclusiones

La zona arqueológica de Teotihuacán ha sido un punto clave para ser estudiado, desde varias perspectivas y ciencias que han permitido conocer más del lugar. Desde que las motivaciones turísticas se han analizado con detenimiento y profundidad se llegó a un sinfín de posibilidades de estudio que desarrollaron teorías de las motivaciones turísticas, entre las motivaciones pueden existir diversos motivos de viaje, como lo es el hacer un viaje por ocio, recreación, salud, cultural, entre otros.

Dentro del ámbito de los imaginarios turísticos, estos permiten a los individuos y a los grupos representarse un lugar como un destino turístico aprehensible, crean el deseo y hacen que un lugar sea atractivo, sin dejar de lado que así mismo el imaginario turístico es aquella porción del imaginario social refiriéndose a las impresiones subjetivas captadas a través de experiencias de vida.

En este trabajo se planteó como problema de investigación conocer cuáles son los distintos factores motivacionales que intervienen en las decisiones de los turistas nacionales para visitar la zona arqueológica de Teotihuacán y cómo se relacionan con sus imaginarios turísticos, ya que como destino turístico importante en el ámbito nacional e internacional es necesario hacer un análisis de estos temas, ya que, servirá como beneficio para este sitio el identificar el principal factor que motiva a los turistas a visitarlo y con base a esto, la misma zona arqueológica puede trabajar en los servicios de información que ofrece para satisfacer las necesidades de los visitantes e influir de forma acertada sobre el imaginario que se formen. A través del análisis de los imaginarios se interpreta el significado para explicar las referencias



que se obtuvieron de los turistas y las motivaciones turísticas por el cual las personas buscan una recompensa que hace referencia al comportamiento y las necesidades de los turistas a la hora de adquirir un bien o servicio turístico, mediante estímulos que mueven al turista a realizar y elegir la mejor opción de ocio.

Metodológicamente se decidió optar por la investigación cualitativa esta elección del enfoque metodológico fue la adecuada para el cumplimiento de los objetivos, que se caracterizan por plantear una investigación subjetiva, exploratoria y centrada en la fenomenología. Sin embargo, durante la investigación se encontró unos escasos de investigaciones referentes a la metodología en cuestiones de las motivaciones de visitantes en la zona arqueológica de Teotihuacán y además de la relación con los imaginarios turísticos, el tema es de gran interés, es por ello que se optó por continuar la investigación.

Como técnica de recolección de datos se decidió utilizar la entrevista semiestructurada, la cual permitió un mayor alcance de acercamiento con los entrevistados y repercutió en un ambiente más cómodo para una charla más amena con once informantes de diferentes estados de la República Mexicana en un rango de edad entre 20 y 52 años.

En cuanto a los análisis de los testimonios, destacan el descubrimiento como un primer acercamiento a la zona arqueológica de Teotihuacán, entre los más relevantes y que coinciden en algunos casos de la educación básica en este primer apartado en los entrevistados de estados aledaños a la zona. Entre las motivaciones turísticas que existe por la atracción al visitar el lugar y la explicación de los motivos por el cual escogieron ese lugar, los cuales son diversos entre los informantes, destaca especialmente el ocio de todas las visitas que generalmente han hecho a lo largo de los años desde que conocieron el lugar, aquí va dependiendo de los intereses y gustos de los turistas que visitan la zona arqueológica de Teotihuacán por los diferentes proyectos, conciertos y actividades que hacen a lo largo del año.

Es por ello que las razones de viajes van variando entre cada entrevistado o remota en la época del año, destacando los viajes con familiares, los viajes con amigos, por trabajo, vacaciones, cabe enfatizar que la última visita de los entrevistados fue de

uno a cinco años atrás. Para el imaginario es necesario que los informantes expliquen qué es lo que piensan o la formación de la imagen sobre la zona arqueológica de Teotihuacán y la influencia de varios factores que van desde experiencias personales, el contacto social y actores turísticos como ya se había explorado en el capítulo de los resultados.

También previo a la visita sobresale las expectativas que tenían sobre el lugar y es más personalmente conforme a cada entrevistado, pero naturalmente están basados a lo impresionante que es lugar y lo tranquilo que es para estar en compañía de la familia o amigos.

Para el análisis del objetivo general entre la relación del imaginario turístico y las principales motivaciones de los visitantes a la zona arqueológica de Teotihuacán; los imaginarios y las motivaciones turísticas tienen relación ya que de acuerdo con los resultados de la investigación los imaginarios son tanto positivos como negativos y dependiendo de estos es que se generan las motivaciones, si los imaginarios son positivos estos generan en las personas el deseo y la motivación de querer acudir al lugar, sin embargo, si los imaginarios son negativos pueden generar en las personas repulsión hacia el sitio y esto genera que no deseen visitarlo. Entre los factores que influyen en esto se encuentra también la calidad información que hay respecto al sitio, ya que si la información no es fidedigna genera en la gente imaginarios de diversos tipos que podrían impactar negativamente a la zona arqueológica. A través del análisis de los imaginarios se interpreta el significado para explicar las referencias que se obtuvieron de los turistas y las motivaciones turísticas por el cual las personas buscan una recompensa que hace referencia al comportamiento y las necesidades de los turistas a la hora de adquirir un bien o servicio turístico, mediante estímulos que mueven al turista a realizar y elegir la mejor opción de ocio.

Por otra parte, los factores motivacionales por los cuales el turista nacional se interesa por la Zona Arqueológica son tanto los factores pull y push, ya que tienen intereses diversos que van desde el deseo de salir en familia hasta la atracción por los atractivos que ofrece el lugar.

Entre los factores pull destaca el deseo por conocer la zona arqueológica, el deseo de aprender, convivir con la familia, desestresarse, relajarse, caminar, trabajar y salir con amigos.

Entre los factores pull destacan los eventos que se realizan dentro de la zona arqueológica, los más mencionados fueron: los espectáculos de luces, el festival de la catrina, los eventos nocturnos, los globos aerostáticos y festivales.

Los alcances de la investigación en donde a través de las diversas teorías que se revisaron en la investigación se pudo lograr realizar el análisis de la relación entre el imaginario turístico y las principales motivaciones de los visitantes nacionales y confirmar que efectivamente existe una relación entre ambos, ya que el imaginario sirve como factor para que el visitante se sienta motivado o desmotivado por visitar un sitio, entre los imaginarios que destacan son: Teotihuacán como sociedad prehispánica, Teotihuacán como ruinas arqueológicas y Teotihuacán como un sitio con diversos atractivos culturales y espectaculares en donde los turistas pueden satisfacer sus necesidades de viaje. Así mismo, otros factores motivacionales son la visita con familiares, amigos, por ocio, culturales, de trabajo, etc.

Entre las limitaciones al inicio de la investigación fue la pandemia originada por el virus SARS-COV2, que se está viviendo a nivel internacional, se cerró temporalmente la zona arqueológica de Teotihuacán, es por ello que un gran porcentaje de las entrevistas fueron realizadas por otros medios de comunicaciones. También la falta de empatía de los visitantes de la zona arqueológica fue una limitante, ya que pocos estuvieron dispuestos a aceptar una entrevista. Otra limitante fue que por cuestiones de las condiciones sanitarias es que fueron la cantidad de entrevistas aplicadas, la cual fue relativamente pequeña pero significativas para la investigación ya que se obtuvo la información necesaria. La escasez de antecedentes y de bibliografía dentro de este ámbito dificultó la investigación, y se optó por la revisión de antecedentes de otros países como Argentina y Brasil.

Por último, como reflexión y recomendaciones con base a lo que se exploró en el trabajo, la zona arqueológica debe mejorar la gestión en el sitio y los servicios de información, ya que entre las principales motivaciones por visitar el lugar se encuentra el de querer entender y conocer el lugar como sitio histórico. Una recomendación para los visitantes es que cuiden y valoren este sitio, ya que es parte de nuestro patrimonio y nuestra historia y el cuidado depende de nosotros y no solo de los administradores de este. Desde el punto de vista profesional consideramos que el turismo debería ser más selectivo y enfocado a la tipología de turismo del sitio, que es el cultural.

## Bibliografía

Acosta, J. (1964). *Proyecto Teotihuacán del Instituto Nacional de Antropología e Historia*. Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Alonso, O. (2008). *Turismo Arqueo gastronómico: una ruta turística en la zona arqueológica de Teotihuacán como un servicio innovador*. Instituto Politécnico Nacional, IPN, México D.F.

Alvarado, I. (2021). *Spatial representations, heritage, and territorial synecdoche in contemporary tourism*. *Tourism Geographies*, DOI:10.1080/14616688.2021.1905708

Araújo y de Sevilha (2017), *Los viajeros y sus motivaciones, Estudios y perspectivas en turismo*. Redalyc. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180749182004.pdf>

Araújo, G. & De Sevilha, M. (2017). *Los viajeros y sus motivaciones, Estudios y perspectivas en turismo*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180749182004.pdf>

Araya y Pedreros, (2013). *Análisis de las teorías de motivación de contenido: una aplicación al mercado laboral de Chile del año 2009*. *Revista de ciencias sociales; Chile*.

Araya, L. & Pedreros, M (2013). *Análisis de las teorías de motivación de contenido: una aplicación al mercado laboral de Chile del año 2009*. *Revista de ciencias sociales; Chile*.

Arráez, M., Calles, J., & Moreno de Tovar, L. (2006). La Hermenéutica: una actividad interpretativa. *Sapiens*, 7(2), 171-181.

Asturias, (2018). *Las motivaciones humanas*. RedSUMMA

Baron, R.A. y Byrn, D. (1998). *Psicología Social*. 8ª Edición. Madrid: Prentice Hall.

- Briones, G. (1996). *Metodología de la investigación cuantitativa en las Ciencias Sociales*. Asociación Colombiana de Universidades. ASCUN.
- Cantú, A. (2018). Turismo cultural un turismo clave en el desarrollo de cada rincón del mundo. Recuperado de: <https://www.entornoturistico.com/turismo-cultural-un-turismo-clave-en-el-desarrollo/>
- Campos, C., & Diaz, O. (2003). *Motivación humana*. Facmed. Recuperado de: <http://psiquiatria.facmed.unam.mx/docs/ism/unidad2.2.pdf>
- Carretero, E. (2004). La relevancia sociológica de lo imaginario en la cultura actual. *Nómadas*, 9, 1-9.
- Casas, J., & Campos, D. (2003). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y estadístico tratamiento de los datos*. Aten Primaria. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fcore.ac.uk%2Fdownload%2Fpdf%2F82245762.pdf&clen=153788&chunk=true>
- Cegarra, J. (2012). *Fundamentos Teórico-Epistemológicos de los Imaginarios Sociales*. Cinta moebio.
- Civitatis. (2022). *Paseo en globos sobre Teotihuacán*. Civitatis. Recuperado de: <https://www.civitatis.com/mx/ciudad-de-mexico/paseo-globo-Teotihuacán/>
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Mc Graw Hill, Madrid.
- Crompton, JL (1979). Motivaciones para las vacaciones de placer. *Anales de investigación turística*, 6 (4), 408-424.
- Crespi y Planells. (2003). *Patrimonio cultural*. Madrid: Ed. Síntesis.
- Decasper, M. y Servalli, N. (2016). *Imaginarios turísticos: argentina para el turista brasileño*. Turismo y Sociedad. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576265065003>
- Delgado, J. (2008). *Zona Arqueológica de Teotihuacán, problemas y conflictos en torno a su conservación e investigación*. IIA-UNAM. México. Recuperado de:

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_nlinks&ref=2156777&pid=S2007-8110201000020000600002&lng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=2156777&pid=S2007-8110201000020000600002&lng=es)

Delgado, J. (2010). *Institución y sociedad: el caso de Teotihuacán*. Universidad Nacional Autónoma de México, México

Díaz, M. (2014). *Turismo y arqueología. Una mirada histórica a una relación silenciada*. Science Direct. Recuperado de:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0185122514702425>

Farfán, M. (2010). *Análisis de la vigencia del paradigma de utilidad en la contabilidad moderna*. Lúmina.

Flick, U. (2004). *Introducción a la investigación cualitativa*. Morata, Madrid.

García, G. (2019). Aproximaciones al concepto de imaginario social. *Civilizar*, 19(37), 31–42. Recuperado de: <https://doi.org/10.22518/usergioa/jour/ccsh/2019.2/a08>

Gaxiola, M (2017). *Así lucía Teotihuacán antes de ser descubierta*. MXCity. Recuperado de: <https://mxcity.mx/2017/07/asi-lucia-Teotihuacan-antes-de-ser-descubierta/>

Gibbs, G. (2010). *El análisis de datos cualitativos en investigación cualitativa*. Moratta.

Gravari, M (2012). *Imaginarios turísticos*. Open Editions Journals.

Guamán Chacha, K. A., Hernández Ramos, E. L., & Lloay Sánchez, S. I. (2020). *El positivismo y el positivismo jurídico*. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 265–269.

Hernández, R., & Mendoza, M. (2020). *Teotihuacán y el turismo: la experiencia de los residentes en sus narrativas*. *Región y sociedad*. Recuperado de:

<https://doi.org/10.22198/rys2020/32/1301>

Hernández-Sampieri, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (6ta ed.)*. McGRAW –Hill

Hiriart, P. (2018). *Panorama mundial del turismo cultural*. España. Patrimonio cultural y turismo.

INAH, (2009). *Historia de Teotihuacán*. Recuperado de: <https://www.inah.gob.mx/zonas/23-zona-arqueologica-de-Teotihuacán>

Indigo, (2019). *Teotihuacán, la zona arqueológica más visitada en 2019*. Indigo. Recuperado de: <https://www.reporteindigo.com/reporte/Teotihuacán-la-zona-arqueologica-mas-visitada-en-2019/>

Instituto Nacional de Antropología e Historia, (2021). *Zona Arqueológica de Teotihuacán*. Gobierno de México. Recuperado de: <https://www.inah.gob.mx/zonas/23-zona-arqueologica-de-Teotihuacán>

Instituto Nacional de Antropología e Historia. (2020) *Zona arqueológica de Teotihuacán*. INAH. Recuperado de: <https://inah.gob.mx/zonas/23-zona-arqueologica-de-Teotihuacán>

Leyte, H. & Navarro, M. (2020). *Motivaciones turísticas del Corredor del Valle de Teotihuacán: estudio de caso en Zona Arqueológica de Teotihuacán, Estado de México*. InvESTigium.

Lora, H. (2006). *El positivismo; Augusto Comte*. Press Room. Recuperado de: <https://www.aiu.edu/spanish/publications/student/spanish/el-positivismo-augusto-comte.htm>

Manzanilla, L. (2017). *Teotihuacán, ciudad excepcional de Mesoamérica. Opúsculos*. El Colegio Nacional. Ciudad de México.

Maslow, A. H. (1943). **“A theory of human motivation”**. Psychological Review

Mayan, M. (2001). *Una introducción a los métodos cualitativos: módulo de entrenamiento para estudiantes y profesionales*. International Institute for Qualitative Methodology.

Medina y Ortega, (2020). *Exploraciones y reconstrucciones en Teotihuacán 1960–1962: intervenciones previas al “Proyecto Teotihuacán”*. **Revista figuras**. Recuperado de: <https://revistafiguras.acatlan.unam.mx/index.php/figuras/article/view/128/242>

Medina y Ortega, (2021). **Reconstruyendo el “Proyecto Teotihuacán” del INAH, 1962–1964 (temporadas IV y V)**. *Revista figuras*. Recuperado de: <https://revistafiguras.acatlan.unam.mx/index.php/figuras/article/view/162/328>

Méndez, E. (2008). *Imaginario del lugar*. *Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*.



- Mercado, A. & Díaz, B. (2012). *La zona arqueológica de Teotihuacán*. Patrimonio y Turismo. Memoria del congreso iberoamericano de patrimonio cultural
- México Real. (2022). *Estado de México de la República Mexicana*. México Real. Recuperado de: <https://mr.travelbymexico.com/698-estado-de-mexico/>
- Mexitours. (2022). *Experiencia nocturna en Teotihuacán*. Mexitours. Recuperado de: <https://mexitours.travel/experiencia-noturna-en-Teotihuacán/>
- Millon, R. (1966). *Extensión y población de la ciudad de Teotihuacán: un cálculo provisional*. En XI Mesa Redonda Teotihuacán: 57-78. Ciudad de México: Sociedad Mexicana de Antropología.
- Moctezuma, M. (2003). *Excavaciones del programa de arqueología urbana*. Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Moctezuma, M. (2009). *El México prehispánico y los símbolos nacionales*. Arqueología mexicana, 46-53.
- Moragas y Sarabia, (2007). *Teotihuacán*. Revista sobre arqueología en internet. Recuperado de: <https://webs.ucm.es/info/arqueoweb/pdf/8-2/moragas.pdf>
- Morales, N (2021). *Tiempo libre, ocio y recreación en las mujeres de Chicoloapan, Estado de México*. [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de México] Universidad Autónoma del Estado de México.
- National Geographic, (2018). *Teotihuacán celebra más de 100 años*. National Geographic en español. Recuperado de: <https://www.ngenespanol.com/traveler/Teotihuacán-celebra-mas-de-100-anos-aniversario/>
- Ortega, González y Esquivel. (2021). *Nuevas estrategias turísticas en Teotihuacán, México tras la pandemia Covid-19*. Ciencia latina. Recuperado de: <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/375/473>
- Paredes, G. (2008). *Positivismismo y Hermenéutica*. Ágora
- Peralta, A., y Rivera, R. (2016). *Turismo Cultural en México, Reporte ANÁHUAC de Investigación Turística, Año 1. Número 4*. Universidad Anáhuac.
- Plan de Desarrollo Municipal de San Martín de las Pirámides 2016-2018. Recuperado de: [https://copladem.edomex.gob.mx/sites/copladem.edomex.gob.mx/files/files/pdf/Planes%20y%20programas/Mpales-2016-2018/PDM\\_SanMartinPiramides2016-2018.pdf](https://copladem.edomex.gob.mx/sites/copladem.edomex.gob.mx/files/files/pdf/Planes%20y%20programas/Mpales-2016-2018/PDM_SanMartinPiramides2016-2018.pdf)

Plan de Desarrollo Municipal Teotihuacán 2022–2024. Recuperado de: [https://copladem.edomex.gob.mx/sites/copladem.edomex.gob.mx/files/files/pdf/Planes%20y%20programas/Mpales-2022-2024/Teotihuac%C3%A1n\\_PDM\\_2022\\_2024.pdf](https://copladem.edomex.gob.mx/sites/copladem.edomex.gob.mx/files/files/pdf/Planes%20y%20programas/Mpales-2022-2024/Teotihuac%C3%A1n_PDM_2022_2024.pdf)

Plan Municipal de Desarrollo Urbano Teotihuacán 2006–2009. Recuperado de: [http://seduv.edomexico.gob.mx/planes\\_municipales/Teotihuacan/PMDU.pdf](http://seduv.edomexico.gob.mx/planes_municipales/Teotihuacan/PMDU.pdf)

Quecedo, R. y Castaño, C. (2002). *Introducción a la metodología de investigación cualitativa*. Revista de psicodidáctica, España.

Ramos, C. (2015). *Los paradigmas de la investigación científica*. UNIFE.

Recuperado de:

[http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015\\_1/Carlos\\_Ramos.pdf](http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015_1/Carlos_Ramos.pdf)

Randazzo, F (2012). *Los imaginarios sociales como herramienta*. Imagonautas.

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23a ed.).

Riffo, I. (2016). *Una reflexión para la comprensión de los imaginarios sociales*.

SciELO; Perú. Recuperado de:

[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2219-71682016000100006](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682016000100006)

Rivera, R. y Peralta, A. (2016). *Turismo cultural en México*. México: Reporte Anáhuac de investigación turística.

Ruedas, M., Ríos, M. & Nieves, F. (2008). *Hermenéutica: la roca que rompe el*

*Espejo*. Investigación y postgrado. Recuperado de:

<https://biblat.unam.mx/hevila/InvestigacionyPostgrado/2009/vol24/no2/8.pdf>

Secretaría de Cultura y Turismo. (2018). *Actividades en el Valle de Teotihuacán*. Edo. Méx. Recuperado de: <https://turismo.edomex.gob.mx/Teotihuac%C3%A1n>

Secretaría de Desarrollo Económico. (2018). *Ubicación Estratégica*. Secretaría de Desarrollo Económico. Recuperado de:

[https://desarrolloeconomico.edomex.gob.mx/ubicacion\\_estrategica](https://desarrolloeconomico.edomex.gob.mx/ubicacion_estrategica)

Secretaría de turismo, (2001). *Programa Nacional de Turismo 2001–2006*.

Secretaría de turismo. México.

Secretaría de turismo, (2013). *Turismo cultural*, SECTUR. Recuperado de: <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/#:~:text=M%C3%A9xico%20es%20uno%20de%20los%20pa%C3%ADses%20con%20mayor%20turismo%20cultural%20del%20mundo.&text=Los%20turistas%20con%20inter%C3%A9s%20especial,turistas%20a%20realizar%20un%20viaje>.

Serrano H., Serrano C., Zarza M. (2012) *Turismo Cultural, transiciones en términos de género y su prospectiva*. El Periplo Sustentable Universidad Autónoma del Estado de México.

Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México-Datatur. (2022). *Llegadas de nacionales y extranjeros a las principales Zonas Arqueológicas del país*. DATATUR. Consultado el 8 de noviembre de 2021. Recuperado de: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadesCulturales.aspx>

Studocu. (2022). *ATLAS.ti*. Studocu. Recuperado de: <https://www.studocu.com/ec/document/universidad-de-cuenca/informatica-intermedia/atlasti-es-un-potente-software-para-el-analisis-visual-de-datos-cualitativos/16643731>

Taylor, S. (1986). *Introducción a métodos cualitativos de investigación*. Paidós.

Taylor, S. y Bogdan, R.C. (1984). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós, Barcelona.

Turimexico. (s.f). *Equinoccio en Teotihuacán*. Turimexico. Recuperado de: <https://www.turimexico.com/equinoccio-en-Teotihuacán/>

Tutor, A (2015). *La creación del imaginario. Un ejemplo: Formentera*. Treballs de la Societat Catalana de Geografia; Barcelona.

UNESCO. Patrimonio de la Humanidad. Consultado el 28 de febrero de 2023.

Recuperado de:

<https://es.unesco.org/themes/patrimoniomundial#:~:text=La%20Lista%20del%20Patrimonio%20Mundial,preservaci%C3%B3n%20de%20los%20sitios%20culturales>.

UNESCO World Heritage Centre (1992-2022). *Ciudad Prehispánica de Teotihuacán*. UNESCO World Heritage Centre. Recuperado de: <https://whc.unesco.org/es/list/414>

Universidad de Antioquia. (2020). *Atlas TI, una herramienta para la investigación*. Udea. Recuperado de: [https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/generales/interna!/ut/p/z0/fY4xD4lwEIV\\_iwMjaQWDOBJiTAiTJga6mLNUPS0t2Kvx51tIHFyc7r287-4dE6xhwsALr0BoDejgW5Gd8k2ZLIsVr3f7quRFVhbb9eFYJ3nCKib-A-EC3sdRFExla0i9iTWDfRJo3ymIOLhfd7O9-mo0jpC8nH-JuDfYQadcDDKMHiW4ibqA9JqmlOKq8xlkLmS6OKdmSufSsGhnVqMLpA2SNLiYMPYGYrJWs-Eh2g8rWXHj/#:~:text=El%20programa%20Atlas%20T.I%20es,amplia%20variedad%20de%20formatos%20digitales.](https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/generales/interna!/ut/p/z0/fY4xD4lwEIV_iwMjaQWDOBJiTAiTJga6mLNUPS0t2Kvx51tIHFyc7r287-4dE6xhwsALr0BoDejgW5Gd8k2ZLIsVr3f7quRFVhbb9eFYJ3nCKib-A-EC3sdRFExla0i9iTWDfRJo3ymIOLhfd7O9-mo0jpC8nH-JuDfYQadcDDKMHiW4ibqA9JqmlOKq8xlkLmS6OKdmSufSsGhnVqMLpA2SNLiYMPYGYrJWs-Eh2g8rWXHj/#:~:text=El%20programa%20Atlas%20T.I%20es,amplia%20variedad%20de%20formatos%20digitales.)

Vega, G., Ávila, J., Vega, A., Camacho, N., Becerril, A. & Amador, G. (2014), *Paradigmas en la investigación. Enfoque cuantitativo y cualitativo*. European Scientific Journal.

World Tourism Organization, (2019). *Tourism Definitions*. Madrid, Spain. UNWTO.

Zamudio, S. (2012). *La arquitectura en los imaginarios turísticos*. Universidad de Alcalá: España. Recuperado de: [www.moebio.uchile.cl/43/cegarra.html](http://www.moebio.uchile.cl/43/cegarra.html)

## Anexos

Anexo 1. Instrumento de investigación (guía de entrevista).

La presente entrevista tiene como objetivo el recabar información para el proyecto de investigación y titulación realizado por alumnas de la Universidad Autónoma del **Estado de México, dicha investigación lleva por título: “El imaginario turístico y las motivaciones de los turistas nacionales por visitar la zona arqueológica de Teotihuacán”**. **La información que nos proporcione será de suma importancia y se empleará únicamente para fines de investigación y de carácter confidencial.**

1. ¿Nos podrías platicar un poquito de ti?
2. ¿Cómo y cuándo te enteraste de la existencia de la zona arqueológica de Teotihuacán?
3. ¿Qué te imaginaste cuando escuchaste o te mencionaron por primera vez sobre la zona arqueológica de Teotihuacán?
4. ¿Qué escuchaste o cómo te formaste esas ideas?
5. ¿Cómo influyeron esas ideas para que desearas visitar Teotihuacán?
6. ¿Cuándo fue tu última visita a Teotihuacán?
7. ¿Cuáles fueron las principales razones o motivos para realizar la última visita a la zona arqueológica de Teotihuacán?
8. ¿Recorriste toda la zona arqueológica y sus atractivos?
9. ¿Qué es lo que más te gusta de Teotihuacán?

10. ¿El lugar cumplió todas tus expectativas en tu visita?
  
11. ¿Cuál es la historia que conoces acerca de la zona arqueológica de Teotihuacán?
  
12. Después de conocer Teotihuacán, ¿qué piensas respecto al lugar?
  
13. Cuando escuchas la palabra Teotihuacán, ¿cómo lo imaginas?