

## Teotihuacán y el turismo: la experiencia de los residentes en sus narrativas

### Teotihuacan and Tourism: Residents' Experience through their Narratives

Rafael Hernández Espinosa\*  <https://orcid.org/0000-0003-0911-543X>

Martha Marivel Mendoza Ontiveros\*\*  <https://orcid.org/0000-0003-2492-0760>

#### Resumen

El objetivo es conocer el proceso de evolución de la actividad turística en la zona de Teotihuacán, Estado de México, a través de la narrativa de sus residentes. Desde esta perspectiva, se abren las posibilidades para el abordaje de diversos elementos constitutivos del fenómeno turístico a partir de la diversidad de experiencias de los actores involucrados en él. El enfoque metodológico aplicado fue el cualitativo a partir de la observación y entrevistas semiestructuradas con los residentes de dos comunidades situadas en el contorno de la zona arqueológica de Teotihuacán. Los hallazgos muestran un conjunto de cambios en el entorno, relacionados con los vestigios arqueológicos, que los habitantes han vivido como detonantes y permanentes impulsores de la actividad turística. Se destaca una serie de elementos sociales, económicos y políticos, positivos y negativos, que estos habitantes mantienen como significativos en el recuento de sus experiencias, tanto colectivas como individuales.

**Palabras clave:** impactos del turismo; investigación cualitativa; experiencia; narrativa.

#### Abstract

This paper objective is to know evolution process of touristic activity in Teotihuacán, Estado de México, from its residents point of view This perspective increases the possibilities to address different constitutive elements of the tourism phenomenon based on the diversity of experiences of the actors involved in it. The applied methodological approach was qualitative using observation and semi-structured interviews to the residents of two communities located around Teotihuacán archaeological area. Findings show there have been changes related to archaeological vestiges, which inhabitants consider as touristic activity trigger and permanent driving force. When residents recount their individual and collective experiences, they keep relevant a series of social, economic and political elements.

**Keywords:** impacts of tourism; qualitative research; experience; narrative.

Recibido: 31 de enero de 2020.

Reevaluado: 28 de abril de 2020.

Aceptado: 16 de junio de 2020.

Liberado: 7 de julio de 2020.

---

\* Autor para correspondencia. Universidad Autónoma del Estado de México, Centro Universitario UAEM Texcoco. Av. Jardín Zumpango s. n., Fracc. El Tejocote, C. P. 56259, Texcoco, Estado de México, México. Correo electrónico: [rafa\\_he@hotmail.com](mailto:rafa_he@hotmail.com)

\*\* Universidad Autónoma del Estado de México, Centro Universitario UAEM Texcoco. Av. Jardín Zumpango s. n., Fracc. El Tejocote, C. P. 56259, Texcoco, Estado de México, México. Correo electrónico: [marivelmo@hotmail.com](mailto:marivelmo@hotmail.com)



**Cómo citar:** Hernández Espinosa, R., y Mendoza Ontiveros, M. M. (2020). Teotihuacán y el turismo: la experiencia de los residentes en sus narrativas. *región y sociedad*, 32, e1301. doi: 10.22198/rys2020/32/1301

## 1. Introducción

La experiencia turística se convirtió en un tema clave de investigación en la década de 1960 y se popularizó en la literatura de las ciencias sociales a finales de la década de 1970. Sin embargo, la noción de experiencia turística se ha banalizado hasta el punto de detentar un número considerable de definiciones aplicadas al turista, obviando las experiencias de los habitantes de los destinos turísticos. Esto es, algunos estudios han considerado variables como el espacio, el tiempo y los comportamientos de los individuos involucrados en la configuración de una situación turística, pero invisibilizando las sociedades receptoras o bien ocultándolas bajo el membrete de empresas. Así, durante mucho tiempo el centro de atención en los estudios turísticos ha sido el turista, sobre todo desde una perspectiva económica.

No obstante, ahora los planificadores y los gestores del turismo han vuelto la mirada hacia las poblaciones residentes para incorporar los impactos que ellas perciben o sus actitudes hacia el turismo, al comprender que estos elementos pueden determinar el éxito o el fracaso de todo destino. No hay que perder de vista que la experiencia turística procede del denominado *proceso interactivo* entre el turista y el espacio, en el que éste no sólo es contenedor o escenario, sino también un producto y productor de relaciones y situaciones sociales particulares (Almirón, Bertoncello y Troncoso, 2006). A través de esta relación dialógica, no sólo los turistas experimentan el turismo; los pobladores del lugar también se ven involucrados en dichas situaciones.



En este marco se presentan los resultados de una investigación en la que se busca explorar, desde una perspectiva cualitativa y fenomenológica, las experiencias con respecto al turismo de los habitantes de dos poblaciones del Estado de México situadas en torno a uno de los destinos turísticos más importantes de México y que desde 2015 fueron nominadas pueblos mágicos: San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides.

## **2. El concepto de experiencia en las ciencias sociales**

En la historia de la ciencia, el estudio de la experiencia ha sido uno de los temas más polémicos e interesantes. La filosofía de la ciencia puso de manifiesto desde sus inicios la pertinencia de explicar la experiencia, puesto que ella es la base no sólo del conocimiento del sentido común, sino también del conocimiento científico. De ahí han derivado propuestas para definir el concepto de experiencia mediante diversas corrientes filosóficas, sobre todo el realismo y el idealismo y que, después, se nutrirían de argumentos forjados en el positivismo y en la hermenéutica-fenomenológica, respectivamente (Varela, Thompson y Rosch, 2005; Wright, 1979).

El problema de la experiencia se extendió poco a poco desde la filosofía hacia algunas disciplinas sociales y del comportamiento, dado el interés convergente de psicólogos, antropólogos o sociólogos, por ejemplo Varela, Thompson y Rosch (2005). Así, se han consolidado diversos enfoques teórico-metodológicos para su indagación científica, entre los



cuales destacan los desarrollados por la antropología simbólica y la sociología y psicología fenomenológicas.<sup>1</sup>

De manera particular, en la denominada antropología de la experiencia se han retomado los conceptos de práctica, acción, proceso, situación, símbolo, significación, interacción, agente y agencia humana, actor, persona, yo, individuo y sujeto. Puede observarse así una premisa que incorpora al sujeto activo, esto es, de la agencia humana, en la comprensión y en la construcción de toda vida social (Díaz Cruz, 1997); en otras palabras, el modo en que los individuos se experimentan a sí mismos, sus vidas y su cultura.

Lo anterior implica que, aunque la experiencia vivida es y constituye una realidad básica, ésta se organiza a través del lenguaje como institución y producto, pero también como proceso histórico y cultural. De este modo, la experiencia se constituye a través de expresiones, relatos, narrativas, dramas sociales y realizaciones culturales que se muestran o se comunican. Cada experiencia que se narra es un episodio de una historia posible, una vivencia singular no deducible de lo común pero elaborada a partir de lo común, una posibilidad de manifestar la singularidad del sujeto con medios intersubjetivos en muchas ocasiones típicos (Díaz Cruz, 1997). Desde esta perspectiva, las experiencias y las expresiones avanzan retroalimentándose, ofreciendo no sólo referentes de la acción social, sino también permitiendo su comprensión.

Con lo anterior como base, puede sostenerse que la experiencia no es un acontecimiento interno ni un estado psicológico que pueda fijarse de modo permanente; no es inmediata ni estable como la consideran perspectivas empiristas o conductistas. Según Victor Turner (1985), una experiencia se interpreta como una presencia y, por tanto, es capaz de estructurar la vida sin

---

<sup>1</sup> Debe considerarse así que el concepto de experiencia tiene una larga historia en la filosofía y en las ciencias sociales, en cuyo trayecto la discusión ha sido muy nutrida y productiva.



fijarla. Hay en ella una tensión entre el pasado, en cuanto fuente de la realidad presente, y la indeterminación del futuro. En síntesis, la experiencia legitima la existencia social y sirve de referente de ésta. La experiencia, así como los significados que se le atribuyen, los valores que se le asignan, los efectos que provoca y las expresiones con las que se organiza, constituyen *un todo en movimiento*.

El estudio de las experiencias con enfoque narrativo, por otro lado, permite un abordaje más procesual del fenómeno. La narrativa no sólo es una forma de creación de mundos posibles mediante la elaboración de historias, sino también un proceso de construcción de significados mediante el cual las experiencias adquieren sentido (Bruner, 1990). Por ello, ésta es una vía para explorar más allá de los ámbitos individuales e indagar la manera en que dichas experiencias se configuran desde una dimensión sociocultural.

### **3. La noción de experiencia en los estudios del turismo**

Uno de los ámbitos que se conforman de manera genuina a partir del enfoque sociocultural en los estudios del turismo es el de la experiencia que viven los actores participantes en dicha actividad, en específico la de los turistas. Entre los estudios pioneros que abordan el tema se encuentran los realizados por Boorstin (1964), Turner y Ash (1991), MacCannell (1991) y Cohen (1979). Estos estudios fueron un aporte interesante para la comprensión de la experiencia del viaje dentro de un mundo en que se había consolidado el consumo de masas y donde el turismo se había integrado de lleno a él.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> El consumo de masas había derivado de varios elementos que se concretaron con la creación de políticas de remodelación en los sistemas laborales, salariales y del mercado (Alonso Benito, 2004).



En las décadas posteriores, la experiencia turística permaneció en los estudios del turismo como un tópico importante, aunque no central. En los años más recientes ha cobrado gran importancia al resurgir por vía del marketing turístico. Desde ahí, las experiencias turísticas suelen presentarse como el verdadero producto, pues la oferta de servicios turísticos tradicionales, se dice, ya no es suficiente para conseguir la satisfacción y el bienestar psicológico de los turistas (Rivera Mateos, 2013).

De cualquier manera, dicha innovación mercadológica ha impulsado el interés en investigar y fundamentar de manera conceptual la experiencia turística con el propósito de contribuir a las tareas de diseño y gestión de un turismo experiencial idóneo (Ankor, 2012; Tussyadiah, 2014; Uriely, 2005; Ziakas, 2013). Así, se abren diversos horizontes para la investigación en este campo, pues dicho fenómeno permanece como un campo genuino para la comprensión sociocultural. Sin embargo, la contribución de este último enfoque habría sido más fructífera si las investigaciones no sólo propusieran hacer más eficiente el proceso mercantil (por ejemplo, la identificación de motivaciones de los turistas, la elección de ofertas, sus actitudes o satisfacción con los servicios), sino que también desarrollaran una mirada holística y humanista sobre ese proceso experiencial.

Con base en lo anterior, está claro que el término *experiencia turística* se ha acuñado en referencia a los turistas. No obstante, algunos estudios recientes adoptan una postura más amplia al considerar que la experiencia del fenómeno turístico no es exclusiva de quienes viajan, sino que también los residentes de los destinos son sujetos de dicha experiencia (Calleja Sordo y González Damián, 2018; Gamma y Favila, 2018; González Damián, 2004; González Damián y Macías Ramírez, 2017; Mantecón Terán, 2005). El presente texto adopta también esta postura,



aunque se prefiere utilizar el término *experiencia del turismo* para referirse de manera específica a los residentes no sólo en situaciones de interacción microsociales, sino también en términos de vivencias diacrónicas.

Se puede decir que la experiencia del turismo para los residentes se enmarca en el área de estudios de los impactos socioculturales de éste. Dichos estudios despuntaron en la década de 1970 a partir de trabajos influyentes como los de Doxey (1975), Smith (1989) y Kadt (1979), quienes introdujeron el interés sobre la actitud de los residentes locales hacia los turistas, el desarrollo del turismo en las diferentes etapas del ciclo de vida de un destino y los procesos de aculturación o de relaciones desiguales en comunidades no occidentales receptoras de turismo.

No obstante, el amplio conjunto de trabajos que se ha acumulado en esta área de estudio se enfoca en sus aspectos más generales, concentrándose en identificarlos, clasificarlos y describirlos en conjunto, a partir de indicios socioestructurales y, sobre todo, de las percepciones de los residentes<sup>3</sup> (Andereck, Valentine, Knopf y Vougt, 2005; Ap, 1990; Brougham y Butler, 1981; Brunt y Coutney, 1999; Haralambopoulos y Pizam, 1996; King, Pizam y Milman, 1993; Mathieson y Wall, 1982; Mendoza, Monterrubio y Fernández, 2011; Pizam, 1978; Tinoco, 2003; Tosun, 2002). Del mismo modo, una de las limitaciones más importantes en este conjunto de estudios ha sido su amplia dependencia de los métodos cuantitativos (Sharpley, 2014). Aunque

---

<sup>3</sup> En la investigación turística, el concepto *experiencia* suele utilizarse con frecuencia como sinónimo de otros conceptos, como los de percepción o actitudes, debido a que sus respectivos límites se superponen en la medida en que hacen referencia a conjuntos de estructuras significantes que describen las vivencias en términos cualitativos. Según Vargas (1994), la percepción puede definirse, en primer lugar, como el resultado del procesamiento de información a partir de la estimulación de receptores; en este sentido, es tanto una forma de pensamiento como una conducta inmediata. Esta definición convierte la percepción en un sinónimo de la conciencia. Para Castaño (2005), las actitudes se conciben como determinantes del comportamiento, pues se supone que la actitud es producto de una serie de experiencias de la persona con el objeto al que está dirigida. La aceptación o rechazo al turista y el turismo constituyen actitudes.



cabe señalar que en estudios recientes sobre la percepción de los impactos del turismo ya se han incorporado métodos cualitativos, particularmente en México (Mendoza y González, 2014; Monterrubio, Mendoza, Fernández y Gullete, 2011), éstos no se han propuesto como objetivo analizar los aspectos significativos de dichas percepciones.

Es decir, hasta el momento no se ha desarrollado un campo de estudio en torno a las experiencias de los residentes en un sentido extenso ni tampoco desde enfoques narrativos o fenomenológicos. A pesar de ello, se han identificado aproximaciones planteadas con mayor profundidad sobre los aspectos significativos de la experiencia de los residentes en destinos turísticos. En su ensayo analítico, Pernecky (2012) ha señalado diversas direcciones que desde perspectivas construccionistas permitirían lograr este propósito, en las que se incluye la indagación en los significados del turismo para las sociedades receptoras con el fin de responder cuestionamientos sobre cómo se han construido los beneficios o los problemas sociales relacionados con éste. En esta línea podrán ubicarse los trabajos de Horn y Simmons (2002) y de Xue, Kerstetter y Buzinde (2015), que profundizan en el tema mediante un análisis cualitativo sobre las vivencias de los residentes en relación con el desarrollo y los efectos de la actividad turística en destinos de Australia y China, respectivamente. Se destacan, así, procesos de construcción de significados que están detrás de dichas vivencias. En México, de manera específica, estudios de este corte son los de Mendoza, Hernández y Osorio (2018), Hernández, Mendoza y Rioja (2018) y Hernández y Vite (2020), que a partir de una perspectiva fenomenológica indagan las experiencias de los residentes sobre los antecedentes, la fundación y el desarrollo de un complejo turístico de amplias dimensiones implantado al margen de una pequeña comunidad rural del Pacífico mexicano. Aunque no se plantearon de forma puntual





desde un enfoque teórico narrativo, estos trabajos han implicado de alguna manera la exploración de la conformación de experiencias relacionadas con la actividad turística considerando la narrativa de sus protagonistas.

#### **4. El turismo en San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides**

En la actualidad, las zonas arqueológicas más visitadas en México, en orden de importancia, son Teotihuacán, Chichen-Itzá, Tulum, Xochicalco y Palenque, con 58% de los visitantes totales de las 187 zonas arqueológicas abiertas al público (Valle, 2017). De acuerdo con las estadísticas de Datatur (2019), la ciudad prehispánica de Teotihuacán recibió 3 145 384 visitantes en 2019, de los cuales 2 534 224 eran turistas nacionales y 611 160 extranjeros. Teotihuacán se ha convertido en un estandarte para los mexicanos en la defensa y resguardo del patrimonio cultural nacional; su monumento principal, la pirámide del Sol, es un ícono de la identidad nacional, sobre todo como un elemento relevante del pasado prehispánico. Los restos arqueológicos de la antigua ciudad del periodo Clásico en Teotihuacán representan a México en el ámbito internacional, ya que en 1987 fue el primer sitio del país declarado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) tesoro del patrimonio mundial (Instituto Nacional de Antropología e Historia [INAH], 2018).

Alrededor de lo que fuera una de las mayores ciudades prehispánicas de Mesoamérica, se localizan los municipios mexiquenses de San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides, que combinan una cultura antigua y colonial. Sus cabeceras municipales fueron incorporadas al Programa Pueblos Mágicos en 2015. Sin embargo, la intensa actividad turística que prevalece en la zona desde hace mucho tiempo no ha representado necesariamente una opción de desarrollo



directo. Hay aspectos positivos, entre los cuales se destacan los relacionados con la derrama económica. Pero también hay elementos que han limitado esa derrama, por ejemplo, que la mayoría de los millones de visitantes que recibe la zona arqueológica realizan el mayor gasto o consumo en Ciudad de México y que ahí sólo pagan el boleto de entrada. Algunos compran alguna artesanía o consumen alimentos. Lo anterior se debe a que la autopista que comunica directamente la Ciudad de México con la zona arqueológica ha favorecido que los turistas lleguen y se vayan sin pasar por las comunidades aledañas.

Los gobiernos federal, estatal y local se han esforzado para conseguir que las personas que arriban a la zona arqueológica prolonguen su estancia, implementando una serie de servicios y atracciones que generen mayor derrama económica (Pérez, 2016). Desde la década de 2010, varios empresarios y prestadores de servicios trabajan en la consolidación de los atractivos turísticos del valle de Teotihuacán, como la señalización de los distintos puntos de interés turístico o el mejoramiento de la iluminación y de las vialidades. La Comisión para el Desarrollo Turístico del Valle de Teotihuacán (COVATE) participa además en la organización de ferias, festivales culturales y expo-venta de artesanías; se han impartido, junto con arqueólogos y especialistas del INAH, cursos de capacitación a guías de turistas y personal que labora en este sector.

Estas características y muchas más definen la forma en que la actividad turística se hace presente en la zona. Sin embargo, adentrarse en las vivencias cotidianas de los habitantes resulta de gran relevancia para comprender de mejor manera estos procesos. Este estudio se pregunta en particular por la forma en que las experiencias del turismo que tienen las comunidades residentes producen significaciones de éste en relación con su forma de vida y cómo se relacionan esas



experiencias con las acciones emprendidas en torno a la dinámica turística. Por eso se plantea la necesidad de establecer el problema de conocimiento sobre la experiencia como un ámbito epistemológico vigente para las ciencias sociales, pero, sobre todo, como un área pertinente para los estudios socioculturales del turismo y para la generación de alternativas que deriven en un manejo plausible de éste.

## **5. Narrativa y experiencia del turismo**

La base empírica de este estudio se conformó de datos cualitativos generados en San Juan Teotihuacán y San Martín de las Pirámides mediante dos técnicas: observación etnográfica, desarrollada entre marzo y agosto de 2019, y entrevistas semiestructuradas a 25 residentes de ambas poblaciones, hombres y mujeres, de entre 19 y 78 años, quienes se dedican o dedicaron a alguna actividad relacionada con el turismo. Para contactarlos se utilizó la técnica de bola de nieve. En las visitas que realizó el equipo de investigación a las poblaciones, se establecieron charlas informales iniciales con los residentes. A cada residente o informante se le solicitó una cita específica para la entrevista, pues el interés era indagar en narrativas detalladas sobre las vivencias de la actividad turística. El amplio rango de edad de los informantes permitió obtener la visión de diferentes generaciones, así como explorar sus vivencias en cuanto a los cambios ocurridos en el lugar. De igual manera, recurrir a ambas técnicas permitió la triangulación de datos, de métodos y de investigadores (Denzin, 1970), lo que da mayor validez a los resultados por la cercanía del investigador al objeto de estudio, mayor productividad en el análisis y recolección de datos y un tratamiento holístico al presentar la información a partir de lo que la gente dice y de lo que se observa en sus prácticas.



Así, el análisis de los testimonios obtenidos y de las observaciones etnográficas brindaron algunos elementos interesantes para entender los aspectos que han conformado la experiencia del turismo para los residentes de Teotihuacán. La presentación de la información se ha dividido en apartados que surgieron de los datos empíricos como elementos relevantes en la constitución de las narrativas relativas a la experiencia general del turismo en dichos habitantes. Por principio ético, se omitieron los nombres de los informantes. La organización temporal que prevalece en la presentación de la información se basa sólo en las referencias de los informantes, es decir, en los acontecimientos que destacan en su memoria colectiva y que forman parte importante de sus experiencias. Éstas son referencias a hechos que vinculan la región con eventos de la historia nacional, pero que no son exhaustivas en términos de los cortes o etapas que establecen las narrativas de la historia oficial.

### *5.1 Inicios del turismo en Teotihuacán*

Durante el gobierno del presidente Porfirio Díaz, se llevaron a cabo ferias internacionales y foros científicos que hicieron de escaparates para promover la imagen de México en el extranjero. En éstas las colecciones arqueológicas tuvieron una presencia importante (Mercado López, 2016). Sin embargo, el programa turístico fue aplicado inicialmente al valle de Teotihuacán, cuyo sitio arqueológico era objeto del interés público y de obras de restauración desde el siglo XIX y el cual fue abierto el 13 de septiembre de 1910 (Mercado López, 2016). En el informe de gobierno de 1909 se registró la entrada de 24 500 personas al país, entre julio y diciembre de ese año; en el informe del año siguiente se menciona la cifra de 68 000 personas.



Cuando en la actualidad se pregunta a los habitantes de la región cómo fueron los inicios del turismo en sus pueblos, muestran una expresión de extrañeza y afirman que, según lo que recuerdan, el turismo siempre estuvo ahí, es decir, cuando tomaron conciencia de él estaba ya presente y creciendo poco a poco.

En un momento dado, nos dimos cuenta que [...] nos despertamos y ya teníamos pirámides. Entonces, pues se vinieron dando muchas cosas [...] (Líder de artesanos, 61 años, San Martín de las Pirámides).

Con todo, algunos informantes refieren fechas y datos a partir de lo que han escuchado.

El turismo viene iniciando desde las pirámides. En 1905, que empezaron las excavaciones, ya había estudios. Ahí empezó. Luego ya se reorganizó la zona, se hizo el museo del sitio atrás de la pirámide del Sol y todavía los postes de portada que están atrás, en la puerta 3; hay unos de este lado y luego dando la vuelta para San Martín hay otros. Esos postes son de 1910 y los hizo el ingeniero [...] O sea, que ya tiene demasiado; desde 1905 hay turismo. (Mesero, 45 años, San Juan Teotihuacán).

Éste y otros informantes se refieren a la actividad turística de la zona como un efecto de las decisiones gubernamentales en tiempos de Porfirio Díaz, relacionadas con los trabajos de exploración arqueológica. Eso coincide con los registros que pueden encontrarse de algunas actividades de fomento turístico del lugar en fechas inmediatas a cuando el lugar comenzaba a ser una referencia para las excursiones desde la Ciudad de México. El 31 de diciembre de 1917



se publicó una nota en *El Universal* a modo de propaganda turística que anunciaba una excursión a Teotihuacán, posible gracias a la línea férrea que ya existía.

El señor ingeniero Pastor Rouaix, Secretario de Fomento, ha invitado para hoy al C. Presidente de la República, a los ministros del gabinete, y al cuerpo diplomático acreditado ante nuestro gobierno, a un día de campo que se efectuará en San Juan Teotihuacán; los invitados a esta fiesta campestre saldrán a las ocho y media de la mañana a bordo de trenes especiales, por la estación del Ferrocarril Mexicano. Una vez llegados a San Juan Teotihuacán, visitarán las pirámides del Sol y la Luna, y finalmente asistirán a la comida que se servirá en la gruta, volviendo después de esta excursión a la ciudad de México. (El Bable, 2012, s. p.)<sup>4</sup>

En la actualidad, el restaurante *La Gruta*, situado a unos metros de la parte oriente del circuito de la zona arqueológica, exhibe a la entrada una placa de cantera con la leyenda: “En esta gruta comió el Sr. General Díaz, Presidente de la República, el día 9 de abril del año de 1906” (notas de campo). Éste es un elemento al que algunos residentes suelen recurrir como prueba fehaciente de la importancia nacional de Teotihuacán.

En los testimonios, además del presidente Díaz, también emerge otro impulsor importante de la actividad turística en la zona en años posteriores.

Fue con Gamio [...] que hizo esas primeras propuestas de cómo el turismo podía ser un *boom* económico en la región. Porque él lo manejaba con todas las comunidades; pero hablando de San Martín, yo creo que él fue la primera persona que mencionó turismo: “que ustedes tienen una posibilidad a través del turismo, de mostrar sus

---

<sup>4</sup> El Bable es un blog que retoma la publicación de *El Universal* de 1917.



tradiciones, su gastronomía, lo que ustedes son, para generar una derrama económica”. (Empleada municipal, 34 años, San Martín de las Pirámides).

En efecto, en el periodo posrevolucionario el antropólogo indigenista Manuel Gamio visualizó aprovechar el valle de Teotihuacán como región turística con base en su belleza natural, sus sitios pintorescos, sus antecedentes históricos y monumentos, así como por las facilidades de comunicación que ya había en la capital del país. Como atractivos para el visitante se señalaban las gigantescas pirámides, los monstruos mitológicos, los murales polícromos y el espacioso museo, los cuales permitían acercarse a la vida prehispánica (León Portilla, 1986).<sup>5</sup>

Por otra parte, Gamio estudió a la población del valle de Teotihuacán; gracias a ello identificó sus carencias y propuso un programa para alcanzar la superación de las comunidades aledañas a esta zona arqueológica (Nalda, 2005). Como opción para el desarrollo de la población, se crearon, entre otras cosas, una escuela-taller, un horno para cerámica y una ceramoteca, y se reutilizaron las canteras de obsidiana para abrir nuevos talleres artesanales (Schávelzon, 2008). Además, en la escuela-taller se enseñaban oficios y la elaboración de cestería, textiles y cerámica mejorada (Mercado López, 2016). Todo lo anterior, que se vinculaba de alguna manera a su proyección turística, tenía como objetivo permitir a la población liberarse de “prejuicios” y salir de la marginación y del atraso de varios siglos.<sup>6</sup> En casi todas las calles de

---

<sup>5</sup> Una de las primeras guías turísticas de Teotihuacán fue realizada por Manuel Gamio en 1922. En ella se guiaba al visitante proporcionándole información. Se le recomendaba llegar por ferrocarril a San Juan Teotihuacán y de ahí viajar dos millas hacia el sitio en un tranvía jalado por fuerza animal (Villalobos Acosta, 2014).

<sup>6</sup> Lo relevante del programa iniciado por Gamio en el valle de Teotihuacán es que fue el primer intento formal, pertinente y fundamentado para conjugar el patrimonio cultural y el turismo como estrategia económica bajo la conducción del Estado, acorde con los fines sociales planteados por la Revolución mexicana, en un proyecto que partía de la reconstrucción de las ruinas, con lo cual se “abriría la zona al



los municipios estudiados puede observarse la existencia de al menos un taller de artesanías. Al conversar con algunos de estos artesanos sobre el origen de su actividad, se remiten siempre a la tradición familiar, que existe “desde los abuelos”, algunos de los cuales asistieron a la escuela de Gamio (notas de campo).

De tal suerte que para los residentes de San Martín de las Pirámides y de San Juan Teotihuacán más interesados en la evolución del turismo, los inicios de éste están marcados por dos personajes importantes de la política nacional, el presidente Porfirio Díaz, como iniciador del turismo a partir de los trabajos de exploración arqueológica, y Manuel Gamio, como el gran bienhechor de su pueblo, por haberles enseñado el trabajo artesanal y otros oficios. Esto es así para la gente mayor, que afirma haber asistido a la escuela que Gamio estableció a un costado de la pirámide del Sol, pues, aunque en la actualidad dicho edificio alberga el Centro de Estudios Teotihuacanos (perteneciente a la administración de la Zona Arqueológica de Teotihuacán), es para ellos un importante testigo histórico de este hecho.

Destacar a estos dos actores en la narrativa no implica que no hubieran ocurrido otros hechos o personajes importantes relacionados con las políticas nacionales, regionales o locales para la emergencia del turismo en Teotihuacán. No obstante, la implicación práctica de rememorar ciertos aspectos, es la contribución a la memoria colectiva. La memoria colectiva se nutre de vivencias personales que sin embargo se nutren de la narrativa de una comunidad.

---

desarrollo turístico y a su uso simbólico para la reconstrucción de una imagen de México” (Lomnitz, 2014).





## *5.2 Recuerdos personales de los primeros contactos con la actividad turística*

Uno de los elementos memorables que aparecen en las narrativas de los informantes es su primer contacto con la actividad turística, el cual se muestra más significativo en quienes tuvieron relación directa con ésta en la niñez. Por ejemplo, un informante relata cómo fueron en la niñez sus primeros contactos con turistas extranjeros. Es interesante el tipo de interacción surgido de ellos:

Yo tenía 6 años. Mi papá nos mandaba a la leña; llevaba mi hermano mayor un burrito donde cargábamos la leña, pero nos parábamos a la orilla de la carretera, que era otra carretera, no la que está ahorita. Y pasaban los turistas, y se bajaban con sus cámaras. Aprendimos a pedirles [...]. Les decíamos “One peso”, y no sabíamos ni por qué; ya después aprendimos: “One peso for the picture”, o sea, les pedíamos un peso por la fotografía. Y ya nos empezaban a dar un peso. (Artesano comerciante, 56 años, San Juan Teotihuacán)

Un adulto mayor rememora también su infancia cuando, jugando con su hermano, era común encontrar figuras enterradas, mismas que vendían a los turistas en un dólar. Otros recuerdan que vendían su producción artesanal a orillas de la carretera y que, por ser niños, los turistas les compraban más. Entre estos recuerdos de infancia también se encuentra el establecimiento de relaciones más cercanas con los turistas, como amistades o compadrazgos:

Mi mamá también fue artesana, mi papá también artesano; él trabajaba lo que era la obsidiana. Mi mamá tenía un puesto de artesanías y yo recuerdo que también de niña, en



una de estas fiestas, había guías y estos guías le traían a mi mamá los clientes, e incluso los clientes, pues, hacían ya más amistad, y después la venían a visitar [...] y llegó a hacer un compadrazgo. (Empleada del INAH, 60 años, San Martín de las Pirámides)

Como se señaló, son en general vivencias de la niñez las que destacan en estos primeros contactos con la actividad turística a nivel personal, es decir, experiencias narradas en primera persona. Esto es relevante en la medida en que dichas vivencias representan aprendizajes para integrarse a una condición emergente de interacciones sociales y económicas que no dejará de estar presente en el contexto local cotidiano, pero que irá adoptando diversos aspectos con el paso del tiempo.

### *5.3 Cambios importantes en la actividad turística y su relevancia en la experiencia de los habitantes*

Entre los cambios más importantes que los pobladores refieren haber observado en sus comunidades se mencionan varios, tanto de carácter físico como de carácter social. Los primeros tienen que ver con los que afectan el paisaje en torno a la zona arqueológica, así como, aunque en menor medida, los espacios de residencia. El primer cambio lo marca el inicio de la restauración de la zona arqueológica a principios del siglo XX. Gracias a ello, ésta adquirió visibilidad internacional (su apertura en 1910 incluyó una visita de los asistentes al XVII Congreso Internacional de Americanistas). Pero, por otro lado, la decisión de restaurar y conservar el lugar incluyó desde entonces varias expropiaciones de terrenos en las proximidades cercanas al perímetro de las ruinas, lo cual se recuerda como un hecho de afectación permanente a los pobladores.



Una mujer de 75 años comentó que de niña su casa se ubicaba detrás de la pirámide del Sol y que su lugar de juegos fue “ese montículo”. Años más tarde fue “expropiado” el terreno, por lo que compraron otro donde pudieron construir una nueva casa; sin embargo, asegura, su madre murió de depresión por ese hecho. Las primeras expropiaciones se realizaron en la época de Porfirio Díaz. El sitio arqueológico no estuvo protegido de manera legal sino hasta 1972 con la Ley Federal Mexicana de Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas. Pero en 1988, un nuevo decreto definió dos zonas de protección adicionales y aumentó el área protegida hasta un total de 3 381 hectáreas. Ello implicó expropiar terrenos habitados. Después se extendió aún más la zona de amortiguamiento del sitio; las tierras que en la actualidad rodean la zona arqueológica se adquirieron durante la década de 1990 (Vit y Miró, 2009).

Un elemento relacionado con lo anterior y señalado de manera reiterada como uno de los cambios físicos importantes en torno a la zona arqueológica es la instalación de la cerca de malla y la consecuente restricción del acceso a la misma. En relación con esto, un informante sintetiza así ambos aspectos:

En la época de Porfirio Díaz, y no sé qué otra situación, se dio una expropiación y después la otra expropiación. Entonces, después ya vino el gobierno federal, con Antropología e Historia [INAH], que cercó y comenzó a hacer el empedrado. (Líder de artesanos, 61 años, San Martín de las Pirámides)

Relacionado con este último aspecto, un artesano de 74 años recuerda que en su juventud podía ingresarse a la zona arqueológica por cualquier costado; adentro unas veinte personas ya vendían sus artesanías con mucho éxito, réplicas de barro de los vestigios encontrados en las



excavaciones o en los terrenos de labranza. En ese periodo, recuerda, hubo un incremento de las visitas turísticas y con ello no fueron pocos los hombres que dejaron de trabajar en el campo para dedicarse de lleno a la elaboración y venta de artesanías.

Posterior a ello, el ingreso a la zona quedó restringido por una cerca que no permite el paso, salvo por las cinco puertas que condicionan el acceso al pago de una cuota. Este hecho es muy significativo para los pobladores de diferentes generaciones, como se muestra en los siguientes testimonios:

Desde que tenía, a lo mejor 6 años, yo ya veía que el turismo ya llegaba, más que le digo que la zona era libre, no estaba circulada la zona; circularon toda con malla. Antes era libre, uno podía andar por ahí; pues, poder caminar. (Artesana, 55 años, San Martín de las Pirámides)

El día que la primavera entra, el 20, yo me iba de aquí en la noche, como a las 7, 8 de la noche, me iba yo, había mucha gente, no cobraban, era libre. Y nos subíamos hasta arriba de la pirámide del Sol, y ahí hacíamos ejercicio. Mucha gente [...] muchachas, y todo. Hacíamos ejercicio que, según, para sacar energía. (Campesino, 78 años, San Martín de las Pirámides)

El director de Casa de Cultura nos contó que antes la zona arqueológica estaba abierta, o sea, no tenía el enrejado. Se podía acceder desde cualquier punto a la zona, y que los primeros vendedores eran cuatro o cinco vendedores y hacían unas maravillas con lo que vendían [...]. El acceso era así cien por ciento libre, o sea, te podías ir un lunes, un martes a “cotorrear” sanamente y nadie te decía nada. Igual tratábamos de no contaminar, de preservar el atractivo. Ahorita ya, aunque seas poblador, vecino de la zona, si vienes un martes, un miércoles, tienes que pagar tus cincuenta o cien pesos respectivos para entrar, y ahora ya, que son los puros



domingos, es entrada libre para el nacional, pero hasta ahí llegó. Ya como que se delimitó mucho esa participación ciudadana con la zona. (Estudiante de turismo y vendedor ambulante, 20 años, San Martín de las Pirámides)

Acorde con lo relatado por los informantes, estos cambios definieron una nueva relación de los residentes con la zona arqueológica, tanto en sus usos cotidianos como en sus actividades vinculadas al turismo. Así, aunque se reconoce un cambio a favor de la valorización del patrimonio y el consiguiente impulso turístico a partir de los trabajos de restauración, con la expropiación de terrenos y la restricción de acceso mediante la cerca se generó en los pobladores una sensación de despojo, en la que el actor principal vuelve a ser el gobierno federal, representado por el INAH. Algunas investigaciones han señalado, por ejemplo, que la ampliación poligonal de protección derivada del decreto de 1988 generó innumerables inconformidades de la población con la administración de la zona arqueológica (Delgado, 2010). Otros momentos importantes que están presentes en la mente de los vecinos de San Juan Teotihuacán y de San Martín de las Pirámides son los eventos deportivos internacionales celebrados en México. El 11 de octubre de 1968 se llevó a cabo la ceremonia del encendido del fuego olímpico en la zona arqueológica, hecho que atrajo la mirada del mundo. Además, en 1970 y en 1986 se celebraron los mundiales de fútbol en México, hechos que fueron propicios para que los visitantes extranjeros aprovecharan su estancia en México para ir a ese lugar que poco a poco fue adquiriendo proyección internacional como uno de los emblemas de la identidad mexicana.



Mi papá recuerda lo del mundial [...] Lo [...] de las olimpiadas. Dice que hicieron una ceremonia en la zona arqueológica y dice que la verdad estuvo, estuvo muy feliz. (Artesano, 27 años, San Martín de las Pirámides)

Los informantes recuerdan estas fechas por varias razones: en primer lugar, porque son ocasiones que han brindado cierto orgullo al realzar la importancia internacional de ese patrimonio y, en segundo lugar, por el hecho de que son ocasiones en que se han tenido excelentes ventas, debido al aumento de visitantes.

Cuando fue el mundial del 86 venían los jugadores. Había como [...] más contacto, porque ahora son como [...]. El INAH es un instituto muy [...] yo lo percibo, así como que sólo quiere percibir cuestiones económicas y dominar ciertos sectores, porque ésa es la palabra, dominar. Entonces ahora sí, como que restringen ciertas cosas. (Artesana, 37 años, San Juan Teotihuacán)

El testimonio anterior se refiere en particular al hecho de que aquellos eventos han sido oportunidades para tener un contacto más directo con los turistas y que redundaban en un mayor éxito comercial, pero al final subraya que eso ha ido limitándose por los recientes cambios en cuanto a restricciones y controles por parte de los organismos de gobierno en la zona arqueológica, tema reiterado por los residentes dedicados a las actividades relacionadas con el turismo, como se verá más adelante.

De los eventos que más impacto han tenido en el crecimiento de la actividad turística, en opinión de los residentes, el principal es la celebración periódica del equinoccio de primavera, lo



cual comenzó a tener relevancia pocos años después de la declaración de la zona arqueológica como patrimonio mundial de la humanidad en 1987.

La zona arqueológica es nombrada por la UNESCO como patrimonio mundial de la humanidad y entonces empiezan a voltear de manera más global los ojos a ver a Teotihuacán, aunque yo, estando niño [...] no había prácticamente mucha afluencia de turismo; empieza el primer espectáculo de luz y sonido, que es el anterior a éste que se está dando, y se hace un atractivo y empieza a jalar un poco de gente, pero sigue siendo muy poca; no representaba realmente una derrama económica importante aquí en la región. Hasta que se da el primer 21 de marzo [que es cuando] comienza esta euforia del tema del equinoccio y de tomar energía en la pirámide. No me acuerdo bien cómo estuvo la difusión de esto, pero el primer año estuvo de locos. Hubo muchísima gente, no sé si dos o tres millones de personas en un solo día; toda la autopista parada, los vehículos, la zona [arqueológica] abarrotada; en fin, se salió incluso de control. (Empresario, 44 años, San Martín de las Pirámides)

Muchos informantes se han referido a estas fechas de equinoccio de primavera como las que representan mejores oportunidades de venta y las describen como días en los que también hay mucha alegría en toda la gente.

Resulta interesante que, contrario a lo que comúnmente podría pensarse, la investigación empírica mostró que la narrativa local no otorga una relevancia capital al nombramiento de la zona arqueológica como patrimonio de la humanidad en términos del turismo, pues no se lo ve relacionado con ningún aumento importante en dicha actividad o en la vida de las comunidades. Dicha denominación, en cambio, llevó a que se implementara una serie de medidas que garantizaran mantener el nombramiento, pero también para estar en condiciones de recibir a



millones de turistas al año. Es probable que la declaración como patrimonio haya tenido algún efecto en el aumento de las visitas en los días de equinoccio; sin embargo, en los testimonios no se manifiesta una clara relación con ello.

Eso fue en el 87 [...]. Sí, de inicio hubo algún cambio, pero yo creo que probablemente con el tema de los artesanos; que haya habido un *boom* de que los empezaron a vincular, o que el trabajo empezara a estar más relacionado con la zona, muy probablemente; pero algo así, muy marcado, que todos sepamos que hubo un cambio, la verdad, no. Como zona arqueológica, pues obviamente ya permitió que hubiera más investigación, que hubiera más presupuesto para la zona, para el cuidado; que aún, al día de hoy, yo creo que no es el suficiente. Como tema de zona y como tema de cuidado del patrimonio creo que no. Lo que sí, es que ha generado también que ellos [UNESCO] sean un vigilante de protección para la zona arqueológica. (Empleada del gobierno municipal, 34 años, San Martín de las Pirámides)

Así mismo, aunque son conscientes de que antes había en mayor cantidad turismo nacional y sólo algunos “gringos”, y que hoy hay turistas de todo el mundo, no ven una relación directa con el nombramiento de patrimonio mundial.

De tal suerte que, desde la década de 1990, el equinoccio de primavera cobra mayor relevancia como momento significativo en la memoria de los residentes que la del propio nombramiento como patrimonio de la humanidad. Lo anterior se debe a los efectos directos en la actividad turística, pues mientras a inicios de esa década la zona arqueológica recibía en esa misma fecha un promedio de 500 visitantes (Morales, 2019), en 1996 recibió más de un millón (Enciso y Garduño, 1996). Este efecto, que probablemente tuvo relación con el reconocimiento de la UNESCO, se explica por la atención que brindaron en ese entonces los medios de





comunicación a dicha visita ritual, popularizándola y contribuyendo a su masificación (Morales, 2019).

Otro momento que marca un cambio en la forma de ver y de involucrarse con la actividad turística es la incorporación de San Martín y de San Juan al Programa de Pueblos Mágicos en 2015. Este hecho es un intento poco exitoso de las administraciones locales de extender la actividad turística más allá de la zona arqueológica.

Cuando a San Martín se le nombra pueblo mágico, pues, también empieza a [...] como que te sacude [...] mientras hay gente [...] porque hay de todo. Hay gente negativa que dice “¿Por qué mágico? ¿De dónde mágico?” Otros sí nos la creemos y empezamos a hacer lo que nos corresponde a nosotros. La magia la hace el lugar y la hacen las personas, pero creo más que son las personas que el lugar; depende de cómo seas tratado. (Empresario, 44 años, San Martín de las Pirámides)

Es de mencionar que en las calles principales y plazas de ambos municipios puede observarse la inversión en remodelación de fachadas e infraestructura vial y peatonal (notas de campo). Sin embargo, salvo la inversión en imagen urbana y promoción turística, el tema no tiene mayor relevancia para los residentes, pues consideran que no ha habido un efecto positivo real en cuanto a aumentar la actividad turística en dichos espacios. Puede decirse que la evaluación que los residentes hacen de este programa tiene un saldo negativo, pues ha despertado más conflictos, sobre todo entre los municipios, que beneficios.

En síntesis, los cambios percibidos en la actividad turística son relevantes para los residentes en cuanto que tienen impacto en su calidad de vida; por un lado, los beneficios y, por el otro, las afectaciones que, aunque son de carácter material, dejan una huella afectiva en sus



biografías, lo cual permite que cobren protagonismo en la narración de sus experiencias. Por otro lado, se observa la mención de actores externos con relación a los cuales los pobladores tienen poco margen de influencia, sobre todo en términos políticos.

#### *5.4 Los aspectos económicos y sociopolíticos*

La búsqueda de beneficios económicos en la actividad turística ha generado en la región luchas y conflictos por ocupar posiciones más favorables. Por ejemplo, el empadronamiento de vendedores y el otorgamiento de credenciales se hizo para regular el comercio a partir de un acuerdo con las autoridades de la zona arqueológica en 1995 (Delgado, 2010); varios de ellos han fallecido y el derecho se ha heredado. Pero un vendedor no sólo lleva su producción artesanal; exhibe y vende también las de sus familiares, incluso mercancía china (notas de campo). Sólo quien cuenta con credencial puede vender dentro de la zona arqueológica, so pena de ser desalojado por el personal de vigilancia. Dentro de la zona arqueológica, al menos 488 artesanos tienen permiso de vender de manera ambulante; sin embargo, los pobladores han presionado al director para que otorgue más permisos, pues hay acusaciones de que (a pesar de que ya están prohibidos) se dan con sobornos, incluso a personas que no son artesanos.

Por otro lado, los habitantes de estos municipios sostienen que los tour-operadores llegan con los turistas, los dejan dentro de la zona arqueológica un par de horas y los devuelven a Ciudad de México. En algunos casos los llevan a comer a uno de los restaurantes más grandes del municipio de San Juan Teotihuacán y les advierten que no se acerquen a los comerciantes locales por el riesgo de ser asaltados. O bien un guía los acompaña, asegurándose de que no les



cobren demasiado. Los comerciantes, por su parte, se quejan de que los guías regatean para cuidarles el dinero a los turistas.

No, lo que pasa es que es por comisión. Eso lo saben. Es lo de siempre [...]. Todo, desde las agencias de allá, ya vienen pagadas por las tiendas. De que ganan un porcentaje porque lleguen y consuman en las tiendas de las pirámides, y pasen y los metan a las casas de artesanías y las tiendas. (Artesano, 35 años, San Juan Teotihuacán)

Ahora tienen más restricciones. Te digo, vienen con agencias turísticas que los traen en cierto horario y los llevan a comprar exclusivamente a las tiendas grandes. Las tiendas grandes son un problema, porque acaparan todo, la mitad de todo. ¡Son 4 000 millones de habitantes [o sea, turistas] los que vienen por año y aquí! De esos cuatro mil no llegan ni cinco. (Artesano, 27 años, San Martín de Las Pirámides)

Las observaciones de campo permitieron corroborar, en efecto, que las tiendas, talleres o bazares de artesanías existentes en las cabeceras municipales reciben escasas visitas de turistas y, cuando las tienen, en su mayoría son visitantes de municipios vecinos o de la región centro del país.

Son los artesanos, en particular, uno de los grupos más involucrados en la actividad turística. Son quienes mantienen las principales demandas y quejas tanto del personal del INAH en la zona arqueológica como de las autoridades municipales:

Le solicitamos al presidente que hiciera una portada, como la que está aquí en esta avenida, hasta allá “Bienvenidos a San Martín”, [...] en donde invitáramos al turismo, a la gente que nos visitara y el INAH se opuso. El presidente me dijo: “Sigue tú este oficio,



solicítalo y verás”. Y sí fuimos con el director y le preguntamos: “Oiga, señor, está el municipio en acuerdo con la comunidad, que somos nosotros de la población, vamos a construir una [...]. “No, no, no, señores, ¿tienen ustedes ya los permisos [...], tienen ustedes esto [...]?” Y pues no. (Líder de artesanos, 61 años, San Martín de las Pirámides)

Desafortunadamente, llega el INAH, hace el rescate arqueológico y lo tapa. O sea, San Martín de las Pirámides tiene una gran riqueza, pero la mayoría de esa riqueza está bajo la tierra; o sea, no tenemos, digamos, atractivos que yo pueda decir [...] “Visiten esta pirámide porque está muy bonita y es un rescate arqueológico”. Todos los rescates arqueológicos el INAH los vuelve a tapar. (Gestor cultural, 56 años, San Martín de las Pirámides).

Entre otras inconformidades, los informantes artesanos comentaron también que es más fácil obtener un permiso para vender *micheladas* (cervezas preparadas) en el circuito que rodea la zona arqueológica, que instalar puestos de artesanías. No faltó quien expresara que “es una vergüenza que los turistas vengan a emborracharse”. También señalaron que cuando intentan vender artesanías fuera de la zona, son pocos los turistas que compran porque no salen de ahí y si salen, ya van con prejuicios por los comentarios negativos de los tour-operadores, otro grupo del cual tienen recelo. Así mismo, enuncian que los turistas extranjeros permanecen poco tiempo, pues les han hablado de problemas de inseguridad; sin embargo, sostienen que ellos mismos cuidan de los turistas, ya que si hubiera un asalto en el lugar, representaría una muy mala propaganda y una disminución en el flujo de éstos.

En relación con la venta dentro de la zona arqueológica, algunos artesanos comentan que no les es posible ingresar, pues la Dirección ya no otorga permisos. Dicen algunos que por esas



credenciales se les cobra entre dos mil y tres mil pesos por cada una. Por esta razón, las credenciales se revenden a precios muy altos.

Ellos tienen su, pues, le dicen su famoso gafete, pues su credencial, se puede decir, para entrar a vender al turismo [...]. Pues esa credencial es, en primera, ya no la venden porque como todo se satura, se satura el mercado [...]. Yo he sabido que no. Muchos dicen que [en] 50 000 hasta 100 000 [pesos] te venden su, su credencial, para que puedas tú entrar a vender. (Artesana, 55 años, San Juan Teotihuacan)

De este modo, los que tienen dicha credencial, sostienen, son afortunados y quienes no la tienen, se limitan a proveer a los locales comerciales que se encuentran en las cinco puertas de acceso; ahí, afirman, casi siempre dejan sus mercancías a crédito y se las pagan a un precio muy inferior. Sobre esta dinámica abundaron las expresiones como la siguiente:

Mucha gente tiene la idea que la gente local siempre es beneficiada, lo cual no es cierto, porque nosotros [...], haga de cuenta, este producto yo se los vendo a ellos en 10 [pesos], y ellos en la cooperativa los venden en 20 [pesos]; y si me lo compra un intermediario, como son los vendedores ambulantes en la zona arqueológica, ese producto ellos lo pueden vender hasta en mil [pesos] porque no hay una regulación. (Artesana, 37 años, San Juan Teotihuacán)

Así, se dice, otros artesanos prefieren salir a otros destinos turísticos a vender su producción, pese a que, aunque no tienen acceso a la zona arqueológica, ahora tengan permitido instalarse los fines de semana en el jardín municipal de San Juan Teotihuacán.



En este punto interviene también el hecho de que haya dos grupos de artesanos pues, según las observaciones y los testimonios recabados, entre ellos hay competencia, envidias y rencillas. Por ejemplo, los dos grupos se acusan mutuamente de *robarse* los diseños, por lo que han acudido ante la autoridad para que les ayude a patentar o a solicitar una denominación de origen, pues además les preocupa la competencia con los productos chinos ya presentes.

Dos líderes pasados, que duraron toda la vida, trabajaron regular, a lo mejor más bien que regular, y entonces, ya por su edad dejaron la agrupación. Entonces vino otra persona del Distrito Federal y nos dio un trato muy malo. En aquel tiempo, nos quitaron la credencial, pues hacía barbaries [...]. Entonces, nosotros, viendo esa situación, nos reagrupamos y volvimos a hacer una asociación. (Líder de artesanos, 61 años, San Martín de las Pirámides)

Como se observa, los relatos de los artesanos se hallan en general colmados de experiencias negativas y reclamos, lo cual, sin entrar en materia de cuestionar o asumir dichas afirmaciones, nos habla de vivencias conflictivas importantes, significativas, y que no han dejado de serlo en la actualidad.

Lo que se puede constatar es que la incorporación al Programa de Pueblos Mágicos, más que atraer el turismo hacia las localidades, sigue agravando los conflictos existentes entre ambos municipios. En el mismo nombramiento se incluyeron ambas poblaciones, por lo cual tanto los recursos asignados y su administración son compartidos. Los habitantes de San Martín señalan, por ejemplo, que los recursos asignados por el Programa se quedan en San Juan o que los autobuses de transporte público llegan sólo a ese lugar y no a San Martín, a pesar de que ahí ha habido más emprendimientos turísticos que en otro lado, pues en este municipio es donde se



ubicar los cinco globopuertos (sólo uno es de un habitante local), los servicios de tour en bicicleta, los negocios de agroindustrias de tuna, nopal y xoconostle y una mayor cantidad de artesanos.

Pero, en general, la operación de las reglas del Programa Pueblos Mágicos ha resultado conflictiva. Un punto es el hecho de que ello exige un reordenamiento del comercio ambulante y del transporte público. En San Juan Teotihuacán, los comerciantes afirman que los policías de tránsito aprovechan la reglamentación que prohíbe estacionarse en torno al jardín municipal para extorsionar a los turistas:

Como pueblo mágico [...]. Nada más imagínese: viene gente de otros estados o internacionales y ¿qué es lo que ven? Todo seco, perros por allá y por acá, los policías corruptos [...]. Apenas se estacionaba una persona por ahí, y ya están como perros sobre ella. Entonces, eso estaba mal. Lejos de ayudar, los perjudicaban. Por eso es que nosotros le decimos a los directores de seguridad que están equivocados. (Artesano, 56 años, San Juan Teotihuacán)

También señalaron que cuando se prohibió la entrada del transporte público al centro hubo una sensible disminución de los, de por sí, pocos turistas que salían de la zona arqueológica para acudir al mercado. Ante el reclamo de artesanos y comerciantes, señalan los informantes, se permitió de nuevo que el transporte público hiciera parada en el jardín municipal. Lo anterior muestra cómo los artesanos excluidos de la zona arqueológica mantienen también una postura crítica sobre la implementación del Programa de Pueblo Mágico, pues no han encontrado en ello una condición que compense su desventaja frente a los *privilegiados* que sí tienen acceso.



Por otro lado, se celebró hace poco una reunión entre los artesanos de la región con la Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados del Estado de México<sup>7</sup> en la que los investigadores presenciaron una serie de planteamientos que dejan ver hábitos de clientelismo político. Los asistentes demandaron, entre otras cosas, apoyos para agrandar o adecuar sus talleres artesanales, para comprar materia prima, para la construcción de un mercado de artesanías y para la ampliación de la lista de aquello que se considera artesanía y recibe apoyo. Pidieron también talleres para formar a otros artesanos y hasta cursos de inglés y náhuatl, lo cual permite vislumbrar por dónde se enfocarían algunos de los posibles apoyos futuros que no necesariamente garantizarían un mejoramiento de la situación.

En síntesis, los aspectos derivados de lo económico en relación con el turismo tienen una cara positiva y una negativa. La positiva es el beneficio directo e individual, y la negativa son los problemas que generan las formas de administrar el acceso a esos beneficios, lo cual deriva en conflictos sociopolíticos. En este aspecto, se ha observado que son los artesanos sin acceso a la zona arqueológica quienes expresan mayores inconformidades.

### *5.5 Las experiencias significativas con el turismo*

Para los habitantes de Teotihuacán, las experiencias del turismo están constituidas por un conjunto de vivencias como las ya detalladas, además de muchas otras que escapan a esta exploración empírica. Sin embargo, es posible identificar, a partir de lo reiterativo y lo emotivo

---

<sup>7</sup> El Foro para la Creación de Ley de Fomento al Turismo Sustentable y Desarrollo Artesanal del Estado de México, que en la región de Teotihuacán se llevó a cabo el 12 de abril de 2019 en la Casa de Cultura de San Martín de las Pirámides, convocó a autoridades, artesanos y ciudadanos interesados.





de las narraciones, aquellas vivencias que constituyen lo más significativo en la experiencia global.

A nivel personal, las experiencias significativas son situaciones en las que la propia biografía se ve entrelazada con eventos colectivos importantes, en diferentes dimensiones, desde lo local hasta lo nacional e incluso lo internacional. Por ejemplo, cuando un mesero rememora haber tenido la dicha de atender a estrellas de cine internacionales o cuando una mujer describe con emoción cómo sus padres llegaron a establecer compadrazgos con extranjeros que con frecuencia visitaban Teotihuacán. Además de ser los protagonistas de dichas situaciones de manera individual, lo cual implica una experiencia muy emotiva, ese tipo de recuerdos pone de relieve de manera implícita que eso ocurre ahí, precisamente en el lugar que posee una importancia mundial y del que son parte.

Es importante considerar que la experiencia personal posee una intrínseca relación con la experiencia colectiva. Tal como sostiene Ricœur (1999), la rememoración reclama siempre una vía narrativa, y ello sólo se realiza mediante una lengua común y a través de una estructura lingüística específica que pertenece a una colectividad. En este sentido, el significado de las experiencias siempre tiene un sentido colectivo.

Las narraciones, además de ser secuenciales, requieren escenarios, personajes, acciones, problemas, metas e instrumentos (Bruner, 1990). Los extractos narrativos revisados incluyen dichos elementos, partiendo de considerar que la zona arqueológica y las poblaciones que la circundan son los escenarios. Los personajes son los actores locales: artesanos, pequeños empresarios, autoridades, ciudadanos interesados en el desarrollo turístico y actores externos, como el gobierno federal, los directivos de la zona arqueológica, los representantes del INAH y



los intermediarios de la industria turística. El problema: la administración de un recurso turístico, la zona arqueológica, y los conflictos derivados de ello entre los diferentes actores. La meta son los esfuerzos emprendidos por unos y otros, guiados por el interés común de lograr un mejor aprovechamiento de la atracción turística existente; dicho interés nace de la idea general sobre el turismo como una actividad económica. Las acciones son de diversa índole, en las que se incluyen aquellas que se asumen como comprometidas con la meta (las del presidente Díaz, de Gamio y de los propios artesanos) y aquellas que van en contra de ésta (las del INAH, los tour-operadores y algunos actores políticos).

En este punto es importante considerar que las funciones de narrar una historia implican tanto la búsqueda del sentido perdido frente a la ruptura de lo esperable, como la asunción de una postura moral, sea para sostener valores o para cuestionarlos (Bruner, 1990). Ello implica también su función retórica (Potter, 1996). Los diversos relatos integran una trama en la cual se asumen posturas e intenciones. Así, los narradores elaboran una versión verosímil del mundo y favorable para ellos. En la memoria colectiva de los habitantes de Teotihuacán permanecen registrados hechos diversos. Dichos registros, sin embargo, no constituyen reflejos fieles y objetivos de los sucesos, sino que son construcciones a partir de relatos las cuales adoptan la forma de hechos negativos, positivos, relevantes, irrelevantes, centrales o periféricos. Pero, más que otorgar veracidad a las narraciones, se debe dar importancia a su verosimilitud, lo cual, en la medida en que son convincentes para los demás y para uno mismo, tienen implicaciones importantes sobre la conformación de las actitudes y las acciones a emprender. Esto es crucial para una mejor comprensión de la realidad y para el diseño de políticas que den solución a las problemáticas.



Partiendo de lo anterior, debe considerarse que el turismo es una actividad económica, pero que por la misma razón define relaciones sociales y de poder, intercambios culturales, representaciones e identidades sociales, intereses políticos y económicos, entre otras cosas, y que todos estos fenómenos socioculturales entramados de forma compleja definen las acciones y las interacciones sociales.

## **6. Reflexiones finales**

La experiencia turística ha sido estudiada desde diversas perspectivas particulares. La mayoría de las investigaciones se han concentrado en el estudio del rol social que desempeñan los turistas en las comunidades residentes. El estudio de la experiencia turística desde el punto de vista de las comunidades residentes puede traer como resultado la comprensión de la realidad co-producida en un entorno determinado, de tal manera que se puedan establecer líneas de acción que mitiguen, cambien o mejoren dicha experiencia, y un contexto más favorable de las diversas dimensiones que ésta aborda.

El presente trabajo busca alentar nuevas investigaciones que pretendan entender la importancia de tomar en cuenta la experiencia del turismo para todos los actores involucrados, de una manera holística, para considerar líneas de acción que impacten de manera positiva no sólo en los lugares consolidados como destinos turísticos, sino también en aquellos lugares que se encuentran en el proceso de ser considerados destinos turísticos. Por lo anterior, resulta imperativo conocer los diversos puntos de vista de los actores sociales involucrados e incorporarlos en proyectos turísticos que pretendan crear una realidad turística favorable.



Las comunidades de San Martín de las Pirámides y de San Juan Teotihuacán, como la mayoría de los municipios que forman parte del valle de Teotihuacán, han vivido rezago social y económico a pesar de estar ubicadas en un área cercana a la zona arqueológica que recibe millones de visitantes cada año. Los informantes refieren algunos cambios surgidos en los últimos años para mitigar el rezago social y económico mediante la apuesta por la diversificación de productos y servicios en torno al turismo. Sin embargo, consideran que el turismo que se practica fuera de la zona arqueológica es casi nulo, con todo y el nombramiento de pueblo mágico. Pero la historia de estas poblaciones que están cerca de la zona arqueológica motiva aún a los habitantes, sobre todo a los de San Marín de las Pirámides, a desear y esperar nuevas propuestas socio-comerciales relacionadas con el turismo para mejorar sus ingresos económicos, a pesar de la poca afluencia turística y los problemas que existen en ese municipio.

A partir de los testimonios recopilados y de las prácticas observadas en las dos poblaciones estudiadas, se percibe cierta frustración debido a que no todos se benefician en términos económicos del turismo que visita la zona arqueológica de Teotihuacán y a las situaciones conflictivas que surgen por querer ganarse la oportunidad de tener contacto con el turista.

En síntesis, puede afirmarse que: 1) la experiencia del turismo para los residentes de Teotihuacán es construida en colectivo, a partir de relatos que incluyen interpretaciones favorables del mismo en términos económicos, pero también ambivalentes en aspectos sociales y de manera desfavorable en cuestiones políticas. 2) Cada una de las experiencias narradas muestra la concepción de mundos posibles en los cuales los eventos particulares referidos adquieren relevancia, según lo dramático e inédito, en relación con la identidad individual y colectiva. 3) Mediante la narración de sus experiencias con la dinámica económica, con los conflictos



políticos, con los cambios en el paisaje y el territorio, y con la otredad, los residentes interpelan, y a la vez reproducen, la realidad social, turística, en la que se encuentran inmersos.

## Agradecimientos

Se agradecen las valiosas observaciones de los dictaminadores anónimos.

## Referencias

- Almirón, A., Bertonecello, R., y Troncoso, C. A. (2006). Turismo, patrimonio y territorio: una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15(2), 101-124. Recuperado de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V15/v15n2a01.pdf>
- Alonso Benito, L. E. (2004). Las políticas del consumo: transformaciones en el proceso de trabajo y fragmentación de los estilos de vida. *Revista Española de Sociología*, 4(1), 7-50. Recuperado de <https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/64939/39351>
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., y Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076. doi: 10.1016/j.annals.2005.03.001
- Ankor, J. (2012). The complexities of experience: a critical tourism response. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 19(1), 19-25. doi:10.1017/jht.2012.5
- Ap, J. (1990). Residents' perceptions research on the social impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 610-616. doi: 10.1016/0160-7383(90)90032-M
- Boorstin, D. J. (1964). *The image: a guide to pseudo-events in America*. Nueva York: Harper & Row.
- Brougham, J. E., y Butler, R. W. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. *Annals of Tourism Research*, 8(4), 569-590. doi: 10.1016/0160-7383(81)90042-6



- Bruner, J. (1990). *Actos de significado. Más allá de la revolución cognitiva*. Madrid: Alianza Editorial.
- Brunt, P., y Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493-515. doi: 10.1016/S0160-7383(99)00003-1
- Calleja Sordo, C., y González Damián, A. (2018). Estudio de la construcción social de las experiencias turísticas de interés y de ruptura desde la metáfora dramaturgica de Erving Goffman. *Rotur. Revista de Ocio y Turismo*, 12(1), 29-47. doi: 10.17979/rotur.2018.12.1.3424
- Castaño, J. M. (2005). *Psicología social de los viajes y del turismo*. Madrid: Paraninfo.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), 179-201. doi: 10.1177/003803857901300203
- Datatur. (2019). *Sistema nacional de información estadística y geográfica de turismo*. Recuperado de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadesCulturales.aspx>
- Delgado, R. (2010). Institución y sociedad: el caso de Teotihuacán. *Cultura y Representaciones Sociales*, 5(9), 198-221. Recuperado de <http://www.culturayrs.unam.mx/index.php/CRS/article/view/461/461>
- Denzin, N. K. (1970). *Sociological Methods: A Source Book*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- Díaz Cruz, R. (1997). La vivencia en circulación. Una introducción a la antropología de la experiencia. *Alteridades* (13), 5-15. Recuperado de <https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/view/522/520>
- Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor-residents irritants: methodology and research inferences. *The Travel Research Association Conference*, 6, 195-198.
- El Bable. (18 de septiembre de 2012). *La propaganda turística en México durante la primera mitad del siglo XX* (mensaje en un blog). Recuperado de <http://vamonosalbable.blogspot.com/2012/09/un-vistazo-al-turismo-interno-en-mexico.html>
- Enciso, A., y Garduño, A. (22 de marzo de 1996). Casi un millón en la Pirámide del Sol. *La Jornada*. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/1996/03/22/SOL00-PG.html>



- Gamma, G., y Favila, H. (2018). Una aproximación a la experiencia turística desde la antropología del turismo: una mirada mutua al encuentro entre turistas y locales. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), 197-211. Recuperado de [http://www.pasosonline.org/Publicados/16118/PS118\\_13.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/16118/PS118_13.pdf)
- González-Damián, A. (2004). El anfitrión como actor social en el turismo. Reflexiones desde el caso de Ixtapan de la Sal, México. *Revista de Ciencias Sociales* (105), 155-168. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/153/15310511.pdf>
- González-Damián, A., y Macías-Ramírez, A. (2017). Modelo conceptual de los marcos primarios de la experiencia turística mediada por tecnología. Ilustración a partir de recorridos subacuáticos en Cozumel, México. *Rosa dos Ventos*, 9(2), 159-178. doi: 10.18226/21789061.v9i2p159
- Haralambopoulos, N., y Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: the case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526. doi: 10.1016/0160-7383(95)00075-5
- Hernández, R. Mendoza, M., y Rioja, L. (2018). Turismo y cambio sociocultural en la comunidad local: una aproximación etnográfica en la Riviera Nayarit, México. *Gestión Turística* (29), 7-31. doi: 10.4206/gest.tur.2018.n29-02
- Hernández, R., y Vite, I. (2020). Significaciones del turismo desde la perspectiva de la comunidad local: el caso del CIP Nayarit, México. En N. Bringas et al. (coords.). *Casos de planeación y gestión turística. Comportamientos, problemas y avances* (pp. 179-200). La Laguna (Tenerife): Pasos, RTPC, Colección Pasos Edita, Núm. 27. Recuperado de <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita27.pdf>
- Horn, C., y Simmons, D. (2002). Community adaptation to tourism: comparisons between Rotorua and Kaikoura, New Zealand. *Tourism Management*, 23(2), 133-143. doi: 10.1016/S0261-5177(01)00049-8
- Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). (2018). *Zona arqueológica de teotihuacán*. Recuperado de <http://inah.gob.mx/zonas/23-zona-arqueologica-de-teotihuacan>
- Kadt, E. De. (1979). *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo?* Madrid: Edymion.



- King, B., Pizam, A., y Milman, A. (1993). Social impacts of tourism: host perceptions. *Annals of Tourism Research*, 20(4), 650-665. doi: 10.1016/0160-7383(93)90089-L
- León-Portilla, M. (1986). Grandes maestros. Manuel Gamio. *Revista de la Universidad de México*, 429, 22-26. Recuperado de <https://www.revistadelauniversidad.mx/articulos/a1aef062-1f20-4cd9-8b80-ae28e8ce4481/grandes-maestros-manuel-gamio>
- Lomnitz, C. (8 de octubre de 2014). Reflexiones sobre la antropología en los 50 años del Museo Nacional. *La Jornada*. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/2014/10/08/opinion/025a1pol>
- MacCannell, D. (1991). *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Madrid: Melusina.
- Mantecón Terán, A. (2005). La construcción social de la experiencia turística: el caso de los anfitriones. En T. Mazón y A. Aledo (eds.), *Turismo residencial y cambio social: nuevas perspectivas teóricas y empíricas* (pp. 391-410). Alicante: Universitat d'Alacant.
- Mathieson, A., y Wall, G. (1982). *Tourism, Economic, Physical and Social Impacts*. Londres: Longman.
- Mendoza, M., y González, J. (2014). Impactos socioculturales del turismo en el centro integralmente planeado Loreto, Baja California Sur, México. Percepción de los residentes locales. *Teoría y Praxis* (16), 117-146. Recuperado de <http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/numero16/Mendoza-Gonzalez.pdf>
- Mendoza, M., Hernández, R., y Osorio, M. (2018). El centro integralmente planeado (CIP) Litibú (Nayarit) y sus efectos en la comunidad de Higuera Blanca: paradojas, reacciones y negociaciones. *Turismo y Sociedad*, 22, 65-84. doi: 10.18601/01207555.n22.04.
- Mendoza, M., Monterrubio, J., y Fernández, J. (2011). Impactos sociales del turismo en el centro integralmente planeado (CIP) Bahías de Huatulco, México. *Gestión Turística* (15), 47-73. Recuperado de [www.redalyc.org/pdf/2233/223318904003.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/2233/223318904003.pdf)
- Mercado-López, E. (2016). Patrimonio cultural y turismo en el México posrevolucionario. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(4), 1027-1040. doi: 10.25145/j.pasos.2016.14.066





- Mercado-López, E. (2018). El turismo y su impacto en las políticas económicas, culturales y turísticas de México en las primeras del siglo XX: la perspectiva de la prensa de la época. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(3), 671-683. doi: 10.25145/j.pasos.2018.16.048
- Monterrubio, J. C., Mendoza, M., Fernández, M., y Gulleto, G. (2011). Turismo y cambios sociales. Estudio cualitativo sobre percepciones comunitarias en Bahías de Huatulco, México. *Cuadernos de Turismo*, (28), 171-189. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/147291>
- Morales, P. (21 de marzo de 2019). El mito detrás del equinoccio en las pirámides mexicanas de Teotihuacán. *RT en Español*. Recuperado de <https://actualidad.rt.com/actualidad/309351-mito-detras-equinoccio-piramides-mexicanas>
- Nalda, E. (2005). La arqueología mexicana y su inserción en el debate sobre diversidad e identidad. *Museum Internacional*, 3 (227), 29-38. Recuperado de <https://issuu.com/joseluismariscalorozco/docs/rmi227>
- Pérez, T. (18 de noviembre de 2016). Van por calendario único de actividades en Teotihuacán-San Martín, *Agencia Quadratín*. Recuperado de <https://edomex.quadratin.com.mx/van-calendario-unico-actividades-teotihuacan-san-martin/>
- Pernecky, T. (2012). Constructionism Critical Pointers for Tourism Studies. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1116-1137. doi: 10.1016/j.annals.2011.12.010
- Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: the social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12. doi: 10.1177/004728757801600402
- Potter, J. (1996). *La representación de la realidad. Discurso, retórica y construcción social*. Barcelona: Paidós.
- Ricœur. P. (1999). *La lectura del tiempo pasado: memoria y olvido*. Madrid: Arrecife Producciones.
- Rivera Mateos, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. En L. Rodríguez García y A. R. Roldán Tapia (coords.) *Relaciones*



- interculturales en la diversidad* (pp. 199-217). Córdoba, España: Universidad de Córdoba.
- Schávelzon, D. (2008). Rafael Yela Gunther y Manuel Gamio en Teotihuacán: una historia desconocida para el arte y la arqueología mexicanos, *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*, 30(92), 229-236. doi: 10.22201/iiie.18703062e.2008.92.2257
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: a review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49. doi: 10.1016/j.tourman.2013.10.007
- Smith, V. (1989). *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Tinoco, O. (2003). Los impactos del turismo en el Perú. *Industrial Data*, 6(1), 47-60. Recuperado de [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/indata/Vol6\\_n1/pdf/impactos.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/indata/Vol6_n1/pdf/impactos.pdf)
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: a comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-253. doi: 10.1016/S0160-7383(01)00039-1
- Turner, L., y Ash, J. (1991). *La horda dorada*. Madrid: Endymion.
- Turner, V. W. (1985). *On the Edge of the Bush: Anthropology as Experience*. Tucson: University of Arizona Press.
- Tussyadiah, I. P. (2014). Toward a theoretical foundation for experience design in tourism. *Journal of Travel Research*, 53(5), 543–564. doi: 10.1177/0047287513513172
- Uriely, N. (2005). The tourist experience. Conceptual developments. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 199-216. doi: 10.1016/j.annals.2004.07.008
- Valle, A. (1 de junio de 2017). ¿Récord para el turismo? No en zonas arqueológicas. *Expansión* en alianza con CNN. Recuperado de <https://expansion.mx/empresas/2017/06/01/record-para-el-turismo-no-en-zonas-arqueologicas>
- Varela, S., Thompson, E., y Rosch, E. (2005). *De cuerpo presente: las ciencias cognitivas y la experiencia humana*. Barcelona: Gedisa.
- Vargas Melgarejo, L. M. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, (8), 47-53.



- Villalobos Acosta, C. (2014). Arqueología mexicana en guías de turistas: educación y pasatiempo. *Anales de Antropología*, 48(2), 41-74. doi: /10.1016/S0185-1225(14)70243-7
- Vit, I., y Miró, J. (2009). Hacia un plan integral de protección y desarrollo para el valle de Teotihuacán. *Bitácora Arquitectura*, (14), 32-39. doi: 10.22201/fa.14058901p.2005.14.26262
- Wright, G. H. von. (1979). *Explicación y comprensión*. Madrid: Alianza.
- Xue, L., Kerstetter, D., y Buzinde, C. N. (2015). Residents' experiences with tourism development and resettlement in Luoyang, China. *Tourism Management*, 46, 444-453. doi: 10.1016/j.tourman.2014.08.005
- Ziakas, V. (2013). Extracting meanings of event tourist experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2, 94-107. doi: 10.1016/j.jdmm.2013.02.002

