



Vol 7, Nº 17 (diciembre/desezembro 2014)

**LOS ANTAGONISMOS DE UN BINOMIO EN CONSTRUCCIÓN: EL CASO DE  
LA SUSTENTABILIDAD CULTURAL Y EL TURISMO RELIGIOSO EN EL  
PITILLAL, JALISCO.**

**Rodrigo Espinoza Sánchez**

e- mail: [rodrigoe@cuc.udg.mx](mailto:rodrigoe@cuc.udg.mx)

<sup>1</sup>Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, UDG-CA-443

**Andrea Chávez Guerrero**

e-mail: [andreachavez\\_67@hotmail.com](mailto:andreachavez_67@hotmail.com)

<sup>2</sup>Universidad Autónoma del Estado de México, Campus Toluca.

**Edmundo Andrade Romo**

mail: [edmundoa@cuc.udg.mx](mailto:edmundoa@cuc.udg.mx)

Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, UDG-CA-443.

**Yesica Sánchez González**

e-mail: [schz\\_yesica@hotmail.com](mailto:schz_yesica@hotmail.com)

Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa

## **Resumen**

El concepto de sustentabilidad ha sido ya muy discutido, sin embargo, este término sigue proporcionando elementos importantes que deben considerarse al momento de planear y ejecutar acciones que *a posteriori* pueden traer como consecuencia impactos no benéficos para una comunidad en específico. La cultura como eje identitario de la población local debe ser elemento trascendental,

por tanto, ésta debe de jugar un papel preponderante en la integración y puesta en marcha de los planes y programas para el desarrollo endógeno de las comunidades locales. Las comunidades periféricas de los destinos turísticos internacionales se ven influenciadas por el desarrollo turístico, y esperan encontrar en él, una vía para su propio desarrollo sin importar si la cultura local debe preservarse y, una vez más aparece el valor económico condicionando lo auténtico como es la cultura. El presente estudio presenta resultados de investigación cualitativa relacionados a la sustentabilidad cultural y el turismo religioso de una delegación próxima al destino turístico de Puerto Vallarta, a través de entrevistas aplicadas a actores clave, así como información generada *in situ*, uno de los resultados más interesantes de la investigación es la relación existente entre sector gobierno y sector religioso.

*Palabras clave:* sustentabilidad cultural, turismo religioso, desarrollo local endógeno.

## **Abstract**

The sustainability concept has already been so discussed; however this term has still important elements which must be considered in the moment of planning or executing actions that *a posteriori* could bring as consequence non beneficial impacts for a specific community. The culture as identity axis of the local population must be a transcendental element. Therefore, it has to play a preponderant role in the integration and execution of the plans and programs for the endogenous development of the local communities. The peripheral communities in the international tourism destinations get influence for the tourism development, and they are expecting to meet in the tourism a mean for their own development no matter if the local culture must be preserved and, one more time appears the economic value submitting the authentically as it is the culture. The present study shows some qualitative research results related to the cultural sustainability and the religious tourism in a delegation close to the tourism

destination of Puerto Vallarta, through interviews applied to main actors, and some information generated *in situ*, one of the most interesting result it is the be presented relationship between the government sector and the religious one.

*Key words:* cultural sustainability-religious tourism-local endogenous development.

## **1. Introducción**

El concepto de sustentabilidad se ha propagado de una forma desorbitada, aspecto este que ha llevado a la reflexión y acción del mundo académico, con el firme propósito de analizar de manera profunda sus implicaciones, contradicciones, antagonismos y, a veces sus paralelismos y, en ocasiones las paradojas que ocasiona su aplicación.

La cultura como recurso turístico es y ha sido su inmersión un aspecto muy discutido, sin embargo en un mundo globalizado no existen las partes si no el todo y la nada, por tanto el presente trabajo surge a partir del interés por analizar las acciones políticas y religiosas que se están llevando a cabo en la Delegación el Pitillal con la finalidad de dirigir e incentivar el crecimiento acelerado de la población por medio de la actividad turística, específicamente del turismo religioso, afirmando que la sustentabilidad cultural es tan necesaria e importante para la humanidad como la biodiversidad para la naturaleza y considerando como fortaleza el patrimonio cultural con el que cuenta la localidad y la cercanía existente con el destino turístico de Puerto Vallarta.

Resulta relevante conocer los cambios que se están generando a nivel sociocultural como resultado del proceso de transculturalización que está ocurriendo en la Delegación, donde los impactos del fenómeno globalizador turístico ponen en riesgo el patrimonio cultural, que representa el testimonio de la existencia humana y parte esencial de la identidad de los pueblos, determinando que la comunidad es quien debe de obtener el principal beneficio del aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos.

En este mismo sentido, en los últimos años, el término sustentabilidad no sólo ha cobrado gran importancia y preocupación por la conservación del patrimonio natural sino que ha dejado atrás el impacto sociocultural que el desarrollo turístico ocasiona, y en este escenario, el Pitillal, ha presentado un gran crecimiento y desarrollo debido a la cercanía con el destino turístico de Puerto Vallarta, cabecera municipal, en donde la actividad turística ha generado una influencia muy fuerte en las políticas públicas y religiosas del Pitillal, que buscan dar impulso al crecimiento económico de la Delegación a través del aprovechamiento de los recursos turísticos que posee, sin tomar en cuenta la consideración de que el aspecto económico no es independiente al sociocultural y que se debe cuestionar si el turismo representa realmente una estrategia de desarrollo regional para el Pitillal; al no llevar a cabo un previo análisis sobre el impacto del fenómeno globalizador turístico se pone en riesgo al patrimonio y la conservación de la identidad cultural del Pitillal desde la óptica de la sustentabilidad.

Por lo tanto, es en este sentido como se establece el objetivo general de la presente investigación consistente en analizar si el impulso al turismo religioso y cultural en el Pitillal representa una estrategia de desarrollo para la población local considerando como elemento importante la conservación de la identidad y el patrimonio cultural de los pitillalenses.

## **2. Desarrollo de la investigación**

### **2.1. Área de estudio**

La presente investigación se desarrolla en el marco de la República Mexicana, específicamente en la Delegación Pitillal Centro perteneciente al Municipio de Puerto Vallarta, uno de los 124 municipios que conforman el Estado de Jalisco. (Figura 1 y 2).

Se delimitó el área de estudio con base en las Áreas Geo Estadísticas Básicas (AGEB Urbana) que conforman la delegación (Figura 3), lo que permitió establecer los límites de la Colonia Pitillal Centro, (Figura 4).

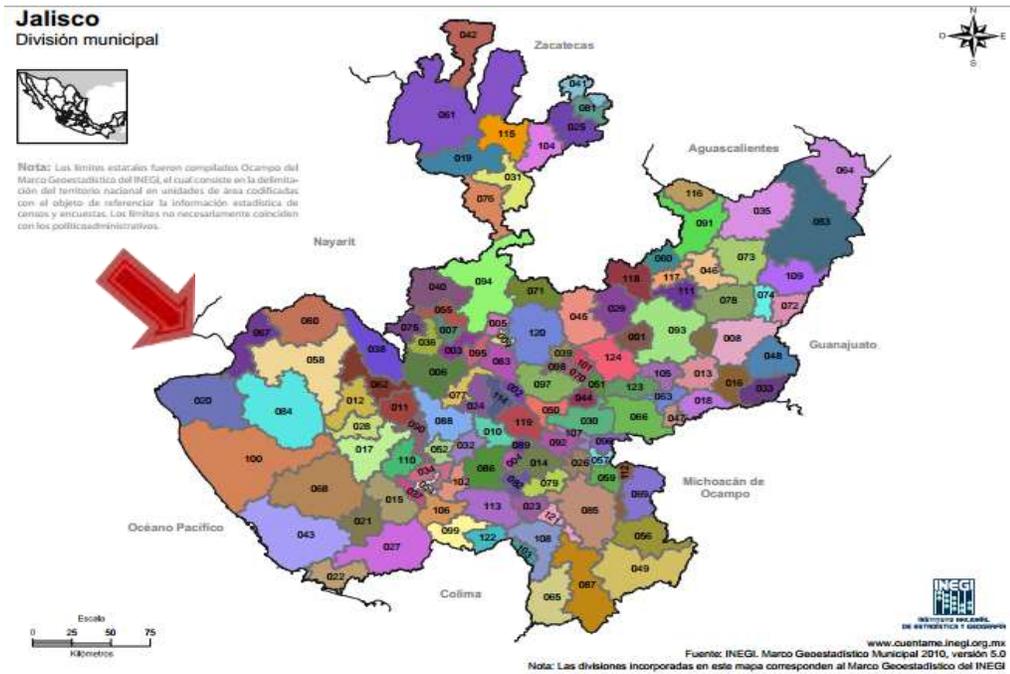
Se tomaron indicadores con relevancia para la investigación como lo es la población que representa aproximadamente 50,000 habitantes de los cuales el 50.55% son mujeres y el 49.45 son hombres, de estas cifras se desprende que el 63.85% es población económicamente activa, dedicada actualmente al comercio pero que en sus inicios, sustentó su actividad económica en el llamado coquito de aceite. En cuanto a educación, sólo el 14.9% tiene un grado correspondiente a educación superior y el 87% de la población profesa la religión católica. Por último el grado de marginación según la CONAPO es medio, INEGI (SCINCE, 2012).

**Figura 1.** Macrolocalización: ubicación de Jalisco en la República Mexicana.



**Fuente:** INEGI (SCINCE, 2012).

**Figura 2.** Microlocalización: ubicación de Puerto Vallarta en el Estado de Jalisco



Fuente: <http://cuentame.inegi.org.mx>

**Figura 3.** Delimitación de AGEB Urbanas que conforma la Colonia Pitillal Centro



Fuente: INEGI (SCINCE, 2012)



promueve, delimitando como prioridad el involucramiento de la propia ciudadanía, debido a que es la propietaria real del patrimonio, informando a los visitantes y proporcionando orientación a los touroperadores para que, acorde a esto, el turismo cultural represente una excelente oportunidad para promover la conservación del patrimonio. Las categoriales de análisis que condujeron dicha investigación son: turismo cultural, patrimonio cultural, comunidad receptora, crecimiento, sustentabilidad.

Aunado a lo anterior, Alavez (2008) presenta una investigación documental sobre trabajos de campo en sitios considerados Patrimonio Cultural Mundial por la UNESCO que persiguen el desarrollo local sustentable basado en la prestación de servicios y establece que el legado cultural bien planificado, adquiere valor adicional y puede ser un instrumento de desarrollo sustentable generador de riqueza y bienestar común, siendo indispensable la participación comunitaria pro-activa y reactiva en la conservación del patrimonio cultural y determinando que el giro de la evolución cultural es decisión de los pobladores locales. Las palabras clave que enmarcaron el contexto de la investigación fueron: Patrimonio cultural, desarrollo sustentable, participación ciudadana, protección patrimonial, sitios Patrimonio de la Humanidad.

Desde la concepción anterior, Fernández, E. (2006) indaga sobre el patrimonio cultural concluyendo que ha dejado de ser considerado exclusivamente como un tesoro histórico-artístico para convertirse en algo mucho más valioso: en elementos materiales e inmateriales fundamentales para comprender nuestra identidad. No obstante, concluye que la creciente demanda turística de supuestas autenticidades está hoy provocando que este patrimonio se oferte, en no pocas ocasiones, como la expresión de un pasado idealizado, los conceptos que sustentaron la indagación son cultura, patrimonio e identidad.

En este sentido, la Organización Mundial Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU, 2014) publica la Agenda 21 de la Cultura, el primer documento con

vocación mundial que apuesta por establecerlas bases de un compromiso de las ciudades y los gobiernos locales para el desarrollo cultural.

En correspondencia a lo mencionado con anterioridad, Magaña & Padín (2012) a través de la investigación titulada “Cultura e identidad: dos productos turísticos rurales en el contexto de la glocalidad y la competitividad en Colima” efectúan el diseño de una metodología para el desarrollo de productos turísticos rurales que es aplicado a los municipios de Colima y Cómala, el trabajo de carácter experimental y descriptivo, estuvo orientado a dotar a las comunidades rurales de una perspectiva útil en el diseño de productos turísticos con el objetivo principal de lograr la competitividad en los casos de estudio.

En relación con lo antes mencionado, Tovar (2012), hace referencia al “XXV Simposio Internacional de Conservación del Patrimonio Monumental: Turismo y Patrimonio Cultural” que se llevó a cabo en Sinaloa, México en el 2005, en donde se concluyó que en nuestro país existe poco interés por vincular la educación, la cultura, el turismo y el desarrollo económico y se plantea que tampoco existe una política nacional para fomentar esa relación.

En el escenario descrito, Giménez, G. (2005) elabora una investigación a la que titula “Patrimonio cultural y globalización” en donde plantea tres escenarios posibles para el futuro del patrimonio cultural: 1) Su depreciación paulatina como repertorio inerte y frío de un pasado cultural radicalmente incompatible con la dinámica de la globalización y de la postmodernidad. 2) Su recreación y revitalización a través de políticas de resistencia que contrabalanceen la ofensiva neoliberal contra las culturas de identidad y de memoria. 3) Su transformación en mercancía de consumo a través de procesos de mercantilización que lo disocien de la memoria y de la identidad, subordinándolo a la lógica del valor de cambio. Se concluye afirmando que lo que debe de hacerse, es contrarrestar estas políticas oponiéndoles una contra-política de identidad basada en la firme convicción de que el patrimonio es una cuestión de fidelidad y de memoria, y no

de rentabilidad y de mercado. Las palabras clave son patrimonio cultural y globalización.

Lo anterior conduce a enmarcar los precedentes de investigaciones similares con respecto al turismo y patrimonio cultural y nos permite tener un acercamiento a otro aspecto de relevancia en la presente investigación, el turismo religioso, considerado como factor de impulso al desarrollo económico.

Acorde a lo externado, Martínez (2012), presenta un proyecto de investigación financiado por el Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología de Jalisco (Coecytjal) cuyo objetivo fue analizar la situación actual del turismo en los principales santuarios católicos existentes los Altos de Jalisco en donde las autoridades consideran que el turismo tiene un gran potencial de desarrollo económico, referenciando con el caso Camino de Santiago en España, se pretende que el beneficio económico que deja el turismo sea compartido por los diferentes municipios que integran la región con la creación de la Ruta Cristera, diseñada por las entidades gubernamentales pero que no ha resultado exitosa ya que el turismo religioso en Los Altos de Jalisco no ha alcanzado todo su potencial por lo que se debe replantear la forma en que se ha dado promoción y difusión.

Los conceptos que permitieron vertebrar el trabajo fueron: Turismo religioso, santuarios católicos, desarrollo económico.

En relación al escenario descrito en el párrafo anterior, Reynoso, A. & González, C. (2012) realizan un trabajo de investigación en donde se analizan las posibilidades de aplicación del modelo de Lourdes de turismo religioso en Francia en Santa Ana de Guadalupe, localizado en Los Altos de Jalisco, México, el propósito del trabajo es estudiar las interrelaciones y las dependencias entre lo global y lo particular comunitario o regional en dos centros seleccionados de peregrinaciones religiosas, para tal efecto las palabras claves utilizadas en dicho trabajo fueron: Turismo religioso, modelo de Lourdes, peregrinaciones religiosas.

Al respecto con lo referido en líneas anteriores, Olsen (2013) elabora un trabajo donde se plantea el cuestionamiento sobre la existencia de diferencias en las

motivaciones y expectativas de experiencias entre los visitantes de los sitios religiosos basados en sus características espaciales. El estudio es aplicado al Camino de Compostela en Santiago, donde los viajeros parecen poner más énfasis en el viaje y no el destino; las catedrales del Reino Unido donde los visitantes esperan tener tiempo en solitario y vivir una experiencia emocional y finalmente en Tierra Santa donde prefieren viajar con un líder eclesiástico de su fe con el fin de tener la Tierra Santa interpretada a través de la lente de su propio sistema de creencias, como resultado, se determina la existencia de diferencias en cuanto a las motivaciones y expectativas de experiencia a la hora de comparar las características espaciales de los lugares religiosos.

Por otra parte, Santana (2008) realiza una investigación sobre San Jerónimo Acazulco, una comunidad con gran atractivo natural y cultural ubicada en el Estado de México, que optó por cambiar su antigua actividad económica, el cultivo, para dar prioridad a las actividades turísticas, las cuales han permitido el crecimiento de la comunidad, que ha presentado como clave de éxito la creación de un capital social fuerte dentro de la estructura de la población, que ha permitido obtener como resultado beneficios económicos y sociales en la comunidad en donde el capital social de los habitantes y la confianza entre los individuos impulsan la consolidación de una serie de relaciones sociales y de reciprocidad que garantizan los intereses de la comunidad, determinando que las actividades recreativas, se constituyen como una fuente importante de ingresos y se han organizado a partir del capital social existente en la población basándose en la organización local determinada por la propiedad ejidal y comunal de la tierra, en donde no existe la propiedad privada y todos los habitantes de la comunidad tienen el derecho de usufructuar (*derecho real de goce o disfrute de un bien del cual se es poseedor pero no dueño, bien del cual se puede obtener frutos o rendimientos pero no puede disponerse libremente*) los bienes. Para efecto de la investigación, las palabras claves utilizadas en dicho trabajo son: Turismo, capital social y Acazulco.

En congruencia a las líneas anteriores, González (2012) efectúa un estudio de caso referente al capital social y el turismo en el paisaje agavero, en donde se abordan las interrelaciones desencadenadas por la “turistización” en el producto turístico del tequila que presenta expectativas de desarrollo social para la región, sin embargo, aún no surgen redes de cooperación y se observa que las grandes empresas con capacidad de inversión para desarrollar productos y servicios turísticos atractivos para los turistas, ejercen un papel oligopólico dejando en segundo término al tejido emprendedor. Los hilos conductores de este estudio fueron: Capital social, desarrollo social y paisaje agavero.

Por su parte, Zizumbo, *et al.* (2009) Contribuyen a la reflexión teórica sobre la importancia de la participación de las comunidades en el desarrollo turístico, destacando el papel de los habitantes locales como un actor determinante para la planeación de estos emprendimientos debido a la apropiación de los recursos naturales y culturales por parte de los grupos de poder dueños del capital económico y de agentes externos que plantean mecanismos para su control en términos de recursos susceptibles de aprovechamiento comercial. Así, los componentes del medio natural y las expresiones culturales son considerados como una mercancía negociable con clientes potenciales, maximizando de esta forma el beneficio económico para unos cuantos en detrimento de las comunidades. Las palabras clave de esta indagación son: turismo, identidad de resistencia, oposición local, proyectos turísticos, Parque Nacional Nevado de Toluca.

Lo antes mencionado conlleva al análisis de la investigación efectuada por Espinoza *et al.* (2012) sobre el desarrollo local endógeno y productos turísticos, en donde se estudia San Sebastián del Oeste, Mascota y Talpa de Allende, regiones que contienen recursos naturales y culturales con potencialidad turística que no ha sido aprovechada. Los principales resultados encontrados del análisis investigativo se refieren a la factibilidad de la integración de un producto turístico que contenga a la subregión de la Sierra Occidental. Los hilos conductores de este

trabajo fueron: producto turístico, región, turismo rural y desarrollo local endógeno.

Como elemento importante en la investigación, se analiza la investigación de Correa, Franco y Villanueva (2012) quienes realizan un diagnóstico titulado “El papel de la universidad como promotora del desarrollo de turismo de naturaleza. Impulso de empresas comunitarias en Cabo Corriente y Tomatlán a partir del modelo de la Triple Hélice” con el objetivo de llevar a cabo un acercamiento a la problemática que presenta el territorio y a la perspectiva de los diversos actores que conlleva a reflexionar acerca de la actividad turística en la globalización y se cuestionan los beneficios para las comunidades implicadas aterrizando el modelo de la “Triple Hélice”, que plantea la propuesta de desarrollo regional de vinculación y gestión que refiere al mayor acercamiento de universidades con el gobierno, el sector empresarial y las poblaciones involucradas con la finalidad de fomentar la innovación de las economías regionales.

### **2.3. Teorización**

La sustentabilidad cultural es un concepto que resulta novedoso y de gran relevancia por lo que la dimensión de este estudio requiere de hacer aproximaciones teóricas de los diversos conceptos que se encuentran inmersos en el trabajo de investigación y que forman parte importante para la comprensión del tema central.

La relación entre turismo, cultura y religión históricamente siempre ha existido; el turismo, según la OMT (2005), es definido como “...Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales...”, dicho fenómeno como todo acto social, produce impactos positivos y negativos, que es necesario investigar para poder incrementar los positivos y aminorar en la mayor medida posible los negativos.

Para Mowforth y Munt (1998) en Carballo, A. y Guillén, E. (2008), la sustentabilidad cultural es “...La capacidad de la gente para conservar elementos

de su cultura, que los distinguen de individuos de otras culturas...” También se precisa que las sociedades pueden continuar funcionando en armonía social a pesar de los efectos de los cambios causados por una nueva cultura representada por los turistas.

En consecuencia a lo expuesto, el concepto de turismo cultural se presenta como un término destacado en la investigación que es definido por Fernández, G. & Guzmán, A. (2002) como “...Aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y otras formas patrimoniales de manifestación de la cultura”, afirmando que,

El turismo cultural constituye, hoy en día, un segmento turístico en expansión, convirtiéndose en un importante protagonista de la recuperación urbanística, arquitectónica y funcional de muchos lugares. Un producto turístico en el que los consumidores buscan un contacto más directo con el patrimonio y la cultura.

De igual manera, Mendoza (2008) afirma que “...Se trata de un viaje cultural cuando el turista selecciona el destino con base en sus valores culturales...” y complementando lo antes mencionado, SECTUR-CESTUR (2002) conceptualiza al turismo cultural como:

Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.

Desde la perspectiva anterior, se considera el patrimonio cultural como elemento estructural del turismo cultural; indagando que el patrimonio puede y debe ser un pilar para desarrollar estrategias para el desarrollo regional, no obstante, no se trata de vender cultura, sino de valorizar los recursos ya que si se apuesta sólo a la turistización, entendida como un crecimiento continuado en el número de visitantes, se asumen demasiados riesgos para un recurso valioso, frágil y no renovable. La “venta del patrimonio” tiene límites de capacidad de carga, pero

además, si se desarrollan acciones pensando exclusivamente en la afluencia turística se puede llevar a una ciudad por la peligrosa senda de la insostenibilidad. Mendoza (2008).

Aunado al señalamiento anterior y como lo describe Martín, B. (2003):

La cultura, en definitiva es un conjunto de recursos utilizables en beneficio de nuestra capacidad de adaptación y por lo tanto el patrimonio cultural aparece en escena como sustituto de la cultura y se convierte en el producto por excelencia, que permite la oportunidad de rescatar elementos del pasado, desde las circunstancias y necesidades del presente.

Para concluir con la definición y resaltar la importancia del término cultura en el desarrollo de la investigación, se hace referencia al concepto de Job Contreras Crespo (2014), padre de la parroquia de San Miguel Arcángel en el Pitillal, un actor clave en el presente trabajo y quien menciona lo siguiente "...Cultura es todo aquello que el hombre crea e innova, siempre dirigido al bien común, la cultura da identidad y sentido de pertenencia...".

Con respecto a lo anterior y en el sentido de cubrir aspectos importantes en la investigación, se conceptualiza el turismo religioso, el cual ha cobrado interés ya que se ha convertido en un motor de desarrollo económico debido a la dinámica que genera en las comunidades que reciben visitantes con fines religiosos, donde el impacto económico crea nuevas oportunidades de negocios, fuentes de ingresos y empleo para las localidades.

Desde esta perspectiva, Tobón (2013) conceptualiza al turismo religioso como "...La combinación de dos fenómenos con procesos evolutivos disímiles, la religión, con raíces ancestrales y el turismo con un desarrollo más moderno..." considerando estos fenómenos de carácter social y económico poseedores de interés entre académicos y empresarios por los movimientos que ha generado en las comunidades receptoras de visitantes.

En congruencia a lo anterior, Reynoso, A. & González, C. (2012) hacen referencia a la existencia de tres tipos de enfoques del turismo religioso:

En un primer acercamiento, se puede definir al turismo religioso desde un punto de vista espiritual como "...La manera de estar ligado a Dios-Creador estando al mismo tiempo ligado a su creación en el mundo entero..." (Talec, 1993). En un segundo enfoque, el turismo religioso se puede definir, desde un punto de vista sociológico como el acceso a la cultura que emana de las grandes religiones. En este sentido el turismo se caracteriza por el atractivo cultural que ejerce el arte sagrado. El turismo religioso llega a ser así un fenómeno social cuya amplitud sobre pasa por mucho el apego de los creyentes a su propia religión. Finalmente el Turismo religioso se puede definir como la complementariedad entre lo cultural y lo espiritual que da lugar a una interacción gratificante para el hombre.

Lo anterior conduce a la importancia de enmarcar las motivaciones y las expectativas de experiencia de los visitantes de los sitios religiosos para llevar a cabo la comercialización de estos lugares, además, los administradores de sitios deben ser conscientes del deseo de soledad y el contacto humano con estos sitios y en consecuencia deben planificar sus prácticas de bienvenida para ofrecer la experiencia de viaje que el turista motivado por la religión busca, Olsen (2013).

Con respecto a la conceptualización del desarrollo con enfoque local, en la búsqueda de la combinación del turismo, cultura y religión, González (2012) supone el desarrollo de nuevas propuestas construidas sobre la base filosófica de la "acción práctica", considerando que:

La concepción de desarrollo con enfoque local trata de aminorar la brecha entre la búsqueda de la mejoría del bienestar, el estímulo de la capacidad productiva y el desarrollo potencial de una economía. Los intercambios de ideas y las reflexiones sobre el tema han sacado a la luz tres denominadores comunes: 1) el papel de la sociedad civil local en la construcción del desarrollo (traducido en capital social, aprendizaje social,

control social, descentralización e iniciativas locales), 2) su entendimiento como proceso de cambio social y 3) su carácter endógeno.

Acorde a lo expuesto anteriormente y en la búsqueda de enfatizar la importancia del capital social como factor de desarrollo en las comunidades, Santana (2008), plantea que "...El capital social constituye el medio para la superación de los problemas en México...", esto a través de la promoción de valores sociales como la cooperación y la responsabilidad colectiva, generando una revaloración de la cultura e impulsando el aprovechamiento de la misma a partir de sus propias características y en consecuencia, se visualiza el capital social aplicado al sector turismo como una estrategia para el desarrollo de grupos marginados.

En este sentido, Espinoza *et al* (2012) mencionan que el desarrollo local endógeno de una región o subregión parte del supuesto de que los locatarios deben asumir el rol de participantes activos, y que estos deben de ser los generadores de las ideas que, posteriormente se convertirán en los medios de producción comunitaria, así como promotores de las políticas públicas que habrán de sustentar las acciones o prácticas de dicha planeación.

Finalmente, lo antes mencionado, implica argumentar que la sustentabilidad cultural, puede y debe ser conservada a través del turismo religioso apuntalada en los esfuerzos realizados por parte de las iniciativas públicas y privadas y con apoyo en la aceptación y conocimiento por parte de la comunidad del fenómeno turístico para su involucramiento en el desarrollo y crecimiento local.

### **3. Metodología**

Se realizó una investigación teórica conceptual sobre el objeto de estudio (OI), con el propósito de ubicar dicho OI en uno de los dos paradigmas básicos, y acorde a su naturaleza la investigación se sustenta en el paradigma cualitativo, que desde la perspectiva de Taylor & Bogdan (1986) es considerada como "...aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o

escritas y la conducta observable...”, el método que fue aplicado es descriptivo e interpretativo, debido a que en el mismo, según Spradley (1979),

Se incluyen preguntas estructurales que muestran como los informantes organizan la información que declaran sobre el OI y preguntas de contraste en las cuales se diferencian las dimensiones de significado que los informantes utilizan para diferenciar los objetos y los acontecimientos en su mundo.

La metodología empleada se aplicó a actores clave, haciendo referencia a ellos como personas involucradas directamente en el OI y que aportan información indispensable para el desarrollo de la investigación a la que se le atribuyó un enfoque sociológico, debido a que se pretendió conocer la percepción de la sociedad local con respecto al desarrollo turístico enfocado a personas interesadas en el turismo religioso y cultural en el Pitillal, que en sí, buscan conocer la identidad cultural de la comunidad.

Las siguientes técnicas fueron utilizadas para la recolección de datos: La entrevista semiestructurada de carácter etnográfico que de acuerdo a Spradley (1979) “...Semeja conversaciones amistosas en las que el investigador introduce lentamente nuevos elementos para ayudar a los informantes a responder como tales...” siendo el elemento diferenciador de una plática amistosa la estructuración de elementos como lo son una petición específica para la realización de la entrevista, la descripción del OI al informante y el tomar nota de las declaraciones, este método se utiliza en combinación con la observación participante que según plantean Denzin (1989) y Espinoza (2010),

La observación participante se define como una estrategia de campo que combina simultáneamente: al análisis de documento, la entrevista correspondiente y los informantes, la participación directa y la observación e introspección.

De igual manera, como parte de la metodología y con la finalidad de profundizar en el OI, se integró la entrevista semiestructurada con el empleo de la herramienta de experiencias de vida de Massam, Hracs y Espinoza (2012), en donde se enfatizan las dimensiones que constituyen al ser humano y se da una relación con su vida cotidiana, logrando así entender cuál es la percepción que tiene una persona hacia ella misma con relación al caso de estudio y con base en indicadores internos y externos que se dividen en cuatro dimensiones: mente, cuerpo, trabajo y personas, de las cuales se desprenden los siguientes indicadores o sub categorías de análisis:

- **Mente:**

Preocupaciones, ansiedad, tristeza, angustia, alegría, placer, erotismo, felicidad, oración, meditación, reflexión, contemplación, lectura, espiritualidad, creencia, moral y consideraciones de ética, estética, miedo, esperanza, aceptación, salud, bienestar.

- **Cuerpo:**

Ejercicio, estilo de vida, ropa, envejecimiento, condición médica, dolor, angustia crónica, dieta, peso, forma del cuerpo.

- **Trabajo:**

Aflicciones por el trabajo, empleo pagado, empleo no remunerado, economía familiar, estudio, voluntariado, amor al trabajo, pasatiempos, responsabilidad, quehaceres del hogar, limpieza, compras, cocinar.

- **Personas:**

Familia, amigos, amigos cibernéticos, colegas, vecinos, desconocidos, comunidad, figuras políticas o religiosas.

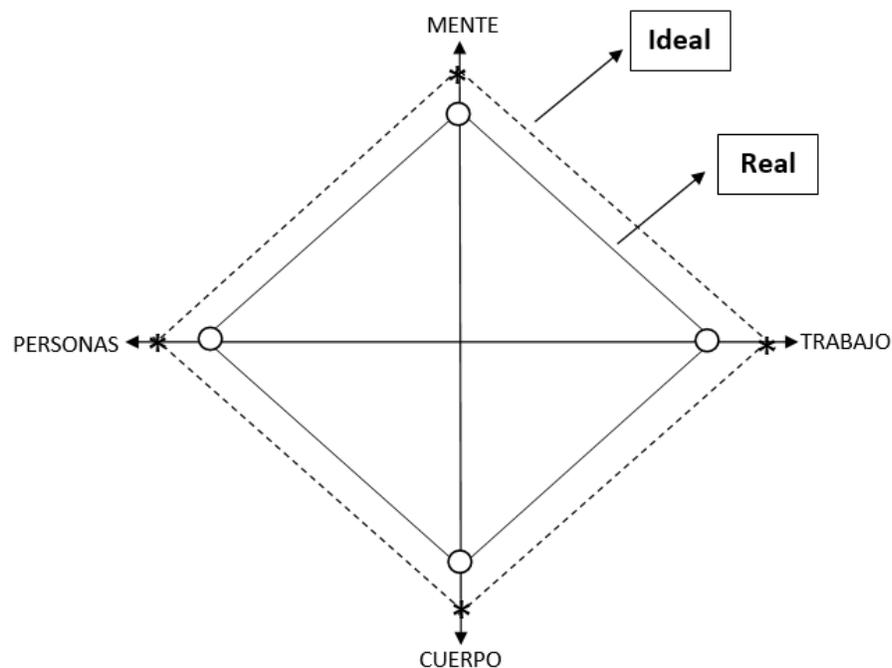
Para la aplicación de la herramienta de experiencias de vida de Massam, Hracs y Espinoza (2012) se identificó específicamente a personas que han nacido, crecido y vivido en el Pitillal y que se consideran actores clave para el objeto de investigación, las entrevistas generadas permitieron crear una percepción amplia y enriquecida con respecto a la percepción del desarrollo turístico en la región, al

patrimonio cultural, el turismo religioso y al impacto en la vida cotidiana y a la manera de pensar de los actores clave involucrados.

Para los referentes anteriores, se agrega la Figura 5 que permite generar una idea de cómo se visualizaran los resultados, así como el significado de las figuras que acompañan al plano cartesiano.

**Figura 1.** Guía de Herramienta de Experiencias de Vida

**Persona X.**



**Fuente:** Massam, B., y Espinoza, R. (2012). (La realidad radica de lo que viven en el momento; el ideal es la añoranza del vivir futuro).

Finalmente se adhirió el Verstehen, método que es capaz de construir y obtener explicaciones adecuadas considerado por Espinoza (2014) y Stegmuler (1979) como "...El movimiento de la comprensión desde el todo a la parte y vuelta..." que busca la comprensión de la acción a través de la interpretación.

El método mencionado con anterioridad fue utilizado para aplicar el modelo de los sombreros para pensar de Edward de Bono, un método que pretende simplificar el pensamiento para potencializar al máximo la inteligencia, la experiencia y la información basado en la interpretación de los cambios que experimentan los elementos químicos del cerebro según el modo de pensar para determinar el papel definido de un actor.

Cada sombrero representa uno de los elementos del pensamiento de acuerdo a De Bono (2008):

- **Sombrero Blanco:** El blanco es neutro y se ocupa de hechos objetivos y de cifras, no hace interpretaciones ni da opiniones. El blanco (ausencia de color indica neutralidad).
- **Sombrero Rojo:** El rojo da el punto de vista emocional, legitima las emociones y los sentimientos como una parte importante del pensamiento. Cubre dos amplios tipos de sentimiento: las emociones comunes, que varían desde las fuertes, tales como miedo y disgusto, hasta las más sutiles como la sospecha y los juicios complejos, clasificables en tipos tales como presentimientos, intuiciones, sensaciones, preferencias, sentimientos estéticos y otros tipos no justificables de modo perceptible.
- **Sombrero Negro:** El sombrero negro cubre los aspectos tristes y negativos, se ocupa específicamente del juicio negativo, señala los riesgos y peligros, puede proyectar una idea en el futuro para verificar que podría fracasar o ir mal.
- **Sombrero Amarillo:** El amarillo es alegre y optimista, positivo y constructivo, indaga y explora en busca de valor y beneficio, de él surgen propuestas concretas y sugerencias.
- **Sombrero Verde:** El verde es césped, vegetación y crecimiento fértil, abundante, indica creatividad e ideas nuevas. La búsqueda de alternativas

es un aspecto fundamental del pensamiento de sombrero verde. Hace falta ir más allá de lo conocido, lo obvio y lo satisfactorio.

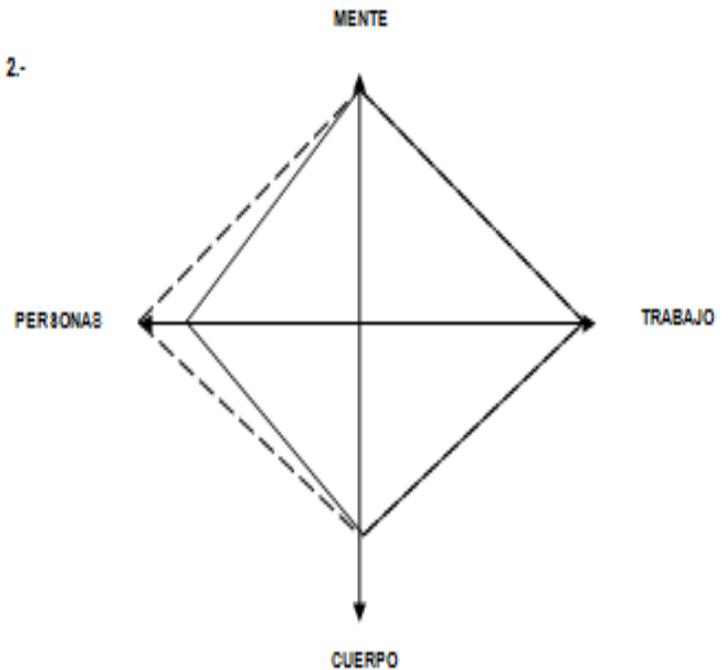
- **Sombrero Azul:** El azul es frío, y es también el color del cielo, que está por encima de todo, se ocupa del control y la organización del proceso del pensamiento, el pensador de sombrero azul es como el director de orquesta, El pensamiento de sombrero azul refuerza y aplica la disciplina.

#### 4. Resultados

##### PERSONA 1

##### 1.- Datos Personales

<b>NOMBRE:</b>	<b>J. Guadalupe Contreras Silva.</b>	2-
<b>EDAD:</b>	71 años.	
<b>LUGAR DE NACIMIENTO:</b>	El Pitillal, Puerto Vallarta, Jalisco.	
<b>SEXO:</b>	Masculino.	
<b>ESTADO CIVIL:</b>	Divorciado.	
<b>OCUPACIÓN:</b>	Transportista, actualmente se encarga únicamente del cuidado del Iguanario.	
<b>AÑOS RESIDIENDO EN EL PITILLAL:</b>	71 años.	



DIMENSIÓN

RUBROS

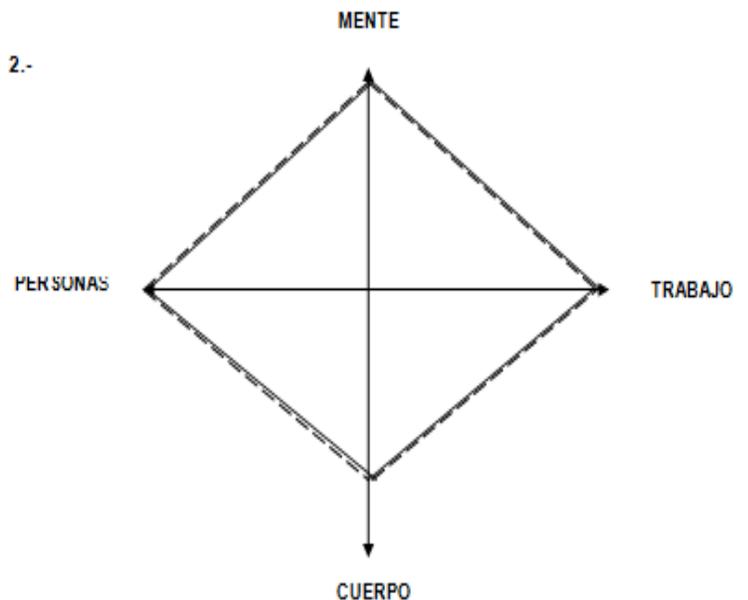
MENTE	Esperanza, bienestar, creencia, espiritualidad, tranquilidad.
TRABAJO	Amor al trabajo, empleo no remunerado, voluntariado, responsabilidad.
CUERPO	Estilo de vida tranquilo, pasatiempos, salud.
PERSONAS	Familia, colegas, vecinos, figuras políticas y religiosas.

**SOMBRERO: AMARILLO**

**PERSONA 2**

**1.- Datos Personales**

<b>NOMBRE:</b>	Job Contreras Crespo.
<b>EDAD:</b>	50 años.
<b>LUGAR DE NACIMIENTO:</b>	San Blas, Nayarit.
<b>SEXO:</b>	Masculino.
<b>ESTADO CIVIL:</b>	Soltero.
<b>OCUPACIÓN:</b>	Padre de la Parroquia San Miguel Arcángel.
<b>AÑOS RESIDIENDO EN EL PITILLAL:</b>	4 años.



**DIMENSIÓN**

**RUBROS**

MENTE  
TRABAJO  
CUERPO  
PERSONAS

Creencia, espiritualidad, esperanza, contemplación  
equilibrio, tranquilidad, alegría, oración, meditación.  
Responsabilidad y amor al trabajo  
Estilo de vida tranquilo, salud, bienestar.  
Familia, comunidad, amigos.

SOMBRERO: **AZUL**

### PERSONA 3

#### 1.- Datos Personales

**NOMBRE:** Elizabeth Chávez.

**EDAD:** 44 años.

**LUGAR DE NACIMIENTO:** El Pitillal

**SEXO:** Femenino.

**ESTADO CIVIL:** Casada.

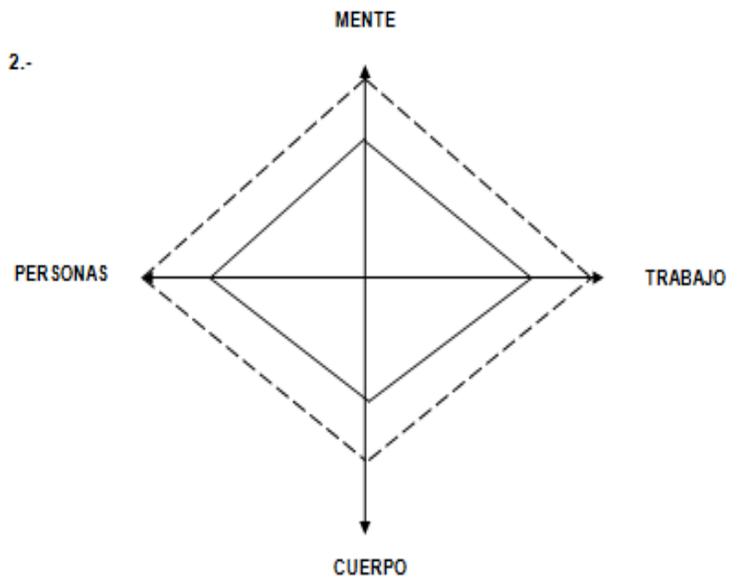
**OCUPACIÓN:** Comerciante.

**AÑOS RESIDIENDO EN EL PITILLAL:** 44 años.

**RESIDIENDO EN EL PITILLAL:**

**RESIDIENDO EN EL PITILLAL:**

2.-



DIMENSIÓN	RUBROS
MENTE	Alegría, ética, aceptación, bienestar, esperanza, preocupaciones.
TRABAJO	Economía familiar, responsabilidad, quehaceres del hogar, pasatiempos.
CUERPO	Estilo de vida.
PERSONAS	Familia, amigos, vecinos, comunidad.

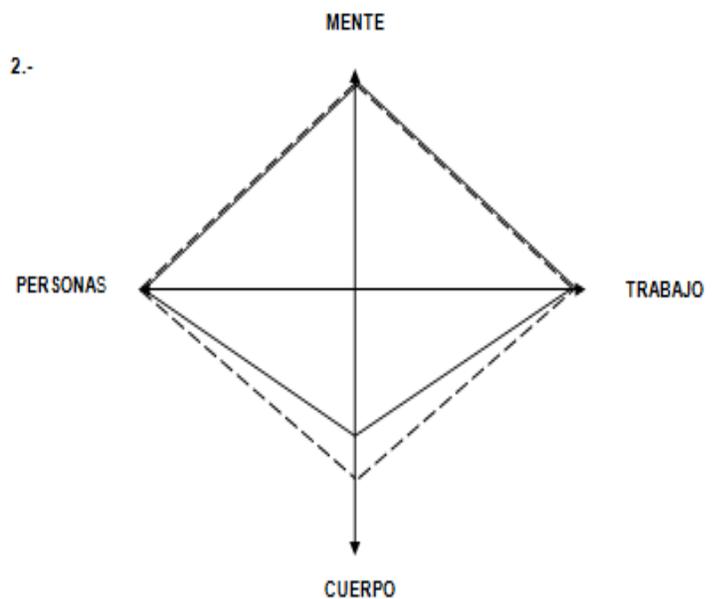
SOMBRERO: VERDE

## PERSONA 4

### 1.- Datos Personales

<b>NOMBRE:</b>	<b>Guillermo Villaseñor González.</b>
<b>EDAD:</b>	48 años.
<b>LUGAR DE NACIMIENTO:</b>	Puerto Vallarta.
<b>SEXO:</b>	Masculino.
<b>ESTADO CIVIL:</b>	Casado.
<b>OCUPACIÓN:</b>	Delegado del Pitillal.
<b>AÑOS RESIDIENDO EN EL PITILLAL:</b>	48 años.

2.-



DIMENSIÓN	RUBROS
MENTE	Felicidad, aceptación, ética, creencia, bienestar.
TRABAJO	Responsabilidad, amor al trabajo, empleo pagado, economía familiar.
CUERPO	Estilo de vida, ejercicio, peso, dieta.
PERSONAS	Familia, comunidad, amigos, colegas, vecinos.

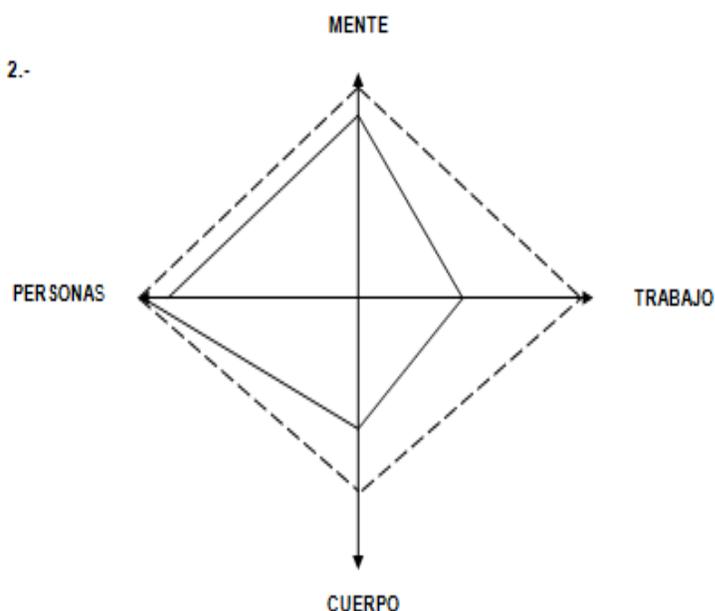
SOMBRERO: **AZUL**

## PERSONA 5

### 1.- Datos Personales

<b>NOMBRE:</b>	<b>Benjamín Barraza Pérez.</b>
<b>EDAD:</b>	49 años.
<b>LUGAR DE NACIMIENTO:</b>	Bucerías, Nayarit.
<b>SEXO:</b>	Masculino.
<b>ESTADO CIVIL:</b>	Casado.
<b>OCUPACIÓN:</b>	Taxista.
<b>AÑOS RESIDIENDO EN EL PITILLAL:</b>	49 años.

2.-



DIMENSIÓN	RUBROS
MENTE	Alegría, ética, preocupaciones, angustia.
TRABAJO	Aflicciones por el trabajo, responsabilidad, economía familiar.
CUERPO	Estilo de vida, condición médica.
PERSONAS	Familia, comunidad, amigos, colegas, vecinos.

### SOMBRERO: ROJO

Los resultados obtenidos después de la aplicación de la herramienta de experiencias de vida, muestran que los actores clave entrevistados están de acuerdo en que dar impulso a la actividad turística podría traer beneficios económicos a la localidad y que de ellos podrían ver reflejados esos beneficios a favor de su propia economía y que por consecuencia podrían mejorar su calidad de vida, sin embargo, aludiendo a la sustentabilidad cultural, tienen poco conocimiento en cuanto a los daños o mejoras que puede ocasionar el turismo al patrimonio cultural del Pitillal, que de acuerdo a los actores clave, principalmente está compuesto por la Parroquia de San Miguel de Arcángel y la plaza.

Haciendo referencia a las dimensiones de Massam, Hracs y Espinoza (2012) los resultados muestran lo siguiente:

- **Mente:** La religión es un factor que es de gran relevancia para los habitantes del Pitillal ya que la mayoría de las personas pertenecen a la religión católica y gustan de disfrutar y convivir en las fiestas patronales, en general los actores clave concuerdan en que la razón por la que los turistas visitan el Pitillal está relacionada con aspectos religiosos; en el aspecto cultural, se está consciente de que el Pitillal aún conserva una identidad cultural que lo diferencia de otros lugares, la delegación que es objeto de estudio es un lugar que representa tranquilidad para la comunidad que lo

habita ya que la vida es accesible y es considerado como un buen lugar para vivir.

- **Trabajo:** Las personas entrevistadas coinciden en que el trabajo es un aspecto esencial para su calidad de vida y bienestar, todos indican que la responsabilidad y el amor por el trabajo son clave fundamental para su equilibrio en las cuatro dimensiones, los actores se encuentran interesados en el desarrollo del turismo y confían en que los beneficios económicos que aporta esta actividad podrían ser significativamente mayores a los existentes actualmente, finalmente se encuentran interesados en ofrecer productos y servicios turísticos para los visitantes.
- **Cuerpo:** Los entrevistados concuerdan en que las afectaciones que existen en su salud, son responsabilidad directa de ellos y sus acciones y no de otros factores externos como podría serlo la escases de centros de atención médica o de áreas de recreación y esparcimiento, de igual manera, los actores clave no consideran que el turismo afectaría su estilo de vida o su salud.
- **Personas:** Se plantea que en su mayoría la población del Pitillal se mantiene unida y se concuerda en la importancia de la familia, los amigos, los vecinos y en general la comunidad, se considera de importancia las acciones tomadas por políticos y religiosos, quienes juegan un papel muy importante en el futuro de la comunidad y se plantea que se pueden realizar más acciones en beneficio de la localidad; los entrevistados coinciden en que las personas que habitan y que no son originarias de la localidad han venido a cambiar los usos y costumbres, además de reconocer que existen familias que tienen una gran influencia en el sitio.

En cuanto a la interpretación realizada por medio del Verstehen aplicado al modelo de los sombreros para pensar de Edward de Bono, se atribuyeron los siguientes colores de sombrero para cada actor:

- **Sombrero Rojo:** este sombrero se aplica al taxista debido a que es la persona entrevistada muestra una mayor brecha en las cuatro dimensiones analizadas, este actor da un aspecto emocional a sus pensamientos y en él se muestran sentimientos negativos como preocupaciones y angustia pero de igual manera sentimientos positivos como alegría y le da gran importancia a la ética, el taxista entrevistado cree que el turismo puede ayudar a cerrar la brecha antes mencionada debido a que la misma se origina principalmente por la dimensión del trabajo.
- **Sombrero Amarillo:** el amarillo se le designa al encargado de las iguanas debido a que posee un pensamiento alegre y optimista, este es positivo y toma acciones para ser constructivo, ejemplo de esto es el cuidado de las iguanas, labor que le da satisfacción personal pero que al mismo tiempo, busca encontrar un beneficio personal a través de conseguir que el turismo visite su iguanario, este actor, indaga y explora en busca de valor y beneficio con base en los recursos que ya se encuentran en el Pitillal.
- **Sombrero Verde:** El color verde se le concede al comerciante entrevistado debido a que de ella surge la exploración de las alternativas al plantearle la oferta de un producto o servicio dirigido al turista. Se muestra interesada en involucrarse en la actividad turística diversificando e innovando su producto si a cambio el turismo le proporciona mayores beneficios económicos.
- **Sombrero Azul:** El color azul se le asigna a dos actores clave de gran importancia para esta investigación que son los impulsores de la actividad turística en el Pitillal: El Padre Job, quien se muestra líder de opinión y el Delegado de la localidad, del cual depende la planificación del desarrollo

turístico. Estos actores se ocupan actualmente del control, dirección y organización de la actividad turística de la comunidad, ambos pensando principalmente en los beneficios personales que pueden obtener.

## **5. Algunas conclusiones**

Cultura y turismo no son dos esferas separadas, sino realidades que convergen en la vida cotidiana de numerosos actores.

El impulso al turismo cultural y religioso en el Pitillal representa una oportunidad de desarrollo local considerándose como una alternativa viable siempre y cuando se incorporen estructuras económicas eficientes con modelos de emprendurismo y capital social que permitan el desarrollo humano, el incremento en el nivel educativo de la localidad, la concientización sobre la actividad turística y el valor de la conservación del patrimonio cultural, garantizando el bienestar sociocultural en el Pitillal y, a su vez, protegiendo la identidad de la localidad del proceso globalizador que conlleva el turismo, ya que los recursos patrimoniales y de identidad que han permeado en la población local por décadas o lustros se encuentran a la disposición de la comunidad a la que pertenecen con la distinción de que los recursos culturales deben ser aprovechados más no explotados dando la oportunidad de regeneración y fortalecimiento del patrimonio para que realmente generen beneficios sociales.

Gobierno, sector empresarial turístico y comunidad deben ir en la búsqueda de un mismo objetivo que es el de conservar los iconos culturales y, al final del túnel el propósito sea mejorar las condiciones de vida sin alterar el tejido sociocultural.

## **Bibliografía**

Alavez, F. (2008). Participación de la población en la defensa, conservación y reapropiación de sus recursos patrimoniales en sitios Patrimonio Cultural de la Humanidad. En Zizumbo, L. & Monterroso N., (coords), *Turismo Rural y Desarrollo Sustentable*. Primera Edición. México: Universidad Autónoma del Estado de México, pp. 525 – 543.

- André, M., Cortés, I. & López, J (2003). Turismo cultural: cuando el recurso cultural supera al destino turístico. El caso Figueres, *XII Simposio Internacional de Turismo y Ocio*, Barcelona. <https://www.bmi.gob.sv/pls/portal/docts>, consultado el 15 de Julio del 2009.
- Carballo, A. & Guillén, E. (2008). Implicaciones socioculturales del ecoturismo comunitario en el área del Caribe Mexicano. En Palafox, A., & Frausto, O., (coords.), *Turismo. Desastres naturales, sociedad y medio ambiente*. Primera edición. México: Plaza y Valdes Editores, pp. 175-189.
- Correa, Franco & Villanueva (2012). El papel de la universidad como promotora del desarrollo de turismo de naturaleza. Impulso de empresas comunitarias en Cabo Corriente y Tomatlán a partir del modelo de la Triple Hélice. En López, A., López, G., Andrade, E., Chávez, R. M. & Espinoza, R. (coords), *Lo glocal y el turismo. Nuevos paradigmas de interpretación*. Primera edición. México: Academia Mexicana de Investigación Turística A.C. Universidad de Guadalajara, pp. 269 – 285.
- Culture 21, Agenda 21 de la Cultura. Organización Mundial Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU) Obtenido el 11 de Julio del 2014 en <http://www.agenda21culture.net>
- De Bono, E. (2008) *Seis sombreros para pensar*. Segunda Edición, Ed. Paidós Ibérica, México.
- Espinoza, R., Chávez, R.M., Andrade, E., Zepeda, A. (2012) Desarrollo local endógeno y productos turísticos. Caso Subregión occidental de Jalisco, México. *TURyDES, Revista de Investigación y desarrollo local*, vol. 5, núm. 13, Diciembre.
- Fernández, E. (2006) De tesoro ilustrado a recurso turístico: el cambiante significado del patrimonio cultural. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 4, núm. 1, pp. 1-12.
- Fernández, G. & Guzmán, A. (2002) Turismo, patrimonio cultural y desarrollo sustentable. *Revista Caminhos de Geografia*, vol. 3, núm. 3, pp. 1-19.
- Giménez, G. (2005) Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) Patrimonio e identidad frente a la globalización. Consultado el 7 de Julio del 2014 en <http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf13/articulo16.pdf>.
- González L. (2012). Capital social y turismo en el paisaje agavero. En López, A., López, G., Andrade, E., Chávez, R. M. & Espinoza, R. (coords), *Lo glocal y*

*el turismo. Nuevos paradigmas de interpretación*. Primera edición. México: Academia Mexicana de Investigación Turística A.C. Universidad de Guadalajara, pp. 353-374.

Instituto Nacional de Estadística & Geografía (INEGI). 2010. Información nacional, por entidad federativa y municipios.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) *SCINCE Sistema para la consulta de Información Censal 2010* Versión 05/2012 Consultado el 08 de Agosto del 2014 en <http://gaia.inegi.org.mx/scince2/viewer.html>

Magaña & Padín (2012). Cultura e identidad: dos productos turísticos rurales en el contexto de la glocalidad y la competitividad en Colima. En López, A., López, G., Andrade, E., Chávez, R. M. & Espinoza, R. (coords), *Lo glocal y el turismo. Nuevos paradigmas de interpretación*. Primera edición. México: Academia Mexicana de Investigación Turística A.C. Universidad de Guadalajara, pp. 375 – 392.

Martín, B. (2003) Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: El Patrimonio Cultural. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 1, núm. 2, pp. 155-160.

Martínez, R. (2012). Desarrollo Regional cimentado en el turismo religioso. En López, A., López, G., Andrade, E., Chávez, R. M. & Espinoza, R. (coords), *Lo glocal y el turismo. Nuevos paradigmas de interpretación*. Primera edición. México: Academia Mexicana de Investigación Turística A.C. Universidad de Guadalajara, pp. 409 – 427.

Massam, B., Hrasco, B. & Espinoza, R. (2012). *Lived Experiences*. Canada: Swinburn Press.

Mendoza, M. M. (2008). La gestión del patrimonio cultural como producto turístico. En Palafox, A., & Frausto, O., (coords.), *Turismo. Desastres naturales, sociedad y medio ambiente*. Primera edición. México: Plaza y Valdés Editores, pp. 169-174.

Meza, M. (1990) *El Pitillal, sus autoridades, crecimiento y desarrollo*. México, Septiembre de 1990.

Meza, M. (2002) *Pitillal de mis recuerdos, breve reseña, como fue la vida en el Pitillal hace muchos años*. México, Septiembre del 2002.

- Olsen, D. (2013) "A Scalar Comparison of Motivations and Expectations of Experience within the Religious Tourism Market," *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*: vol. 1, Artículo 5.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2005) Entender al turismo: Glosario básico. Obtenido el 5 de Agosto del 2014 en <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.
- Reynoso, A. & Gónzales, C. (2012). El "modelo de Lourdes" de turismo religioso y las posibilidades de su aplicación en Santa Ana de Guadalupe. En López, A., López, G., Andrade, E., Chávez, R. M. & Espinoza, R. (coords), *Lo glocal y el turismo. Nuevos paradigmas de interpretación*. Primera edición. México: Academia Mexicana de Investigación Turística A.C. Universidad de Guadalajara, pp. 428 – 441.
- Santana, J. L. (2008). Capital Social y Turismo en San Jerónimo Acazulco, México. En Zizumbo, L. & Monterroso N., (coords), *Turismo Rural y Desarrollo Sustentable*. Primera Edición. México: Universidad Autónoma del Estado de México, pp. 595 – 609.
- Secretaría de Turismo (SECTUR) (2012) Turismo Cultural. Obtenido el 5 de Agosto del 2014 en [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Turismo\\_Cultural\\_y\\_de\\_Salud](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud).
- Spradley, J. (1979) *Introducción a la investigación cualitativa*. Primera edición, México, p.p. 59-60.
- Taylor, S.J. & Bogdan, R. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona. Paidós Básica.
- Tovar, R. (2012). Turismo Cultural y Microhistoria: multidisciplinariedad ausente. En López, A., López, G., Andrade, E., Chávez, R. M. & Espinoza, R. (coords), *Lo glocal y el turismo. Nuevos paradigmas de interpretación*. Primera edición. México: Academia Mexicana de Investigación Turística A.C. Universidad de Guadalajara, pp. 395 – 408.