



Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Turismo y Gastronomía
Centro de Investigación y Estudios Turísticos

**“Valores e imaginarios de los jóvenes universitarios en torno al
viaje turístico. Caso de estudio: Universidad Autónoma del
Estado de México, campus Texcoco.”**

Tesis

**Que para obtener el grado de
Maestra en Estudios Turísticos**

Presenta

L. en T. Denice Anel Ordáz Mejía

Dirigida por

Dra. en C. S. y P. Maribel Osorio García
Dr. en T. Juan Carlos Monterrubio Cordero
Dr. en A. F. Héctor Xavier Favila Cisneros

Toluca, Estado de México; Octubre 2017.



Toluca, México, 18 de Septiembre de 2017.

DR. RICARDO HERNÁNDEZ LÓPEZ
COORDINADOR DE LA MAESTRÍA EN ESTUDIOS TURÍSTICOS
FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA
PRESENTE.

Me refiero a la tesis intitulada "*Valores e imaginarios de los jóvenes universitarios en torno al viaje turístico. Caso de estudio: Universidad Autónoma del Estado de México, campus Texcoco*" que presenta la Candidata a Maestra en Estudios Turísticos Denice Anel Ordáz Mejía.

Una vez aplicadas las observaciones emitidas en la etapa de revisión de la mencionada tesis, no tengo inconveniente en otorgar el **VOTO APROBATORIO** para que pueda concluir con su proceso de obtención de grado.

Sin otro particular, quedo a sus órdenes para cualquier duda.

ATENTAMENTE

DRA. MARIBEL OSORIO GARCÍA



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

CUTex
Centro Universitario UAEM Texcoco

Oficio: CM/012/2017

Texcoco, Méx., a 26 de septiembre de 2017

Asunto: Voto aprobatorio

DR. RICARDO HERNÁNDEZ LÓPEZ
COORDINADOR DE LA MAESTRÍA EN ESTUDIOS TURÍSTICOS
FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA
P R E S E N T E.

Sirva este medio para expresarle un cordial saludo y al mismo tiempo referirme a la tesis intitulada "*Valores e imaginarios de los jóvenes universitarios en torno al viaje turístico. Caso de estudio: Universidad Autónoma del Estado de México, campus Texcoco*" que presenta la Candidata a Maestra en Estudios Turísticos Denice Anel Ordáz Mejía.

Una vez aplicadas las observaciones emitidas en la etapa de revisión de la mencionada tesis, otorgo mi **VOTO APROBATORIO** para que pueda continuar con su proceso de obtención de grado.

Sin más por el momento, quedo de usted.

A T E N T A M E N T E

PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO

"2017, Año del Centenario de la Promulgación de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos"

DR. JUAN CARLOS MONTEERRUBIO CORDERO
PROFESOR DE TIEMPO COMPLETO





Toluca, México a 20 de septiembre de 2017

DR. RICARDO HERNÁNDEZ LÓPEZ
COORDINADOR DE LA MAESTRÍA EN ESTUDIOS TURÍSTICOS
CIETUR UAEM

PRESENTE

Apreciable Dr. Hernández por este conducto le comunico que después haber dado lectura y revisado el trabajo de investigación de maestría titulado: ***"Valores e imaginarios de los jóvenes universitarios en torno al viaje turístico. Caso de estudio: Universidad autónoma del Estado de México, campus Texcoco"*** doy mi **voto aprobatorio** como tutor adjunto, para que la Lic. en Turismo Denice Anel Ordáz Mejía presente su examen de maestría, así como de ser evaluado por la comisión académica del programa de posgrado para dar continuidad con los trámites de su titulación, en virtud de que el documento presenta un estatus maduro para ser sustentado.

Sin otro particular por el momento, le envío un cordial saludo.

Patria, ciencia y trabajo

"2017, Año del Centenario de la Promulgación de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos"

Dr. Héctor Favila Cisneros
Profesor Investigador del CIETUR
Facultad de Turismo y Gastronomía UAEM



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Departament de Sociologia I
Departamento de Sociología I

Alicante, España, 27 de Septiembre de 2017

DR. ALEJANDRO MANTECÓN TERÁN
PROFESOR TITULAR DE SOCIOLOGÍA
UNIVERSIDAD DE ALICANTE
PRESENTE.

Me refiero a la tesis intitulada "*Valores e imaginarios de los jóvenes universitarios en torno al viaje turístico. Caso de estudio: Universidad Autónoma del Estado de México, campus Texcoco*" que presenta la Candidata a Maestra en Estudios Turísticos Denice Anel Ordáz Mejía.

Una vez aplicadas las observaciones emitidas en la etapa de revisión de la mencionada tesis, no tengo inconveniente en otorgar el **VOTO APROBATORIO** para que pueda concluir con su proceso de obtención de grado.

Sin otro particular, quedo a sus órdenes para cualquier duda.

ATENTAMENTE

DR. ALEJANDRO MANTECÓN TERÁN

Tel. 96 590 3494 - Fax 96 590 3868
Campus de Sant Vicent del Raspeig
Ap. 99 E-03080 Alacant
e-mail: dsoc1@ua.es
web: <http://web.ua.es/dsoc1>

V



Toluca, México, a 26 de septiembre de 2017

DR. RICARDO HERNÁNDEZ LÓPEZ
COORDINADOR DEL PROGRAMA DE
MAESTRÍA EN ESTUDIOS TURÍSTICOS
P R E S E N T E

Sirva este medio para enviarle un saludo, al tiempo de informarle que, una vez atendidas las observaciones al trabajo de grado titulado: **“Valores e imaginarios de los jóvenes universitarios en torno al viaje turístico. Caso de estudio: Universidad Autónoma del Estado de México, campus Texcoco”**, por la Lic. en T. Denice Anel Ordáz Mejía, no tengo inconveniente alguno en otorgar el **VOTO APROBATORIO** para que pueda concluir con su proceso de obtención de grado.

Sin otro particular por el momento, se despide de Usted.

A T E N T A M E N T E

DRA. ANA LETICIA TAMAYO SALCEDO
REVISORA

Cerro de Coatepec s/n,
Ciudad Universitaria,
Toluca, México. C.P. 50100.
Tel. (722) 215 13 33 / 2 14 02 20
www.uaemex.mx/fturismoygastronomia/

Facultad de
Turismo y
Gastronomía



Toluca, México; a 16 de octubre de 2017.

LIC. EN T. DENICE ANEL ORDÁZ MEJÍA

P R E S E N T E

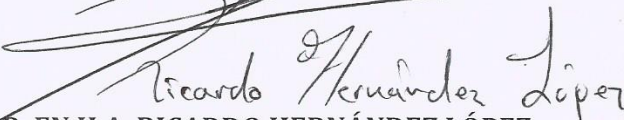
Enviándole un cordial saludo, me permito informarle que ha sido autorizada la impresión del trabajo de investigación titulado "Valores e imaginarios de los jóvenes universitarios en torno al viaje turístico. Caso de estudio: Universidad Autónoma del Estado de México, campus Texcoco", para obtener el Grado de Maestra en Estudios Turísticos.

Sin más por el momento quedo de usted como su atento y seguro servidor.

A T E N T A M E N T E

PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO

"2017, Año del Centenario de la Promulgación de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos"



DR. EN H.A. RICARDO HERNÁNDEZ LÓPEZ
COORDINADOR DE LA MAESTRÍA EN ESTUDIOS TURÍSTICOS

c.c.p. Archivo

Cerro de Coatepec s/n,
Ciudad Universitaria,
Toluca, México. C.P. 50100.
Tel. (722) 215 13 33 / 2 14 02 20
www.uaemex.mx/fturismoygastronomia/

Facultad de
**Turismo y
Gastronomía**

Agradecimiento

A CONACYT, por confiar en la juventud mexicana.
A la UAEM, por ser una institución ejemplar en el turismo.
A mi comité tutorial, por creer en las ideas de sus alumnos.

Dedicatoria

A Dios, por los detalles de su existencia.

A mi esposo, por ser mi acompañante de aventuras.

A mi familia, por mostrarme que el ser humano esta hecho de sueños.

A mis amigos, por apreciar el esfuerzo de su amiga.

A los jóvenes que participaron en la investigación, por compartirme sus experiencias.

Resumen

El presente trabajo de investigación radica sobre los valores e imaginarios significativos de los viajes turísticos en los jóvenes; interpretarlos es una relación compleja porque está sujeto a la dinámica de las relaciones de clase, las alianzas, las identidades y la conciencia de los sujetos en un momento histórico geográfico dado.

Se ha detectado que los jóvenes viajan en busca de experiencias hedonistas, de placer, diversión y libertad lejos de las normas sociales impuestas en sus lugares de residencia habitual; el consumo de grandes cantidades de alcohol, uso de drogas y actividades de alto riesgo han sido reconocidos como factores característicos de grupos específicos del turismo juvenil, sin embargo, poco se ha estudiado sobre el perfil turístico de jóvenes cuyos contextos y condiciones de vida son distintos a los señalados, así como sus comportamientos y valores, por lo que se considera pertinente estudiarlos debido a la importancia del turismo juvenil para el sector turístico y su diversidad.

El caso que se presenta en esta tesis corresponde a un estudio realizado con jóvenes estudiantes de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), localizada en la Zona Metropolitana del Valle de México. El estudio se sustenta en la categoría teórica de las tipificaciones de Alfred Schütz y del ethos de Lalive d'Épinay; se llevó a cabo la investigación haciendo uso de una metodología mixta y se concretó con una encuesta de 350 informantes y 29 entrevistas, que sostienen las propuestas del perfil del ethos turístico de los jóvenes en cuanto a los valores e imaginarios detectados.

Entre los imaginarios encontrados están la unión familiar, el placer de la libertad y el encuentro con el mundo y con sí mismo; destacan valores como el apego familiar, la independencia, el etnocentrismo, el cambio de paradigmas, nuevas experiencias, superación profesional, entre otros, los cuales enmarcan un ethos tradicional/liberador.

Palabras clave: viajes, valores, imaginarios, perfil y ethos turístico.

Summary

The present research is based on the significant values and imaginary of the youth's turistic trips; interpreting them is a complex relationship because it's susceptible to the class relations dynamics, alliances, identities and the consciousness of the subjects in a geographic historical moment.

Young people travel looking for hedonistic experiences, pleasure, fun and freedom far from the social norms imposed in their places of habitual residence; the consumption of alcohol, drugs and high risk activities have been recognized as characteristic factors of specific tourism youth groups, however, just a little has been studied about the tourist profile of young people whose contexts and living conditions are different as well as their behavior and values, so it is considered relevant to study them because of the importance of youth tourism for the tourism sector and its diversity.

The case presented in this thesis corresponds to a study carried out with young students of the Autonomous University of the State of Mexico (UAEM), located in the Metropolitan Zone of the Valley of Mexico. The study is based on the theoretical category of the typifications of Alfred Schütz and the ethos of Lalive d'Eppinay; the research was carried out using a mixed methodology and was completed with a survey of 350 informants and 29 interviews, which support the proposals of the profile of the turistic ethos of young people in terms of the values and imaginary detected.

Among the imaginary encountered are the only family, the pleasure of freedom and the encounter with the world and with itself; values such as family attachment, independence, ethnocentrism, changing paradigms, new experiences, professional advancement, among others, which frame a traditional / liberating ethos.

Key words: trips, values, imaginary, profile and turistic ethos.

Contenido

INTRODUCCIÓN	14
ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	15
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y FORMULACIÓN DE OBJETIVOS.....	19
CAPÍTULO I. FUNDAMENTOS TEÓRICO-CONCEPTUALES	24
1.1 FUNDAMENTOS CONCEPTUALES.....	25
1.1.1 Ethos	25
1.1.1.1 Tipología conceptual del ethos	31
1.1.2 Valores	33
1.1.3 Imaginarios	36
1.1.3.1 Imaginarios turísticos.....	36
1.1.4 Viajes turísticos.....	38
1.2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS	39
1.2.1 La sociología fenomenológica de Alfred Schütz	39
1.2.2 Modelo y claves de interpretación de Lalive d'Épinay.	45
CAPÍTULO II. CONTEXTO.....	48
2.1 PANORAMA NACIONAL	49
2.2 CONTEXTO ELEGIDO PARA ESTUDIO	50
2.2.1 Universidad Autónoma del Estado de México	51
2.2.2 Los jóvenes del CU UAEM Texcoco	53
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	55
3.1 MÉTODO MIXTO	57
3.2 PROCESO METODOLÓGICO.....	61
CAPÍTULO IV. RESULTADOS.....	67
4.1 PERFIL TURÍSTICO DE LOS JÓVENES	69
4.2 SIGNIFICADOS DEL VIAJE TURÍSTICO EN LOS JÓVENES MILLENIALS DE MÉXICO. ARTÍCULO ENVIADO A LA REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES, NIÑEZ Y JUVENTUD	78
4.3 LOS IMAGINARIOS TURÍSTICOS DE LOS JÓVENES EN MÉXICO. ARTÍCULO SELECCIONADO PARA PUBLICACIÓN EN EL NO. 60 DE LA REVISTA PAPERS DE TURISME.....	104
CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	127
FUENTES DE CONSULTA	132
ANEXOS	142

CUADROS

Cuadro 1. Ficha técnica del muestreo.....	61
Cuadro 2. Constitución del análisis de resultados..	65
Cuadro 3. Ethos tradicional y ethos liberador.....	128
Cuadro 4. Fortalezas y debilidades de investigación.....	130

FIGURAS

Figura 1. La cualidad del valor.....	34
Figura 2. La noción del ethos: un modelo "operativo".....	46
Figura 3. Estrategia de investigación.....	60
Figura 4. Modelo interpretativo para investigación cualitativa.....	64

GRÁFICOS

Gráfico 1. Matrícula de alumnos 2016-2017	53
Gráfico 2. Atractivos visitados	72
Gráfico 3. Actividades realizadas durante el viaje.....	73
Gráfico 4. Valores.....	73

ILUSTRACIÓN

Ilustración 1. Presencia de la UAEM por municipio en el Estado de México al año 2016..	52
--	----

TABLAS

Tabla 1. Selección de informantes por licenciatura.....	62
Tabla 2. Variables del instrumento cuantitativo.....	62
Tabla 3. Características de la población muestra.....	70
Tabla 4. Características del viaje turístico.....	71
Tabla 5. Cruce de Motivo de viaje/Género.....	74
Tabla 6. Cruce de lo Significativo del viaje/ Motivo de viaje.....	75
Tabla 7. Viajes por Convivencia familiar y por Recreación y descanso.....	76

INTRODUCCIÓN

Antecedentes de la investigación

Los viajes han permitido al ser humano desarrollarse individual y socialmente pues se ha mostrado que la práctica turística se ha incorporado cada vez más a la vida cotidiana de la población (Zizumbo, 1998), para algunos sujetos el turismo ya es parte de su mundo, otros lo están experimentando e incluso otros se están incorporando a éste, ejemplo de esto es el destinar tiempo para salir de vacaciones, ir a conocer lugares diferentes en sus tiempos de descanso, trabajar en alguna empresa relacionada a la actividad turística como los restaurantes u hoteles, en fin; la práctica turística se ha filtrado en la sociedad a través de la transmisión y socialización de la concepción del mundo, lleno de símbolos y significados para el ser humano, que en su vida cotidiana va adquiriendo de su mundo social, factores que en el viaje también le acompañan a pesar de que cuando se habla del turista, enseguida se puede imaginar a alguien procedente de zonas desarrolladas, con dinero, tiempo y libertad para viajar a lugares fuera de su entorno cotidiano, puesto que no se considera como turistas a las personas en su diario vivir. Sin embargo dice Binkhorst (2008), es ahí, en medio de su cotidianidad, cuando comienza a relacionarse con respecto a los viajes de acuerdo a sus gustos e intereses personales mostrando las necesidades latentes y los valores ocultos de su ser, un ser humano que, en algún momento, acaba siendo turista.

El ser humano, en el momento que funge su rol como turista hace consumo de productos y servicios diseñados para las necesidades de su tiempo libre como son diversión, descanso, recreación, descubrir, conocer, experimentar, y/o como menciona Binkhorst (2008) el viajero está en permanente búsqueda de saciar unas necesidades psicológicas como son la inspiración, la autenticidad, el sentimiento de pertenencia a una comunidad, a unos valores y a un significado valioso, entre otros. En efecto, comenta Lazzari, Mouliá, Fernández, Chiodi, Chelmicki, Chiodi y Eriz (2009), las tendencias futuras indican que el turista delineará cada vez más sus propias normas de comportamiento, segmentando sus actividades y dando origen a tipologías cada vez más diferenciadas pasando de un turismo industrializado a un turismo individualizado, caracterizado por un interés creciente en la tranquilidad, el contacto con la naturaleza, la cultura y la no masificación.

De esta manera, al tratar de definir el comportamiento del ser humano como turista, se puede hacer hincapié a lo que hoy se conoce como consumo turístico, donde autores como Orgaz y López (2015), Del Barrio, López y Frías (2012) y Parvaneh, Arentze y Timmermans (2012) mencionan que factores como la edad, los ingresos, la religión, el sexo, el nivel de vida, el nivel educativo, así como el número y composición del grupo de viaje, experiencias pasadas, creencias, ideologías y sus percepciones influyen en el proceso de búsqueda de información y decisión para viajar. Por su parte, Del Barrio et al. (2012) mencionan que las personas buscan tener contacto con el medio rural buscando tranquilidad o relajación en medio de la naturaleza, sumando la búsqueda de diferentes significados al viajar como pertenencia social y el reforzamiento de identidad, además de que el turista desea disfrutar de las experiencias de ocio que le ayuden a extender sus fantasías y su placer sensorial (Marinao, Torres y Chasco, 2014), consiguiendo para sí mismos encontrar experiencias turísticas intangibles e inmateriales pero memorables donde se desarrollan sus propios sentidos y se cambie o modifique la visión de su mundo (Binkhorst, 2008; Guimarães, 2012).

En los últimos años se han experimentado importantes cambios, debido a que las personas buscan nuevos tipos de turismo en destinos diferentes, apareciendo así turistas con nuevas actitudes y necesidades, provocando que los destinos se adapten a una demanda más exigente y activa (Orgaz y López, 2015); entre ellos las personas jóvenes, quienes en su consumo turístico demandan rutas nuevas (He, Yang y Guan, 2014); saciar la necesidad de adquirir nuevas experiencias o conocimientos (Korstanje, 2010); utilizar las nuevas tecnologías e internet, ya que de acuerdo con Biz, Neves y Bettoni (2014) el teléfono celular ha causado cambios en el comportamiento del consumidor al permitir la libertad para comunicarse en cualquier momento, compartir sus emociones y experiencias, además las redes sociales se han convertido en un canal de información, donde se generan contenidos y sobre todo forman un entorno para compartir lo que se está viviendo.

La juventud de hoy en día es el resultado de las transformaciones globales y locales de los siglos anteriores. Los jóvenes atraviesan un momento de vida donde trascienden entre la madurez biológica y la madurez adulta, muestran una moratoria social¹ que les permite disponer de un capital temporal para hacerse cargo de sus estudios universitarios. Debido a

su condición socioeconómica garantiza su inserción en el ámbito universitario y además tiene posibilidades de tiempo libre para realizar actividades lúdicas, artísticas y de encontrarse con otros jóvenes (Patiño, 2009). De acuerdo con Cardoso (2005), ésta es una etapa de construcción de identidad, de definiciones, pues es un grupo social capaz de crearse a sí mismo en relación con los otros y puede construir signos, símbolos y toda una visión del mundo, es decir, una construcción social determinada, donde se afirma que los jóvenes actuales están siendo evaluados desde el consumismo, pues se vive en una sociedad que produce determinado tipo de juventud.

La práctica turística entre jóvenes se ha desarrollado de forma significativa desde los tiempos del aludido Grand Tour, jóvenes de clase elitista que recorrían el continente europeo para complementar su educación, que no estaban interesados en mezclarse con las clases populares durante su viaje; posteriormente a estos jóvenes se les comenzó a llamar turista, quienes estaban motivados e interesados en una formación artística y establecer relaciones entre la clase burguesa, esto caracterizó la formación profesional y sociocultural que se buscaba con la realización de aquellos viajes (Mazón, 2001). Por lo tanto, se considera que el propio deseo de crecimiento y desarrollo de los jóvenes en cualquiera de las esferas de su vida como la profesional, social, espiritual, económica, entre otras, los viajes han contribuido a la construcción de su propio ser y el de su sociedad, ya sea en busca de identidad, formar experiencias novedosas para su vida, encontrarse con diferente tipo de gente al habitual en su entorno cercano, crecer en conocimiento, entre otras.

Según las estimaciones del informe de World Tourism Organization (UNWTO) & World Youth Student & Educational Travel Confederation (WYSE) (2012), entre los años 2000 y 2010, el turismo joven creció desde los 136 millones de viajes internacionales hasta los 187 millones, representando el 20% del turismo global, visualizando una duplicidad en los viajes internacionales para los años venideros. Debido a dicha información es importante analizar a los jóvenes en el turismo.

Dentro del fenómeno del turismo los jóvenes impulsan un cambio positivo, invierten en las empresas turísticas locales y defienden la protección del medio ambiente, así mismo, el

turismo de jóvenes es el que más puede contribuir al sector turístico a través de la innovación, su actividad emprendedora, el frecuente uso de la tecnología y por estar conscientes de las cuestiones sociales y medioambientales que ha permitido potenciar el diálogo y el entendimiento mutuo entre las culturas (Ortega, 2012). Por ello, los efectos sociales y culturales están adquiriendo más importancia que los efectos económicos de los jóvenes al viajar pues éstos consideran los viajes como una parte esencial de su vida cotidiana en lugar de un breve escape de la realidad, ya que exponerse a diferentes culturas ayuda a los viajeros a comprender mejor sus valores culturales y sus prejuicios, y algunas veces a conocerse mejor ellos mismos, lo que, con frecuencia, contribuye a su vez a forjarse nuevas identidades (Matteucci, 2012).

En el turismo se han detectado valores desde la perspectiva ética con relación al medio ambiente en la hospitalidad, honestidad en las empresas, libertad y responsabilidad durante el desplazamiento y el respeto para las culturas visitadas (Augusto y Souza, 2013), además de los mencionados en el Código Ético Mundial para el Turismo (1999), donde de cierta manera, se idealiza la “buena” práctica turística al promover un orden turístico mundial equitativo, responsable y sostenible en beneficio mutuo de todos los sectores de la sociedad.

De esta manera, se puede percibir algunos valores e imaginarios implícitos en la literatura consultada sobre el sector turístico juvenil, por ejemplo: el interés de los jóvenes para ser los primeros en descubrir nuevos destinos; el gasto de los jóvenes más que otro tipo de turistas; el probable retorno al destino y el valor significativo a lo largo de sus vidas; menor probabilidad que el terrorismo, la agitación política y civil, las enfermedades o los desastres naturales disuadan a los jóvenes de viajar; los viajes para los jóvenes son una forma de aprendizaje, de conocer a otras personas, de ponerse en contacto con otras culturas, además que son una fuente de desarrollo profesional, un medio de superación personal y permiten a éstos formar parte de su identidad (UNWTO y WYSE, 2012).

Dado lo planteado anteriormente, se enuncia que la investigación sobre turismo juvenil es relativamente amplia y se han estudiado diversos aspectos en relación a esta práctica turística, sin embargo, se advierte un desconocimiento y vacío significativo en torno a los valores e

imaginarios desde una perspectiva sociológica con los que los jóvenes están construyendo su ethos turístico, debido a que este es el que definirá el rumbo del turismo juvenil, marcando el comportamiento y los intereses de las futuras generaciones. Dicho desconocimiento es mayor dentro del contexto social mexicano, pues se encontraron escasos artículos publicados en relación a México, entre los que se pueden mencionar trabajos sobre el ethos y el comportamiento turístico en Toluca desarrollados por Hermane (2004), Reyes y Osorio (2016) y Vallejo, Osorio, Ramírez, Nava y Franco (2013) sin embargo, en dichas investigaciones se hace referencia a la construcción del ethos de la comunidad local o del peregrino más no de turistas jóvenes en especial.

Así, esta investigación parte de la identificación de una necesidad, principalmente teórica, en torno al tema pues se indica que existe una falta de conocimiento de carácter científico que permita reflexionar sobre las vivencias que los viajes -después de haberse realizado- han dejado en la vida de los jóvenes, esto es, hay una carencia de investigaciones que, desde una perspectiva sociológica, muestre la influencia del viaje turístico en la vida cotidiana de los jóvenes sobre el sentido y significado de los viajes para las juventudes y sobre los valores e imaginarios que han surgido en ellos a partir de sus experiencias de viaje. En otras palabras, la necesidad de dicho estudio emerge principalmente del vacío de un área temática que la investigadora observa en torno al escaso conocimiento principalmente sobre los valores e imaginarios que permean en los jóvenes a partir del viaje y que han aportado en la construcción de su mundo social y por ende de su ethos turístico, desconociendo la importancia de estos para el campo turístico en la práctica, debido a que estos proyectan el rumbo del turismo juvenil.

Planteamiento del problema y formulación de objetivos

El mundo cambia constantemente por lo que todo parece ser relativo o temporal; la sociedad en general se encuentra inmersa en ello, tanto niños, adultos, personas de la tercera edad y jóvenes experimentan éste tipo de cambios a lo largo de su vida. No obstante, dichos cambios en los diferentes entornos son notorios en la etapa de la juventud. Es perceptible que los jóvenes atraviesan una complicada etapa donde están definiendo su ser, adoptan modas,

costumbres o tradiciones, identidades, creencias, profesiones u oficios, por mencionar algunos, por lo que puede manifestarse una inestabilidad económica, emocional y cultural que impacta el desarrollo social del joven. Además, causas como la desintegración familiar, conflictos en la familia, divorcios, la situación económica, deserción escolar, el alcoholismo, la drogadicción, la indisciplina entre otros factores, influyen en que el ser de un joven se vea afectado, y para el turismo esto no es ajeno debido a que el segmento juvenil es *una de las vías más prometedoras hacia un sector turístico responsable y sostenible* (Rifai, 2012: 2).

Sin embargo, de acuerdo con Monterrubio (2013), el turismo realizado por jóvenes -como cualquier otra forma de turismo- no es un fenómeno homogéneo; es decir, no todas las características (principalmente sus motivaciones y comportamientos) son iguales entre los viajeros. El autor destaca algunos estudios realizados en el sector juvenil, donde se manifiesta el comportamiento “excesivo” característico que tienen implicaciones sociales, psicológicas y fisiológicas en los jóvenes turistas; ejemplo de ellos son los *schoolies* en Australia, en Ibiza los turistas jóvenes británicos y los *spring breakers* en México, quienes son estudiantes que en temporada de vacaciones se consideran turistas jóvenes consumidores de altas cantidades de alcohol, tabaco, drogas y tienen un comportamiento sexual de alto riesgo, que muchas veces no coincide con los valores culturales tradicionales de los lugares que visitan y pone malos ejemplos a los niños.

Por otro lado, en la literatura revisada se puede observar un constructo de imaginarios encaminados en dos ejes; por una parte, los imaginarios provistos por las imágenes de los destinos turísticos mediante propaganda difundida por algún medio de comunicación, por ejemplo, Forsey & Low (2014) comprueban que la imagen del canguro alojado en los imaginarios de los jóvenes de intercambio fue producido por el marketing difundido de Australia; y por la otra parte, el imaginario como un constructo social, por ejemplo, Hiernaux (2009) relata los imaginarios del turismo residencial albergado en los dueños de segundas residencias gracias al deseo del contacto con la naturaleza y al escape de la ciudad.

En torno a este último y a una perspectiva sociológica de valores, se considera necesario indagar a profundidad sobre el tema bajo la lógica de qué valores e imaginarios conforman

el perfil turístico de los jóvenes, por lo que se planteó como problema: ¿Cuáles son los valores e imaginarios de los jóvenes con respecto al viaje turístico?

Cabe señalar que se tomó como muestra de población un grupo de jóvenes radicados en la Zona Metropolitana del Valle de México, todos estudiantes de nivel licenciatura del Centro Universitario UAEM Texcoco (CU UAEM Texcoco). Dicha propuesta, se prevé pueda ser utilizada en la gestión y monitoreo del comportamiento y las implicaciones del turismo juvenil, marcar tendencias de las nuevas generaciones en la práctica turística y en el conocimiento de los intereses de los futuros consumidores e intencionalidades subjetivas y simbólicas para la realización de viajes turísticos, pues los jóvenes definirán la conducta turística del país en los próximos años, no solo por su consumo sino a partir de las pautas de su comportamiento sociocultural. Por ello, identificar y conocer el ethos de las presentes generaciones jóvenes puede llevar a conocer los fenómenos que surgen a partir del contacto con los viajes turísticos en el mundo contemporáneo.

Dicha investigación emergió, como anteriormente se mencionó, del vacío de un área temática en torno al conocimiento sobre la influencia del viaje en la vida de una persona, por lo que se busca además contribuir de manera científica sobre el sentido común y el significado de los viajes para las juventudes. Por lo tanto, se planteó como **objetivo general**:

Analizar los significados del viaje turístico en los jóvenes universitarios a través del caso de los estudiantes del Centro Universitario UAEM Texcoco, para la distinción de sus valores e imaginarios.

Para responder a éste objetivo es necesario apuntalar hacia los siguientes **objetivos específicos**:

- Identificar el perfil de los jóvenes universitarios del CU UAEM Texcoco respecto al viaje turístico, y construir una tipología a partir de sus motivaciones.
- Distinguir los valores de los jóvenes universitarios del CU UAEM Texcoco, para la identificación de su ethos turístico.

- Interpretar los imaginarios turísticos dominantes en los jóvenes universitarios del CU UAEM Texcoco.

Para dicho estudio, se propuso analizarlos desde un paradigma interpretativo y en concreto fenomenológico, con base en la teoría sociológica de Alfred Schütz, interpretando el papel que juega el sujeto en la construcción de la realidad social. Schütz (1995) articula una sola intuición en el descubrimiento en su cabal profundidad de las presuposiciones, estructura y significación del mundo del sentido común o el sentido del mundo de la vida cotidiana, ese mundo del ejecutar diario en que se nace, dentro de cuyos límites se desenvuelve la existencia humana, y que solo se trasciende completamente al morir, pues aunque el individuo define su mundo desde su propia perspectiva, es, no obstante, un ser social, enraizado en una realidad intersubjetiva que le permite construir el mundo social, un mundo descifrado mediante tipificaciones, categoría base para esta investigación. Así entonces, con el propósito de conocer los valores e imaginarios para poder construir el significado entorno al viaje turístico, se apunta al nivel 1 del análisis social de acuerdo a Harrison (2007), en el nivel de la interacción. De esta manera, el trabajo se estructura por un total de cuatro capítulos, los tres primeros muestran el trabajo de gabinete que consiste en la revisión de literatura y documentos sobre el turismo juvenil, características y comportamiento del turista, mientras que el último da a conocer los hallazgos del trabajo de campo.

El primer capítulo lleva por título *Fundamentos Teóricos- Conceptuales*, dentro de él se amplían temas sobre ethos como categoría nodal de la investigación, junto con valores, imaginarios y viajes turísticos como conceptos base para involucrar al lector con los términos y planteamientos desarrollados a lo largo de la investigación. En el segundo capítulo, titulado *Contexto*, se hace referencia al entorno de los sujetos de estudio, haciendo énfasis principalmente en las condiciones geográficas, sociales y educativas de los jóvenes. En el tercer capítulo, llamado *Metodología*, se expone el cuadro metodológico y el procedimiento utilizado durante la investigación de campo, haciendo énfasis en los métodos mixtos que refuerzan estudios cualitativos con métodos cuantitativos.

En el cuarto capítulo, se reportan los hallazgos de la investigación cuantitativa y cualitativa, consecutivamente. Por ello, el capítulo se subdivide en tres apartados: el primero, titulado

Perfil turístico de los jóvenes, muestra las características sociodemográficas y de viaje de los alumnos, como resultado se revelan los principales perfiles de viaje encontrados en este grupo de jóvenes. El segundo, *Significados del viaje turístico en los jóvenes millenials de México*, es un artículo realizado con los resultados de la investigación cualitativa, en el que se exponen los valores de los jóvenes desde la perspectiva sociológica, concluyendo con la propuesta tipológica del ethos turístico de los sujetos de estudio: ethos tradicional y ethos liberador. El tercer apartado, titulado *Los imaginarios turísticos de los jóvenes en México*, da cuenta del artículo elaborado a partir de las entrevistas y se concreta con tres imaginarios percibidos en los jóvenes: la unión familiar, el placer de la libertad y el encuentro con el mundo y con sí mismo.

Finalmente, se encontrará un apartado de conclusiones y propuestas. En dicha sección se hace énfasis en las respuestas a los objetivos planteados dentro del estudio y algunas oportunidades para investigaciones futuras.

Capítulo I

Fundamentos teórico-conceptuales

1.1 Fundamentos conceptuales

1.1.1 Ethos

El vocablo griego *ethos* ha sido abordado por un gran número de autores desde diferentes perspectivas, particularmente por la filosofía, como lo afirman Boff (2001), Nebbia (1991), Gonzáles (2007), Lalive (S/A), Husu y Tirri (2007), aunque también han sido relevantes las aportaciones desde la sociología, la psicología y la antropología.

De la información revisada, se aprecia que de la palabra *ethos* hay dos principales vertientes con las cuales se ha entendido; Boff (2001) relata que *ethos* -en el alfabeto griego- con eta “e- larga” significa morada, y *ethos* con épsilon “e-breve” significa costumbres y tradiciones. Nebbia (1991), menciona que el término *ethos* conserva en su traducción del alemán al inglés la “th”, tal como ocurre en la palabra *ethics*; ello da a entender que se refiere a algo más básico y general en su raíz misma: el sentido de que fundamente no sólo un sistema moral, sino una concepción de la vida y del actuar humano; se alude, de esta manera, a algo que forma parte esencial de una cultura, a un cuerpo de creencias religiosas que se trascienden a sí mismas, dando sentido de alguna forma a los valores seculares de dicha cultura.

Parafraseando a Escobar (2000), Gonzáles (2007), Sanabria (1990) y Sartre (1998) parece ser que el primero que usó la palabra *ethos* fue el poeta Homero, pues él lo entendía como en su origen más arcaico que significa (con eta, la “e” larga del alfabeto griego) *morada, guarida, residencia o lugar* donde se habita de los animales, y que sólo más tarde, por extensión se refirió al ámbito humano, conservando, de alguna manera, ese primer sentido de *lugar de resguardo*, de refugio o protección; de *espacio vital* seguro, al cubierto de la *intemperie* y en el cual se acostumbra *habitar*.

Es decir, la *morada*, que es el abrigo permanente de los animales como el establo y de los seres humanos, la casa; en el ámbito de la totalidad de la naturaleza, el ser humano delimita una parcela y se construye en ella una morada. La morada le hace echar raíces en la realidad,

le da seguridad y le permite sentirse bien en el mundo. Esta morada no viene dada de antemano por la propia naturaleza, sino que es construida mediante la actividad humana. Ésta -se puede decir que- es la obra de la cultura. Así la morada debe ser cuidada y reformada constantemente, hay que adornarla y mejorarla día a día. Dicho con otras palabras, el ethos no es una realidad acabada, sino que es algo abierto, que siempre ha de ser hecho, rehecho y cuidado, como suele suceder con la morada humana.

Además comenta Boff (2001), que para Platón el centro del ethos -morada- fue “el bien”, pues sólo éste permite que se alcance el fin, que consiste en sentirnos bien en casa. Y si se siente bien en casa de algún modo se dispone de un ethos, pues se realiza el fin anhelado cuando se crean mediaciones adecuadas, como hábitos, estilos de vida, normas y maneras constantes de obrar. Mientras, para Aristóteles, el centro del ethos -morada- fue “la felicidad”, no en el sentido subjetivista moderno, sino en sentido objetivo, como situación de autonomía vivida en el nivel personal y social, pues se puede traducir esta felicidad/autonomía como la autorrealización del ciudadano en su dimensión personal y social. Éste fin, la autonomía, se alcanza a través de mediaciones como pueden ser los hábitos, las virtudes y las instituciones jurídicas, que son los caminos concretos de la autorrealización personal y social.

En efecto, el ethos según la tradición griega, implica una serie de costumbres adquiridas por hábito y no son innatas, pues el ethos significa una conquista del hombre a lo largo de su vida. En ese sentido se dice que el ethos constituye una segunda naturaleza pues se trata de un conjunto de hábitos de los cuales el hombre se apropia, y va modificando su naturaleza.

Por ello, Gonzáles (2007) dice que el sentido de “habitar” o “morar” esta ciertamente entrañado en el ethos humano: remite a la idea esencial de “morada interior”. El ethos es *lugar humano de seguridad* existencial (autarquía). Aunque también lo significativo es que se trate de un lugar acostumbrado, habitual, familiar. De ahí que ethos (con “e” breve, la épsilon del alfabeto griego) designa las costumbres, usos, tradiciones, carácter o modo de ser (Según Nebbia 1991, Boff 2001, Sulmasy 2013, Sanabria 1990, entre otros), esto es, el conjunto de valores y de hábitos consagrados por la tradición cultural de un pueblo. Pues

remite a una forma habitual de comportamiento. Y de ahí también su asociación a un término casi idéntico que significa explícitamente hábito o costumbre; y que, como se sabe, corresponde al concepto latino de *mos moris*: (hábito, costumbre), de donde proviene “moral”, y asimismo corresponde a *mores*, que significa también carácter. *Moralis* es, así mismo, el termino con que Cicerón traduce *ethikós*.

Por lo tanto, ethos como conjunto de los medios ordenados a un fin (el bien/la autorrealización) se traduce en el espacio cultural latino y moderno por “moral”. Moral (*mos, moris* en latín) significa, exactamente, las costumbres vigentes, los hábitos consagrados y los valores comunes de una determinada cultura. Como son muchos y propios de cada cultura, estos valores y hábitos fundamentan diversas morales. De aquí se desprende que el “ethos/moral” siempre va en plural, mientras que el “ethos/casa”, siempre en singular.

Estas morales, de acuerdo con Boff (2001), no quedan invalidadas, pues determinan valores, normas y prácticas del ser humano en su articulación existencial, social y ecológica concreta. Todas ellas han nacido de la reflexión humana sobre el ethos, que es de naturaleza universal. Por lo que el ethos configura la actitud de responsabilidad y de cuidado ante la vida, la convivencia social, la preservación de la tierra, cada uno de los seres que existen en ella y la identificación de un sentido último y definitivo del universo. Éste ethos que se puede decir básico, se traduce en morales vinculadas a lo regional y a lo cultural y, por ello mismo, con una validez limitada a lo regional y a lo cultural.

Por ello, según Sanabria (1990) dice que sin duda, la aceptación más conocida y difundida del vocablo ethos se presenta a partir de Aristóteles, ligado a un conocimiento llamando ética. Según éste concepto, ethos significa temperamento, carácter, hábito, modo de ser. De acuerdo con el significado etimológico, ética sería una teoría o un tratado de los hábitos y las costumbres. Pues González (2007) alude que para Aristóteles, ethos-carácter deriva (*periginethai*) del ethos-hábito, en el sentido de que el carácter “es fruto” del hábito.

González (2007), de la misma forma dice que tras el significado más común y simple del ethos como “segunda naturaleza” o “naturaleza moral”, resuena al mismo tiempo

significados esenciales tales como: la morada interior; el hábitat espiritual del ser humano (su horizonte espacio-temporal); el modo de ser “habitual”; la cualidad del vivir; la “forma de ser”; la disposición o actitud ante el mundo y ante los otros; “el carácter” del hombre: su libertad misma: su ser ético. De ahí que varios autores deriven de la palabra *ethos* el término ética; que según Gutiérrez (1995), ética se entiende como la ciencia que estudia la bondad o maldad de los actos humanos, y es racional y normativa.

Por otra parte, de acuerdo con González (2007), “hábito” como una acción continuada o reiteración de una conducta (*habituare*), el *ethos* remite, no solo a un lugar o espacio sino también al tiempo. Es un modo habitual, continuo, de comportarse de ser en el tiempo; forma de estabilidad y persistencia temporal. Aunque quizá sea más preciso decir que en el *ethos*, en particular, se expresa de manera eminente en la condición espacio-temporal del hombre.

Además, el autor dice que de esa idea de “consistencia” existencial derivaría la noción esencial del *ethos* como “carácter”, en el sentido literal de modo de ser, disposición (*carácter moral, modo ético de ser*). En tanto que disposición o actitud es forma de estar ante el mundo, ante los otros: forma de relación (*de recibir y dar*). El *ethos* hace patente la condición “relativa” del hombre (su ser en relación). Asimismo, el *ethos* revela que el ser para el hombre es, en efecto, “modo” o “manera” o “forma de ser”, cualitativamente diferenciada; el “cómo” del vivir humano resulta determinante del propio ser. Y el *ethos* revela también que la “manera de ser” depende de una acción (hábito) y, por tanto, no es algo dado, sino creado, generado por la propia acción (*ethos* se opone, en éste sentido a *physis* y a *pathos*: a la mera naturaleza y al mero “padecer” o a la simple “pasión”). El *ethos* sin duda lleva la idea de estabilidad, consistencia, persistencia, fidelidad a sí mismo e “identidad” temporal, pero también acción.

El *ethos* implica también dinamismo, movimiento; el *ethos*-hábito no es inerte, sino al contrario, es actividad permanente, libre creación y recreación, libre renovación de sí mismo, desde sí mismo, como se mencionó anteriormente (González, 2007). Es praxis y es poiesis, es decir que, es práctica y se genera. De ahí que –suele reconocerse por algunos investigadores- la idea más aproximada al significado del *ethos* sea la de “segunda

naturaleza”. El ethos es ciertamente nueva naturaleza, naturaleza libre, naturaleza moral, creada “sobre” la “primera” naturaleza (“natural”, originario: la *physis*), a partir de ella. Pero es a la vez “naturaleza”, forma definida y determinada de ser. El ethos, en efecto, sobrepasa, trasciende permanentemente la mera naturaleza creando un nuevo orden de “necesidad”, un nuevo “destino”; es, paradójicamente, forma libre de *fatum* o destino. Y la paradoja se acentúa si se incide en lo inverso: que el ethos no es naturaleza ni destino en el sentido de algo dado e inmutable. Consiste él mismo en un perpetuo emerger desde sí mismo; es “arte” moral, y como todo arte, obra de esfuerzo continuado, “disciplina”, perseverancia. Es una “práctica” cotidiana como la de cualquier artista. Tiene la “naturalidad” del arte auténtico. El ser humano es – como afirma Aristóteles- “padre” y a la vez “hijo” de su propio carácter o ethos. En el ethos se funden la naturaleza y la libertad; es la liberal “sobre-naturaleza” humana, clave misma de la ética: libre y necesaria, necesaria y libre, al mismo tiempo. El ethos coincide con el misterio del hombre.

De la misma forma, alude Gonzáles (2007) y Boff (2001), que cuando Heráclito afirma así que “el ethos es para el hombre su daimon”, está afirmando ciertamente que “el carácter es para el hombre su destino”. El daimon remite sin duda a la idea de “destino”, de lo necesario y fatal, y en este sentido de la divinidad o semi-divinidad de la cual depende tal destino o “fatalidad”. El daimon socrático sería esa voz interna o “superior” que dirige la vida ética. Y en general, el daimon remite también a la idea de lo intermedio entre dioses y hombre; se relaciona con el “demiurgo”. El ethos confirma la condición “intermedia” del hombre. Lo decisivo es que el fragmento heracliteano toca ciertamente la paradoja esencial: que la “libertad” sea para el hombre su “necesidad” (su *fatum*). Y a la inversa: que su destino sea la libertad. Y “destino”, también como meta o finalidad última (*telos*). Los fines éticos son ciertamente, meta propia de la vida humana. Pues el daimon es, asimismo, “genio bienhechor” y remite, en última instancia, a la eu-diamonía: la felicidad. El ethos es, para el hombre, eudaimonía. Es decir, su conciencia interior, la voz que pronuncia el “sí” y el “no” del mundo del valor.

Por lo que, según Sanabria (1990), mediante actos y hábitos se va configurando el ethos humano. Donde, de acuerdo con Mora (citada en Nebbia, 1991), cada hombre construye su

ethos del ethos de lo social, pero al mismo tiempo, tarde o temprano, se descubre en contradicción con el ethos social; como plantean J.S. Mill, A. Comte o Max Weber (citados en Nebbia 1991), que la tarea de adaptar al individuo a su sociedad ha sido el fin principal de un ethos que expresa, ante todo, los sentimientos de una clase. Por ello, a su vez, la morada humana (el ethos en su sentido original) exige recuperar la justicia mínima, la veneración sagrada y la compasión necesaria, sin las cuales la morada humana no es humana porque ha dejado de ser habitable. Pues sin esa justicia, cualquier proyecto de felicidad se vuelve cínico.

Por otra parte, Nebbia (1991) menciona que en el mundo moderno, el ethos toma cuerpo como proceso de secularización que posibilita la transición de las sociedades patriarcales, rurales y cerradas, a sociedades industrializadas, urbanas y profanas. Sin embargo, el ethos surge como un híbrido –entre la razón y los sentimientos–, que tiende a suplantar aquellos valores religiosos perdidos por las convulsiones de la transición.

De ésta manera, el ethos puede captarse a través de manifestaciones objetivas presentes en las diversas interrelaciones humanas. Ya que las principales dimensiones de la existencia de un ethos cultural secularizado está en que hay ethos presente en todas las acciones del llamado “sentido común” de una sociedad, en las acciones frente a la verdad, en el sentido de la cooperación o lucha, ante el placer y el dolor, en la sensibilidad y creatividad artística de un pueblo, en toda la actividad productiva, en la misma sociabilidad del “nos” y ante “los otros”, en la misma actitud y conducta frente a la vida y la muerte. Así mismo, el autor dice que los ethos operantes, que pueden ser heredados o mutados, dan sentido a los comportamientos de cada nueva generación de actores sociales. Otro de los teóricos sobre el ethos -y que hablaremos de él más adelante- es Lalive de Epinay, quien muestra con el ejemplo del “relato de Claire”, como pueden ser analizados dichos fragmentos de vida.

En el contexto de México, Nebbia (1991) en su obra, concluye con el ejemplo de un ethos mexicano, donde se aprecia que hay un ethos con raíces indígenas, que es católico heredado y no actualizado pero posteriormente será desmantelado por la modernización secularizada y por la anglosajonización de la cultura utilitarista y pragmática, que interviene en lo público y en lo privado, además que es ambivalente culturalmente. Sin embargo, concluye que el

ethos fundamental para las nuevas generaciones es que será de un renovado pensamiento humanista, de un conjunto de aportaciones provenientes de las ciencias humanas y las artes, de los avances tecnológicos y de las ciencias exactas, tendrá tendencias democratizantes de la sociedad civil y de una nueva política, habrá presencia de nuevos orientadores espirituales que pudieran impulsar una verdadera reforma moral y religiosa.

1.1.1.1 Tipología conceptual del ethos

A partir de lo expuesto en el apartado anterior, se pueden distinguir cuatro conceptualizaciones sobre el ethos:

a) Ethos como “morada”

- Es el lugar que el hombre alberga en sí mismo, el lugar de la referencia a la propia intimidad y al exterior, por lo que el ethos es el fundamento y la fuente de todos los actos humanos. (Heidegger en Sanabria, 1990).
- Morada o guarida. (Liddell y Scott 1968 en Gonzáles, 2007)
- Es el núcleo cultural interno- externalizado de una determinada sociedad. (Nebbia, 1991).
- El ethos del hombre es el ser. (Heidegger en Sanabria, 1990).

b) Ethos como “ética”

- El ethos es para el hombre su daimon. (Heráclito en Gonzáles, 2007 y Boff, 2001).
- Es un crisol de valores, sentimientos y vivencias colectivas, ofreciéndose como un principio moral que se posee, indiscutiblemente, una importancia de primer orden en la praxis de los sujetos. (Nebbia, 1991).
- Ethos es credibilidad. (Aristóteles, en Higgings y Walker 2012).
- Es ética, una realidad en el orden de los fines: vivir bien, habitar bien. No tiene que ver con unos fines cualesquiera, sino con los fundamentales (como el vivir bien), con valores imprescindibles (como defender la vida, especialmente del indefenso), con principios que fundan acciones (dar de comer al hambriento, etc.). (Gutiérrez 1995, Nebbia 1991 y Boff 2001).

c) Ethos como “comportamiento”

- El ethos implica el desarrollo del carácter, que conforme a las necesidades espirituales de una persona éste puede influir en las decisiones éticas determinando sus actos morales y formando sus convicciones morales. (Sulmasy, 2013).
- Temperamento, carácter, hábito, modo de ser. (Aristóteles en Escobar, 2000).
- Conjunto de hábitos y maneras de ser del hombre, en su sentido no natural. (Escobar, 2000).
- Costumbre o uso. (Ernouid y Meillet 1985 en Gonzáles, 2007)

d) Ethos de manera más abarcadora e integral.

- El ethos es el alma y universo simbólico contenido en lo que una cultura étnica, al interior de una circunscripción territorial, reivindica como suyo. El ethos se cristaliza en una ética, normas de conducta, valores y en una concepción del mundo que se encuentra difundida en la vida cotidiana, en lo público y en lo privado, modelando el espíritu de una época, el gusto, moral, costumbres, principios religiosos, políticos e intelectuales de los miembros de una cultura. (Nebbia, 1991).
- Conjunto de las intuiciones, valores y de los principios que orientan las relaciones humanas con la naturaleza, con la sociedad, con las alteridades, con uno mismo y con el sentido trascendente de la existencia, Dios. (Boff, 2001).
- Ethos se refiere a la personalidad o carácter proyectada por una persona incluyendo su credibilidad y confiabilidad, además incluye la experiencia, la autocrítica y la apelación a la inclinación para tener éxito. (Higgins y Walker, 2012).
- Es el conjunto de creencias, valores, normas y modelos que orientan el comportamiento, es el núcleo de una cultura cuando caracteriza una sociedad, un grupo o una institución; que incorporado a un individuo, éste constituye su identidad socio-cultural. (Lalive d'Épinay, 1990).

Para la presente investigación se retoma la última de las concepciones enunciadas, es decir, el ethos integral, en el cual se identifican creencias, valores, normas y modelos de comportamiento, partiendo del supuesto que la sociedad construye su identidad socio-

cultural mediante la intersubjetividad impregnada en los individuos que la componen, aunque en esta ocasión sólo se analiza como punto de partida sobre las creencias (imaginarios) y los valores, debido a la profundidad en el análisis buscada en esta investigación.

1.1.2 Valores

La palabra valor viene del verbo latino *valere*, que significa estar sano, ser fuerte (Rodríguez 1992). Münch (2015) menciona que el valor es una cualidad que le concede a la persona su carácter humano, es decir, los valores son principios que impulsan y orientan la actitud y la conducta del ser humano, ya que son estos los que proporcionan un sentido de vida que es fundamental en la existencia, además los valores determinan la forma de ser y de actuar de los individuos frente a diversas situaciones, pues son los principios que guían los actos además que permiten pensar y actuar como seres humanos, por ello, la enseñanza de la ética ha utilizado primordialmente el concepto de valor (Gutiérrez, 1995). Así mismo, Rodríguez (1992) cita algunas definiciones como:

- Valor es todo lo que favorece el desarrollo y la realización del hombre como persona
- Valor es algo deseable y estimable para una persona o para un grupo de personas
- Valor es una cualidad o calidad que percibimos en un objeto o en una persona y que nos puede completar y perfeccionar
- Valor es algo digno de ser buscado por alguien
- Valor es una cualidad de las cosas o personas, que corresponde a alguna necesidad del ser humano
- Valor es una cualidad de las cosas o personas, que corresponde a alguna necesidad del ser humano
- Valor es una cualidad positiva atribuida a un objeto o sujeto
- Valor es, en sentido objetivo, la cualidad positiva, la utilidad o la importancia que supone un objeto, y el sentido subjetivo es el interés, el aprecio, la aceptación que tiene para la persona dicho objeto
- Valor es el grado de excelencia de una persona o cosa

En los valores existen elementos cognoscitivos, afectivos, conativos o volitivos y operacionales. Las opiniones se han polarizado hacia dos posturas extremas: la objetivista, que define los valores como cualidades de las cosas; y la subjetivista, que ve en ellos actitudes de las personas.

Algunos valores parecen depender de hechos culturales, tales como gustos y modos, también lo es que otros están enraizados en la naturaleza y otros más dependen de la peculiar textura psicológica del algunas personas. Por lo tanto, es más valioso una cualidad de ese algo que ese algo en sí mismo (Figura 1). Dentro de la sociología los valores son estudiados debido a que, por la existencia y funcionamiento de éstos se mantiene la cohesión social, logran un entendimiento en la conducta y generan un ethos compartido que permite la certeza en el funcionamiento de la vida cotidiana. Por ello, con base en Sandoval (2007), en este estudio se toma el concepto de valor desde una perspectiva sociológica ya que se considera es la cualidad de un objeto determinado que lo hace de interés para un grupo o individuo, su realidad se encuentra alojada en la mente humana y se manifiesta a través de su opinión.

Figura 1. La cualidad del valor

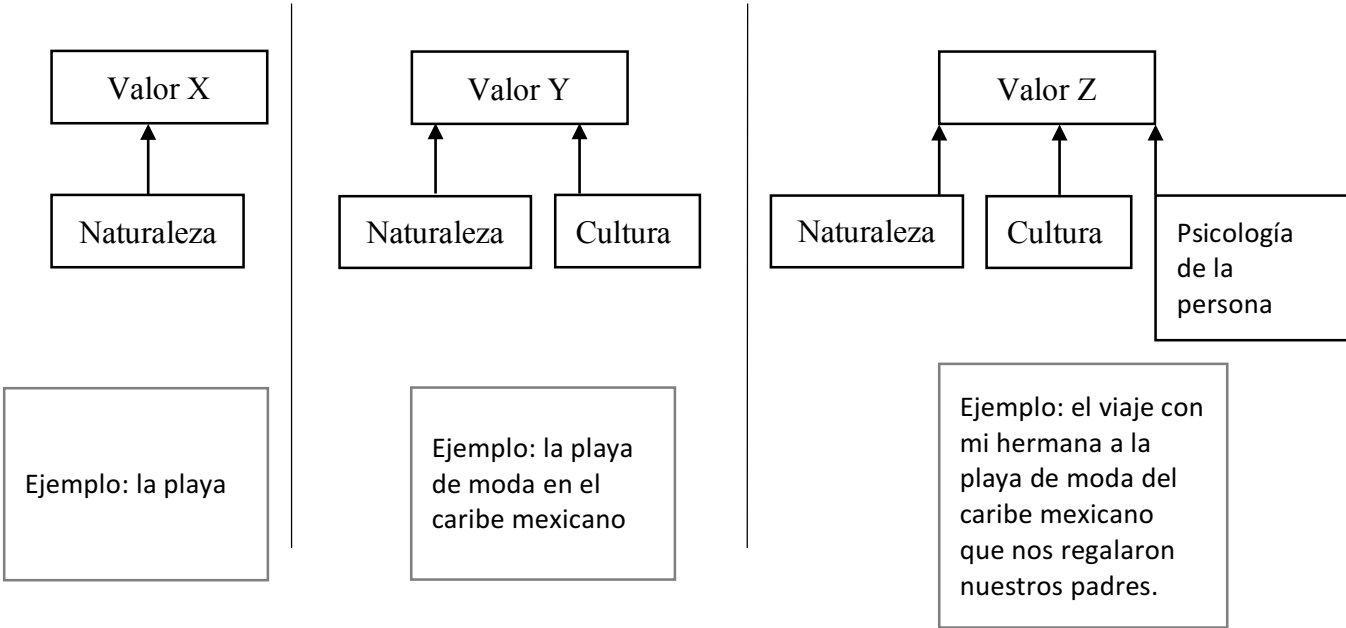


Figura 1. La cualidad del valor. Fuente: Elaboración basada en Rodríguez, 1992.

Como se aprecia en el último análisis de la figura 1, los valores responden a necesidades humanas tanto sociales como emocionales, pues la persona se va realizando gradualmente por medio de los valores, que van marcando el sentido de la vida individual y del devenir social, o también, su ausencia señala el sin sentido. Algunos otros valores existen en la bipolaridad de “valor-antivalor”, por ejemplo: amor-odio, justicia-injusticia, verdad-falsedad; pues entre los dos polos opuestos se dan diferentes grados y matices (Rodríguez, 1992).

Algunos criterios adoptados para establecer categoría o jerarquía en los valores son: a) Durabilidad: los valores pueden estar o dejar de estar presentes durante el transcurso de la vida. b) Integralidad: cada valor es una abstracción íntegra en sí mismo, no es divisible. c) Flexibilidad: los valores cambian con las necesidades y experiencias de las personas. d) Satisfacción: se genera satisfacción en las personas que los practican. e) Polaridad: todo valor conlleva un contravalor. f) Jerarquía: hay valores que son considerados superiores y otros como inferiores, además las jerarquías de valores no son rígidas ni predeterminadas. g) Trascendencia: los valores dan sentido y significado a la vida humana y a la sociedad. h) Dinamismo: los valores se transforman con las épocas. i) Aplicabilidad: los valores se aplican en las diversas situaciones de la vida. Finalmente, j) Complejidad: los valores obedecen a causas diversas, requieren complicados juicios y decisiones (Sandoval, 2007).

De acuerdo al mismo autor, el proceso de valoración del ser humano incluye una compleja serie de condiciones intelectuales y afectivas, que requieren toma de decisiones, estimación y acción, y estas se expresan mediante creencias, intereses, sentimientos, convicciones, actitudes, juicios de valor y actos; los valores son producto transformaciones por lo que pueden cambiar o desaparecer a lo largo de distintas épocas, ya que surgen con un significado especial, que los nutre de elementos afectivos de acuerdo a cada persona. Por lo tanto un conjunto de valores es un sistema vivo, extremadamente complejo, siempre expuesto a los cambios, por lo tanto muy difícil de estudiar, puesto que los valores no son principios eternos, impersonales, existentes desde el principio de los tiempos. Ellos son, en última instancia, creados y anunciados por personalidades que marcan o por instituciones históricamente situadas, que pueden ser llamados productores de valores o productores de sentido (Sandoval, 2007).

1.1.3 Imaginarios

Los imaginarios pueden ser entendidos como mundos de creencias, ideas, mitos e ideologías que constituyen un patrimonio de ideas y de imágenes mentales acumuladas, recreadas y tejidas en una trama, por parte del individuo en el curso de su socialización pues estas construcciones de sentido se realizan en diálogo e interacción con otros, es decir, intersubjetivamente, y valiéndose de herramientas socialmente construidas, como es el lenguaje (Vedrine, Lindón citadas en Lindón y Hiernaux, 2012).

Los imaginarios se vuelven una fuerza actante que desencadenan actitudes e intervenciones directas de las personas en su hacer diario (Hiernaux 2009), debido a que están profundamente arraigados y derivados de las primeras e íntimas experiencias de vida (Gravari y Graburn 2012). Por ello, los imaginarios han sido estudiados desde la perspectiva social dado la transformación continua de la realidad pues *lo imaginario mide la intensidad de la vida social* (Augé 1998: 130).

Una ciudad puede tener una existencia imaginaria debido a la colectividad, complementación y la relación que entretejen los ciudadanos ofreciéndoles una existencia simbólica que le da sentido a la ciudad. Ese sentido social es la condición mínima y necesaria para que puedan desarrollarse los procesos imaginarios de forma metafórica del arte, de la novela o de la poesía o también, para que sean apreciados por todos y reconocidos como seductores y no desprovistos de sentido; por ello el turismo va de la mano con la idea de imaginar un lugar y lo que podrán hacer en él, pues es más probable que atraiga esto que la realidad misma de aquel lugar (Augé, 1998).

1.1.3.1 Imaginarios turísticos

Los imaginarios turísticos provienen de los estudiados imaginarios sociales. En dicha especificación se alude al entorno del fenómeno del turismo, es decir, el imaginario turístico es un esquema mental en un proceso continuo elaborado por la capacidad dinámica de la

imaginación que crea, recrea y proyecta imágenes simbólicas que guían, y anticipan las prácticas y experiencias de los involucrados en el sistema turístico (Fuentes, 2016).

Mazón (2013), comenta que a pesar de que las actividades desarrolladas en ciertos lugares turísticos señalan las experiencias más valoradas por ciertos turistas como beber cerveza, quemarse al sol, etc. Aunque no todos actúan en sus viajes turísticos de esta manera pero en el imaginario popular se ha creado esta imagen, al igual que muchos extranjeros –en el caso de España- tienen a los españoles como toreros y bailadoras o que es un país que no supera el perfil de la siesta, la sangría y la tortilla. Es verdad que el turismo trae nuevos aires, aires de libertad y de independencia económica, pero las consecuencias de la práctica turística están largamente ligadas a los valores y a los modelos culturales y sociales de las poblaciones en contacto. De esta forma la transmisión de modelos de comportamientos occidentales desarrollados engendra efectos completamente diferentes en una sociedad agraria o en otra sociedad industrial donde el autor comenta que el ciudadano urbano se adapta mejor que los que habitan en el medio rural.

En el análisis realizado en Australia, Forsey y Low (2014) demuestran que la imagen del canguro es uno de los imaginarios que la promoción se ha encargado de difundir de este país. En Brasil, Gomes (2013) comenta que la imagen erótica de la mujer ha sido estereotipada como prostituta y es usada para atraer al turismo creando un imaginario hipersexualizado. En Portugal, Cadavez (2015) critica el propósito ideológico de proyectar a ese país como un país ideal para el turismo. También se identifica otra línea de estudio vinculada con el análisis territorial, con trabajos como los de Berthier (2013) y Goycoolea (2008), con el tema de la configuración urbana; y el de Enríquez y Robles (2014) sobre la expansión de lugares residenciales turísticos en Roses, Cataluña.

Por ello, se dice que en el campo de estudio del turismo, los imaginarios han sido estudiados predominantemente vinculados al *marketing*, sin embargo, también se han estudiado desde una perspectiva fenomenológica.

En México, los imaginarios turísticos han sido estudiados por autores como Hiernaux (2009 y 2015), Zamudio (2012), Colín (2013), Sánchez y Santamaría (2015), López y Valverde (2016), y Osorio, Monge, Serrano y Cortés (2017). La aportación más destacada es sin duda la de Hiernaux, quien ha identificado los imaginarios dominantes del turismo: el regreso a la naturaleza, la playa y el heliotropismo, la buena vida, la competencia y la ciudad como lugar “exótico” (2015: 80-91). Los estudios en México han seguido un corte más fenomenológico que de mercado, indagando sobre la configuración de los imaginarios en cierto tipo de turistas para comprender sus motivaciones de desplazamiento y sus diferencias con las comunidades locales.

1.1.4 Viajes turísticos

Los términos turismo y viaje simulan ser sinónimos ya que normalmente se utilizan para referirse a actividades humanas y empresariales asociadas con uno o más aspectos del desplazamiento temporal de personas fuera de sus comunidades de residencia y ambientes de trabajo diario por motivos de negocio, placer y razones personales (Chadwick 1994 citado en Monterrubio 2011: 56). Por lo que, frecuentemente son utilizados de forma indistinta tanto en la vida cotidiana como en el campo académico, pues ambos hacen referencia al desplazamiento del individuo de un lugar a otro, pese a que el viaje sólo sea una parte esencial de lo que hasta el momento se conoce del turismo pues señala Monterrubio (2011) que todo turismo implica viaje, pero no todo viaje implica turismo; talvez aquí la diferencia entre viaje y viaje turístico.

Si bien es cierta la existencia de distintas definiciones y concepciones sobre el viaje, algunos autores sintetizan a éste como el simple desplazamiento a algún lugar, mientras que al viaje turístico como todo desplazamiento espacial y temporal fuera del lugar de residencia por motivos de descanso, placer, negocios u otros motivos por más de 24 horas y menos de un año que implican necesariamente un retorno al hogar, pues éste marca el final del viaje turístico (Korstanje, 2015), o bien como una forma de disfrute, una práctica que se lleva a cabo de manera voluntaria y recreativa, como manifestación de ocio durante el tiempo libre y en un espacio de vida no cotidiano (Osorio 2007).

Mazón (2013) señala que cuando se viaja, se hace con todo lo que el ser humano conlleva en sí mismo, es decir, la edad, cuerpo, condiciones económicas, culturales, sociales, familiares y otros dentro de los cuales seguramente se encuentra la mente, ya que Urry (2002) hace mención a tres tipos de viaje que el ser humano puede realizar: el corporal, virtual e imaginario. El primero de ellos se hace mediante el desplazamiento de forma física a algún lugar y el virtual e imaginario a través de imágenes en la televisión, internet, etc. que trasladan al ser humano a un estado contemplativo interno a aquel lugar que su vista percibió en un primer momento; cuestión que para Marc Augé (1998) es significativo pues señala que el viaje se ha convertido en la persecución de vivencias de realidades imaginarias donde no se buscan realidades nuevas sino escenarios previamente codificados impuestos hegemónicamente a la sociedad a través de sus propias condiciones antes mencionadas.

Como se ha marcado a lo largo de esta investigación, se hará alusión a los viajes turísticos realizados en el sector juvenil. Según la UNWTO & WYSE (2012) los jóvenes realizan distintos tipos de viajes entre los cuales están los viajes educativos, viajes de prácticas, por años sabáticos, por experiencia laboral para trabajar en el extranjero, visitar amigos y familiares, por voluntariado, por aprender lenguas e idiomas, por aventura, de ocio, culturales, sociales, deportivos y de salud. Por lo que la tipología en relación a los viajeros, explorada por dichas organizaciones, va enmarcada por los mochileros, los jóvenes que trabajan en vacaciones, jóvenes exploradores que viajan solos o con amigos y jóvenes en pareja.

1.2 Fundamentos teóricos

1.2.1 La sociología fenomenológica de Alfred Schütz.

La teoría sociológica, según Ritzer (1997), es un vasto sistema de ideas acerca de cuestiones con crucial importancia para la vida social, por ello, la presente investigación partirá del

paradigma interpretativo, en concreto, de la corriente fenomenológica. Pues se tiene como sustento teórico fundamental la sociología de Alfred Schütz¹.

Schütz abstrae pensamientos correspondidos de sus antecesores Max Weber y Husserl, quienes le dieron un panorama para comprender la realidad eminente del mundo de la vida cotidiana; ya que Weber, impuso la idea de una sociología comprensiva donde procuró descifrar los fenómenos sociales e históricos a la luz de ciertos tipos ideales, o de esencias puras y activamente creadas por el espíritu humano. De tal modo que Schütz, de Weber analizó la teoría de acción racional, donde el autor explica que todas las acciones producen sentido para el sujeto si se producen en un contexto, ya que las acciones orientan al sujeto y ésta tiene una finalidad que mediante algunos medios se puede lograr. Extrayendo además su metodología de tipos ideales, que ayuda a comprender las significaciones culturales (Weber, 1993). Por lo que términos como el sentido mentado o subjetivo, significaciones, tipificaciones y sentido común han sido retomados por Schütz; dando por sentado que, a partir de que la acción racional social se orienta a otro, el conocimiento es por lo tanto socialmente producido.

De la misma forma Schütz a través del movimiento fenomenológico del filósofo Husserl, obtuvo la teoría del mundo de la vida, donde se intuye que entre el hombre y el mundo existe una correlación, partiendo de las intencionalidades de la conciencia y las significaciones que éste conlleva y llegar, finalmente, a la subjetividad absoluta como fuente de toda significación, ya que según el autor son los significados, los que llevan a la comprensión del mundo de la vida, pues la experiencia de cada individuo, las representaciones, los valores, ideas, etc. poseen un sentido previo que encamina a la intersubjetividad (Husserl 1929, 2005). Por lo que, términos utilizados por Schütz como conciencia, mundo de la vida, intersubjetividad, ego, entre otros fueron extraídos de los pensamientos de Husserl.

¹ Schütz de origen judío, nació en 1899 en Viena, Austria y murió en 1959; estudió derecho y ciencias sociales, encaminó sus trabajos desde la tradición filosófica de la fenomenología hacia su mayor contribución al campo de la teoría sociológica con su enfoque llamado "fenomenología sociológica". Por lo que, es uno de los grandes exponentes de las teorías microsociales que interpretan el papel que juega el sujeto en la construcción de la realidad social, impactando así la teoría sociológica contemporánea debido a su aporte sobre la carga de subjetividad que conllevan las acciones y motivaciones, inclinándose hacia una connotación de la conducta social y así poder comprender y detectar tendencias futuras de la sociedad contemporánea, puesto que los teóricos -menciona Hans (2009)- abstrayendo ideas sobre la acción social, el orden social y los cambios sociales, han encontrado una forma para evaluar concretamente las situaciones de las sociedades contemporáneas, sus trayectorias de desarrollo futuras e incluso de su pasado.

Schütz, articula una sola intuición hacia el descubrimiento y cabal profundidad de las presuposiciones, estructura y significación del mundo del sentido común o el sentido del mundo de la vida cotidiana, ese mundo del ejecutar diario en que se nace, dentro de cuyos límites se desenvuelve la existencia humana, y que sólo se trasciende completamente al morir. Por lo que, la comprensión de la realidad eminente de la vida de sentido común es la clave para entender la obra de Schütz, pues aunque el individuo define su mundo desde su propia perspectiva, no obstante, es un ser social, enraizado en una realidad intersubjetiva (Schütz, Natanson y Míguez, 1995).

Para Husserl cualquier hombre en cuanto sujeto individual, el mundo está dado y repleto de cosas, significados, sentidos, tradiciones, incluso experiencias y formas de experiencias, formas de sentimientos y emociones, etc., ya configurados, ya hechos y disponibles en el mundo, y más precisamente, en la comunidad en la que el sujeto ha crecido, educado y vivido. Por lo que Schütz, llega a comprender un mundo lleno de complejidad, pues se dio a la tarea de delinear y explorar los rasgos esenciales y las múltiples relaciones durante la vida cotidiana de una persona socialmente capaz, llenos de experiencia, preocupaciones e intereses especiales. Por lo que el mundo cotidiano del vivir y ejecutar fue la presuposición que articula todos los demás estratos de la realidad humana tomando así este ámbito de la realidad social como punto de partida para su análisis.

Dicho lo anterior, a grandes rasgos, la teoría de Schütz, da comienzo por entender que todo ser humano está rodeado de una vida cotidiana que a su vez lo convierte en un mundo intersubjetivo o en relación con otros, pues se cree que este mundo al que se llega ya estaba antes de nacer por lo que tiene historia, está organizado y es la escena donde se llevan a cabo las acciones que hacen transformarlo, por lo que por medio de las tipificaciones dentro de él, los seres humanos llegan a ver al mundo con un sentido común. Donde cada individuo se sitúa en la vida de una manera específica, conforme a sus intereses particulares, motivos, deseos, aspiraciones, compromisos religiosos e ideológicos, a lo que Schütz denomino “situación biográfica”, pues el individuo como actor social va definiendo su mundo conforme a las experiencias subjetivas previas dadas exclusivamente a él. Teniendo a la mano, de dicha manera, algo denominado por Schütz como “acervo de conocimientos”, integrado por las

tipificaciones del mundo del sentido común o bien las recetas que se han acumulado a través de la experiencia de los otros y que nos han dejado; además el basamento primordial del ser en el mundo reside en la posición espacial y temporal subjetivos, por lo que las coordenadas personales tienen importancia fundamental para entender la realidad del sentido común.

De ésta manera, como el ser humano posee una subjetividad y de antemano éste es un ser social pues tiene contacto con los otros, esto lo vuelve intersubjetivo; comprendiendo por intersubjetividad como una cualidad obvia de nuestro mundo, siendo ésta la tipificación subyacente del sentido común “nuestro mundo”. Además la intersubjetividad del individuo muestra que depende de la perspectiva que uno mire desde el mundo donde se encuentre, a lo que constituye algo análogo a la dialéctica del *aquí y allí*. Para esto, Schütz ejemplifica esta intersubjetividad con el llamado “alterego”, esa conexión de yo (ego) con los semejantes (alter); por lo que por definición *alterego* es el flujo subjetivo de pensamiento que puede ser experimentado en su presente vivido. Pues a pesar de la amplia gama de alteregos poseedores de diferentes características, Schütz les nombro como *predecesores* a aquellos semejantes a mí que vivieron antes de mi época y a quiénes conozco solamente a través de los informes de otros; *contemporáneos*, que viven ahora y con quien comparto una realidad temporal pues vivimos en la misma época; *asociados*, quienes también viven ahora y son con quiénes comparto, además, una relación cara a cara pues vivimos en el mismo fragmento espacial del mundo y los *sucesores*, quienes vivirán después de mi muerte y durante mi vida siguen siendo anónimos. Todos ellos, son situados e interpretados, de diversas maneras, por medio de las tipificaciones de la vida del sentido común (Schütz et. al 1995).

De igual manera, la teoría de Schütz, explica que la acción, definida como la conducta humana proyectada por el actor de manera autoconsciente, llena de propósito y sentido para el actor, o bien, el producto de una elaboración interna de sentido, conciencia o inconsciencia, por parte de un individuo dotado de capacidad reflexiva (Crespi 1997) -entendiendo que el concepto de sentido se remite a lo existencial, a lo vivido en el cual estamos desde siempre implicados, que, en su profundidad y complejidad, permanece irreductible a los significados que podemos atribuirle a veces, y también puede ser entendido en relación con el inconsciente, en tanto fenómeno que tiene un sentido del todo imprevisible (Crespi 1997)-

permite que sea la tipificación que haga posible la intersubjetividad puesto que al ver a un hombre actuar dentro del mundo social sé que debo comprenderlo como ser humano, lo cual representa que sus acciones significan tanto algo para él como para mí, ya que los motivos y objetivos forman parte de la conducta del otro de modo similar al mío y por lo tanto, toda intencionalidad de la conciencia no sólo es sobre la presencia de sí mismo, sino la orientación hacia el otro y las cosas, lo que anticipa la relación con el otro ser, lo que muestra una dimensión pre-reflexiva de la intencionalidad que se anticipa a la de la intencionalidad reflexiva, propia de la autoconciencia.

Cabe señalar que se entenderá por significado, según Crespi (1997), a cualquier forma determinada que permite reducir la complejidad indeterminada en la que los actores se encuentran originalmente arrojados. Por lo que al tratar de comprender el mundo social, se debe comprender el modo en que los hombres definen su situación, ya que su acción que está llena de sentido, significado y que está relacionado con la realidad social, entendida ésta por el mismo autor, como un sistema que dan referencia a un ámbito común de acciones individuales y significados donde se ha revelado que los esquemas de significados que inspiran la acción de un individuo son en parte comunes a los de otros individuos con los cuales aquellos actores entran en relación, y hacen posible una conexión a lo que -ya mencionamos- se le llama intersubjetividad.

Así mismo, dice Schütz que todo proyectar consiste en una anticipación del comportamiento futuro por medio del fantaseo, dando a entender que al fantasear se visualiza por anticipado el acto que se está proyectando como si ya hubiera sido efectuado a pesar de que éste tenga la posibilidad de realizarse mediante ciertos elementos esenciales del presente como la situación biográfica y el acervo de conocimientos que se mencionaban anteriormente. Por lo que la vida diaria además de destinarse a desempeñar una multitud de roles y proyectos, que se caracteriza tanto por la desilusión como por el éxito, aunque sea de manera intuitiva, se sabe que el “yo” que fantasea es en realidad un ego complejo y cambiante, cuyo conocimiento del mundo y de los demás es tan fragmentario como su conocimiento de sí mismo. Schütz distingue dos tipos de motivos “para” y “porque”, los primeros son con los que se pretende lograr fines, alcanzar objetivos y están dominados por el tiempo futuro, mientras que los

motivos “porque” son con los que se explica sobre la base de los antecedentes, ambiente o predisposición psíquica del actor y están dominados por el pasado. Dado que las acciones del individuo las realiza bajo el sistema de significaciones con respecto a las profundas convicciones e intereses propios, las cuales tienden a ser diferentes que a las de otro (Schutz et. al, 1995).

Por lo tanto, la obra de Schütz da a mostrar que además que los hombres son elementos del campo de observación del hombre de ciencia, también son pre-intérpretes de su propio campo de acción; su comportamiento manifiesta un fragmento de su conducta total, por lo que para comprender la realidad social debe asimilarse la subjetividad propia del actor captando el sentido que un acto tiene para él, por lo que analizar las tipificaciones del mundo del sentido común es la tarea del investigador social para reconstruir el modo en que los hombres interpretan, en la vida diaria, su propio mundo (Schütz et. al, 1995). Tarea que ha llevado a algunos científicos sociales a ensanchar y reforzar la teoría, como es el caso de Thomas Luckmann, un seguidor de la escuela fenomenológica de sociología establecida por Schütz, que en sus trabajos ha desarrollado una teoría conocida como construccionismo social, la cual sostiene que todo el conocimiento, incluyendo el conocimiento más básico del sentido común de la realidad diaria, se deriva y es mantenido por interacciones sociales, mismas que fundamentó Schütz.

Peter L. Berger es otro teórico que ha trabajado junto a Luckmann recuperando las perspectivas de Schütz para explicar temas en relación con la sociedad, la modernidad y la religión, entre otros; tal vez la obra más conocida de Berger y Luckmann es “La construcción social de la realidad” que han re-editado desde 1968, y en cuya última edición afirman que la realidad se construye socialmente y que la sociología del conocimiento se ocupa del análisis de la construcción social de la realidad (Berger y Luckmann, 2003). Otro destacado autor que ha enriquecido la escuela establecida por Schütz, es Lalive de Epinay, quien en su escrito “La vida cotidiana: construcción de un concepto sociológico y antropológico”, cita el texto de “La sociedad como realidad objetiva” de Berger y Luckmann de 1966, ya que dice que por situaciones sobre la cotidianidad es por la que se interesan principalmente los etnometodólogos y los interaccionistas simbólicos como Schütz, contribuyendo de una

manera fundamental al conocimiento de la estructura del proceso de rutinización (Ver Lalive d'Épinay, 2008). De esta manera, Epinay también ha logrado integrar el estudio del sentido y el significado en el concepto de ethos –categoría nodal de esta investigación- que desde su perspectiva, el ethos es descrito como un conjunto de creencias, valores, normas y modelos que orientan el comportamiento, y que es considerado como el núcleo de una cultura pues construye la identidad socio-cultural del individuo.

1.2.2 Modelo y claves de interpretación de Lalive d'Épinay.

Lalive d'Épinay² ha generado numerosas investigaciones en el campo sociológico entre las cuales se encuentran diferentes temáticas como cultura y desarrollo, cultura y la dinámica de la sociedad industrial, el descanso y el trabajo, movimientos religiosos en América Latina, curso de la vida y la vejez, la ideología y el cambio social, las historias de vida, métodos cualitativos, la sociología de la vida cotidiana, generalidades de sociología, la teoría social y la epistemología, entre otros. Según Garma (S/A), su publicación más conocida en México sin duda ha sido “El refugio de las masas” que construye las principales referencias para los estudios sobre los movimientos religiosos pentecostales y carismáticos latinoamericanos. Su investigación la desarrollo en Chile, en aquel entonces, al autor le interesaba el tema de las relaciones de poder no sólo entre iglesia y estado, sino también al interior de las iglesias mismas, es decir, entre las personas creyentes. Como ya fue mencionado, nuestro autor ha escrito gran número de textos en los cuales resaltan temas de cultura, tiempo libre y ocio en la vejez, religión, creencias, valores, historias de vida, ética, identidad, vida cotidiana, entre muchos otros, lo cual lo hacen oportuno para retomarlo en esta investigación.

A partir de la reflexión y análisis sobre el objeto de estudio desde la intersubjetividad de la sociedad que propone Schütz, es decir, la conciencia, experiencias, conocimientos y acciones con sentido para la construcción de significados y motivos, se pretende enmarcar los valores e imaginarios de los jóvenes que han realizado viajes turísticos y así poder reconstruir su ethos, se apoyará para la interpretación de los datos en Lalive d'Épinay, quien en su ensayo sobre “Relato de vida, ethos y comportamiento por una exégesis sociológica”, propone un

² Con base en Université de Genève, nació en 1938 y se ha preparado en los campos de la sociología, teología, economía y ciencias sociales, ha inclinado sus obras en torno a la sociedad y actualmente esta vinculado con estudios en la gerontología.

modelo operativo para una noción del ethos, en el cual explica que hay tres dimensiones para interpretarlo que son la temporal, social, espacial, más las claves de interpretación. Ya que, según el autor, los seres humanos nos insertamos en un espacio tridimensional, estas primeras tres dimensiones están de manera interdependiente y no pueden distinguirse más que por el artificio del análisis: la inserción del hombre en el tiempo, su inserción en el espacio y su inserción social (Figura 2).

Figura 2. La noción del ethos.

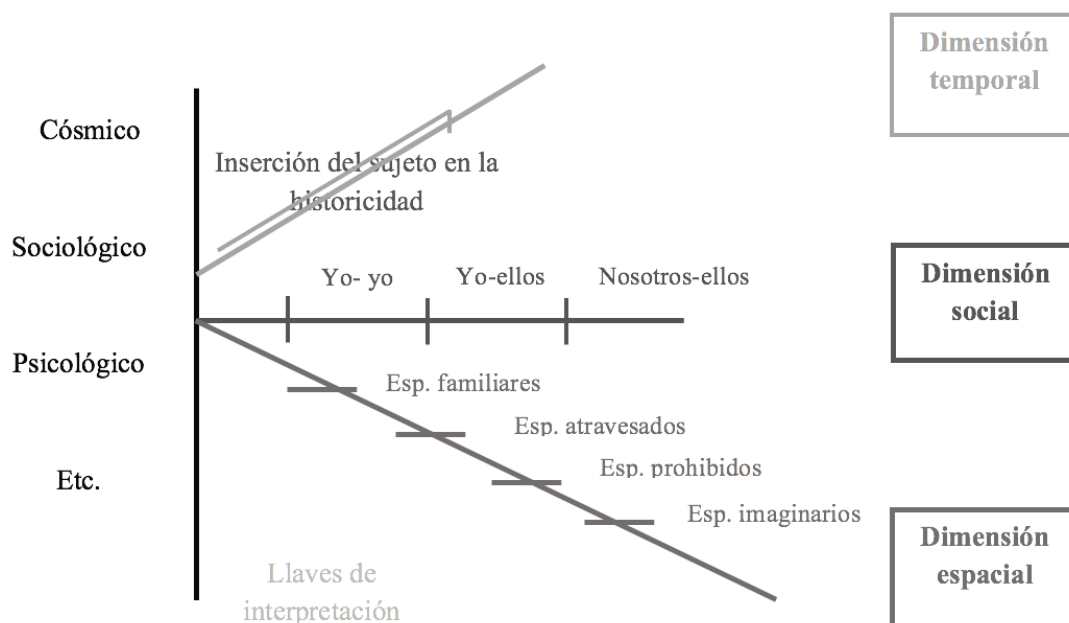


Figura 2. La noción del ethos: un modelo "operativo". Fuente: Lalive d'Épinay 1990.

En la dimensión temporal se distingue la relación del tiempo en la vida del sujeto: la fase del ciclo de vida en la cual el sujeto se sitúa, su orientación temporal, etc.; la historicidad o el tiempo de la sociedad, es decir, la percepción temporal de la sociedad; y la inserción del sujeto en la historicidad: la manera en que la persona percibe la articulación entre el flujo histórico y su propia vida; su interés por aquello que pasó a su alrededor, su modo de participación, su percepción del cambio y de su relación con él.

La dimensión espacial se subdivide en los espacios familiares, que son aquellos en los que el sujeto se siente en su casa y se muestra contento; los espacios atravesados los itinerarios o avenidas que sigue la persona para realizar las actividades que el espacio separa como de la casa al trabajo, de la casa a la segunda residencia, del trabajo a algún espacio recreativo, etc.;

los espacios prohibidos, aquellos que son propiedad de otros y donde se siente extraño; y los espacios imaginarios.

La dimensión social distingue la relación consigo mismo y con su cuerpo (yo-yo); la relación con otros, con quienes se estableció una relación directa (yo-tú); y la dimensión social, el conjunto social, aquellos con quienes el sujeto se identifica, y por consecuencia, aquellos de los que se diferencia (nosotros-ellos). Y por último, la cuarta dimensión sobre las claves de interpretación de tipo sociológico, psicológico, cosmológico, etc.

Lo anterior, reconoce un cuadro para el análisis permitiendo la detección de información valiosa que al entretrejerse se logra reconstruir y comprender el ethos, pues supone una cierta forma de relación en el espacio, de apropiación del tiempo y de una inserción en la historicidad, los que forman el cuadro estructurante de una comprensión de sí y de una definición de la pertinencia social.

Capítulo II

Contexto

2.1 Panorama Nacional

Las generaciones jóvenes actuales de México se encuentran ante grandes desafíos e incluso algunos pueden identificarse como problemas en la sociedad. A lo largo del tiempo las y los jóvenes son y han sido importantes protagonistas de la historia sociopolítica y cultural del país, pues de acuerdo con el Programa Nacional de Juventud 2014-2018, la población joven es la que ha marcado tendencias y transiciones culturales, económicas y sociales, tanto en nuestra sociedad como en muchas otras latitudes, por lo que debe surgir una perspectiva holística de juventud al considerarlos como sujetos activos y no pasivos de las acciones y las situaciones que les afectan. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2013), señala que durante la juventud, el individuo se incorpora al mercado laboral, inicia su vida en pareja y forma su propia familia, entre otros aspectos que son propios del curso de vida y que en términos de política pública resultan ser todo un reto, ya que todos los jóvenes tienen el derecho a tener las oportunidades que garanticen su pleno desarrollo y mejoren su calidad de vida. De este modo, la juventud es la forma en que una sociedad determinada organiza esta etapa del desarrollo en el proceso de vida social de los sujetos, por lo que se le cataloga como un grupo con características diferentes a las de otros grupos sociales, lo que ha hecho que por una parte se le identifique al o a la joven como un problema, pero por el otro a la juventud como el futuro del país.

De acuerdo con el Consejo Nacional de Población (CONAPO), de los más de 119 millones de mexicanos, el 32% tienen entre 12 y 29 años de edad, es decir, según el Diario Oficial de la Federación (2014), en México viven más de 37 millones de jóvenes y se menciona que apenas un poco más de la mitad de las y los jóvenes mexicanos está recibiendo educación media superior; 7 de cada 10 de estos jóvenes encuentran difícil incorporarse al mercado laboral. Por lo que el 53.2% de los desempleados en México tienen entre 14 y 29 años; sin embargo, a pesar de éstas desventajas educativas y socioeconómicas, son las y los jóvenes quienes están avanzado más que el resto de la población en otras dinámicas, por ejemplo, en el acceso y manejo sofisticado de las tecnologías de la información y comunicación, y también en las nuevas posibilidades de participación social y cultural. No obstante, a nivel

nacional, dos de cada 10 personas consideran que los derechos de las y los jóvenes no han sido respetados debido a su apariencia física (24.0%) y a su forma de vestir (19.0%).

Por otra parte -en el tema de salud- según la fuente señalada en el párrafo anterior-, se indica que para el 21.3% de las y los jóvenes la salud mental es un aspecto relevante de su estado de salud, como el diagnóstico, el tratamiento y la prevención de desórdenes mentales, o bien de apoyo psicológico continuo que acompañen las principales decisiones, inquietudes y preocupaciones de las personas jóvenes. Ya que las lesiones autoinfligidas han incrementado durante las últimas décadas. En 2011, el 43% de los casos de suicidios en México se presentaban en la población entre 15 a 29 años. Otro aspecto a destacar es el consumo de drogas, tanto legales como ilegales, por parte de la población joven, en el 2011, se estimó en 1.5% la prevalencia de consumo de drogas ilícitas, siendo mayor en hombres (2.2%) que en mujeres (0.9%). En cuanto al consumo de drogas lícitas, en los últimos años incrementó significativamente el consumo de alcohol por parte de las y los jóvenes. En 2005, el 42.1% de las y los jóvenes reportó haber consumido alguna bebida con alcohol en una ocasión, mientras que en 2010 este porcentaje se incrementó al 52%. Cabe señalar que el incremento es mayor en las mujeres que viven en poblaciones urbanas.

2.2 Contexto elegido para estudio

Las manifestaciones y cambios antes mencionados se presentan con mayor prevalencia en los jóvenes de los centros metropolitanos, los cuales están sujetos a mayor estrés por las actividades de la vida cotidiana. Con base en el documento de delimitación de zonas metropolitanas en México (CONAPO 2010), las zonas metropolitanas se caracterizan principalmente por la concentración de población, actividades económicas y por gestiones político-administrativas fragmentadas. El Valle de México que comprende la Ciudad de México, y parte del Estado de México e Hidalgo, es la zona metropolitana más grande, conformado por 75 delegaciones y municipios. De acuerdo a la Secretaría de Gobernación (SEGOB) y el CONAPO (2014), la población del Estado de México en 2010 alcanzó 15 571 679 habitantes, lo que representaba el 13.6% del total nacional. La mayor parte de la población se encontraba en edades infantiles y jóvenes, ya que el cincuenta por ciento

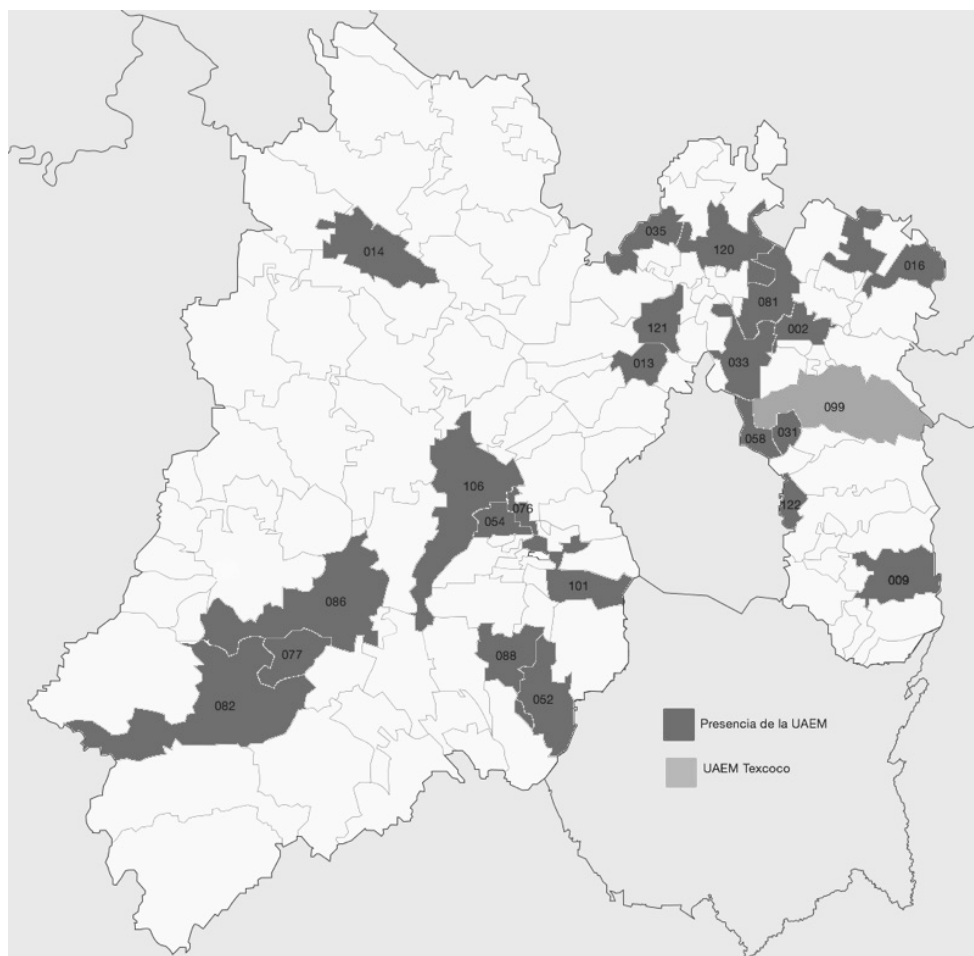
registraba entre 0 y 25.3 años de edad. De acuerdo a esta cifra base, se estimó que en 2013 la población de 18 a 24 años era de 2 035 840 jóvenes, cifra que se incrementará a 2 109 049 en 2025 y a 2 128 397 en 2030, según las proyecciones calculadas por el CONAPO.

Gran parte de estos jóvenes no contarán con los recursos necesarios para ingresar en una institución que imparta educación superior, pero demandarán este tipo de educación a partir de los avances logrados en el nivel educativo previo. Precisamente, como parte de los municipios que pertenecen al Estado de México y que conforman la zona metropolitana del Valle de México (ZMVM), se encuentra la región XI Texcoco conformada por los municipios de Atenco, Chiautla, Chinconcuac, Papalotla, Tepetlaoxtoc, Texcoco, y Tezoyuca, lo que representa el 1.9% de total de la población de la ZMVM y el 2.7% de la población estatal. La dinámica del desarrollo en general del país y en particular del Estado de México ha determinado cambios relevantes en el ámbito social y económico que repercuten en la vida cotidiana de los hogares. Así, el núcleo de la sociedad mexicana -la familia- se ha transformado no solo en su composición y tipología sino también en los roles que asumen sus integrantes.

2.2.1 Universidad Autónoma del Estado de México

La Universidad Autónoma del Estado de México, según el cuarto informe de la administración 2013-2017, se ha consolidado de acuerdo a las dimensiones de esta casa de estudios, el tamaño de su matrícula y la amplitud e importancia de su oferta educativa como una de las más grandes e importantes universidades públicas de México. Dicha institución tiene presencia en veintitrés municipios mexiquenses, en los cuales se busca inculcar, fomentar y reconocer los valores que distinguen a la humanidad y que confieren sentido a los avances y logros técnicos y científicos, por lo que trata de formar profesionistas íntegros, socialmente útiles, y con las competencias necesarias para integrarse y competir en un mercado laboral cada vez más exigente y globalizado. Hasta el año 2016, la universidad cuenta con 9 Planteles de la Escuela Preparatoria (PEP), 7 Unidades Académicas Profesionales (UAP) y 10 Centros Universitarios (CU) y cada una con una trayectoria y programas de estudios diferentes (Ilustración 1).

Ilustración 1. Presencia de la UAEM en el Estado de México.



Clave	Municipio	UAEM	Clave	Municipio	UAEM
002	Acolman	UAP	077	San Simón de Guerrero	Centro de reproducción equina y equinoterapia con el Rancho Universitario "El Salitre"
009	Amecameca	CU, PEP			
013	Atizapán de Zaragoza	CU	081	Tecámac	Centro de incubación de empresas (INCUBASK)
014	Atlacomulco	CU, PEP	082	Tejupilco	UAP
016	Axapusco	CU	086	Temascaltepec	CU
031	Chimalhuacán	UAP	088	Tenancingo	CU, PEP
033	Ecatepec de Morelos	CU	099	Texcoco	CU, PEP
035	Huehuetoca	UAP	101	Tianguistenco	UAP
052	Malinalco	Museo Universitario "Luis Mario Schneider"	106	Toluca	Organismos académicos/Facultades, PEP (5)
054	Metepec	Edificio de educación continua y a distancia	120	Zumpango	CU
058	Nezahualcóyotl	UAP	121	Cuautitlán Izcalli	UAP
076	San Mateo Atenco	Centro Internacional de Lengua y Cultura (CILC)	122	Valle de Chalco Solidaridad	CU

Ilustración 1. Presencia de la UAEM por municipio en el Estado de México al año 2016. Fuente: Elaboración propia con base en el Cuarto informe de la Administración 2013-2017.

2.2.2 Los jóvenes del CU UAEM Texcoco

Bajo este panorama se presenta el Centro Universitario UAEM Texcoco (CU UAEM Texcoco), Alejo, Mendoza y Rodríguez (2012) comentan que este campus es producto de un programa de desconcentración iniciado por la Universidad Autónoma del Estado de México en 1984, que tuvo el propósito de vincular a la Universidad con el desarrollo de la entidad. En 1995 se creó, lo que en un principio era, la Unidad Académica Profesional Texcoco, hoy Centro Universitario, con miras a atender los requerimientos regionales de profesionalización de actividades, la demanda de estudios superiores, la disponibilidad de docentes y la existencia de un adecuado equipamiento en materia de servicios (UAEM, 2006). Por su parte el CU UAEM Texcoco ofrece estudios profesionales en ciencias sociales y humanidades, ciencias aplicadas y ciencias económico-administrativas, entre las cuales están las licenciaturas en Administración (LAM), Economía (LEC), Ciencias Políticas y Administración Pública (LCP), Contaduría (LCN), Derecho (LDE), Informática Administrativa (LIA), Lenguas (LLE), Turismo (LTU) e Ingeniería en Computación (ICO).

Gráfico 1. Matrícula de alumnos 2016-2017.

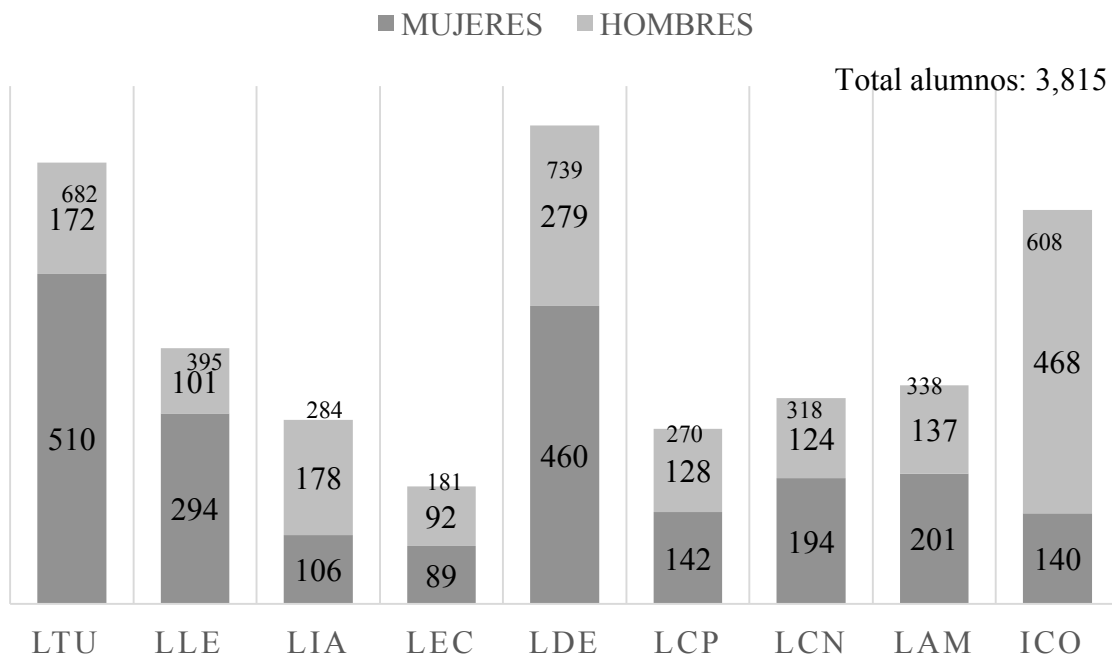


Gráfico 1. Matrícula de alumnos 2016-2017. Fuente: Elaboración propia con base en datos de la UAEM Texcoco.

La universidad recibe alumnos menores de 18 años a más de 39 años, pero de acuerdo a las estadísticas de educación superior proporcionadas por el CU UAEM Texcoco, la mayor carga de estudiantes se encuentran entre los 18 a 26 años cumplidos.

Según informes de la Subdirección Académica y control escolar del CU UAEM Texcoco, durante el periodo escolar 2016-2017 fueron matriculados un total de 3815 alumnos en licenciatura, siendo 1,679 hombres y 2,136 mujeres (Gráfico 1). Se tiene registrado que en el ciclo escolar anterior 2015-2016, los alumnos fueron provenientes de municipios del Estado de México: Acambay, Acolman, Amecameca, Atenco, Axapusco, Chalco, Chiautla, Chicoloapan, Chiconcuac, Chimalhuacán, Coacalco, Cuautitlán Izcalli, Ecatepec, Ixtapaluca, La Paz, Naucalpan, Nezahualcóyotl, Otumba, Papalotla, San Martín de las Pirámides, Tecámac, Temamatla, Temascalapa, Teotihuacán, Tepetlaoxcoc, Texcoco, Tezoyuca, Toluca, Tlalnepantla, Valle de Chalco; y de otras entidades federativas: Aguascalientes, Ciudad de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Michoacán, Morelos, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Sinaloa, Tabasco, Tlaxcala, Veracruz. Lo cual brinda un panorama aproximado para el ciclo escolar estudiado en esta investigación 2016-2017 ya que se tienen reconocidos 2,722 alumnos nacidos en el Estado de México; 1,091 alumnos nacidos en otras entidades federativas y 2 alumnos nacidos en Estados Unidos, en este ciclo escolar. Lo que quiere decir que el CU UAEM Texcoco recibe aproximadamente un 71% de alumnos provenientes de los municipios del Estado de México.

Los alumnos que asisten a ella pertenecen a estratos con niveles medio y superiores del promedio municipal, según Alejo et al. (2012), el 65% de sus encuestados consideran que su ingreso económico se encuentra entre medios y altos, ya que además de cubrir las necesidades básicas como alimentación, vivienda y vestido puede gozarse de productos y servicios para hacer la vida más cómoda y divertirse, un 77.6% cuenta con computadora, el 52.5% tiene internet en su casa, el 40.9% dice tener automóvil, y el 44% declara poseer tarjeta de crédito.

Dado este panorama, se pensó en analizar a los estudiantes de este campus universitario ya que este plantel es público, ofrece 9 licenciaturas, incluyendo la Licenciatura en Turismo; lo que puede advertir una posible mayor movilidad entre este grupo etario, pues la universidad

además de admitir jóvenes lugareños recibe estudiantes de los municipios colindantes y de algunas delegaciones cercanas de la Ciudad de México; por lo tanto se aprecia que los jóvenes de esta universidad sin duda presentan una mezcla entre elementos rurales y urbanos que está en vanguardia con la tecnología y el internet pero influenciado seguramente por su entorno social en hábitos, costumbres, creencias, valores y formas de pensar.

Capítulo III

Metodología

3.1. Método mixto

El mundo de hoy exige procesos metodológicos cada vez más especializados para conocer a profundidad las diferentes situaciones de la vida ya sea personal, social e institucional, pues se requiere analizar de manera más precisa ya que los fenómenos sociales se han vuelto más complicados en cualquiera de sus dimensiones; como comenta Hernández, Fernández y Baptista (2014), las relaciones interpersonales, la depresión, las crisis económicas, la religiosidad, el consumo, las enfermedades, el aprendizaje, los efectos de los medios de comunicación, los valores de los jóvenes, la pobreza y otros fenómenos, son tan complejos y diversos que el uso de un enfoque único, tanto cuantitativo como cualitativo, es insuficiente para lidiar con esta complejidad; por lo que ahora en la vida actual se necesita ser sensible a la complejidad que se presenta en cualquier ámbito, que en éste caso es el turismo.

Parafraseando a Domínguez y Hollstein (2014), los investigadores han encontrado que los mejores resultados a menudo se logran a través de enfoques combinados, ya que estos han sido utilizados en varias disciplinas y campos de estudio desde principios de 1990 a partir de diversas críticas que se han hecho a los métodos por separado. Por ejemplo: la investigación cualitativa es criticada por una selección supuestamente arbitraria de muestras y una falta de representatividad, a su vez se dice que se plantean dudas sobre la generalización de los resultados; mientras la investigación cuantitativa es criticada con respecto a su aparente abandono de los contextos y/o fenómenos sociales en donde los actores atribuyen significado a sus acciones y a su sensibilidad potencialmente inexploradas.

Debido a lo anterior, y con base en el tipo de estudio que se pretende realizar, se refugiará en los métodos mixtos. Johnson, Onwuegbuzie, Turner (2007) mencionan que este tipo de métodos se han denominado de diferentes maneras, entre las cuales están: investigación mezclada, investigación integradora, investigación multimétodo, múltiples métodos, estudios de triangulación, análisis de residuos etnográficos, e investigación mixta. Sin embargo, el más popular es métodos mixtos.

De acuerdo con Hernández et al. (2014), a partir de la segunda década del siglo XXI se han consolidado como una tercera aproximación o enfoque investigativo en todos los campos. Molina y Font (2015) señalan junto con otros autores citados en su artículo que los métodos mixtos se prestan a la interdisciplinariedad del turismo ya que el uso de métodos mixtos en el turismo se ha propuesto desde la perspectiva de realismo crítico, el feminismo y el pragmatismo, por ejemplo, los estudios que se han realizado bajo este enfoque han tenido la intención de causar el cambio social positivo. Según Mertens (citado en Molina y Font, 2015) este principio es central del paradigma transformador, además menciona Bramwell y Lane (citados en Molina y Font, 2015) que también reflejan la intención de la investigación turística puesto que es mucho más sostenible e informa de mejor manera sobre los cambios sociales.

Johnson et al. (2007) definen la investigación de métodos mixtos como una síntesis intelectual y práctica basada en la investigación cualitativa y cuantitativa, además de reconocer la importancia de sus tradiciones, también ofrece una opción de gran alcance al proporcionar los resultados de la investigación más informativa, completa, equilibrada, y útil, ya que la recogida de datos, análisis y técnicas de los métodos se combinan de acuerdo a la lógica de métodos mixtos. Sin embargo, comenta Niglas (citado en Molina y Font, 2015) que los estudios de métodos mixtos requieren más tiempo, trabajo, esfuerzo y recursos que los estudios que utilizan un único método.

Por su parte Chen (citado en Hernández et al. 2014) define métodos mixtos como la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, y señala que éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura de los métodos mixtos”); o bien, que dichos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio (“forma modificada de los métodos mixtos”), Creswell y Lieber y Weisner (citados en Hernández et al. 2014) comentan que los métodos mixtos utilizan evidencia de datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos y de otras clases para entender problemas en las ciencias. Creswell (citado en Domínguez y Hollstein,

2014) dice que un estudio de métodos mixtos implica la recopilación o análisis de datos tanto cuantitativos y/o cualitativos en un único estudio en el que se recogen dichos datos simultáneamente o de forma secuencial, y se van integrando de acuerdo a las etapas del proceso.

Así mismo, Hernández et al. (2014) citando a otros autores, escribe que el enfoque mixto ofrece varias ventajas para ser utilizado, entre ellas se encuentran:

1. Lograr una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno. La triangulación, la expansión o ampliación, la profundización y el incremento de evidencia mediante la utilización de diferentes enfoques metodológicos nos proporcionan mayor seguridad y certeza sobre las conclusiones científicas. Además, si se emplean dos métodos con fortalezas y debilidades propias que llegan a los mismos resultados, aumenta nuestra confianza en que éstos son una representación fiel, genuina y fidedigna de lo que ocurre con el fenómeno considerado. Creswell (2014) comenta que los métodos mixtos logran obtener una mayor variedad de perspectivas del fenómeno: frecuencia, amplitud y magnitud (cuantitativa), así como profundidad y complejidad (cualitativa); generalización (cuantitativa) y comprensión (cualitativa).
2. Producir datos más “ricos” y variados mediante la multiplicidad de observaciones, ya que se consideran diversas fuentes y tipos de datos, contextos o ambientes y análisis.
3. Potenciar la creatividad teórica por medio de suficientes procedimientos críticos de valoración.
4. Apoyar con mayor solidez las inferencias científicas, que si se emplean aisladamente.
5. Permitir una mejor “exploración y explotación” de los datos. Posibilidad de tener mayor éxito al presentar resultados a una audiencia hostil. Por ejemplo, un dato estadístico puede ser más “aceptado” por investigadores cualitativos si se presenta con segmentos de entrevistas.
6. Desarrollar nuevas destrezas o competencias en materia de investigación, o bien reforzarlas.

Además, Hernández et al. (2014) y Johnson et al. (2007) argumentan algunos razonamientos para utilizar los métodos mixtos, entre ellos destacan:

- a) Enriquecimiento de la muestra (al mezclar enfoques se mejora).
- b) Mayor fidelidad de los instrumentos de recolección de los datos (certificando que sean adecuados y útiles, así como que se mejoren las herramientas disponibles).
- c) Integridad del tratamiento o intervención (asegurando su confiabilidad).
- d) Optimizar significados (facilitando mayor perspectiva de los datos, consolidando interpretaciones y la utilidad de los descubrimientos).
- e) La triangulación (es decir, la búsqueda de la convergencia y la corroboración de los resultados de diferentes métodos que estudian el mismo fenómeno).
- f) La complementariedad (es decir, la búsqueda de elaboración, mejora, la ilustración, la clarificación de los resultados de un método con los resultados del otro método).

Por lo tanto, la investigación se realizó con métodos mixtos para estudiar la realidad en su contexto natural, con el método cualitativo se procuró captar el sentido de las acciones e interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados según los informantes, con el método cuantitativo se dio soporte y complemento de la parte cualitativa principalmente para identificar el perfil y el comportamiento de viaje. De esta manera, con base en Morgan (citado en Sierra S/N) la estrategia de complementación práctica pertinente para esta investigación fue: (Figura 3)

Figura 3. Estrategia de investigación.

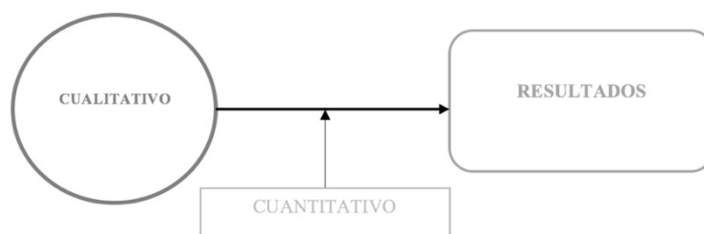


Figura 3. Estrategia de complementación en la investigación de Gareth Morgan. Fuente: Curso de metodologías cualitativas, cuantitativas e integradoras, impartido por Sierra (S/N).

De ahí que, el método primario para la investigación fue el método cualitativo, el método secundario y preliminar fue el método cuantitativo ya que éste sirvió en la recogida de datos

cualitativos al precisar las diferencias entre subgrupos, ayudar al muestreo intencional y establecer resultados previos que fueron tema a profundizar en la investigación cualitativa.

3.2 Proceso metodológico

Como primer paso, durante el proceso de la investigación de campo, se gestionaron los documentos pertinentes con los directivos para la autorización de llevar a cabo la investigación en el Centro Universitario UAEM Texcoco. Una vez aprobada la petición, la primera fase del estudio fue una investigación cuantitativa con el levantamiento de una encuesta para la que se diseñó un cuestionario consistente en dos bloques: datos sociodemográficos e información de viaje turístico; dicho cuestionario se sometió como prueba piloto resultando pertinente la modificación en la estructura de éste, debido a las dudas frecuentes entre los alumnos.

Posteriormente, una vez validado el instrumento por parte de los profesores dado que el diseño del instrumento fue en escala nominal, se procedió a la toma de muestra estratificada, que es una técnica de muestreo probabilístico en la que se divide la población en estudio con base en algunas variables en diferentes grupos o clases y después se toma el muestreo de cada grupo (Namakforoosh, 2003); dicha muestra se aplicó en las nueve licenciaturas del Centro Universitario, como resultado se obtuvo una muestra de 350 alumnos con base en la fórmula tamaño muestra para estimación de proporciones con universos finitos (Cuadro 1), la cual fue establecida de la siguiente manera (Tabla 1):

Cuadro 1. Ficha técnica del muestreo.

Ficha técnica del muestreo realizado	
Población objeto de estudio:	3815 Estudiantes universitarios
Características del instrumento:	29 preguntas de escala nominal, 2 bloques: viaje turístico y datos sociodemográficos
Características del muestreo:	Directo, estratificado e intencional
Trabajo de campo:	Septiembre y Octubre 2016
Error aceptado:	5%
Nivel de confianza:	95%
Distribución de las respuestas:	50% (Desconocido)
Tamaño de la muestra: 350 informantes	

Cuadro 1. Ficha técnica del muestreo. Fuente: Elaboración propia con base en toma de muestra.

Tabla 1. Selección de informantes por licenciatura.

Licenciatura	Total de alumnos	Muestra de alumnos
Ingeniería en computación	608	55
Lic. En Administración	338	30
Lic. En Ciencias Políticas y Administración Pública	270	25
Lic. En Contaduría	318	28
Lic. En Economía	181	17
Lic. En Derecho	739	67
Lic. En Informática Administrativa	284	25
Lic. En Lenguas	395	36
Lic. En Turismo	682	67
Total	3815	350

Tabla 1. Selección de informantes por licenciatura. Fuente: Elaboración propia basada en toma de muestra.

Las variables generales de análisis para los dos bloques del cuestionario fueron: el perfil sociodemográfico y económico, el comportamiento de viaje y las motivaciones del desplazamiento (Tabla 2).

Tabla 2. Variables del instrumento cuantitativo.

Variables		
Perfil sociodemográfico y económico	Perfil de comportamiento de viaje	Perfil motivacional
<ul style="list-style-type: none"> • Edad • Género • Estado de procedencia • Municipio o Delegación donde vive • Estado civil • Número de hijos • Con quién vive actualmente • Dependencia económica • Trabajo remunerado • Ingreso mensual propio • Ingreso mensual familiar • Medio de transporte a la universidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Viajes realizados durante el último año • Lugares visitados • Acompañantes de viaje • Medio de transporte para el viaje • Hospedaje • Atractivos visitados • Actividades realizadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivo de viaje • Lo más significativo del viaje • Imaginarios • Valores • Participación voluntaria

Tabla 2. Variables del instrumento cuantitativo. Fuente: Elaboración propia con base en el diseño del instrumento de investigación.

Una vez concluida la encuesta, se procedió a tabular la información. Se utilizó el programa Excel para capturar los datos, se elaboraron gráficas y se realizaron cruces de variables que permitió el análisis e interpretación de los datos.

Como parte de la segunda fase, la investigación cualitativa implicó la utilización y recogida de datos con entrevistas, se buscó ahondar en la descripción de la rutina, las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las informantes -utilizando el enfoque fenomenológico- ya que se pretendió explicar los significados en los que el joven está inmerso en la vida cotidiana, tanto sus experiencias, acciones e interacciones así como relacionarlo de diferente manera en el contexto estudiado, los viajes turísticos.

Bryman (2004) menciona que la entrevista es una técnica importante en la investigación cualitativa que ayuda a conocer la opinión de las personas, pues hay un esfuerzo de inmersión por parte del entrevistador, llevándose un determinado proceso el cual consiste en: el proceso social de interacción, el proceso técnico de recolección de información y el proceso de registro de la misma (Vela, citada en Tarrés, 2008). Así mismo, Taylor y Bogdan (citados en Tarrés 2008) dicen que esta técnica consiste en encuentros cara a cara, entre el investigador e informantes, los cuales se orientan a entender las perspectivas del entrevistado sobre su vida, experiencia o situaciones personales tal y como son expresadas por sus propias palabras, por lo que en ocasiones las entrevistas no presentan un protocolo estructurado pues sólo consiste en una lista general de áreas por cubrir con cada informante, lo que permite al investigador decidir cuándo y cómo aplicar algunas frases que orienten al entrevistado hacia los objetivos de la investigación, creando a su vez una atmósfera confortable para que el informante hable libremente.

Por lo tanto, el viaje turístico es el elemento nodal de la investigación, junto con él se consideraron dos llaves de interpretación complementarias que fueron la vida cotidiana donde se ejerce la subjetividad y la universidad como campo de interacción social entre los jóvenes, en las dimensiones temporal, social y espacial (Figura 4), con los cuales se realizó una guía de entrevista sobre las unidades de análisis:

- 1) La "vida cotidiana", que enmarca la vida con los padres, la estructura familiar, la vida cotidiana en la niñez, adolescencia y juventud, es decir la trayectoria de vida del entrevistado.
- 2) El "viaje turístico", que muestra las relaciones sociales de los jóvenes en el contexto del viaje, esto visto desde una perspectiva de carácter social para la construcción intersubjetiva de su ethos y su comportamiento de viaje.
- 3) La "universidad", se detectó el o los viajes en función de dos espacios, espacio cotidiano y espacio turístico, reconociendo los lugares más significativos para su vida y donde se encuadran sus experiencias de viaje.

Figura 4. Modelo interpretativo para la investigación cualitativa.

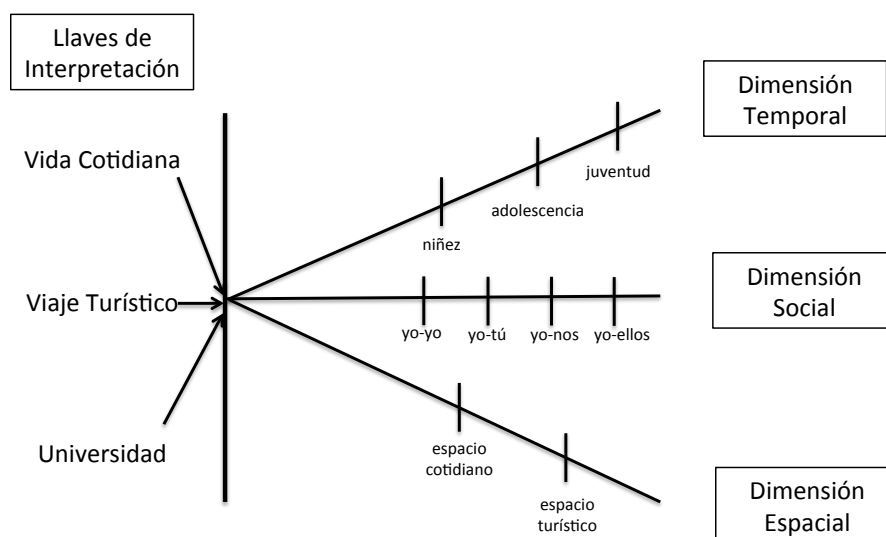


Figura 4. Modelo interpretativo para investigación cualitativa. Fuente: Elaboración propia con base en modelo de Lalive, 1990.

En esta parte cabe señalar, que para Lalive d'Épinay (1990), el relato biográfico y el relato de vida, es un instrumento privilegiado para estudiar el ethos, ya que es en éstos donde, un segmento, tiene por característica central la subjetividad y al final, lo que éstos causan, es un producto terminal que se le conoce como relato, un conjunto de palabras conservables que sirve para analizar el ethos que orienta la regulación del acontecimiento, por lo que se exterioriza y objetiva en el relato de vida. Es por esta razón que el meta-texto producido por las entrevistas se estudiaron bajo un análisis del discurso.

El análisis del discurso explora y analiza cómo los textos son hechos significativos en los procesos que contribuyen a la constitución de realidades sociales al volverse significativos, y a encontrar las contradicciones que los discursos contienen pues explora el conjunto de expresiones verbales, los procesos de conocimientos, y las maneras como las culturas o los grupos apropian, crean o reproducen discursos (Urrea, Muñoz y Peña 2013).

Por tanto, los jóvenes fueron invitados para ser entrevistados cara a cara por medio de la última pregunta del cuestionario que contestaron, mismo que permitió un segundo contacto de manera virtual mediante e-mails, whatsapp y Facebook para asegurar que los jóvenes se sintieran seguros al tomar la decisión de colaborar o no en la investigación, así su participación fue voluntaria y se concretaron 29 entrevistas, mismas que se realizaron en las instalaciones de la propia universidad. Para explicar los resultados, se trabajó bajo la siguiente lógica en el constructo del trabajo de tesis (Cuadro 2).

Cuadro 2. Constitución del análisis de resultados.

Objetivo específico	Fundamentos teórico-conceptuales	Metodología	Técnicas	Resultado
1. Perfil turístico de los jóvenes	Viajes turísticos	Inv. Cuantitativa Variables: • Perfil socioeconómico • Comportamiento de viaje y motivo	Encuesta 350 cuestionarios Características: • Directa • Estratificada • Intencional	Capítulo IV. 4.1 Perfil turístico de los jóvenes.
2. Distinguir los valores para la identificación del ethos turístico	Ethos Valores Schütz Lalive d'Épinay y su Modelo de análisis	Inv. Cualitativa Dimensiones: • Espacial, temporal y social Llaves de interpretación: • Vida cotidiana, universidad, viajes turísticos	Entrevistas cualitativas 29 entrevistas Análisis del discurso	Capítulo IV. 4.2 Significados del viaje turístico en los jóvenes millenials de México.
3. Interpretar los imaginarios turísticos con relación a los valores impregnados en los universitarios	Imaginarios Valores	Inv. Cualitativa Unidades de análisis: • Experiencias de viaje • Trayectoria de vida • Círculo social • Formación profesional	Entrevistas cualitativas 29 entrevistas Análisis del discurso	Capítulo IV. 4.3 Imaginarios Turísticos de los jóvenes.

Cuadro 2. Constitución del análisis de resultados. Fuente: Elaboración propia con base en metodología.

Por lo tanto, a través de los métodos, técnicas y herramientas mencionadas se pretendió compenetrar en las realidades de los individuos y conocer la dinámica sociocultural de los valores e imaginarios de los jóvenes universitarios para poder construir el significado entorno al viaje turístico.

Dicha propuesta, se prevé que pueda ser utilizada como ya se mencionó en la gestión y monitoreo del comportamiento del turismo juvenil, marcar tendencias de las nuevas generaciones en la práctica turística, conocer los intereses de los futuros consumidores, conocer las intencionalidades subjetivas y simbólicas para la realización de viajes turísticos.

Dicho todo lo anterior, se pretende además de lo establecido como parte de la justificación de la investigación, contribuir a la teoría en el campo del turismo sobre el sentido común que existe en el mundo de los jóvenes sobre los viajes, así como los imaginarios que ellos están albergando en su conciencia que esté motivando sus acciones y así poder conocer cuáles y cómo son los vínculos que se están generando entre el alter y ego de los jóvenes.

Capítulo IV

Resultados

Los resultados de la investigación se presentan en tres apartados: el perfil turístico de los jóvenes, producto de la investigación cuantitativa; para los siguientes se propusieron artículos que fueron enviados a revistas de divulgación científica, con el propósito de mostrar los resultados cualitativos, el primer artículo titulado “Significados del Viaje Turístico en los jóvenes Millenials de México”; el segundo “Los imaginarios turísticos de los jóvenes en México”. Por lo tanto, se expone a continuación cada apartado.

4.1. Perfil turístico de los jóvenes

Con la finalidad de tener información general acerca del perfil de los jóvenes a analizar, se consideró la aplicación de una encuesta mediante un cuestionario individualizado basado en la obtención de datos sociodemográficos y características de viaje turístico. El cuestionario, formulado con 30 preguntas en escala nominal (anexo 1), fue aplicado para recabar información precisa sobre el comportamiento y motivaciones del viaje turístico, obteniendo los siguientes resultados:

En la tabla 3 se muestra el perfil sociodemográfico de la población muestra, se observa que hay un mayor índice de mujeres entre los encuestados, solo por la diferencia del 8% al género masculino, ya que se encuestaron a 162 hombres y 188 mujeres. La mayoría de jóvenes oscilan entre el rango de edad de 18 a 22 años (82%); procedentes y habitantes en su mayoría de la zona metropolitana del Valle de México (94.57%), principalmente del Estado de México (97.99%); 9 de cada 10 informantes son solteros (92%) y sin hijos (93.14%), 8 de cada 10 vive en casa de sus padres y familiares y sólo el 58% son totalmente dependientes económicamente de sus padres o tutores. El 30% de jóvenes trabaja, en su mayoría en algún oficio. Los ingresos familiares se ubican en el rango de 1 mil a 10 mil pesos mensuales (75%), lo que quiere decir que, en suma, se está hablando de jóvenes universitarios dedicados solamente a estudiar (70%) y aún sin ningún tipo de responsabilidad económica, pero dependientes de sus padres o tutores, los cuales sobrepasan el salario mínimo de ingreso en México, permitiéndoles cubrir sus necesidades básicas y profesionales, así como los recursos que destinen para su recreación, con un ingreso mensual aproximado de los jóvenes de menos de 1 mil a 3 mil pesos (57%).

A pesar de esto, 83% de jóvenes se desplazan a la escuela en transporte público y 13% en automóvil, pues son residentes de los municipios periféricos primordialmente de Texcoco (37.15%), Chimalhuacán (13.71%) y San Vicente Chicoloapan (12%); corroborando que la información dada en el apartado contextual aún sigue vigente, ya que se muestran alumnos provenientes de municipios o delegaciones aledañas al Centro Universitario, donde hay facilidades de transporte público, pues cada 8 de 10 alumnos lo utilizan para llegar a la institución (83%).

Tabla 3. Características de la población muestra.

Características sociodemográficas de la muestra						
Variables		Porcentaje	Variables		Porcentaje	
Género	Femenino	54%	Regiones de México de procedencia	Noroeste	0.29%	
	Masculino	46%		Noreste	0.57%	
Edad	- 18 años	3%		Occidente	1.99%	
	18 a 22 años	82%		Oriente	1.15%	
	23 a 25 años	14%		Centro Norte	0.57%	
	+ 25 años	1%		Centro Sur	94.57%	
Estado civil	Soltero (a)	92%		Suroeste	0.57%	
	Casado (a)	3.71%		Sureste	0.29%	
	Unión libre	3.43%		Lugar de residencia en la zona metropolitana del valle de México	Estado de México	97.99%
	Separado (a)	0.29%		Ciudad de México	2.01%	
	Viudo (a)	0.57%	Número de personas con las que convive en casa	Menos de 5 personas	79%	
	Divorciado (a)	0%		De 6 a 10 personas	20%	
Número de hijos	Ninguno	93.14%		Más de 10 personas	1%	
	Uno	6.28%	Transporte utilizado	Transporte público	83%	
	Dos	0.29%		Automóvil	13%	
	Tres o más	0.29%		Caminando	1.5%	
Con quien vive	Padres	75.43%		Bicicleta	1%	
	Mamá	11.71%		Motocicleta	1.5%	
	Papá	2.29%		Dependencia económica de padres, tutores o conyugue	Totalmente	58%
	Hermanos	0.57%	En parte		35%	
	Compañeros	0.29%	No depende		7%	
	Conyugue/pareja	4.57%	Trabajo por algún tipo de remuneración económica	No ha trabajado	27%	
	Solo	3.43%		Actualmente no	43%	
	Casa de huéspedes	0%		+ 20 horas/sem	11%	
	Otros familiares	1.71%		- 20 horas/sem	19%	
Ingreso mensual propio	Menos de \$1 mil	28%		Ingreso mensual familiar	De \$1000 a \$5,000	40%
	De \$1 a 3 mil	29%	De \$5,001 a \$10,000		35%	
	De \$3 a 5 mil	11%	De \$10,001 a \$20,000		15%	
	De \$5 a 10 mil	6%	Más de \$20,000		6%	
	Más de \$10 mil	1%	No contestó		4%	
	Ningún ingreso	11%	Tipo de trabajo que realiza		En su profesión	13%
	No contestó	14%		En algún oficio	27%	
				Empresa propia	5%	
		Otro	9%			
		No contestó	46%			

Tabla 3. Características de la población muestra. Fuente: Elaboración propia basada en resultados de encuesta.

En lo que corresponde al bloque sobre el viaje turístico (tabla 4), se descubrió que el 91% de los encuestados viajaron durante el último año, aunque sólo 76% se hospedó durante su visita, por lo que se manifiesta que 9 de cada 10 alumnos viaja por lo menos una vez al año, pero solo 8 de cada 10 pernoctan en el lugar al menos más de 24 horas, ya que 60% declara que su tiempo de estancia varía entre 2 y 5 días. En cuanto a las formas de viaje, 61% de los alumnos viajaron en compañía de familiares, 13% con compañeros de grupo y 12% con

amigos, lo que revela que 6 de cada 10 jóvenes acostumbran a viajar con sus familiares, utilizando reiteradamente el automóvil (51%) o el autobús (35%) para movilizarse. Esto coincide con los principales motivos de desplazamiento que fueron esencialmente por convivencia familiar (42%) y por recreación y descanso (24%).

Tabla 4. Características del viaje turístico.

Características del viaje turístico						
Variable		Porcentaje	Variable		Porcentaje	
Viajó durante el último año	Nunca	9%	Medio de transporte	Automóvil propio	51%	
	Por lo menos una vez al año	42%		Autobús	35%	
	De dos a tres veces al año	34%		Automóvil rentado	4%	
	De cuatro a seis veces al año	11%		Avión	10%	
	Más de seis veces al año	4%	Pernocta	Si	76%	
Acompañantes	Solo	5%		No	24%	
	Familia	61%	Tiempo de estancia	Menos de 12 horas	16%	
	Pareja	6%		Hasta 24 horas	8%	
	Amigos	12%		De 2 a 3 días	40%	
	Compañeros de trabajo	3%		De 4 a 5 días	20%	
	Compañeros de grupo	13%		Más de 6 días	15%	
Importancia del viaje para su desarrollo personal (1 mínimo, 5 máximo)	1	7%	Motivo de viaje	No contesto	1%	
	2	13%		Recreación y descanso	24%	
	3	20%		Convivencia con amigos	7%	
	4	27%		Contacto con la naturaleza	2%	
	5	33%		Conocer un sitio particular	5%	
Palabras asociadas al viaje	Salud	3%		Convivencia familiar	42%	
	Disfrute	19%		De trabajo	7%	
	Deporte	2%		Prácticas escolares	11%	
	Naturaleza	6%		Otro	2%	
	Libertad	6%		Lo más significativo	El lugar que visita	28%
	Paraíso	2%			Las personas con las que viaja	10%
	Convivencia familiar	15%			Las experiencias que adquiere	24%
	Descanso	4%			El conocimiento que le deja	6%
	Tiempo para los amigos	2%			Las festividades y tradiciones del lugar	8%
	Fiesta	2%	La comida		5%	
	Emoción	3%	Las actividades		3%	
	Felicidad	10%	La población local		4%	
	Aventura	5%	Las emociones vividas		12%	
	Experiencias	17%	Otro		0%	
	Dinero	3%				
Otro	1%					

Tabla 4. Características del viaje turístico. Fuente: Elaboración propia basada en resultados de la encuesta.

De manera general, 19% asocia la palabra viaje con el disfrute, seguido del 17% con las experiencias y 15% con la convivencia familiar. Lo mayormente significativo durante el viaje son el lugar que visitó (28%) y las experiencias que adquirió (24%). Los estados mayormente referidos por los jóvenes en sus viajes al interior de la República Mexicana fueron: Querétaro, Oaxaca, Veracruz, Hidalgo, Guerrero, Morelos, Puebla, Tlaxcala, Ciudad de México, Estado de México, Guanajuato, Michoacán, Yucatán y Jalisco.

De la misma forma, independientemente del motivo de viaje, en una escala de mayor a menor, los atractivos frecuentemente visitados fueron la ciudad y el centro de la ciudad, las playas y las calles turísticas (Gráfico 2). Las tres principales actividades realizadas durante el viaje fueron descansar, el disfrute de la gastronomía local y las actividades acuáticas (Gráfico 3).

Gráfico 2. Atractivos visitados

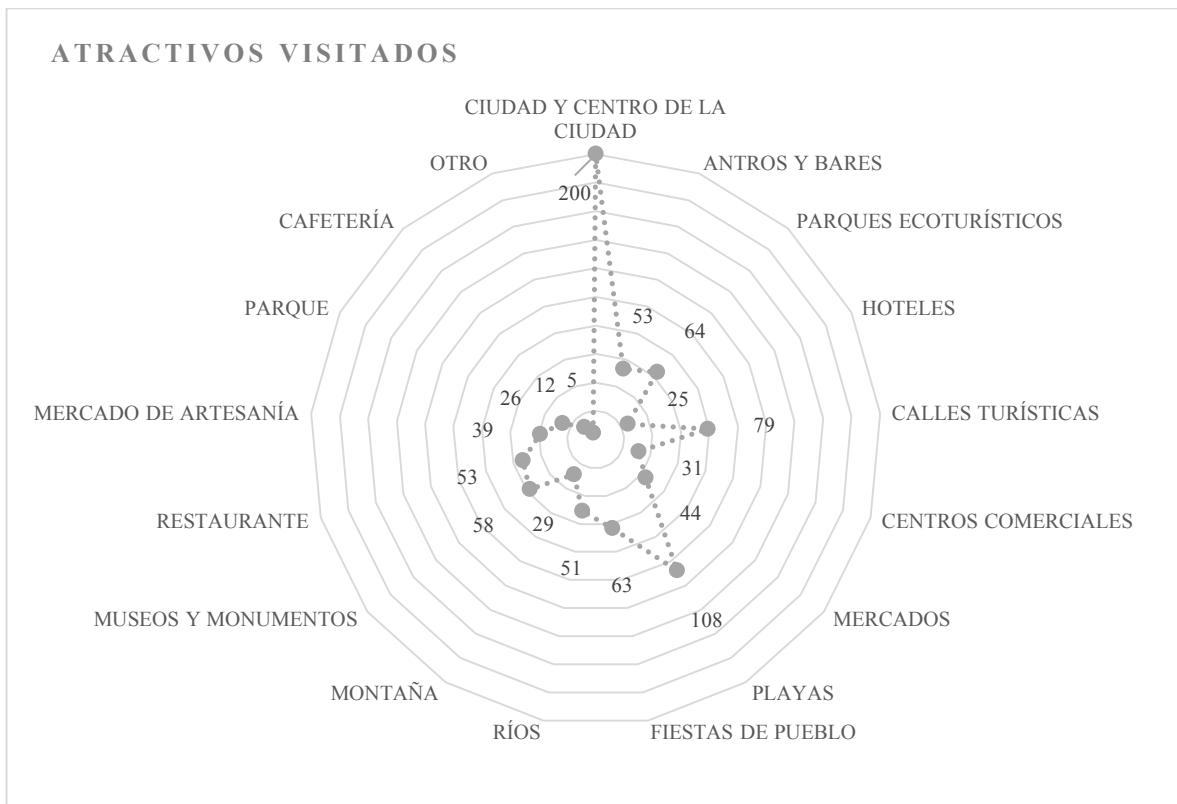


Gráfico 2. Atractivos visitados. Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuesta.

Gráfico 3. Actividades realizadas durante el viaje.

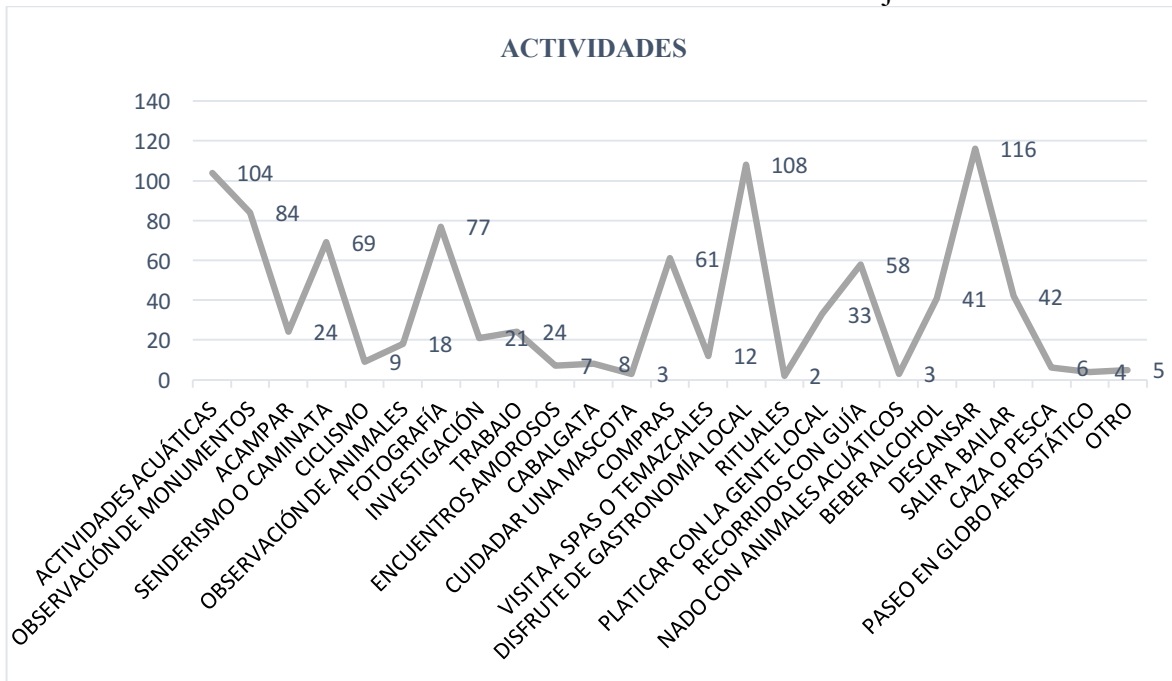


Gráfico 3. Actividades realizadas durante el viaje. Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuesta.

Los principales valores implicados en el viaje, de mayor a menor escala fueron: la libertad, responsabilidad, confianza, amor y seguridad, como puede apreciarse en el gráfico 4.

Gráfico 4. Valores.

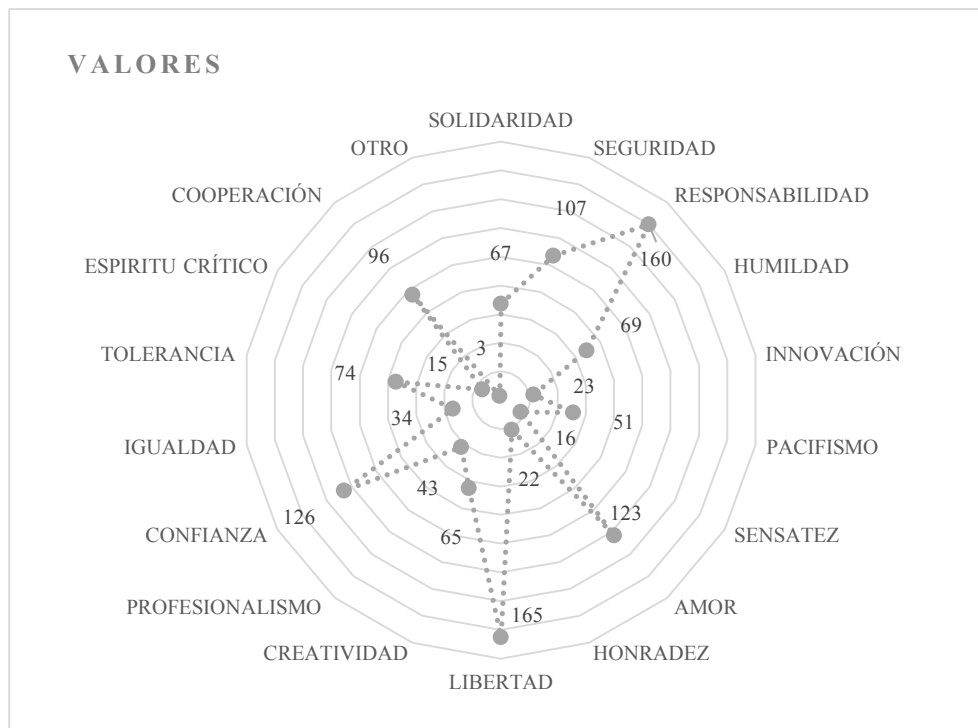


Gráfico 4. Valores. Fuente: Elaboración propia basada en resultados de encuesta.

La mayoría de los jóvenes (60%) piensan que los viajes son significativamente importantes para su desarrollo personal. Con respecto a las palabras mayormente respondidas de acuerdo a las preguntas ¿qué es lo que más te gusta y disgusta cuando viajas? fueron:

- Les gusta: el paisaje, conocer, no hacer nada, la gastronomía, la tranquilidad, conversar y convivir.
- Les disgusta: el tránsito lento y las casetas, el tiempo de trayecto, el mal clima, el mal servicio, la delincuencia, la falta de dinero y/o el alto precio de los bienes o servicios, y la mala actitud y comportamiento.

A partir de los resultados de la encuesta, se realizó un cruce de variables entre la información sociodemográfica y las características del viaje para identificar los perfiles turísticos dominantes de los jóvenes. Se presentan los resultados en las tablas 5 y 6.

Tabla 5. Cruce de Motivo de viaje / Género

		Motivo de viaje								Total general
		Recreación y descanso	Convivencia con amigos	Contacto con la naturaleza	Conocer un sitio en particular	Convivencia familiar	De trabajo	Prácticas escolares	Otro	
Género	Masculino	43	13	3	9	60	17	11	6	162
	Femenino	41	13	3	7	88	6	28	2	188
Total general		84	26	6	16	148	23	39	8	350

Tabla 5. Cruce de Motivo de viaje/ Género. Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuesta.

En la tabla 5 se observa que la convivencia familiar es el motivo de viaje más importante para los jóvenes, tanto hombres como mujeres, aunque se percibe la preferencia de esta motivación más enfáticamente por el género femenino. En segundo el motivo de recreación y descanso, aunque no dista mucho la diferencia entre los géneros, son los hombres quienes realizan más viajes por este motivo. Por lo que pueden señalarse dos principales tipos de viaje para los jóvenes universitarios: el familiar y el de recreación y descanso.

Tomando en cuenta la importancia de estos dos tipos de viaje, se alude también al rubro de lo mayormente significativo para los jóvenes al viajar, así, se dice que para el viaje de convivencia familiar es importante el lugar de visita, las experiencias que se adquieren y las personas con las que se viaja. Para el viaje de recreación y descanso también influyen el lugar de visita y las experiencias que se adquieren, agregándose en este caso las festividades y tradiciones del lugar (Tabla 6).

Tabla 6. Cruce de lo Significativo del viaje / Motivo de viaje

		Lo significativo del viaje									Total general
		El lugar de visita	Las personas con las que viaja	Las experiencias que adquiere	El conocimiento que le deja	Las festividades y tradiciones del lugar	La comida	Las actividades	La población local	Las emociones vividas	
Motivos de viaje	Recreación y descanso	25	7	15	5	11	6	4	3	8	84
	Convivencia con amigos	4	3	10	1	1	2			5	26
	Contacto con la naturaleza	1	1	1	1					2	6
	Conocer un sitio particular	6	1	4	1				1	3	16
	Convivencia familiar	39	24	27	6	13	7	3	7	22	148
	De trabajo	8		11			2		1	1	23
	Prácticas escolares	12		12	6	5		1	1	2	39
	Otro	2		4				1	1		8
Total general	97	36	84	20	30	17	9	14	43	350	

Tabla 6. Cruce de lo Significativo del viaje/ Motivo de viaje. Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuesta.

Realizando el mismo ejercicio con las demás variables se realizó el compendio de los principales resultados, generando de esta manera la siguiente tabla que perfila las motivaciones y comportamiento de viaje de los alumnos del CU UAEM Texcoco (Tabla 7):

Tabla 7. Viajes por convivencia familiar y por recreación y descanso*

Motivo de viaje	Convivencia familiar	42%	Recreación y descanso	24%
Género	Femenino Masculino	59% 41%	Masculino Femenino	51% 49%
Sitios	Ciudad y centro de la ciudad Parques ecoturísticos Fiestas de pueblo Playas	27% 26% 26% 26%	Ciudad y centro de la ciudad Calles turísticas Parques ecoturísticos Fiestas de pueblo Playas Antros y bares	19% 19% 19% 19% 19% 19%
Actividades	Descansar Disfrute de la gastronomía local Fotografía	28% 28% 28%	Descansar Actividades acuáticas Disfrute de la gastronomía local Senderismo o caminata	27% 27% 27% 27%
Lo más significativo	El lugar de visita Experiencias que adquiere Las personas con las que viaja	26% 18% 16%	El lugar de visita Experiencias que adquiere Las festividades y tradiciones del lugar	30% 18% 13%
Palabra asociada al viaje	Convivencia familiar Disfrute Felicidad	28% 19% 12%	Disfrute Experiencia Libertad	26% 14% 11%
Valores	Libertad Amor Responsabilidad	34% 27% 15%	Responsabilidad Libertad Amor	36% 29% 21%

Tabla 7. Viajes por convivencia familiar y por recreación y descanso. Fuente: Elaboración propia con base en cruce de variables.

*Nota: El porcentaje mostrado refiere al porcentaje que obtuvo cada motivación de viaje en los datos generales de la investigación y cada ítem en la pregunta correspondiente, por ello no suman 100%.

Con base en lo anterior, a continuación se describen los principales perfiles de viaje encontrados en este grupo de jóvenes:

a) Perfil del estudiante que viaja por convivencia familiar

El género femenino es el que más viaja para convivir con su familia. Esto no implica que para los varones viajar para acercarse a sus familiares no sea algo significativo, sino más bien, sus intereses al viajar se muestran hacia otro tipo de motivaciones. Este tipo de estudiantes acostumbran visitar la ciudad y los alrededores del lugar, así como los parques ecoturísticos, las fiestas de pueblo y las playas. Por lo tanto, el destino o lugar de visita se vuelve lo más significativo durante su convivencia, pues las experiencias vividas durante el viaje son factores que contribuyen a reforzar la relación familiar, permitiendo

compartir emociones que hacen totalmente significativa cualquier experiencia de viaje, por ello, la convivencia familiar, el disfrute y la felicidad son las primeras palabras asociadas al imaginario de este grupo. La principal motivación para éste perfil turístico juvenil es el acercamiento familiar, puesto que consideran al viaje turístico una oportunidad de conocimiento, convivencia y comunicación que da experiencias novedosas y llenas de valor para los integrantes de la familia. En cuanto a valores mostrados en este tipo de viajes, los jóvenes expresaron en primer lugar la libertad, seguido del amor y la responsabilidad, demostrando que los viajes son una forma de liberarse de sus actividades cotidianas para manifestar el afecto reflejado en la unión y armonía en familia, posiblemente afectado durante las responsabilidades de la vida cotidiana.

b) Perfil del estudiante que viaja por recreación y descanso

El resultado mostró que los integrantes del género masculino viajan más por este motivo, sin embargo, no discrepa mucho de la proporción de mujeres. Para los informantes, lo más significativo es el lugar de visita, seguido de las experiencias que se adquieren y de las festividades y tradiciones del lugar, esto revela que los jóvenes viajan buscando sitios que les proporcionen algo nuevo para su vida, y que favorezca el contacto con otros pueblos, incrementando su acervo cultural y el nivel de interacción social. Los principales atractivos que se visitan durante este tipo de viajes, en la misma medida, son la ciudad y sus alrededores, las calles turísticas, los parques turísticos, las fiestas de pueblo, las playas y los antros y bares, que les sirven como lugares de recreación y descanso, por ello la palabra disfrute, experiencia y libertad, se asocia fácilmente para los informantes que viajan por este motivo. Nótese que los principales valores para este tipo de viaje corresponden también a la libertad, amor y responsabilidad, sin embargo, a diferencia de los valores mostrados en el primer perfil, la responsabilidad se impone por sobre la libertad y el amor cuando los jóvenes viajan por este motivo, pues el viaje representa el momento de responsabilizarse de sí mismos, en sus comportamientos y en la administración de su economía.

4.2 Significados del Viaje Turístico en los Jóvenes Millenials de México

En el siguiente apartado se incluye el artículo científico enviado a la Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud. En él se resaltan los principales resultados de la investigación cualitativa sobre los significados del viaje turístico en los sujetos de estudio. Dicho artículo se compone de seis apartados: introducción, encuadre teórico-conceptual, ubicación de los sujetos de estudio, modelo metodológico, hallazgos y reflexiones finales.

A continuación, se muestra la portada principal de la revista, la indización y la evidencia de envío a la revista.

Portada Principal

The image shows a blue header bar with the text 'RLCSNJ' and navigation links: 'Anuncios', 'Actual', 'Archivos', and 'Acerca de'. Below the header is a dark blue banner for the journal 'REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES, NIÑEZ Y JUVENTUD'. The banner includes the journal's name in Spanish, English, and Portuguese, along with its ISSN numbers: 'ISSN: 1692-715X | ISSN electrónico: 2027-7679'. To the right of the banner are logos for 'UNIVERSIDAD DE MANIZALES' and 'CINDE 40 años'. A small box on the right contains a link: '► Guía para los autores y autoras'.

La **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud** es una publicación semestral que recoge resultados de investigación y meta-análisis inter y trans-disciplinarios cuya calidad permite presentar trabajos inéditos, acumular y debatir saberes y conocimientos sobre la niñez y la juventud de Colombia, Latinoamérica y el Caribe y hacer aportes a la investigación de tan complejos campos de estudio desde diversas perspectivas disciplinarias, interdisciplinarias y trasdisciplinarias, tales como las neurociencias, la psicología, la sociología, la antropología, la pedagogía, la lingüística, la historia y la filosofía.

Su base es el programa de doctorado en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud del Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud, de la alianza Universidad de Manizales y Cinde, en Manizales, Colombia. Se dirige a personas interesadas en la teoría y la práctica de estudiar, investigar, analizar y profundizar sobre los niños, las niñas y las y los jóvenes, así como de diseñar, evaluar y comparar programas y políticas de niñez y juventud. Acepta artículos en castellano, portugués, inglés y francés, preferentemente derivados directamente de investigaciones formalmente avaladas por instituciones universitarias, centros de investigación y entidades financiadoras públicas y privadas.

Director–Editor
Héctor Fabio Ospina

Indización

Los artículos publicados en la Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud son indizados o resumidos por:

- Categoría A2 del Índice Bibliográfico Nacional-Pubindex, Colciencias, Colombia.
- Scientific Electronic Library Online - Scielo
- Thomson Reuters (Scielo Citation Index)
- Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal - Redalyc.
- Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal-Latindex.
- Literatura Latinoamericana y del Caribe en Ciencias de la Salud - LILACS
- Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades CLASE
- Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa - IRESIE
- Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI)
- Directorio de Revistas de Acceso Abierto - DOAJ
- DIALNET
- EBSCO
- PRISMA - ProQuest
- Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales - CLACSO
- Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid - COMPLUDOC
- Red Bireme
- Ulrich's
- HAPI
- MIAR
- Carhus Plus
- Fuente Académica
- CLASE
- Pubindex
- CAPES
- E-revistas
- Actualidad iberoamericana
- Latindex
- Biblioteca Virtual em Saúde
- Ulrichs web
- Google académico
- CrossRef
- CRUE
- E-Journals
- BDCOL
- UNAM
- SHERPA ROMEO
- Creative Commons

Comprobante envío de artículo

Osorio-García, Significados del Viaje Turístico en los Jóvenes Millenials de México

http://revistaumanizales.cinde.org.co/index.php/Revista-Latinoamericana/authorDashboar...



Biblioteca de envío **Ver metadatos**

Significados del Viaje Turístico en los Jóvenes Millenials de México

Maribel Osorio-García, Denice Anel Ordaz Mejí...

Tareas 0

Propuestas

[Propuesta](#) [Revisión](#) [Editorial](#) [Producción](#)

Archivos de envío

[Q Buscar](#)

▶  9731-1 mosorio, Autor, Texto del artículo
[Art_Revista_CSNiñezyJuventud.docx](#)

Discusiones prerrevisión

[Añade discusión](#)

Nombre	De	Última respuesta	Respuestas	Cerrado
--------	----	------------------	------------	---------

No hay artículos

powered by OJS | Open Journal Systems

PKP | PUBLIC KNOWLEDGE PROJECT

Significados del Viaje Turístico en los Jóvenes *Millenials* de México³

Denice Anel Ordaz-Mejía**

Maribel Osorio-García***

Universidad Autónoma del Estado de México

Resumen

Desde la perspectiva de la investigación subjetiva, se lleva a cabo un estudio de corte interpretativo sobre las creencias, valores y modelos que orientan los viajes turísticos de los jóvenes *millenials* en México para establecer su tipificación turística. Con este objetivo, se realiza una investigación cualitativa con un grupo de jóvenes universitarios de la zona metropolitana de la ciudad de México, sustentado teóricamente en Schütz y Lalive, tomando a la tipificación y el *ethos* como categorías base. La técnica utilizada fue la entrevista, aplicando un análisis del discurso a los meta-textos obtenidos, sobre las dimensiones temporal, social y espacial. Los hallazgos permiten configurar dos *ethos*: el tradicional y el liberador, siendo proclive el viaje turístico para el segundo caso.

Palabras Clave: joven, viaje, turismo, valores sociales. (Tesoro de Ciencias Sociales de la Unesco).

Meanings of tourist travel in the young millenials of Mexico

Abstract

From the subjective research perspective, an interpretative study of the beliefs, values and models that guide the tourist travel of the young millenials in Mexico is carried out to establish their tourist classification. With this aim, a qualitative research is applied with a

³ Este artículo se deriva de la investigación denominada “Valores e imaginarios de los jóvenes universitarios en torno al viaje turístico. Caso de estudio: Universidad Autónoma del Estado de México, campus Texcoco”, presentada por el primer autor y asesorada por el segundo para optar al título de Maestro en Estudios Turísticos, Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México, México, 2017. Realizada entre agosto de 2015 y julio de 2017.

** Licenciada en Turismo por la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), campus Texcoco. Becaria de la Maestría en Estudios Turísticos de la UAEM, programa inscrito en el Padrón Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) de México. Correo electrónico: denice091287@hotmail.com.

*** Autor por correspondencia. Licenciada en Turismo de la UAEM, Magíster en Planeación Urbana y Regional de la UAEM, Doctora en Ciencias Sociales y Políticas (especialidad en Sociología), de la Universidad Iberoamericana (México), profesora-investigadora de tiempo completo de la UAEM. Profesora invitada al Doctorado en Gestión Turística de la Universidad del Occidente (México) y al Doctorado en Geografía de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), (México), inscritos en el PNPC del CONACYT. Correo electrónico: maribelosorio2@gmail.com .

group of young university students from the metropolitan area of Mexico City, supported theoretically by Schütz and Lalive, taking typification and ethos as base categories. The technique used was the interview, applying a discourse analysis to the meta-texts obtained, on the temporal, social and spatial dimensions. The findings allow us to configure two *ethos*: the traditional and the liberator, being prone to the tourist trip only in the second case. Keys: young people, travel, tourism, social values (Social Science Unesco Thesaurus).

Significados de viagem turística para os jovens *millenials* do México

Resumo:

A partir da perspectiva da investigação subjetiva, é realizado um estudo de caráter interpretativo sobre as crenças, valores e modelos que orientam as viagens turísticas de jovens *Millenials* no México a fim de estabelecer o seu perfil. Com este objetivo, uma pesquisa qualitativa é realizada com um grupo de jovens universitários da região metropolitana da Cidade do México, sendo embasada teoricamente por Alfred Schütz e Lalive D'Épinay, tendo a tipificação e o *ethos* como categorias de base. A técnica utilizada foi a entrevista, aplicando análise de discurso nos meta-textos obtidos, sobre as dimensões temporal, social e espacial. Os resultados permitem definir dois *ethos*: o tradicional e o libertador, sendo as viagens turísticas propenso apenas para o segundo caso.

Palavras Chave: jovem, viagem, turismo, valores sociais. (Thesaurus de Ciências Sociais da Unesco).

-1. Introducción. -2. Encuadre teórico-conceptual. -3. Ubicación de los sujetos de estudio. -4. Modelo metodológico. -5. Hallazgos. -6. Reflexiones finales. –. Lista de referencias.

1. Introducción

Las personas nacidas entre los años 1980 y 2000, ahora conocidos como “*millenials*”, se encuentran en la etapa de juventud y tienen una forma peculiar de practicar el turismo. A esta generación le tocó vivir la llamada era digital, que les permite actualizarse continuamente, por lo que Geifman (2014), Lundy (2015) y The Council of Economic Advisers (2014), marcan ciertas características que los hacen diferentes de otras generaciones, como la

preferencia por estar en contacto con sus entornos, estar más informados, buscar nuevas formas de entretenimiento y experiencias únicas, ser más conscientes y preocuparse por valores éticos, buscar recompensas, ser más abiertos, mostrar flexibilidad ante su propia cultura y ante las nuevas formas de economía a nivel mundial, entre otras.

En cuanto al turismo, se ha registrado que las personas jóvenes demandan rutas nuevas (He, Yang & Guan, 2014), saciar la necesidad de adquirir nuevas experiencias o conocimientos (Korstanje, 2010) y utilizar comúnmente las nuevas tecnologías, el internet y las redes sociales (Hu, Zhao & Huang, 2015; Biz, Neves & Bettoni, 2014). Ortega (en UNWTO, 2012) menciona que el turismo de jóvenes, en mayor medida que otros segmentos, es consciente de las cuestiones sociales y medioambientales, y potencia el diálogo y el entendimiento mutuo entre las culturas, generando que los efectos sociales y culturales de los jóvenes viajeros adquieran más importancia que los efectos económicos, ya que consideran a los viajes como una parte esencial de su vida cotidiana en lugar de un breve escape de la realidad (Matteucci en UNWTO, 2012).

Es claro que los diferentes contextos y estilos de vida de los jóvenes les influyen en su comportamiento, la juventud responde a una construcción de identidad como grupo social, capaz de crearse a sí misma en relación con los otros y construir signos, símbolos y toda una visión del mundo en una construcción social determinada (Cardoso, 2005). El turismo se configura como una expresión de esa construcción social (Binkhorst, 2008; Del Barrio, López & Frías, 2012; Marinao, Torres & Chasco, 2014; Guimarães, 2012; Orgaz & López, 2015; He *et. al.*, 2014; Korstanje, 2010), en la que se vierte el sentido del descanso, la recreación y el viaje, delineados por el sentimiento de identidad y pertenencia social a unos valores y significados que manifiestan sus fantasías y su placer sensorial. Dicha expresión se puede observar en el caso de los *spring breakers* en México o los *schoolies* en Australia, quienes extreman su vivencia de sensaciones mediante el abuso de sustancias tóxicas y actividad sexual de alto riesgo (Monterrubio, 2013; De Salazar, 2003; Olivares, 2009).

Para el caso de México, gracias a distintas investigaciones (Consejo Nacional de Población, 2010; Lehmann, 2015; Sánchez, 2014; Sima & Perales, 2015; Barragán, López, Martínez,

López, Aguilera, Salazar & Sánchez, 2014; Pérez-Rodríguez, 2012), se puede decir que se tiene conocimiento sobre el sector juvenil, sin embargo, en general, se observa una carencia de estudios sobre el turismo de los *millennials*, y en particular, una carencia de investigaciones de carácter social que estudien el significado del viaje turístico para este grupo. Reconocer este significado resulta importante para una sociedad en la que el turismo doméstico constituye el 80% de su actividad turística nacional (Gobierno de la República, 2013), y en la que los *millennials* definirán el comportamiento turístico del país en los próximos años, no sólo por su consumo, sino a partir de sus pautas de comportamiento sociocultural.

En el contexto de la zona metropolitana de la ciudad de México (ZMCM) (Cruz, 2000), se considera que el perfil de los *millennials* se acerca mayormente al del joven “global” dada su condición cosmopolita, sin embargo, como nación multicultural y “en desarrollo”, se conjugan también las tradiciones y valores ancestrales con el estilo de vida urbano y los valores modernos (Valdés, 2013; Pérez, 2012), construyéndose una identidad particular de los jóvenes que se expresa en distintos ámbitos, entre ellos, el turismo. Por ello, es de interés en esta investigación llevar a cabo una aproximación a la identificación de los significados del turismo en los jóvenes *millennials* de la ZMCM, con el objetivo de reconocer las creencias, valores y modelos que lo orientan y su tipificación turística. Con este propósito, el texto que se ofrece se estructura en cuatro apartados: el primero refiere el encuadre teórico-conceptual que define a las categorías de la tipificación y el *ethos* como conceptos base para el estudio interpretativo; un segundo apartado describe el grupo de jóvenes elegido de la ZMCM que fungieron como sujetos de la investigación; el tercero presenta el modelo metodológico y las técnicas cualitativas aplicadas; y el cuarto expone los hallazgos de la investigación en sus dimensiones temporal, social y espacial, así como las tipificaciones turísticas en los dos *ethos* identificados. Se cierra el texto con un apartado de reflexiones finales.

2. Encuadre teórico-conceptual

Debido a que las llamadas sociologías de la vida cotidiana son las que han mostrado un interés más decidido por estudiar el sentido y los significados del hacer humano (Lindón, 2000), el encuadre teórico de esta investigación queda circunscrito al ámbito de la investigación subjetiva, específicamente en el campo fenomenológico del sentido, tomando como base los

planteamientos de Alfred Schütz (1995; Shütz y Luckmann, 1973) y de Lalive (1990). Como es conocido, Schütz basó su teoría en las ideas de Husserl y Weber inclinando sus estudios hacia la subjetividad humana, ya que para él “...el mundo de la vida cotidiana es ..[.].. la realidad fundamental y eminente del hombre...” (Schütz y Luckmann, 1973, p. 25).

Schütz (1993) planteó que el mundo social se estructura desde la vida cotidiana donde el hombre construye significados intersubjetivos. Se entiende por significados a los conceptos-códigos que se comparten socialmente y constituyen los aspectos del mundo social que son importantes para los sujetos (Ritzer, 1993, p. 280). En la misma línea, Crespi (1997) conceptualiza al significado como cualquier representación del sí mismo y de la realidad. Las experiencias y conocimientos que se albergan en la conciencia dan sentido y significado diferente a las cosas y saberes conformando un acervo. A este acervo Schütz le denominó “sentido común”, construido por significados colectivamente entendidos en un determinado momento que orientan las formas de interacción socialmente aceptadas y sabidas por los miembros de una comunidad. “La constitución subjetiva del sentido es el origen de todos los acervos sociales de conocimiento, los depósitos históricos de sentido en que pueden apoyarse las personas nacidas en una sociedad y en épocas particulares” (Berger & Luckmann, 1997, p. 35). La transmisión de sentido está determinada por las relaciones intersubjetivas que soportan la estructura social.

El sentido común, compuesto por la situación biográfica, el acervo social de conocimientos y el contexto geográfico, se produce mediante la supuesta comprensión de las acciones de los demás, entorno al sentido que una persona asigna a su acción, construyendo una forma típica de conducta, una pauta típica de motivos subyacentes, de actitudes típicas de un tipo de personalidad. Cabe señalar que es de Weber, de quien Schütz extrae la idea sobre las “tipificaciones” en el mundo social, para simplificar actos y conductas humanas que determinan los tipos de personalidad individual y/o colectiva, que surgen de una estructura social. Las tipificaciones se enuncian como un conjunto de reglas y recetas que hacen posible las relaciones interpersonales al anticipar la conducta en el mundo de la vida cotidiana (Schütz, 1995).

Para identificar las tipificaciones, se retoma aquí el concepto de *ethos*, desde la perspectiva teórica que establece Lalive (1990), quien lo concibe como el conjunto de creencias, valores,

normas y modelos que orientan el comportamiento y constituyen la identidad socio-cultural del individuo. El *ethos* forma el núcleo de una cultura que caracteriza a una institución, a un grupo o a una sociedad, por lo que es una herramienta teórica pertinente para la identificación de las tipificaciones en el grupo social de los jóvenes.

Bajo el enfoque fenomenológico, Lalive (1990) propone un modelo operativo de análisis para llevar a cabo la interpretación de los significados personales, consiguiendo hacer observables las tipificaciones en las que se está inmerso. El modelo consiste en definir las llaves de interpretación específicas para una investigación y los cruces con las dimensiones temporal, social y espacial, como ejes estructuradores de la vida cotidiana. En la dimensión temporal se distingue la relación del tiempo en la vida del sujeto: la fase del ciclo de vida en la cual se sitúa, así como la inserción del sujeto en la historicidad o en el tiempo de la sociedad. En la dimensión social, se identifica la relación del sujeto consigo mismo (yo-yo) y con los otros, tanto con quienes establece una relación directa (yo-tú y yo-nosotros), como con aquéllos de los que se diferencia (yo-ellos y nosotros-ellos). En la dimensión espacial se reconocen los espacios personales de la vida cotidiana (casa, escuela, trabajo), así como los espacios externos a ella (la región, el país, el extranjero).

Aunque no hay acceso directo a las experiencias subjetivas de otros, es posible comprender su naturaleza y contenido mediante las expresiones y la información que proporcionan los sujetos en estudio (Ritzer, 1993, p. 267), lo que se logra a través de la investigación cualitativa, investigación pertinente para explicar los fenómenos que se suscitan dentro de un contexto natural de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas (Denzin y Lincoln en Rodríguez, 1999; Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

3. Ubicación de los sujetos de estudio

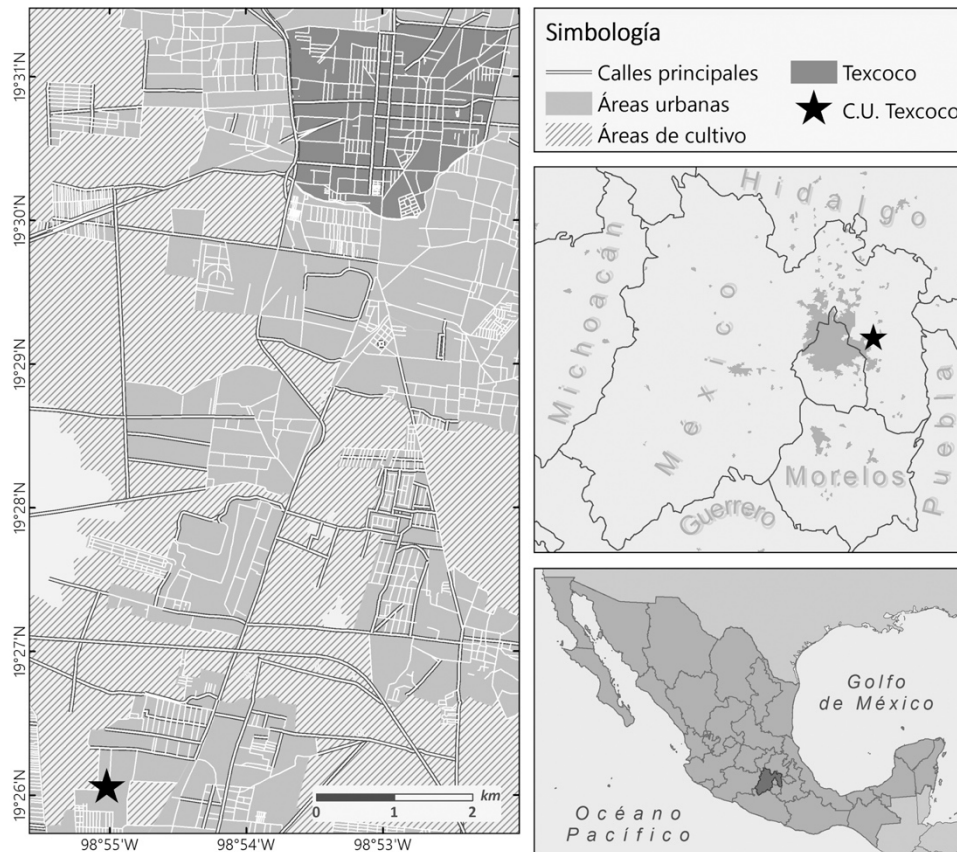
La ZMCM se localiza en el centro del país y se constituye por 16 delegaciones del Distrito Federal - asentamiento de la ciudad de México -, 58 municipios del Estado de México y 1 municipio del Estado de Hidalgo, concentrando una población estimada de 20 millones de habitantes para el año 2010 (Pérez & Santos, 2011). El acelerado crecimiento de la zona, registrado a partir de la década de 1970, implicó un proceso de conurbación en su entorno

con poblaciones que para entonces tenían una condición rural. Tal es el caso de Texcoco, asentamiento de origen prehispánico que conformó una de las más importantes aglomeraciones metropolitanas en el área urbana de la periferia a partir de los años ochenta (Cruz, 2000).

Para el año 2015, se estimó que la población del municipio de Texcoco de Mora era de 240,749 personas, y continuaba desempeñando un valioso papel en la dinámica de la ZMCM, por ser uno de los municipios más cercanos a la Ciudad de México y el segundo más urbanizado de su región. Su población presenta una situación de pobreza moderada y su actividad económica, basada en la industria, el comercio y los servicios, se califica de fragmentada, así como sus actividades político-administrativas (H. Ayuntamiento de Texcoco, 2016) (Figura 1). Justo por su condición de territorio metropolitano periférico, se eligió a este sitio para estudiar los significados del turismo en su población joven, bajo el supuesto de que dichos jóvenes conjugan anclajes tradicionales y patrones modernos en su perfil sociocultural.

Para cubrir los criterios de que fueran jóvenes *millennials* con un nivel educativo de acuerdo a su edad (educación superior) y con un perfil económico que garantizara en su haber experiencias de viaje, se optó por llevar a cabo la investigación con estudiantes del Centro Universitario Texcoco de la Universidad Autónoma del Estado de México (CUT) (Figura 1), institución pública de reconocido prestigio en México, cuyos alumnos pertenecen a estratos socioeconómicos superiores al promedio municipal.

Figura 1. Mapa de Localización del Centro Universitario Texcoco en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, México.



Fuente: elaboración propia con base en datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México.

De acuerdo a un estudio diagnóstico de la población estudiantil del CUT realizado por Alejo, Mendoza & Rodríguez (2012), 65% de sus encuestados consideran que su ingreso económico se encuentra entre medio y alto, ya que además de cubrir las necesidades básicas como alimentación, vivienda y vestido, tienen acceso a productos y servicios de mayor confort: 77.6% contaban con computadora, 52.5% tenían internet en su casa, 40.9% tenían automóvil y 44% poseía tarjeta de crédito. Mediante la información otorgada por la Subdirección Académica del CUT, se conoce que en el periodo escolar 2016-2017 fueron matriculados un total de 3,815 alumnos: 1,679 hombres y 2,136 mujeres; distribuidos en las

nueve carreras de Licenciatura que se imparten en el plantel: Administración (LAM), Economía (LEC), Ciencias Políticas y Administración Pública (LCP), Contaduría (LCN), Derecho (LDE), Informática Administrativa (LIA), Lenguas (LLE), Ingeniería en Computación (ICO) y Turismo (LTU). La forma en que se procedió para la investigación cualitativa se explica a continuación.

4. Modelo metodológico

Para la aplicación del modelo de Lalive, se recabó la información de los sujetos de estudio mediante la técnica de la entrevista, obteniendo un relato autobiográfico que fue transcrito para crear un meta-texto, el cual fue sometido a un análisis del discurso. Los jóvenes entrevistados fueron estudiantes de entre 18 y 25 años, de las nueve licenciaturas del CUT, de los turnos matutino y vespertino que cursaban entre el primer y noveno semestres de sus respectivas carreras. Se llevaron a cabo 29 entrevistas en las instalaciones de la propia Universidad, participando los alumnos por voluntad propia. Se presentan una ficha técnica de las entrevistas en la tabla 1.

Tabla 1. *Ficha Técnica de los Jóvenes Entrevistados en el CUT, México.*

Rubro	Datos
Total de jóvenes	29
Género	15 mujeres y 14 hombres
Rango de edad	Entre 18 y 25 años
Semestres	Entre primero y noveno
Lugar de procedencia	12 de Texcoco 17 de la ZMCM
Ocupación	21 estudian 7 estudian y trabajan 1 estudia y es ama de casa
Periodo de aplicación	Noviembre 2016-Febrero 2017

Fuente: elaboración propia.

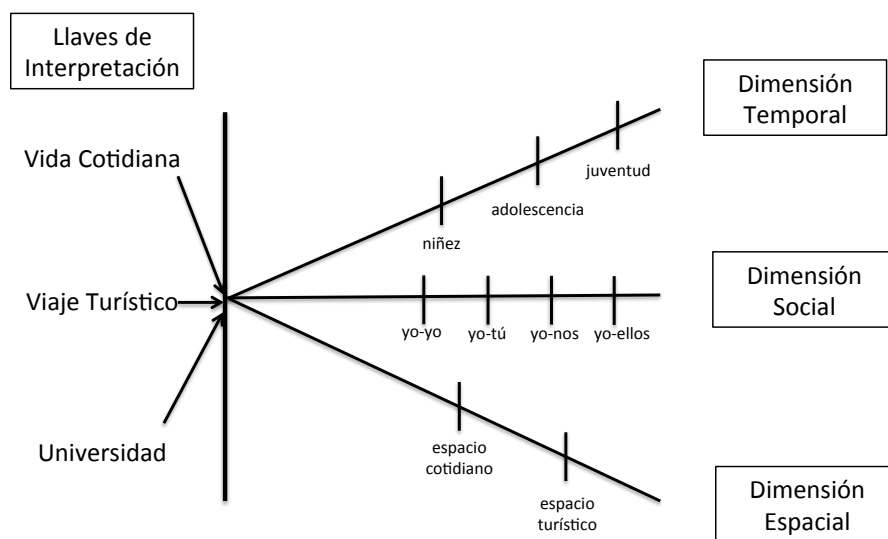
Como se puede observar, se contó con un número casi equivalente de hombres (14) y mujeres (15); además, aunque la mayoría de los alumnos proceden de la propia localidad, también se incluyeron sujetos provenientes de sitios aledaños, todos ellos dentro de la ZMCM.

La llave de interpretación central fue el viaje turístico, con la cual se cruzan las dimensiones temporal, social y espacial en el análisis del discurso y se abstrae la subjetividad implícita en

los relatos. Cabe señalar que de acuerdo con Osorio (2007) el viaje turístico se entiende como una forma de disfrute, una práctica que se lleva a cabo de manera voluntaria y recreativa, como manifestación de ocio. Particularmente, su sentido se establece a partir de distinguir su práctica en el tiempo y el espacio, es decir, es una acción que se realiza durante el tiempo libre (no en el tiempo de trabajo) y en un espacio de vida no cotidiana, para distinguir la diferencia con el entorno habitual.

Adicionalmente fueron consideradas dos llaves de interpretación complementarias para enriquecer el perfil sociocultural de los sujetos: la vida cotidiana, como elemento nodal de la subjetividad, y la universidad, como campo de las interacciones sociales de los jóvenes elegidos. Se presenta un esquema del modelo interpretativo aplicado en la Figura 2.

Figura 2. *Modelo Interpretativo Aplicado para el Análisis del Discurso.*



Fuente: elaboración propia con base en el modelo de Lalive (1990).

En el caso de la dimensión temporal, se establecieron tres unidades para analizar el flujo histórico de los sujetos: la niñez, la adolescencia y la juventud, con el propósito de identificar el sentido y significado que el viaje representó en cada uno de estos estadios. En la dimensión social, se analizan las interacciones del sujeto consigo mismo (yo-yo) y con los otros (yo-tú, yo-nos), tanto los que forman parte de su núcleo íntimo (la familia y los amigos), como los

ajenos a éste (yo-ellos) (compañeros, profesores). En la dimensión espacial, se consideraron las unidades de análisis del espacio de su vida cotidiana y del espacio turístico, que comprende el espacio de los viajes.

Cabe aclarar que con las 29 entrevistas aplicadas se llegó al punto de saturación, en el que se encontraron repeticiones de los significados ya expresados a partir de las unidades de análisis establecidas.

5. Hallazgos

Dimensión temporal

Por una parte, los millenials entrevistados refieren una niñez con pasajes felices y activos, en la que sus familiares cercanos fueron dando sentido a su vida e inyectaron en ellos el aprecio por la familia y valores relacionados con el amor y la solidaridad a través de la convivencia cotidiana con padres y hermanos. Resaltan que su generación todavía se tuvo una socialización vivenciada por la interacción humana comunitaria y directa, antes del cambio de hábitos pasivos e individuales que tienen ahora los niños por los medios electrónicos y el internet. Por otra parte, también hubo relatos que rememoraban la ausencia de sus padres por compromisos laborales y/o sociales, aludiendo a experiencias de abandono y de maltrato escolar por compañeros de clase.

Los recuerdos de los viajes que realizaron los jóvenes durante su etapa infantil son profundos, incluso para algunos de ellos son los más significativos de su vida, pues propiciaban intensos momentos de convivencia con los padres y familiares cercanos en un ambiente de armonía y gozo, familiares que incluso han fallecido: *“..ese viaje fue en la playa con mi abuelo, fue dos años antes de que falleciera, fue muy importante para mí porque fue su último viaje...”*.

Sobre la etapa adolescente, los jóvenes enfatizaron los cambios físicos y conductuales que pasaron, resaltando sus rebeldías, las primeras experiencias en el consumo de bebidas alcohólicas y el desequilibrio emocional que sufrieron, expresando incluso sus pretensiones autodestructivas: *“...pues es que muchas veces la loquera tan horrible...luego agarraba un*

cuchillo y me lo quería enterrar...”. Manifestaron también que en esta etapa obtuvieron conciencia de nuevos desafíos para su vida, asumiendo la responsabilidad de seleccionar una trayectoria profesional para forjarse un futuro promisorio y corresponder a los esfuerzos de su familia. En esta etapa, se viven primeras experiencias de emancipación a través de excursiones o salidas de su entorno inmediato, con o sin permiso de la autoridad familiar u escolar, fundamentalmente en busca de breves momentos de diversión.

En la etapa juvenil, las salidas de los entrevistados se diversifican en viajes de diversión, de socialización y de estudio, cambiando su sentido sobre el viaje y dotándolo de, al menos, dos importantes significados: la liberación y el desarrollo personal. Por un lado, se vive como una posibilidad de liberación y rompimiento temporal de convencionalismos marcados por sus instituciones y normas sociales, muy arraigadas en su contexto. Los viajes se tornan en oportunidades para “gozar” de su juventud y desinhibirse, incluso de manera desenfrenada:

“...era pura fiesta, nos llevaban alcohol ilimitado, los chavos del staff eran muy guapos y echaban fiesta con nosotros, ya sabes te besas con uno y con otro para cotorrear. Pero el viaje fue de pura fiesta y alcoholizarnos.. tome y me divertí mucho.. fumamos mucho.. mis amigos si compraban droga como marihuana y coca que allá vendían...”

Por otro lado, el viaje se asume como una opción para alcanzar un mayor desarrollo personal y contribuir al desenvolvimiento social: *“...tienes que conocer, bueno tienes que desenvolverte, ver hacia otros horizontes y cosas así...es como un libro, si esta padre, a mi si me gusta viajar...”*. Además de que los jóvenes le atribuyen distintos elementos de estatus por ser “un lujo”, condicionado a la posibilidad de contar con “tiempo y dinero” para su realización, por lo que *“...no siempre se puede...”*. Así también, el desenvolvimiento social se considera en dos sentidos: permite un roce social con personas de otros lugares y condiciones socioeconómicas de nivel medio y alto, e ilustra cómo actuar y conducirse en transacciones comerciales y uso de servicios: *“...llegas a un restaurante y muchas veces no sabes cómo tratar con las personas, así como ¿qué hago? ¿cómo pido?...me ha ayudado a desenvolverme en cualquier lugar...”*.

Dimensión Social

Con respecto a la dimensión social, en la relación yo-yo, el viaje otorga a los jóvenes una imagen sobre sí mismos; en la relación yo-otros conforma una socialización centrada en dos núcleos principales: la familia y la universidad. Los jóvenes manifiestan una satisfacción por los estudios que se encuentran realizando y aprecian los viajes como alicientes para su superación, incluso como elementos de su propia formación profesional. Señalan que los viajes les “abren la mente”, en el sentido de que les generan procesos de autorreflexión sobre quiénes son y lo que desean hacer en su vida: *“Una noche queríamos ver el amanecer, me gusto ver el mar porque me hace pensar en que voy a hacer y mi futuro...”* También les otorga una atribución de independencia, les permite expresarse: *“...así como tú eres...”*, sin estar sujetos a leyes o normas que los rijan.

Con respecto a la socialización yo-tú y yo-nos, la familia concentra significativamente estas relaciones, ya que los jóvenes entrevistados otorgan una estima muy elevada a la convivencia con los padres y hermanos: *“...me gustaría pasar más tiempo con mis hermanos, es lo que más me gustaría...”*. Este patrón tiene su origen en un reconocimiento hacia las figuras paternas y una alta valoración de los lazos consanguíneos, derivado de una sociedad tradicional que regía a las generaciones anteriores por ideas machistas y comportamientos convencionales de autoridad masculina y de sumisión femenina. Por resabios de estos patrones, los jóvenes “le deben respeto y agradecimiento” a los miembros de la familia por el esfuerzo que han hecho para que ellos puedan “salir adelante”. En esta línea, los viajes muestran el fuerte apego que tienen los jóvenes con la familia:

“...creo que tenemos que disfrutar.. cuando estamos con la familia.. porque son las personas que siempre van a estar contigo, las que siempre te van a apoyar... entonces conocerlas más, convivir con ellos, creo que es lo más importante de los viajes...”

Así también, el viaje funge como una especie de “tiempo de compensación”, por la falta de convivencia y dedicación que la familia nuclear o extensa ha dejado de cubrir con sus propios miembros, debido al estilo de vida urbano que viven cotidianamente.

El otro núcleo de socialización es el que corresponde a la vivencia con los compañeros de clase, referidos mayoritariamente como interacciones yo-ellos. Se identificó que en la interacción hay una falta de identificación entre compañeros, ya que hay diferencias entre los jóvenes que son de Texcoco y los que proceden de otros lugares, a partir de sus distintos estilos de vida, gustos y cultura. Los estudiantes de Texcoco tienden a un acentuado localismo que los lleva a involucrarse fuertemente en los asuntos políticos, sociales y culturales de su contexto, sin embargo, se advierte en ellos la idea de que los “externos” deben alinear sus formas de pensar y actuar a los del lugar. A decir de los jóvenes provenientes de otros sitios, los jóvenes de Texcoco muestran un gran apego a su espacio, *“...a veces siento que están como muy... como que no salen de esta parte de Texcoco...”*. Algunos jóvenes locales retraen la intención de desplazarse y, en consecuencia, de incorporar al viaje como parte de su estilo de vida: *“...siento que en cualquier lugar puedes estar bien y no necesariamente te tienes que alejar...”*.

Los estudiantes provenientes de otros sitios procuran diferenciarse de los locales, argumentando tener una personalidad más abierta, llegando a confrontarse en algunas ocasiones: *“...pues yo tengo que hacer algo por ser totalmente diferente y la verdad es que a veces luchamos yo y mis amigos por eso...”*; pero en otras ocasiones ceden *“...solo por llevar la fiesta en paz...”*.

En los viajes que realizan los estudiantes por cuestiones escolares se manifiestan las diferencias que existen entre ellos: *“...lo que no me gusta cuando viajo es esperar a la gente.. que haya demoras, eso no me gusta, no soy nada tolerante...”*, sin embargo, el acercamiento social que genera el viaje, ha contribuido a mejorar sus relaciones interpersonales, propiciando la comunicación y la aceptación: *“...nos quedábamos hasta las dos o tres de la mañana platicando y pues era muy bueno el ambiente ahí...”*. Independientemente de la personalidad de los jóvenes locales y de los regionales, los jóvenes asumen que los viajes forman parte de su mundo social, como formas de esparcimiento y diversión, pero además con la enfática creencia de que durante las salidas logran reforzar la convivencia entre ellos.

Dimensión Espacial

En esta dimensión, con respecto al espacio de vida cotidiana, se identifican ciertos elementos sobre la forma de pensar e imaginar el viaje. Por supuesto están los motivos del desplazamiento, que se pueden distinguir entre los de elección voluntaria, como los de convivencia y diversión con familiares y amigos; y los realizados para cumplir algún compromiso de tipo educativo, religioso o deportivo, incluyendo la asistencia a defunciones familiares, que fueron nombrados por los jóvenes entre sus experiencias. Las motivaciones dan origen a las expectativas del viaje, las cuales son configuradas a partir de la información e imágenes que los jóvenes visualizan a través de los medios electrónicos. Sitios web como Youtube, Blogs y páginas especiales de turismo, y redes sociales como Facebook, proporcionan acercamientos a las posibilidades de viaje: “...*la verdad nunca he tenido la oportunidad de conocer la playa, si me gustaría que hubiera un viaje a la playa para conocerla, para contemplarla...*”. En esta perspectiva, se manifiesta el anhelo por vivir una experiencia inexplorada, que proyecta sus imaginarios y fantasías: “...*me gustaría entrar al estadio de Madrid a ver un partido, ...a mí no me gusta el fútbol casi, pero ir a ese lugar a verlo así... eso sería como ¡wii! lo mejor...*”. Muchos países focalizan el deseo de ser visitados por los *millenials* - los más nombrados fueron Alemania, España, Francia, Italia, Grecia, China y Emiratos Arabes Unidos (Dubai) - con la intención de conocer otras culturas, pero a la vez movidos por el deseo de escapar de su propio ámbito: “...*pues si me gustaría conocer otro tipo de cultura, no sé, tal vez algo más liberal o más donde no vean las cosas tan cuadradas como aquí, todo tiene muchos tabús...*”.

Con respecto al espacio turístico, los estudiantes que más han viajado, han recorrido varios estados de la República Mexicana, entre los mayormente referidos fueron Hidalgo, Puebla, Morelos, Michoacán, Guanajuato y Jalisco de la región centro del país; Yucatán, Quintana Roo y Chiapas de la región sureste; y Sinaloa de la región noroeste, por lo que la región más visitada es la centro, que comprende los Estados de mayor proximidad a Texcoco. A través de estos viajes, los jóvenes han observado paisajes y vivido experiencias que los hacen revalorar su país, tener una mirada diferente sobre su entorno: “...*Chichen-Itza me gustó demasiado, dije ¡me encanta estar aquí! Fuimos a los Cenotes, estar ahí nadando fue una experiencia única, ver su hermosura realmente es muy, muy, muy bello...*”. Estas

experiencias les han creado una conciencia ambiental hasta entonces no lograda en su localidad: “...*gracias a las cosas que he visto hoy en día, pues cuido más de las cuestiones ambientales, como que trato de no tirar basura...*”. Cabe señalar que los estudiantes de la carrera de turismo son los que mayores incentivos y oportunidades han tenido para viajar, si bien es cierto que es parte de su formación profesional, en mucho ha sido una labor impulsada por sus profesores, quienes los han influenciado para que se dispongan a viajar, que salgan de su zona de confort, que experimenten sitios, personas y empleos diferentes a los que tienen en donde habitan.

De acuerdo a las entrevistas, en el uso del espacio turístico por parte de los jóvenes se manifestaron dos particularidades que trascienden del espacio cotidiano al espacio turístico: la reproducción de hábitos y la tensión sobre la seguridad. En el primer caso, independientemente de la búsqueda de nuevas emociones y experiencias, los jóvenes tratan de mantener ciertos patrones de su vida cotidiana, como asistir al gimnasio o ir a la iglesia. Parecería que estos hábitos les otorgan un sentido de identidad y/o pertenencia que se combinan con las vivencias novedosas de los viajes. En el segundo caso, la seguridad es una preocupación que los mantiene alertas en todo momento, han aprendido a ser precavidos en su vida cotidiana debido al nivel de riesgo que se vive en el país, en general, y en su localidad, en particular: “...*nos tenemos que cuidar hasta en el momento en el que vamos caminando o en el propio coche...*”, por lo que el miedo y la desconfianza son una sensación latente durante los viajes que se realizan a los distintos estados del país.

Por tanto, en la dimensión temporal, el viaje turístico presenta su más fuerte raíz en el viaje familiar de la niñez, dotándolo de una sensación de unión y armonía. En la dimensión social, el viaje otorga a los jóvenes la posibilidad de una mayor autonomía en su forma de conducirse y les otorga identidad con el grupo familiar, trátese de familia nuclear o extensa, así como acercamiento a sus contemporáneos, aún con los que no hay una identificación. En la dimensión espacial, el joven crea las expectativas de los lugares a visitar, a partir de sus imaginarios y fantasías, y al llevar a cabo la visita, es sujeto de experiencias nuevas que combina con parte de sus prácticas cotidianas.

Con los hallazgos expuestos, se logran identificar, al menos, dos tipos turísticos de los jóvenes millenials estudiados.

Tipos turísticos

Según el análisis de contenido realizado a través del modelo de Lalive, se pueden caracterizar dos tipos de *ethos* turísticos en los jóvenes, denominados tradicional y liberador, de acuerdo al conjunto de prácticas, creencias y valores, que manifiestan sobre el viaje. Se ilustran las características distintivas de cada uno en la Tabla 2.

Tabla 2. *Tipos Turísticos de los Jóvenes Millenials en la ZMCM.*

Ethos Tradicional	Ethos Liberador
Valores fundamentales	
<p>Apego a la familia. Los jóvenes otorgan una alta valoración a las normas y modelos establecidos en el grupo familiar. El respeto, el agradecimiento y la obediencia hacia las figuras paternas son valores que regulan su vida cotidiana. Estrechar los lazos familiares es uno de los motivadores de viaje más importantes para aceptar el desplazamiento.</p> <p>Etnocentrismo. Existe una presuposición de que la cultura propia debe regir los valores y comportamiento de otros. Se cree que el entorno socio-cultural es adecuado y suficiente para el desenvolvimiento, por lo que no hay el interés de conocer directamente otros espacios. El contacto con otras realidades no es buscado por sí mismo, por lo que los viajes no forman parte del estilo de vida.</p>	<p>Independencia. Los jóvenes disfrutan la posibilidad de elegir y actuar de acuerdo a sus propios impulsos y deseos, valorando el tiempo en el que pueden liberarse de los convencionalismos socioculturales de sus entornos cotidianos. El viaje torna factibles esos momentos de libre albedrío, por lo que son apreciados por sí mismos.</p> <p>Cambio de paradigmas. Existe una predisposición a reconocer, respetar y valorar formas de pensar y vivir de maneras diferentes, adaptándose a nuevos contextos y realidades, y aceptando los cambios en los roles de género y los patrones culturales de otras sociedades. La apertura y disposición facilitan la movilidad y la socialización, por lo que los viajes son aceptados como parte de su estilo de vida.</p>
Valores Expresados	
<p>Entornos y hábitos conocidos. Los jóvenes se manifiestan más convencionales, proclives a mantener tradiciones y costumbres arraigadas en su comunidad, por lo que siguen los hábitos seculares, particularmente las festividades y ritos religiosos. Esta tendencia fomenta un comportamiento con base</p>	<p>Búsqueda de nuevas experiencias. El gusto por tener nuevas e intensas vivencias, anima a los jóvenes a salir de su espacio cotidiano y llevar a cabo desplazamientos de largo trayecto, con el propósito de tener aventuras y experiencias novedosas y desafiantes. Su deseo de viajar es constante.</p>

<p>a patrones conocidos, más que a experimentar nuevos.</p> <p>Compromiso de superación. Busca prepararse profesional y académicamente, bajo la creencia de que sus estudios universitarios le permitirán lograr un ascenso personal en la estratificación social. Concibe que al incrementar su estatus, mejorará su estilo de vida, y tal vez incluya a los viajes para demostrar que tiene la capacidad económica para llevarlos a cabo.</p>	<p>Desenvoltura. La intención de saberse conducir en distintas situaciones, saber cómo actuar, qué decir, cómo comportarse, es una ventaja que adquieren al viajar y encontrarse con personas y espacios diferentes. Esto contribuye a tener un estilo de vida más cosmopolita y tener confianza en el desempeño de sí mismos.</p>
<p>Valores Contrarios</p>	
<p>Arraigo a la comunidad/Escape de la comunidad. En un sentido paradójico, se identifica que en la configuración de este ethos, los jóvenes presentan un arraigo a su comunidad, priorizando la atención a los deberes y responsabilidades que desarrollan en su vida cotidiana por sobre la opción de salir en un viaje voluntario. Pero, al mismo tiempo, aflora la intención de escapar de las normas y convencionalismos que estructuran la vida comunitaria. Así entonces, la expectativa del viaje se torna en una evasión, en un recipiente mental en el que se depositan fantasías y sueños personales.</p>	<p>Desarrollo personal/Desequilibrio personal. Se concibe que los viajes son formas de aprendizaje que les otorgan saberes y experiencias, alimentando un amplio criterio y fomentando el desarrollo de una conciencia social y ambiental sobre el medio que les rodea, propiciando un desarrollo integral. Sin embargo, la liberación de normas y convencionalismos que favorecen los viajes, también les dan pauta a perder el equilibrio y autocontrol, cayendo en los excesos. El viaje entonces adquiere tanto connotaciones de desarrollo como de degeneración.</p>

Fuente: elaboración propia.

6. Reflexiones finales

Los tipos descritos en la caracterización de los ethos tradicional y liberador mostraron dos perfiles socioculturales distintos de los jóvenes de la ZMCM, en ocasiones con valores opuestos entre ellos, independientemente de su motivo de viaje. Los ethos detectados revelaron que no existe un tipo turístico uniforme de acuerdo a lo comúnmente descrito para el turismo de los *millennials* en el ámbito internacional y que, efectivamente, los anclajes socioculturales confieren una identidad y pertenencia social a determinados valores y significados que son de mayor influencia que la ejercida a través de las redes sociales y el internet, conductores de la posmodernidad.

Es interesante identificar que los ethos descritos encuadran en el marco explicativo de las dimensiones tradicional y de auto-expresión aportados por Inglehart (1997), cuyos ejes han servido para caracterizar el perfil de los valores que tienen las sociedades sobre los resultados de la Encuesta Mundial de Valores (<http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>). Para interpretar los resultados de la encuesta se han establecido dos ejes de análisis: el de tradición/secularización y el de sobrevivencia/autoexpresión. En el polo de la dimensión tradicional, se otorga importancia a los lazos entre padres e hijos y deferencia a la autoridad y a los valores tradicionales de la familia (en contraposición de lo secular y profano); en el polo de la dimensión de auto-expresión, se otorga importancia al bienestar subjetivo, la auto-expresión y la calidad de vida (en contraposición de la seguridad material para la sobrevivencia). El perfil de los valores de la sociedad mexicana justo está asentado en estas dos dimensiones (tradicional y autoexpresión), de acuerdo a los resultados de dicha Encuesta (Valdés, 2013), por lo que el ethos tradicional descrito en este texto tiene su cobertura en la dimensión del mismo nombre y el ethos liberador en la dimensión de auto-expresión.

La aportación de la investigación que se presenta, es que dichos ethos conforman patrones turísticos distintos, en los cuales el viaje no necesariamente forma parte del estilo de vida de los jóvenes, habiendo un tipo de jóvenes que alberga una valoración del viaje sólo bajo la perspectiva de su potencialidad para reforzar los lazos familiares y la tradición, en un contrasentido con la liberalización que naturalmente posibilitan los viajes.

Lista de referencias.

- Alejo, P. M.; Mendoza, O. M. & Rodríguez, H. P. (2012). Las representaciones sociales de los estudios Universitarios en México. El caso de la licenciatura en turismo del Centro Universitario UAEM Texcoco. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21 (6), pp. 1502 – 1520.
- Berger, P. & Luckmann, T. (1997). *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido*. Madrid: Paidós.
- Barragán, M. C.; López, A.; Martínez, A. G.; López, P.; Aguilera, V. G.; Salazar, J. G. & Sánchez, B. (2014). Efecto del ayuno sobre la conducta alimentaria en estudiantes universitarios. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios/ Mexican Journal of Eating Disorders*, 5, pp. 124-135.

- Binkhorst, E. (2008). Turismo de co-creación, valor añadido en escenarios turísticos. *Ara, Journal of tourism research/Revista de investigación en turismo*, 1(1), pp. 40-51.
- Biz, A. A.; Neves, A. J. & Bettoni, E. M. (2014). O comportamento dos consumidores turísticos no uso da telefonia móvel. *Caderno Virtual de Turismo*, 14(1), pp. 34-48.
- Cardoso, C. (2005). Jóvenes Universitarios ¿Quiénes y cómo son?. *Umbral. Revista de educación, cultura y sociedad*. V(9), pp. 98-115.
- Consejo Nacional de Población (2010). *La situación actual de los jóvenes en México*. Consultado el 22 de noviembre de 2015 en la URL http://www.unfpa.org.mx/publicaciones/cuadro_3.pdf
- Crespi, Franco (1997). *Acontecimiento y estructura, por una teoría del cambio social*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Cruz, M. S. (2000). Periferia y suelo urbano en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. *Sociológica*, 15(42), pp. 59-90.
- Del Barrio, S.; López, L. & Frías, D. (2012). El tipo de incentivo como determinante en el atractivo de la promoción de venta en turismo rural. Efecto moderador del sexo, la edad y la experiencia. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 16 (2), pp. 103-126.
- De Salazar, L. (2003). *Los focos rojos del turismo vinculado a la cultura: cuatro casos mexicanos*. Consultado el 17 de octubre del 2015 en la URL http://www.equiponaya.com.ar/turismo/congreso2003/ponencias/Leticia_de_Salazar_Diaz.htm
- Geifman, A. (2014). *¿Quiénes son los Millenials y qué los hace tan importantes?*. Consultado el 18 de Octubre del 2015 en la URL <http://www.merca20.com/que-son-los-millenials-y-por-que-hay-que-entenderlos/>
- Gobierno de la República (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Programa Sectorial de Turismo. Consultado el 11 de agosto de 2016 en la URL http://www.cmic.org.mx/comisiones/Sectoriales/turismo/2015/DOC_VIG_2015/programa_turismo.pdf
- Guimarães, M. (2012). Encontros turísticos: reflexões sobre o turismo através da subjetividade do turista. *Anais brasileiros de estudos turísticos, ABET*, 2(1), pp. 55-64.

- H. Ayuntamiento de Texcoco 2016. *Plan de Desarrollo 2016-2018*. Consultado el 30 de Agosto de 2016 en la URL <http://www.texcoco.ayuntamientodigital.gob.mx/contenidos/texcoco/editor/files/PDM%202016%20OK.pdf>
- He, Z.; Yang, L. & Guan, W. (2014). A day-to-day route choice model based on travellers' behavioural characteristics. *Procedia. Social and Behavioral Sciences* 138, pp. 738-747.
- Hernández, R, Fernández, C. & Baptista, M. P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGrawHill.
- Hu, Ch.; Zhao, L. & Huang, J. (2015). Achieving self-congruency? Examining why individuals reconstruct their virtual identity in communities of interest established within social network platforms. *Computers in Human Behavior*, 50, pp. 465–475.
- Inglehart, R. (1997), *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*. New Jersey, Princenton: Princenton University Press.
- Korstanje, M. (2010). Conceptualizando: el viaje como creación cognitiva en estudiantes de turismo de Buenos Aires. *Caderno Virtual de Turismo*, 10(1), pp. 95-111.
- Lalive, C. (1990). Récit de vie. Ethos et comportement: pour une exégèse sociologique, en Remy, J. & Danielle R. (dir.). *Méthodes d'analyses de contenu et sociologie*. Bruxelles: Publications des Facultés Universitaires Saint Louis.
- Lehmann, D. (2015). Convergencias y divergencias en la educación superior intercultural en México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 223, pp. 133-170.
- Lindón, A. (Coord.) (2000). *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- Lundy, Lawrence (2015). *Future traveller Tribes 2030. Building a more rewarding journey*. Consultado el 17 de octubre de 2015 en la URL <http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/amadeus-traveller-tribes-2030-airline-it.pdf>
- Marinao, E.; Torres, E. & Chasco, C. (2014). Familiaridad con los destinos turísticos. Rol de la percepción de beneficios. *Estudios Gerenciales*, 30, pp. 243–251.

- Monterrubio, J. C. (2013). *Turismo no convencional, impactos socioculturales*. México: Editorial Trillas.
- Olivares, E. (2009). *México es importante destino de turismo sexual masculino: análisis*. Consultado el 22 de octubre de 2015 en la URL <http://www.jornada.unam.mx/2009/09/27/sociedad/033n1soc>
- Orgaz, F. & López, T. (2015). Análisis del perfil, motivaciones y valoraciones de los turistas gastronómicos. El caso de la República Dominicana. *ARA. Journal of Tourism Research*, 5(1) pp. 43-52.
- Osorio, M. (2007). *El Turismo en el Sistema de la Sociedad*. En Osorio, M. & Novo, G. (Coords.), *Entorno del Turismo. Perspectivas*. Volumen 2. México: UAEM.
- Pérez, E. & Santos, C. (2011) Diferenciación socioespacial en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. *Investigaciones Geográficas*, 74, pp. 92-106.
- Pérez-Rodríguez, I. L. (2012). Identidad nacional y sentidos de los jóvenes sobre su nación. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10(2), pp. 871-882.
- Ritzer, G. (1993). *Teoría sociológica contemporánea*. México: McGraw Hill.
- Rodríguez, G. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. España: Aljilbe.
- Sánchez, A. (2014). Los jóvenes frente al empleo y el desempleo: la necesaria construcción de soluciones multidimensionales y multifactoriales. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 19, pp. 133-162.
- Schütz, A. (1995). *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Schütz, A. y Luckmann (1973). *Las estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Sima, E. G. & Perales, M. D. (2015). Actitudes lingüísticas hacia la maya y la elección del aprendizaje de un idioma en un sector de población joven de la ciudad de Mérida. *Península*, X(1), pp. 121-144.
- The Council of Economic Advisers (2014). *15 Economic facts about millennials*. Executive Office of the President of the United State. Consultado el 19 de Octubre del 2015 en el URL https://obamawhitehouse.archives.gov/sites/default/files/docs/millennials_report.pdf

UNWTO (2012). *La fuerza del turismo joven*. Consultado el 22 de Septiembre de 2015 en la URL https://staywysetest.files.wordpress.com/2012/11/wysetc-unwto-report-spanish_the-power-of-youth.pdf.

Valdés, P. (2013). *México, más joven y más moderno*. Consultado el 24 de julio del 2017 en el URL <http://www.parametro.com.mx/2013/03/507/>

4.3 Imaginarios turísticos de los jóvenes en México

A continuación se presenta el artículo titulado “Los imaginarios turísticos de los Jóvenes en México”, enviado a la la Revista Papers de Turisme, mismo que fue seleccionado para la publicación No. 60. Dicho artículo comprende cinco apartados: introducción, los jóvenes y el turismo, metodología, resultados y reflexiones finales. Principalmente contiene los hallazgos del estudio cualitativo entorno a los imaginarios turísticos de los jóvenes de la Zona Metropolitana del Valle de México, entre los que fueron detectados: la unión familiar, el placer de la libertad y el encuentro con el mundo y con sí mismo.

A continuación se presenta la portada principal de la revista, indización, evidencia del envío y selección del artículo para publicación.

Portada principal

Papers de Turisme

INICIO ACERCA DE... INGRESAR REGISTRO BUSCAR ACTUAL ARCHIVOS TURISME

Inicio > No 59 (2016)

Papers de Turisme

Los objetivos de la revista Papers de Turisme se orientan a fomentar una investigación turística de calidad y contribuir a su divulgación, para convertirse en punto de encuentro internacional para la investigación en turismo desde múltiples disciplinas, así como en un permanente foro de reflexión en torno al turismo y un vehículo de transmisión de las últimas y más interesantes investigaciones.

Papers de Turisme, editada semestralmente, se dirige especialmente a académicos e investigadores, profesionales del sector turístico, centros de documentación especializados en turismo, instituciones especializadas en la planificación y gestión turística, empresas del sector turístico y estudiantes universitarios.

La revista presenta artículos, notas, reseñas bibliográficas e información relativa al turismo. Los artículos son inéditos y, en todos los casos, cualquier solicitud de publicación en la revista Papers de Turisme está sujeta a una evaluación externa y anónima por parte de expertos profesionales y académicos del escenario turístico nacional e internacional.

La publicación no comparte necesariamente las opiniones expresadas por los autores en los artículos, notas, reseñas bibliográficas e información relativa al turismo, siendo estas de exclusiva responsabilidad de los mismos.

No 59 (2016)

TABLA DE CONTENIDOS



USUARIO/A

Nombre usuario/a

Contraseña

Recordar mis datos

CONTENIDO DE LA REVISTA

Buscar

Todos

Navegar

- [Por número](#)
- [Por autor](#)
- [Por título](#)
- [Otras revistas](#)

OPEN JOURNAL SYSTEMS

[Ayuda de la revista](#)

INFORMACIÓN

- [Para lectoras/es](#)
- [Para autoras/es](#)
- [Para bibliotecarias/os](#)

Indización

Indexación

[ISOC](#)

[DICE](#)

[DIALNET](#)

[LATINDEX](#)

[RESH](#)

[CAB Abstracts](#)

Comprobante envío de artículo



[INICIO](#) [ACERCA DE...](#) [ÁREA PERSONAL](#) [BUSCAR](#) [ACTUAL](#) [ARCHIVOS](#) [TURISME](#)

[Inicio](#) > [Usuario/a](#) > [Autor/a](#) > [Envíos](#) > #482 > **Revisión**

#482 Revisión

[RESUMEN](#) [REVISIÓN](#) [EDITAR](#)

Envío

Autores Denice Anel Ordaz Mejia, Maribel Osorio García, Alejandro Mantecón Terán

Título Los imaginarios turísticos de los jóvenes en México

Sección Artículos

Editor/a Ninguno asignado

Revisión por pares

Ronda 1

Versión de revisión [482-2168-1-RV.DOCX](#) 2017-09-12

Iniciado —

Última modificación —

Fichero subido Ninguno

Decisión editorial

Decisión —

Notificar a editor/a [Editar el registro de autor/a](#) Sin comentarios

Versión del / de la editor/a Ninguno

Versión del / de la autor/a Ninguno

Subir versión de autor/a ningún archivo seleccionado

Comprobante de selección para publicar artículo

Denice Anel Ordáz Mejía
Maribel Osorio García
Alejandro Mantecón Terán

Estimados profesores:

Una vez finalizado el proceso de evaluación del artículo que nos enviaron a la revista *Papers de Turisme* "**Los imaginarios turísticos de los jóvenes en México**", nos complace comunicarle que ha sido seleccionado para su publicación.

El trabajo se publicará, salvo imprevistos, en el **número 60** de *Papers de Turisme*.

Pilar Goñi Pascual
Papers de Turisme

Pilar Goñi Pascual

Agència Valenciana del Turisme

Àrea de Conocimiento e Inteligencia Turística

C/ Castán Tobeñas, 77

(Ciudad Administrativa 9 d'Octubre Torre 2 Planta 2)

46018 - Valencia (España)

Tel.: 961 20 98 94

Fax: 961 20 98 01

E-mail: goni_pill@gva.es

www.turisme.gva.es

www.comunitatvalenciana.com



Por Favor, antes de Imprimir este mensaje, asegúrate de que es necesario. Ayúdanos a cuidar el medio ambiente.

Los imaginarios turísticos de los jóvenes en México⁴

Denice Anel Ordáz Mejía
denice091287@hotmail.com

Universidad Autónoma del Estado de México
<http://www.uaemex.mx/>

Calle Norte 8, Manzana 473, Lote 5, Col. San Isidro, Municipio Valle de Chalco
Solidaridad, Estado de México, México, C.P. 56617
Teléfono (55) 85763894

Licenciada en Turismo y Maestrante en Estudios Turísticos por la Universidad Autónoma del Estado de México. Becaria del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México

Maribel Osorio García
maribelosorio2@gmail.com

Universidad Autónoma del Estado de México
<http://www.uaemex.mx/>

Alejandro Mantecón Terán
alejandro.mantecon@ua.es
Universidad de Alicante
<https://www.ua.es/>

Resumen

El objetivo de este artículo es reconocer los principales imaginarios turísticos que orientan el comportamiento de viaje de los jóvenes en México, bajo el supuesto de que los imaginarios permiten comprender el comportamiento social y reconocer el sentido de la realidad en determinados contextos espacio-temporales. En esta línea, se llevó a cabo una investigación cualitativa que tuvo como sujetos de estudio a un grupo de jóvenes de la Universidad Autónoma del Estado de México, en un campus ubicado cerca de la ciudad de México, aplicando como estrategia metodológica entrevistas cualitativas y análisis del discurso. Los resultados permitieron la identificación de tres imaginarios predominantes: la unión familiar, el placer de la libertad y el encuentro con el mundo y con sí mismo, reconociendo que aún se preservan esquemas tradicionales heredados por la familia junto con ideas modernas de libertad y superación.

⁴ La investigación que se presenta forma parte de una tesis de grado correspondiente a la Maestría en Estudios Turísticos, programa inscrito en el Padrón Nacional de Posgrado de Calidad del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México (CONACYT). Particularmente, el tema de imaginarios turísticos fue trabajado durante una estancia de investigación realizada en el Departamento de Sociología de la Universidad de Alicante, España.

Palabras clave: imaginarios, turismo, viajes, jóvenes.

Abstract

The objective of this article is to recognize the main tourist imaginaries that guide the travel behavior of the Mexican young, under the assumption that the imaginary allow to understand the social behavior and to recognize the sense of the reality in certain spatio-temporal contexts. In this line, a qualitative research was carried out, which had as subjects of study a group of young university students from Univeridad Autónoma del Estado de México, located near of Mexico City, applying as methodological strategy qualitative interviews and discourse analysis. The results allowed the identification of three predominant imaginaries: family union, pleasure of freedom and the encounter with the world and with itself, recognizing that traditional schemes inherited by the family are still preserved along with modern ideas of freedom and improvement.

Key words: imaginary, tourism, travel, young people.

1. Introducción

Los imaginarios sociales han sido presentados como un problema selecto en la agenda de investigación social dada la transformación continua de la realidad. Autores como Chateau (1976), Bachelard (2000), Durand (2000), Augé (1998), Castoriadis (1983) y García (2015) tratan de explicar la forma en que la realidad social une lo tangible con lo simbólico en determinados contextos espacio-temporales. Imaginar y crear es una permanente cualidad humana que conforma la subjetividad en los hombres y las mujeres (García 2015). Estudiar los imaginarios ayuda a comprender el comportamiento social: “...*se vuelven una fuerza actante que desencadenan actitudes e intervenciones directas de los individuos en su quehacer cotidiano*” (Hiernaux 2009:114).

Según Vedrine (citada en Lindón y Hiernaux, 2012), los imaginarios pueden ser entendidos como mundos de creencias, ideas, mitos e ideologías. Fuentes (2016) comenta que el imaginario es una matriz de significados, es un orientador de sentidos asignados a determinadas nociones vitales como el amor, el mal o el bien, o ideológicamente compartidas por miembros de una sociedad. Lindón (2008) afirma que constituyen un patrimonio de ideas

y de imágenes mentales acumuladas, recreadas y tejidas en una trama por parte del individuo en el curso de su socialización a lo largo de su vida, ya que ningún individuo elabora estas construcciones en un sentido aislado, sino a través del diálogo y en interacción con los otros, es decir, intersubjetivamente, donde todo tiene una existencia simbólica y un sentido comprendido de forma colectiva (Augé, 1998). Se entiende entonces que abordar el tema de los imaginarios en una sociedad determinada no es tarea fácil, ya que están profundamente arraigados y derivados de las primeras e íntimas experiencias de vida (Gravari y Graburn, 2012), por lo que es necesario adentrarse en la subjetividad propia del protagonista y conocer su comportamiento en el mundo social que cimienta su realidad.

Particularmente, con respecto a los imaginarios turísticos, Fuentes (2016) afirma que deben entenderse en la esfera social y económica de donde emergen, puesto que son influenciados y transformados en base a los idearios culturales, el desarrollo tecnológico y económico de la vida cotidiana que se contrapone al espacio-tiempo en un ámbito de contingencia específico, por lo que propone entender al imaginario turístico como un esquema mental en un proceso continuo de conformación, más que un objeto finalizado, elaborado gracias a la capacidad dinámica de la imaginación que crea, recrea y proyecta imágenes simbólicas como guías para modelar y anticipar las prácticas y experiencias de los diversos actores que participan.

En el campo de estudio del turismo, los imaginarios han sido estudiados sumamente vinculados al *marketing*. Por ejemplo, en el ámbito internacional, Mazón (2013) afirma que en el imaginario popular se ha creado la imagen de que los españoles son sólo toreros y bailadoras que no superan el perfil de la siesta, la sangría y la tortilla española, por lo que los turistas van en busca de ello. En el análisis realizado en Australia, Forsey y Low (2014) demuestran que la imagen del canguro es uno de los imaginarios que la promoción se ha encargado de difundir de este país. En Brasil, Gomes (2013) comenta que la imagen erótica de la mujer ha sido estereotipada como prostituta y es usada para atraer al turismo creando un imaginario hipersexualizado. En Portugal, Cadavez (2015) critica el propósito ideológico de proyectar a ese país como un país ideal para el turismo. También se identifica otra línea de estudio vinculada con el análisis territorial, con trabajos como los de Berthier (2013) y

Goycoolea (2008), con el tema de la configuración urbana; y el de Enríquez y Robles (2014) sobre la expansión de lugares residenciales turísticos en Roses, Cataluña.

En México, los imaginarios turísticos han sido estudiados por autores como Hiernaux (2009 y 2015), Zamudio (2012), Colín (2013), Sánchez y Santamaría (2015), López y Valverde (2016), y Osorio, Monge, Serrano y Cortés (2017). La aportación más destacada es sin duda la de Hiernaux, quien ha identificado los imaginarios dominantes del turismo: el regreso a la naturaleza, la playa y el heliotropismo, la buena vida, la competencia y la ciudad como lugar “exótico” (2015: 80-91). Los estudios en México han seguido un corte más fenomenológico que de mercado, indagando sobre la configuración de los imaginarios en cierto tipo de turistas para comprender sus motivaciones de desplazamiento y sus diferencias con las comunidades locales. En seguimiento de esta línea y con la pretensión de contribuir a esclarecer los imaginarios sociales en el turismo, el objetivo de este artículo es reconocer los imaginarios turísticos que orientan el comportamiento de viaje de los jóvenes en el contexto social mexicano, bajo el supuesto de que develar sus imaginarios proporcionará entendimiento sobre la “fuerza actante” que orientará sus patrones de movilidad turística en los próximos años.

2. Los jóvenes y el turismo

Varios estudios (Marinao, Torres & Chasco, 2014; Lazzari, Mouliá, Fernandez, Chiodi, Chelmicki, Chiodi & Eriz, 2009; Binkhorst, 2008), indican que el turista delinearé cada vez más sus propias normas de comportamiento, segmentando sus actividades y dando origen a tipologías paulatinamente más diferenciadas, pasando de un modelo turístico fordista a otro post-fordista o individualizado, caracterizado por un interés creciente en la tranquilidad, el contacto con la naturaleza y la cultura, la evasión de entornos masificados, la consolidación de un determinado estatus, la pertenencia a ciertos grupos sociales y el reforzamiento de la propia identidad.

Así, por el surgimiento de nuevos tipos de turismo y el cambio de actitudes, necesidades y comportamientos de viaje, se ha producido una adaptación del mercado a una demanda más exigente y activa, como es el caso del segmento juvenil, pues los jóvenes demandan

experiencias y conocimientos distintos a los brindados por la oferta fordista tradicional ligada al sol y playa, así como la utilización de nuevas tecnologías e internet, durante todo el viaje turístico, desde su planeación hasta su culminación. Para este segmento, el manejo del teléfono móvil se ha vuelto primordial, ya que les permite compartir emociones y experiencias vividas a través de las redes sociales (Korstanje, 2010; Orgaz & López, 2015; He, Yang & Guan, 2014; Biz, Neves & Bettoni, 2014).

De acuerdo a las estimaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la World Youth Student & Educational Travel Confederation (WYSE) (2012) entre los años 2000 y 2010, el turismo realizado por jóvenes creció de 136 a 187 millones de viajes internacionales, representando el 20 por ciento del turismo mundial, previéndose que para el año 2020 los viajes juveniles llegarán a 300 millones, datos que justifican la relevancia en la investigación social de los jóvenes en el contexto del turismo.

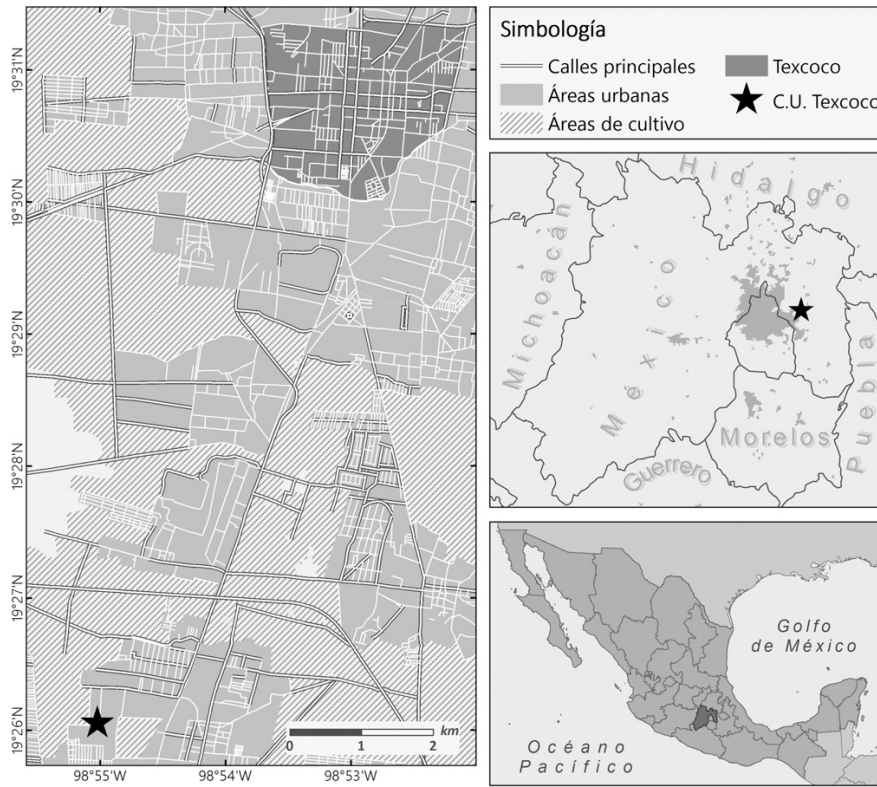
Particularmente, los jóvenes nacidos entre el año 1980 y 2000, conocidos como *millenials*, se distinguen por ser nativos digitales con actitud emprendedora. Se asume que el frecuente uso de la tecnología y el hecho de estar constantemente informados, les ha generado una conciencia social y ambiental con significativos efectos sociales y culturales, como potencializar el diálogo y el entendimiento mutuo entre las culturas (Ortega 2012, Matteucci, 2012, Rifai, 2012). Existen particularidades con respecto al comportamiento turístico de los jóvenes. Por una parte, asumen a los viajes como una forma de aprendizaje, de conocer a otras personas y de ponerse en contacto con otras culturas. Para ellos, los viajes son una fuente de desarrollo profesional y un medio de superación personal, incorporándolos como parte de su identidad. Son viajeros que con mayor probabilidad regresan a destinos ya visitados, concediéndoles mayor valor a lo largo de sus vidas. Así también, es menos probable que el terrorismo, la agitación política y civil, las enfermedades o los desastres naturales los disuadan de viajar a destinos donde se presenten estas manifestaciones (OMT et al. 2012). Por otra parte, los jóvenes también se han distinguido por presentar excesos en el consumo de alcohol y drogas y manifestarse sexualmente de manera libre, como los *spring breakers* estadounidenses, los *Benidorm boys* británicos y los *schoolies* australianos (Chronis, 201; Olivares, 2009; Korstanje, 2010; Monterrubio, 2013; Monterrubio, Mendoza

& Huitrón, 2013; y Forsey & Low, 2014), alterando la cultura y valores de las comunidades anfitrionas.

Así entonces, los comportamientos turísticos de los jóvenes se muestran ambivalentes, buscando conocer la cultura e interactuar con la gente local, pero a la vez externando sus pasiones sin consideración del impacto que generan. Sin duda esto presenta matices en los contextos turísticos, tomando aquí la postura de que la raíz de los diferentes comportamientos estriba en los imaginarios que albergan los jóvenes de acuerdo a sus esferas económicas y sociales de origen, fuente de sus motivaciones y actitudes de viaje (Amirou, 1995). Lo anterior bajo el supuesto de que el sentido social es la condición mínima y necesaria para que puedan desarrollarse los procesos imaginarios de forma metafórica, los cuales proveen de sentido a las juventudes para un comportamiento ambivalente durante el viaje turístico. Particularmente, se trata de reconocer los imaginarios de los jóvenes mexicanos, para distinguir los esquemas que les son propios y con ello comprender parte de la realidad social en la que viven. Como dice Augé (1998: 130) *lo imaginario mide la intensidad de la vida social*.

En esta línea, la investigación cualitativa que a continuación se presenta elige como sujetos de estudio a un grupo de jóvenes universitarios de la zona metropolitana de la ciudad de México, quienes cotidianamente viven el entrecruzamiento de la centralidad económica, urbanística, tecnológica y cultural de la capital del país, con el ambiente semirural de la ciudad de Texcoco, poblado periférico localizado a tan sólo 32 kilómetros de aquella, que aún tiene presente su pasado prehispánico y su historia agraria (Figura 1).

Figura 1. Mapa de Localización del Centro Universitario Texcoco en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, México.



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México.

En Texcoco actualmente se entretrejen estilos de vida entre lo moderno y lo tradicional, situación que fue de interés para estudiar los imaginarios del viaje turístico en los jóvenes de esa localidad. Se eligió entonces como sujetos de estudio a los estudiantes del Centro Universitario de Texcoco de la Universidad Autónoma del Estado de México, campus fundado en 1995 en el que se ofrecen estudios profesionales en ciencias sociales y humanidades, ciencias aplicadas y ciencias económico-administrativas, en el nivel de educación superior.

3. Metodología

La investigación cualitativa da la posibilidad de conseguir datos significativos a partir de la participación libre de la gente, lo que permite que el investigador se concentre en el estudio subjetivo de las acciones de la gente y en aspectos concretos de la realidad social (Bryman, 2004; Flick, 2004). Los conceptos y la elaboración teórica surgen a partir de la recopilación

de información, por lo que a menudo la investigación se encuentra en sintonía con la evolución de los acontecimientos en el tiempo y de las acciones de los participantes en situaciones sociales.

Para la recopilación e interpretación de la información en este estudio, se siguió una estrategia metodológica compuesta por la entrevista cualitativa y el análisis del discurso. La entrevista tiene el propósito de explorar, describir, comprender e identificar situaciones que se desarrollan en contextos sociales y culturales, con el fin de obtener datos acerca de la conducta a través de un contacto directo y en situaciones específicas, procurando que sea mínima la distorsión producida en los resultados a causa de la subjetividad del investigador como agente externo (Haynes 1978, Grineell 1997, Patton 1980, Jorgensen 1989, entre otros citados en Hernández, Fernández y Baptista, 2004). Cabe señalar, que la entrevista es probablemente el método más utilizado en investigaciones cualitativas por ser más flexible y abierta, donde el entrevistado es el “experto” que discurre y genera narrativas de sumo interés para el investigador, que posteriormente estudia, generalmente, mediante el análisis del discurso o el análisis de contenido. El análisis del discurso es un método que ha logrado ser aceptado en las ciencias humanas y sociales, puesto que permite la creatividad analítica, una creatividad que gracias a la teoría y al análisis se mantiene en los márgenes de las exigencias científicas (Santander, 2011).

La entrevista estuvo dirigida por una guía de preguntas abiertas centradas en las experiencias de viaje de los jóvenes universitarios, haciendo énfasis en su articulación con tres unidades de análisis: la trayectoria de vida, el círculo social y la formación profesional. Mediante las entrevistas fue posible reconstruir los esquemas expresados por los actores e inscritos en su memoria, logrando la transmisión de las experiencias que han tenido en sus círculos sociales (Hiernaux, 2009). En la tabla 1 se pueden observar las características de los alumnos entrevistados, dando como resultado la participación de jóvenes en el rango de edad de los 18 a los 25 años, todos ellos habitantes de la Zona Metropolitana del Valle de México, que estudiaban del primer al noveno semestre de sus respectivas carreras. Se realizaron un total de 29 entrevistas en las instalaciones del mismo campus universitario, participando por voluntad propia entre los meses de noviembre 2016 y febrero 2017.

Tabla 1. Perfil de los alumnos entrevistados en la investigación.

Alumno	Género	Edad	Semestre	Lugar de procedencia	Lugar de nacimiento	Ocupación
Ent.1	H	18	3er	CDMX	Nezahualcóyotl	Estudiante
Ent.2	H	19	3er	San Vicente	Nezahualcóyotl	Estudiante
Ent.3	H	21	5to	Texcoco	Texcoco	Estudia y trabaja
Ent.4	M	22	7mo	Tepetlaoxtoc	Texcoco	Estudia y trabaja
Ent.5	H	22	5to	Los reyes	CDMX	Estudiante
Ent.6	M	19	3er	Chiconcuac	Chiconcuac	Estudiante
Ent.7	M	22	3er	Los reyes	CDMX	Estudiante
Ent.8	M	22	5to	Chimalhuacán	CDMX	Estudiante y ama de casa
Ent.9	H	21	8vo	Texcoco	CDMX	Estudiante
Ent.10	H	25	8vo	Texcoco	Guerrero	Estudia y trabaja
Ent.11	H	20	3er	Texcoco	Texcoco	Estudia
Ent.12	H	20	4to	Texcoco	--	Estudia
Ent.13	M	19	4to	Texcoco	--	Estudia
Ent.14	H	21	4to	Texcoco	Texcoco	Estudia y trabaja
Ent.15	H	21	6to	San Vicente	--	Estudiante
Ent.16	M	20	6to	Texcoco	--	Estudia
Ent.17	H	21	6to	Texcoco	Texcoco	Estudia y trabaja
Ent.18	M	21	7mo	San Vicente	--	Estudiante
Ent.19	H	21	7mo	Ecatepec	California, EUA	Estudia y trabaja
Ent.20	H	21	6to	Texcoco	Texcoco	Estudiante
Ent.21	M	22	9no	Los Reyes	Texcoco	Estudiante
Ent.22	M	21	3er	Ixtapaluca	Los Reyes	Estudiante
Ent.23	M	21	7mo	San Vicente	CDMX	Estudiante
Ent.24	M	19	2do	Texcoco	--	Estudiante
Ent.25	H	18	1ero	Texcoco	CDMX	Estudia y trabaja
Ent.26	M	22	8vo	Texcoco	--	Estudiante
Ent.27	M	20	5to	San Vicente	CDMX	Estudiante
Ent.28	M	22	9no	Texcoco	--	Estudiante
Ent.29	M	19	3er	Ixtapaluca	Texcoco	Estudiante

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

Una vez identificado el punto de saturación en la información, se obtuvo un relato autobiográfico que fue transcrito para crear un meta-texto. A dicho texto se le aplicó el análisis del discurso logrando formar “conjeturas” que de acuerdo con Conde (2010) permiten explicar el conjunto más amplio posible del mensaje de los entrevistados. Dichas conjeturas fueron elaboradas a partir de la repetitividad de los significados del viaje entre los estudiantes, las cuales fueron claramente identificables en los textos. Cabe señalar que los fragmentos que acompañan el siguiente análisis se han colocado sólo como una muestra ilustrativa de los discursos predominantes de la totalidad de los meta-textos transcritos.

4. Resultados

El viaje turístico ha estado presente en la vida de los jóvenes, gran parte de los estudiantes entrevistados muestran que desde los primeros años de vida tuvieron experiencias de esta naturaleza, recordando así los viajes más significativos y representativos de su vida,

especialmente los mencionados de índole familiar, viajes con amigos y por prácticas escolares. Dichos viajes muestran rasgos característicos de recreación, tiempo libre, preparación profesional y convivencia familiar que personifican a las sociedades occidentales actuales. De acuerdo a la investigación, en las narrativas de los jóvenes entrevistados con respecto a sus viajes se identificaron tres imaginarios de manera dominante: la unión familiar, el placer de la libertad y el encuentro con el mundo y consigo mismo. Se describe cada uno a continuación.

4.1. La unión familiar

Las familias de la zona metropolitana del Valle de México han sufrido transformaciones en su composición, estructura y formas de vida específicas, ya que los ciudadanos destinan gran parte de su tiempo para movilizarse en la ciudad y conseguir un crecimiento económico y alcanzar un desarrollo significativo para la familia. Los alumnos afirmaron que la familia es un factor importante que influye en ellos para realizar un viaje, ya que expresan gran apego por los integrantes parentales como lo son papás, hermanos, tíos, primos y/o abuelos, según sea el caso. Asimismo, resaltan la solvencia económica o el apoyo moral y psicológico que ellos les brindan para que puedan viajar.

Los viajes familiares durante la niñez fueron los mayormente recordados por el estudiante, refiriendo así experiencias utópicas de felicidad y armonía familiar, difíciles de alcanzar en su vida cotidiana, permitiéndoles sentir un acercamiento estrecho con su familia fuera del contexto sociocultural común y reconociéndolos como un constructo importante de su vida social. Los jóvenes expresaron que los viajes con la familia son los que tienen mayor sentido y significado para su vida, pues gracias a éstos se fortaleció la comunicación, el tiempo y la dedicación entre ellos, factores que en la vida diaria tienden a descuidarse por las diversas actividades a realizar como el trabajo, la escuela, los amigos y/o los tiempos de desplazamiento, incluyendo el traslado agotador por el tránsito vial y el estrés que representa la vida en la Ciudad de México y la zona metropolitana del Valle de México⁵.

⁵ De acuerdo a Castellanos, García & Rosas (2013) los viajes metropolitanos ocupan de dos a cuatro horas del tiempo diario de los ciudadanos, lo que reduce el tiempo de convivencia entre las familias.

Los viajes en familia otorgaron un tiempo para demostrar los sentimientos que existen entre ellos, como el cariño, respeto, amor y paciencia que se tienen, que no pueden ser expresados habitualmente: *"...fue el primer viaje que tuvimos toda la familia completa.. en la plática todos expusieron sus disgustos y gustos (Ent. 20)*. El viaje representó entonces la oportunidad de poderse comunicar y armonizar:

"...antes del viaje había muchas peleas entre mis padres, y yo creo que fue muy bueno que hiciéramos ese viaje porque regresamos todos muy alegres, ya no había peleas en la casa y por eso me gustó mucho ese viaje porque como que nos unió a todos..." (Ent. 29)

Al conversar sobre sus viajes significativos, algunos jóvenes con alegría y/o llanto pudieron vivificar emocionalmente los recuerdos de la convivencia que existió en viajes con familiares ahora fallecidos, expresando el aprendizaje sobre la valoración de las personas con las que conviven a diario.

"...15 días antes de que mi mamá falleciera, mi tía tenía un viaje planeado a Acapulco...pero mi mamá ya estaba enferma, estaba bastante mal, ya no caminaba pero en ese viaje caminó muchísimo, comió todo lo que pudo..el doctor ya nos había dicho que no tenía caso que la cuidáramos..mi mamá se la pasó muy bien y a mí me gustó verla así feliz y contenta, fue muy recreativo para ella y se desinhibió un poco de lo que estaba pasando en su vida..." (Ent. 3)

Por ello, algunos jóvenes mencionan el deseo de viajar con ánimo de hacer que sus familiares más cercanos como papá, mamá o abuelos los acompañen durante ese viaje, como una especie de compensación y agradecimiento por el apoyo que han recibido al permitirles dedicarse al estudio.

"...me interesa mucho Dubai es como una meta a mediano plazo una vez que tenga un trabajo, salir con mis papás, sé que han dejado muchas cosas por

darnos carrera a los tres, entonces sí, retribuirles algo de no sé ¡vámonos de viaje!...” (Ent. 11)

Los jóvenes llevan en su mente el recuerdo de los viajes que han hecho con sus familiares desde su infancia y muy posiblemente lo mantengan alojado en su memoria hasta sus últimos años de vida por el valor y el significado que representa, por ello se dice que “la unión familiar” se ha quedado como parte de su imaginario turístico, pues el viaje configura una valiosa oportunidad de interacción familiar que en su vida cotidiana no se había concretado.

4.2 El placer de la libertad

Con base en el imaginario anteriormente descrito, cabe señalar que en los viajes familiares los jóvenes no pudieron experimentar mayor libertad, pues debían cumplir ciertas normas impuestas, como la hora de llegada, ayudar durante el viaje y gastar sólo en lo permitido por el padre o madre de familia, a diferencia de la sensación de libertad que algunos estudiantes refirieron cuando recordaron experiencias de viajes que realizaron solos, con compañeros de clase o con amigos, en los que lograron desinhibirse y actuar de forma distinta a la normal en su vida cotidiana, experimentando el consumo de sustancias tóxicas y el estremecimiento de expresar lo que piensan y sienten, con frecuencia, fortaleciendo la amistad y compañerismo producto de las experiencias de viaje compartidas.

“...si yo hubiera llegado con mis papás sé que lo hubiera disfrutado pero no pudiera ser o desenvolverme de tantas cosas que encontré en el lugar. En Santa María Regla cómo que sentía la libertad de caminar y buscar alrededor, siento que si hubiera ido con mi familia no lo hubiera podido hacer...” (Ent. 24)

No obstante, los jóvenes afirmaron que en un viaje sin acompañamiento familiar, aprenden a valorar la presencia, el apoyo y las comodidades que en su familia pueden encontrar, porque estar solos y fuera del hogar les hace responsabilizarse de sí mismos para satisfacer sus propias necesidades y a organizarse en términos de gastos, horarios y actividades.

En otro aspecto, los estudiantes expresaron que buscar el esparcimiento y la recreación es común en la vida juvenil. Dentro de las expectativas que los jóvenes tienen para realizar un viaje están la diversión, la aventura, el convivir, el solucionar problemas con sus compañeros y/o amigos, el conocerlos mejor y tener recuerdos sobre su juventud, estableciendo fuertes vínculos sociales. Por ello, los jóvenes buscan momentos y espacios para complacerse y vivir su juventud: “...*si nos sentimos libres porque andábamos por todos lados y pues andábamos conociendo todo Guanajuato, nos íbamos de fiesta, de antro... y siempre lo voy a recordar*” (Ent. 10).

Por ello, la sensación de libertad está presente en los jóvenes al sentirse fuera de su cotidianidad, de las instituciones y de las normas sociales de su entorno, las cuáles, por cierto, dicen estar muy arraigadas en el contexto donde su vida normalmente se desenvuelve. En este sentido, los jóvenes buscan formas de relajarse, actuando incluso de manera desinibida o emancipatoria, y, en ocasiones, extremando su comportamiento: “...*descubrí en algunos amigos preferencias sexuales que no conocía, que en cuestión del desastre, el ambiente y eso, pues sacaron ese otro yo... me hizo sacarme de onda y ya no verlos igual...*” (Ent. 14). En consecuencia, al retorno del viaje, el rompimiento de las normas morales ocasiona una mala reputación, bullying o chantaje entre los mismos jóvenes, marcándolos con “etiquetas”: “el borracho y el fiestero” (Ent. 25); “la que se fue con fulanito” (Ent. 26); “la que empezó a gritar y brincar como loca en la cama” (Ent. 24), etc., lo que estigmatiza a los jóvenes y da pie a otro tipo de problemas sociales, como la violencia psicológica y/o física.

El imaginario de “el placer de la libertad”, les permite atender otras esferas de su vida personal, experimentando una sensación de independencia y emancipación. Se aclara que los jóvenes estudiantes no viajan continuamente, solo cuando conjuntan una oportunidad económica y el tiempo para ello. Por lo regular lo hacen durante el transcurso del semestre por prácticas escolares o en vacaciones de verano e invierno, cuando su calendario escolar o estilo de vida lo permiten. Existen también otras razones por las que no viajan, por ejemplo, atender los negocios familiares, el cuidado de familiares enfermos y las responsabilidades religiosas o deportivas.

4.3 El encuentro con el mundo y con sí mismo

Este tercer y último imaginario se basa principalmente en la idea de que el viaje permite conocer el mundo y generar nuevas experiencias, incita la superación personal y provoca encuentros con otras culturas que refuerzan la identidad, lo que enmarca un imaginario referente a las fronteras culturales, económicas, profesionales y a un cúmulo de intereses personales. Para la juventud, las nuevas experiencias son altamente valoradas, pues se manifiesta el aprendizaje del individuo y la oportunidad de construir sus propios conceptos de la sociedad, buscando romper parámetros que marcaban a generaciones anteriores. Los jóvenes están ansiosos por atender novedosas vivencias que les permitan consolidarse como individuos dentro del mundo social, tomando sus propias decisiones, muchas veces basándose en diferentes doctrinas y filosofías para reconstruir su ser y fortalecer su alma, espíritu y cuerpo. El viaje turístico significa la oportunidad para materializarlo, pues el hecho de viajar implica ser más abierto y despojarse de los tabús que la sociedad les ha incrustado en su pensamiento, lo que les permite construir imaginarios entorno al deseo de mejorar su estilo de vida: “...viajar como que te abre la mente de qué quieres hacer, a dónde quieres llegar y qué quieres tener...” (Ent. 29).

Por tanto, el desplazamiento a otros lugares implica la renovación de sus ideas, la conexión con ellos mismos y la planeación de proyectos futuros, pues brotan emociones, decisiones, pensamientos, gustos o preferencias que no habían aparecido en la cotidianidad. De esta manera, los viajes son una oportunidad para valorar el tiempo consigo mismo, de focalizar su mente y reflexionar hacia donde desean encaminarse.

Desplazarse al extranjero es el sueño anhelado por los jóvenes, pues la mayoría de los entrevistados tiene deseos de conocer lugares como Alemania, España, Dubai, Francia, Italia, China y Grecia, entre otros, con el fin de conocer diferentes culturas, buscar alguna oportunidad de residencia ya sea laboral o para la continuación de sus estudios académicos, o simplemente tener fotos suyas en otros países y compartirlas en las redes sociales. Así también, para los jóvenes resulta importante viajar en su país de origen, ya sea por conocer más sobre su cultura y los antiguos sitios sagrados, por el sentimiento de orgullo y amor a la

patria, o por el hecho de comparar su realidad con la de otros, pues reconocen que hay muchos sitios que aún desconocen de su propio país, además de que su situación económica o falta de tiempo libre, les limita a recorrerlo como desearían: "*...creo que primero debes de conocer tu país, tus raíces y después salir a conocer otros países porque te debes de sentir orgullosa de donde estás...*" (Ent. 4)

Conocer México les permite reconocer sus gustos y preferencias sobre los destinos turísticos, disfrutar de su patrimonio natural (playas, bosques, lagos), y experimentar diferentes emociones, sentimientos y aprendizajes a pesar de las crisis económicas personales o familiares por las que atraviesan, buscando economizar en sus gastos, viajando "sin lujos", con tal de trasladarse a un lugar soñado para enaltecer su condición cultural y sentir que rebasan sus límites sociales: "*...por los viajes he conocido y me hace una persona conocedora ...*" (Ent. 23). Además, les otorga un sentido de arraigo que les da o refuerza su identidad y se sienten con el derecho de mantener el patrimonio histórico-cultural (tradiciones, costumbres, leyendas y monumentos) que sus antecesores les han enseñado a través de los años.

De esta forma, el contexto cotidiano de este grupo de estudiantes demuestra que están dispuestos a viajar a pesar del miedo ante la inseguridad del país o los elevados precios de algunos destinos turísticos, por ello "*el encuentro con el mundo y con sí mismo*" forma parte de los imaginarios de los jóvenes, pues están en una constante búsqueda de incrementar su acervo socio-cultural y su imagen, ya que el viaje es percibido como símbolo de éxito, plenitud y autorrealización, representa un medio para cambiar su estilo de vida y su manera de pensar y/o actuar.

5. Reflexiones finales

Los imaginarios de este grupo de jóvenes universitarios describe parte de la cultura en la que se encuentran sumergidos en la periferia metropolitana y cómo están construyendo intersubjetivamente su sentido sobre lo turístico. Se trata de un grupo agradecido por las diversas oportunidades que se les han dado, entre ellas el estudiar y el viajar, aunque están conscientes de las cuestiones económicas y políticas que los limitan. Así mismo, es una

generación que se encuentra permanentemente informada y susceptible ante los cambios tecnológicos, económicos, políticos, sociales y ambientales que acontecen.

Los jóvenes revelaron unos imaginarios turísticos ligados al interés de la unión familiar y paradójicamente a una sensación de libertad, a abrir la mente hacia otras formas culturales y a conocer sus principios, sus estilos de vida y las normas impuestas socialmente, entre otros aspectos que solo este tipo de experiencias permiten distinguir. Los jóvenes consideran necesarios los viajes para su desarrollo, no solo de manera profesional sino también personal, pues afirman que el conocimiento se incrementa para todos los aspectos de su vida. Los imaginarios encontrados muestran la forma de pensar y el estilo de vida de los estudiantes mexiquenses que aún salvaguardan esquemas tradicionales heredados por la familia junto con ideas modernas de libertad, manifestando una perspectiva distinta a la ofrecida en las investigaciones de jóvenes de otros países.

A partir del estudio sobre este grupo se infiere que el viaje turístico se constituye como un código generacional que significa unión, libertad, superación y experiencias, ya que como refiere Durand (2000), los contenidos imaginarios de una sociedad se consolidan para que finalmente se racionalicen al perder su espontaneidad edificando filosofías, ideologías y codificaciones. Se reconoce que los resultados no son estrictamente representativos, limitante de esta investigación, sin embargo, se resaltan interesantes hallazgos para continuar investigaciones futuras sobre imaginarios turísticos de las juventudes no solo del país, sino en diferentes contextos y realidades socioculturales, realizando análisis multidisciplinarios para una mayor profundidad y explicación de los comportamientos, significados y sentidos del viaje como comenta Gravari y Graburn (2012), pues esta información puede fortalecer políticas públicas, planes y programas de viajes para jóvenes de acuerdo a sus intereses de vida.

Fuentes consultadas

Amirou, R. (1995): *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*. Les Presses Universitaires de France, Paris.

Augé, M. (1998): *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*. Editorial Gedisa, Barcelona.

- Bachelard, G. (2000): *La poética del espacio*. Editorial Fondo de Cultura Económica, México.
- Berthier, M. (2013): Cidade Turística e seus Imaginários: O Olhar da Imprensa Especializada. *Rosa dos Ventos* (5/3), pp. 439-450.
- Binkhorst, E. (2008): Turismo de co-creación, valor añadido en escenarios turísticos. *Journal of Tourism Research*, (1/1), pp. 40-51.
- Biz, A., Neves, A. & Bettoni, E. (2014): O comportamento dos consumidores turísticos no uso da telefonia móvel. *Caderno Virtual de Turismo* (14/1), pp. 34-48.
- Cadavez, C. (2015): Imaginários turísticos no Estado Novo português. *PASOS* (13/5), pp. 1067-1077.
- Castellanos, A., García, C. & Rosas, M. (2013): *La ciudad de los viajeros: travesías e imaginarios urbanos. México 1940 - 2000*. FCE, UAM/ Iztapalapa, México.
- Castoriadis, C. (1983): *La institución imaginaria de la sociedad*. Vol. 2. TUSQUETS Editores, Barcelona.
- Chateau, J. (1976): *Las fuentes de lo imaginario*. Editorial Fondo de Cultura Económica, México,
- Chronis, A. (2012): Between place and story: Gettysburg as tourism imaginary. *Annals of Tourism Research* (39/4), pp. 1797-1816.
- Colín, I. (2013): Sociogénesis del conflicto: una interpretación desde la tradición oral y el imaginario turístico en la comunidad de Malinalco, Estado de México. *Espacios Públicos* (16/37), pp. 93-112.
- Conde, F. (2010): *Análisis sociológico del sistema de discursos*. Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.
- Durand, G. (2000): *Lo imaginario*. Ediciones del Bronce, Barcelona.
- Enríquez, J. & Robles, M. (2014): Imaginarios sociales acerca del turismo en Roses, Cataluña. *Teoría y praxis*, (15), pp. 138-162.
- Fuentes, J. (2016): Imaginarios del turismo. Rebasando la perspectiva estereotipada. En López y Valverde (Coord.). *Los imaginarios del turismo. El caso de los pueblos mágicos*. Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Nacional Autónoma de México, México.

- Forsey, M. y Low, M. (2014): Beyond the production of tourism imaginaries: Student-travellers in Australia and their reception of media representations of their host nation. *Annals of Tourism Research*, (44), pp. 156-170.
- García, M. (2015): Las significaciones imaginarias sociales de la violencia televisiva: una perspectiva infantil. Universidad Pedagógica Nacional, México.
- Gravari, M. y Graburn, N. (2012): Imaginarios turísticos. *Via@ - revista internacional interdisciplinaria de turismo*, (1), pp. 1-5.
- Gomes, M. (2013): [Des][Re]Construcciones del imaginario social <mujer brasileña> en los discursos turísticos sobre Brasil en Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo* (22), pp. 216-234.
- Goycoolea, R. (2008): Los imaginarios turísticos en la configuración urbana. *Urbano*, (11/18), pp. 7-15.
- He, Z., Yang, L. & Guan, W. (2014): A day-to-day route choice model based on travellers' behavioural characteristics. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, (138), pp. 738-747.
- Hiernaux, D. (2009): Los imaginarios del turismo residencial: experiencias mexicanas. En Mazón, T., Huete, R. & Mantecón, A. (Eds.), *Turismo, urbanización y estilos de vida. Las nuevas formas de movilidad residencial* Icaria, Barcelona, pp. 109-125.
- Hiernaux, D. (2015): *Turismo, sociedad y territorio. Una lectura crítica*. Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro.
- Korstanje, M. (2010): Conceptualizando el viaje como creación cognitiva en estudiantes de turismo de Buenos Aires. *Caderno Virtual de Turismo*, (10/1), pp. 95-111.
- Lazzari, L., Mouliá, P., Fernández, M. Chiodi, J., Chelmicki, F., Chiodi, M. & Eriz, M. (2009): Preferencias del segmento joven en la elección de un destino turístico. *Cuadernos del CIMBAGE*, (11), pp. 59-84.
- Lindón, A. (2008): El imaginario suburbano: los sueños diurnos y la reproducción socioespacial de la ciudad. *Iztapalapa: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, (65/64), pp. 39-62.
- Lindón, A. & Hiernaux, D. (2012): *Geografías de lo imaginario*. Anthropos y Universidad Autónoma Metropolitana- Iztapalapa, Madrid.

- López, L. & Valverde, V. (2016): Los imaginarios del turismo: el caso de los pueblos mágicos. Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Matteucci, X. (2012): Un recuerdo que dura toda la vida: la importancia del turismo mundial para los jóvenes. En Organización Mundial del Turismo (OMT) y World Youth Student & Educational (WYSE) Travel Confederation (en línea). *La fuerza del turismo joven. Volumen 2* [Consulta: 19 Octubre 2015]. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es/publication/am-reports-volumen-2-la-fuerza-del-turismo-joven>
- Marinao, E., Torres, E. & Chasco, C. (2014): Familiaridad con los destinos turísticos. Rol de la percepción de beneficios. *Estudios Gerenciales*, (30), pp. 243–251.
- Mazón, T. (2013): *Una mirada crítica a los gurús del turismo*. Editorial Club Universitario, Alicante.
- Monterrubio, J. (2013): *Turismo no convencional, impactos socioculturales*. Editorial Trillas, México.
- Monterrubio, J.; Mendoza, M. & Huitrón, T. (2013). Percepciones de la comunidad local sobre los impactos sociales del "spring break" en Acapulco, México. *El Periplo Sustentable*, (24), pp. 41-65.
- Olivares, E. (2009): México es importante destino de turismo sexual masculino: análisis. La Jornada. Sociedad y justicia (en línea) [Consultado: 25 noviembre 2015]. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2009/09/27/sociedad/033n1soc>
- Orgaz, F. & López, T. (2015): Análisis del perfil, motivaciones y valoraciones de los turistas gastronómicos. El caso de la República Dominicana. *ARA Journal* (5/1), pp. 43-52.
- Ortega, U. (2012): Prólogo. En Organización Mundial del Turismo (OMT) y World Youth Student & Educational (WYSE) Travel Confederation (en línea). *La fuerza del turismo joven. Volumen 2* [Consulta: 19 Octubre 2015]. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es/publication/am-reports-volumen-2-la-fuerza-del-turismo-joven>
- Organización Mundial del Turismo (OMT) y World Youth Student & Educational Travel Confederation (WYSE) (2012): La fuerza del turismo joven. Volumen 2 (en línea). [Consultado: 19 octubre 2015]. Disponible en:

<http://www2.unwto.org/es/publication/am-reports-volumen-2-la-fuerza-del-turismo-joven>

- Osorio, M., Mongue, E., Serrano, R. & Cortés, I. (2017): Perfil del visitante de naturaleza en Latinoamérica: prácticas, motivaciones e imaginarios. Estudio comparativo entre México y Ecuador. PASOS (15/3), pp. 713-729.
- Rifai, T. (2012): Prólogo. Prólogo. En Organización Mundial del Turismo (OMT) y World Youth Student & Educational (WYSE) Travel Confederation (en línea). *La fuerza del turismo joven. Volumen 2* [Consulta: 19 Octubre 2015]. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es/publication/am-reports-volumen-2-la-fuerza-del-turismo-joven>
- Sánchez, V. & Santamaría, A. (2015): Sexo, sol y playa. El inconsciente del imaginario turístico en Mazatlán – México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, (24/4), pp. 993-1013.
- Zamudio, L.S. (2012): La arquitectura en los imaginarios turísticos. RIPS, (11/2), pp. 145-158.

Conclusiones y propuestas

Comprender la intersubjetividad humana da pauta a proyectar a los individuos como seres con propósitos, llenos de sentido de vida y significados diversos que muestran con sus acciones y comportamientos. Por ello, analizar los valores e imaginarios de los jóvenes sobre los viajes -desde una perspectiva sociológica- nació de la idea de acceder al conocimiento del ethos turístico de este grupo de población, ya que éste enmarcará el rumbo de la actividad turística para las generaciones futuras del país. Llevarlo al plano con estudiantes universitarios del Centro Universitario UAEM Texcoco, permitió el reconocimiento de un entramado sociocultural que las zonas metropolitanas de México se encuentran entretejiendo en su diario vivir.

Por lo tanto, este trabajo, desde la sociología fenomenológica propuesta por Alfred Schütz, contribuye a una comprensión del mundo de la vida cotidiana, y se reconoce el conocimiento socialmente producido en torno al viaje desde su subjetividad, llena de significaciones que construyen el sentido común que le dan estos sujetos al hecho de viajar, pues en este caso, se asemeja la situación biográfica y se comparten experiencias que permiten producir un acervo de conocimientos en torno a lo que el viaje turístico representa para este grupo de estudiantes, de tal forma, se logró detectar tipos ideales que responden a una generación presente de jóvenes (Cuadro 3).

Cuadro 3. Ethos tradicional y ethos liberador

Ethos Tradicional	IMAGINARIOS			Ethos Liberador
	La unión familiar	El placer de la libertad	El encuentro con el mundo y con sí mismo	
	VALORES			
	Apego familiar Etnocentrismo Entornos conocidos Superación profesional Arraigo/Escape	Independencia Cambio de paradigmas Nuevas experiencias Desenvoltura Desarrollo/Desequilibrio		
	Convivencia familiar		Recreación y descanso	
PERFIL DE VIAJE TURÍSTICO				

Cuadro 3. Ethos tradicional y ethos liberador. Fuente: Elaboración propia basada en investigación de campo.

De esta manera, para dar cumplimiento al objetivo general de la investigación: *analizar los valores e imaginarios de los jóvenes universitarios sobre los viajes a través del caso de los estudiantes del Centro Universitario UAEM Texcoco, para la distinción de su ethos turístico*, se plantearon tres objetivos específicos:

El primero, *identificar el perfil de los jóvenes universitarios del CU UAEM Texcoco respecto al viaje turístico, y construir una tipología a partir de sus motivaciones*. Se encontró que los jóvenes provienen de municipios pertenecientes a la zona metropolitana del Valle de México, poblaciones que presentan una mezcla de componentes urbanos y rurales, tanto en la continua adaptación de las localidades por nuevas vialidades, transporte, medios de comunicación y zonas de recreación, como en la modificación en el uso de suelos agrícolas y forestales por la construcción de viviendas, celebración colectiva de costumbres y tradiciones locales, entre otras, que les permiten a estos jóvenes idear un estilo de vida distinto con mejores oportunidades por su formación profesional y la cercanía a la ciudad más grande del país. Esta cuestión que puede explicar los perfiles encontrados en la investigación. Por un lado, el perfil de viaje por convivencia familiar, pues la convivencia es altamente valorada por este grupo de jóvenes debido al limitado tiempo de socialización entre las familias, la dependencia económica y el reforzamiento de su ser social, dándoles identidad y experiencias memorables que representan su tan anhelada felicidad y complementan su existencia. Y por el otro lado, el perfil de viaje por recreación y descanso, pues el viaje turístico significa tiempo para realizar actividades fuera de su cotidianidad, que le permiten disfrutar y experimentar una sensación de libertad al encontrarse en sitios o lugares turísticos, sobresaliendo la responsabilidad ya que cuando se viaja por este motivo normalmente se hace con amigos o compañeros de clase.

El segundo objetivo, *distinguir los valores de los jóvenes universitarios del CU UAEM Texcoco, para la identificación de su ethos turístico*, se cumple con la tipificación de dos ethos turísticos: el tradicional y el liberador. El primero da cuenta del apego a la familia y el enoctrismo alojado en su cultura, el movimiento en entornos conocidos y el deseo de superación profesional al otorgarle una probable estabilidad física, mental y económica. Pero a pesar de caracterizarse por un mayor arraigo a la comunidad, el joven anhela un escape de las normas y costumbres que lo cobijan, teniendo como expectativa de viaje la evasión de su

vida cotidiana. Y el segundo muestra la independencia y el cambio de paradigmas, predispuesto a aceptar al viaje turístico como parte de su estilo de vida, por lo tanto, se mantiene en una búsqueda de nuevas experiencias que le llevan a desenvolverse en otros ámbitos de su vida personal y profesional, lo que implica un desarrollo personal, aunque en ocasiones esto conlleva el riesgo de un desequilibrio debido a la tendencia descontrolada de sus acciones y excesos.

Por último, *interpretar los imaginarios turísticos en relación con los valores impregnados en los jóvenes universitarios del CU UAEM Texcoco*, da cuenta de los principales imaginarios que el viaje turístico crea en la mente de estos jóvenes, entre los cuales destacan: la unión familiar, el placer de la libertad y el encuentro con el mundo y con sí mismo, elementos detectados durante la identificación del ethos turístico de este grupo juvenil, así como por el perfil y comportamiento de viaje anteriormente descritos. Dichos imaginarios, brindan sentido común para la toma de decisiones ya sea de forma individual o grupal entre los jóvenes sobre el viaje turístico.

Como todo trabajo de investigación, el estudio presenta fortalezas y limitaciones (Cuadro 4), se enlistan las siguientes:

Cuadro 4. Fortalezas y debilidades de investigación.

Fortalezas	Limitaciones
Sustento de una teoría social permitiendo la interpretación de la realidad social	Los resultados no son estrictamente representativos para la juventud en México.
Presenta una búsqueda de información amplia, debido a las características metodológicas de la investigación	La investigación depende solamente de las ideas de los entrevistados y de la interpretación de la investigadora.
Los resultados presentan rasgos de profundidad que son enriquecedores para la investigación.	Existen otras realidades subjetivas entrelazadas que a su vez son interesantes de investigación. Sin embargo, los objetivos propios de la investigación no permiten ahondar en esos temas.
Los jóvenes sintieron la libertad de expresarse, debido a la similitud en las características de la investigadora (edad, estudiante, etc.), compartiendo una	

atmósfera de entendimiento mutuo y sentido común.
La recolección de datos estuvo orientada a proveer un mayor entendimiento del sentido y significado del viaje, poco estudiado en el turismo.

Cuadro 4. Fortalezas y debilidades de investigación. Fuente: Elaboración propia con base en resultados de investigación.

Debido a lo anteriormente expuesto, se dice que los valores e imaginarios deben ser analizados continuamente, dado los cambios y transformaciones en la relación tiempo-espacio de cada sociedad. De esta manera, con esta investigación se da a conocer los intereses de los presentes consumidores, quienes continuarán con la demanda de actividades y lugares para satisfacer estas necesidades subjetivas, lo cual puede mostrar el comportamiento de futuros consumidores y a nivel nacional, marcar el rumbo del turismo juvenil mexicano. Además de contribuir a la teoría en el campo del turismo sobre el sentido común, significados e imaginarios entorno al viaje, se contribuye con la definición de dos tipos ideales en el turismo juvenil mexicano: el ethos tradicional y el ethos liberador, cada uno con los valores e imaginarios correspondientes. Por lo tanto, se propone que la investigación pueda funcionar como base de estudio para la gestión y monitoreo del comportamiento del turismo juvenil y marcar tendencias sobre el comportamiento de las nuevas generaciones en la práctica turística.

Por último se exponen algunas oportunidades de investigación.

- Hacer el análisis de normas y modelos de los ethos propuestos.
- Revelar imaginarios, valores y significados entorno al viaje turístico en otros segmentos de mercado.
- Analizar la subjetividad implicada en el turismo en jóvenes de otras regiones de México y de otros países afines (Latinoamérica).

Fuentes de consulta

Fuentes de consulta

- Alejo, M.; Mendoza, M. y Rodríguez, P. (2012). Las representaciones sociales de los estudios Universitarios en México. El caso de la licenciatura en turismo del Centro Universitario UAEM Texcoco. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 21 (6), pp. 1502 - 1520.
- Amirou, R. (1995): *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*. Les Presses Universitaires de France, Paris.
- Augé, M. (1998). *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*. Editorial Gedisa. Segunda Edición. Barcelona.
- Augusto, M. y de Souza, F. (2013). Turismo e ética: o entendimento de turistas. *Caderno Virtual de Turismo - Rio de Janeiro*. 13 (1), pp. 01-11.
- Bachelard, G. (2000). *La poética del espacio*. Editorial Fondo de Cultura Económica USA
- Barragán, C.; López, A.; Martínez, G.; López, P.; Aguilera, G.; Salazar, J. y Sánchez, B. (2014). Efecto del ayuno sobre la conducta alimentaria en estudiantes universitarios. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios/ Mexican Journal of Eating Disorders*. 5, pp. 124-135.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1997). *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido*. Editorial Paidós. Madrid.
- Berger, P. y Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Amorrour Editores. Buenos Aires.
- Berthier, M. (2013). Cidade Turística e seus Imaginários: O Olhar da Imprensa Especializada. *Rosa dos Ventos*. (5/3), pp. 439-450.
- Binkhorst, E. (2008). Turismo de co-creación, valor añadido en escenarios turísticos. Binkhorst. *Journal of Tourism Research*. 1 (1), pp. 40-51.
- Biz, A.; Neves, A. y Bettoni, E. (2014). O comportamento dos consumidores turísticos no uso da telefonia móvel. *Caderno Virtual de Turismo*. 14(1), pp. 34-48.
- Boff, L. (2001). *Ética planetaria desde el Gran Sur*. Editorial Trotta. Madrid.
- Bryman, A (2004). *Social Research Methods*. Oxford University Press, UK.
- Cadavez, C. (2015). Imaginários turísticos no Estado Novo português. *PASOS*. (13/5), pp. 1067-1077.
- Cardoso, C. (2005). *Jóvenes Universitarios ¿Quiénes y cómo son?*. Umbral. Revista de educación, cultura y sociedad. FACHSE (UNPRG) Lambayeque. Año V No. 9-10, Diciembre 2005 pp. 98-115.
- Castellanos, A.; García, C. y Rosas, M. (2013). *La ciudad de los viajeros: travesías e imaginarios urbanos*. México 1940 - 2000. México FCE, UAM/ Iztapalapa.
- Castoriadis, C. (1983). *La institución imaginaria de la sociedad*. V. 2. TUSQUETS Editores.

- Chateau, J. (1976). *Las fuentes de lo imaginario*. Editorial Fondo de Cultura Económica. 348 pág.
- Chaves, O. (1996) Comprensión y subjetividad en Alfred Schutz. *Revista de Filosofía y Teoría Política*, 31-32, 57-63. Actas de las 1º Jornadas de Investigación para Profesores, Graduados y Alumnos, La Plata. En Memoria Académica.
- Chronis, A. (2012). Between place and story: Gettysburg as tourism imaginary. *Annals of tourism research*, 39 (4), pp. 1797-1816.
- Colín, I. (2013): Sociogénesis del conflicto: una interpretación desde la tradición oral y el imaginario turístico en la comunidad de Malinalco, Estado de México. *Espacios Públicos* (16/37), pp. 93-112.
- Conde, F. (2010). Análisis sociológico del sistema de discursos. *Cuadernos Metodológicos*. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid, España.
- Consejo Nacional de Población (CONAPO). *Indicadores sociodemográficos*. Disponible en: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Indicadores_sociodemograficos, acceso 25 de Octubre del 20
- Consejo Nacional de Población (2010). *Delimitación de zonas metropolitanas 2010*. Disponible en: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Delimitacion_zonas_metropolitanas_2010_Capitulos_I_a_IV, acceso 22 de Octubre del 2015.
- Consejo Nacional de Población (2010). *La situación actual de los jóvenes en México*. Disponible en: http://www.unfpa.org.mx/publicaciones/cuadro_3.pdf, acceso 22 de noviembre de 2015.
- Crespi, F. (1997). *Acontecimiento y estructura, por una teoría del cambio social*. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires.
- Creswell, J. (2014). *Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 4th Edition.
- Cruz, M. (2000). Periferia y suelo urbano en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. *Sociológica*. 15(42), pp. 59-90.
- Del Barrio, G.; López, M. y Frías, J. (2012). El tipo de incentivo como determinante en el atractivo de la promoción de venta en turismo rural. Efecto moderador del sexo, la edad y la experiencia. *Investigación de Marketing ESIC*. 16 (2), 103-126.
- De Salazar, L. (2003). *Los focos rojos del turismo vinculado a la cultura: cuatro casos mexicanos*. Ciudad: México, México. Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM). Disponible en: http://www.equiponaya.com.ar/turismo/congreso2003/ponencias/Leticia_de_Salazar_Diaz.htm, acceso 17 de Octubre del 2015.

- Diario Oficial de la Federación. *Programa Nacional de Juventud 2014-2018*. Disponible en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5343095&fecha=30/04/2014, acceso 20 Noviembre 2015.
- Domínguez, S. y Hollstein, B. (2014). *Mixed Methods Social Networks Research*. Cambridge University Press. New York, USA.
- Durand, G. (2000). *Lo imaginario*. Ediciones del Bronce.
- Encuesta Nacional de Valores. Disponible en: <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>, acceso el 26 de Enero del 2017
- Enríquez, J. y Robles, M. (2014). Imaginarios sociales acerca del turismo en Roses, Cataluña. *Teoría y praxis*. 15, pp. 138-162.
- Eriz, M. (2009). Preferencias del segmento joven en la elección de un destino turístico. *Cuadernos del CIMBAGE*, 11, pp. 59-84.
- Escobar, G. (2000). *Ética*. Cuarta edición. Mc Graw Hill.
- Flick, U. (2004). *Introducción a la investigación cualitativa*. Ediciones Morada, S.L. Madrid, Fundación Paideia Galiza, A Coruña.
- Forsey y Low (2014). Beyond the production of tourism imaginaries: Student-travellers in Australia and their reception of media representations of their host nation. *Annals of Tourism Research*. 44, pp. 156-170.
- Fuentes, J. (2016). Imaginarios del turismo. Rebasando la perspectiva estereotipada. En López y Valverde coord. (2016). *Los imaginarios del turismo. El caso de los pueblos mágicos*. Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- García, M. (2015). *Las significaciones imaginarias sociales de la violencia televisiva: Una perspectiva infantil*. Universidad Pedagógica Nacional. Horizontes educativos. México.
- Garma, C. (S/A). El dialogo inconcluso. Recepción de "El Refugio de las Masas" de Christian Lalive D Épinay en México. *Revista Cultura y Religión*. 2(2), pp. 28-34.
- Geifman, A. (2014). *¿Quiénes son los Millenials y qué los hace tan importantes?*. Disponible en :<http://www.merca20.com/que-son-los-millenials-y-por-que-hay-que-entenderlos/>, acceso 18 de Octubre del 2015.
- Gobierno de la República (2013). *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*. Programa Sectorial de Turismo. Disponible en: http://www.cmic.org.mx/comisiones/Sectoriales/turismo/2015/DOC_VIG_2015/programa_turismo.pdf, acceso 11 de agosto de 2016.
- Gomes, M. (2013). [Des][Re]Construcciones del imaginario social <mujer brasileña> en los discursos turísticos sobre Brasil en Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 22, pp. 216-234.

- González, J. (2007). *El ethos, destino del hombre*. Facultad de filosofía y letras, UNAM. Segunda reimpresión. Fondo de Cultura Económica. México.
- Goycoolea, R. (2008). Los imaginarios turísticos en la configuración urbana. *Urbano*, (11/18), pp. 7-15.
- Guimarães, M. (2012). Encontros turísticos: reflexões sobre o turismo através da subjetividade do turista. *Anais brasileiros de estudos turísticos – abet*. 2(1).
- Gutiérrez, R. (1995). *Introducción a la filosofía*. Esfinge. Tercera edición. México.
- Gravari, M. y Graburn, N. (2012). Imaginarios turísticos. *Via@ - revista internacional interdisciplinar de turismo*. 1.
- H. Ayuntamiento Texcoco 2016. *Plan de desarrollo municipal 2016-2018*. Disponible en: <http://www.texcoco.ayuntamientodigital.gob.mx/contenidos/texcoco/editor/files/PDM%202016%20OK.pdf>, acceso el 4 Noviembre del 2015.
- Hans, J. (2009). *Social Theory, Twenty Introductory Lectures*. Cambridge University Press.
- Harrison, D. (2007). Towards Developing a Framework for Analysing Tourism Phenomena: A discussion. *Current Issues in Tourism*, 10 (1), pp. 61-86.
- He, Z.; Yang, L. y Guan, W. (2014). A day-to-day route choice model based on travellers' behavioural characteristics. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 138, 738- 747.
- Hernane, E. (2004). *La Conciencia Ambiental de los Espacios Recreativos Naturales*. Estudio de caso el valle del columpio 1, la Marquesa. Tesis de Maestría. UAEM.
- Hernandez, R.; Fernandez, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. 6ta edición. Mac Graw Hill.
- Hiernaux, D. (2009). Los imaginarios del turismo residencial: experiencias mexicanas. pp. 109-125. En Mazón, Tomás; Huete, Raquel y Mantecón, Alejandro (Eds.), *Turismo, urbanización y estilos de vida. Las nuevas formas de movilidad residencial*. Icaria. Barcelona.
- Higgins, C. y Walker, R. (2012). *Ethos, logos, pathos: Strategies of persuasion in social/environmental reports*. Accounting Forum. N. 36, pp. 194-208.
- Hu, C.; Zhao, L. y Huang, J. (2015). Achieving self-congruency? Examining why individuals reconstruct their virtual identity in communities of interest established within social network platforms. *Computers in Human Behavior*. 50, pp. 465-475.
- Husserl, E. (1992). *Ideas: General introduction to pure phenomenology*. George Allen & UNWIN LTD. London.
- Husserl, E. (2005). *Meditaciones cartesianas*; trad. de José Gaos, Miguel Garcia-Baro. Fondo de Cultura Economica, México.

- Husu, J. y Tirri, K. (2007). Developing whole school pedagogical values- A case of going through the ethos of “good schooling”. *Teaching and Teacher Education*. 23, pp. 390-401.
- Inglehart, R. (1997), *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*. New Jersey, Princeton: Princeton University Press.
- Instituto Nacional De Estadística y Geografía, INEGI (2013). *Estadísticas a propósito del día internacional de la juventud. Datos nacionales*. México, D.F. Disponible en: http://www.cinu.mx/minisitio/juventud_2013/Juventud_INEGI.pdf, acceso 2 de septiembre del 2015.
- Johnson, B.; Onwuegbuzie, A. y Turner, L. (2007). *Journal of Mixed Methods Research*. 1 (2).
- Korstanje, M. (2010). Conceptualizando: el viaje como creación cognitiva en estudiantes de turismo de Buenos Aires. *Caderno Virtual de Turismo*, 10 (1), 95-111.
- Korstanje, M. (2015). Cinco factores que hacen al viaje turístico. *International Journal of Safety and Security in tourism/hospitality*, Facultad de Ciencias Económicas,
- Lalive, C. (1990). Récit de vie, Ethos et comportement: pour une exégèse sociologique, en Remy, Jean et Danielle Ruquoy (dir.). *Méthodes d'analyses de contenu et sociologie*, Col. Solciologie, Publications des Facultés Universitaires Saint Louis, Bruxelles.
- Lalive, C. (2008). La vida cotidiana: Construcción de un concepto sociológico y antropológico. Universidad de Concepción. *Revista Sociedad Hoy*. 14, pp. 9-31. Concepción, Chile.
- Lazzari, L.; Mouliá, P.; Fernandez, M.; Chiodi, J.; Chelmicki, F.; Chiodi, M. y Eriz, M. (2009). Preferencias del segmento joven en la elección de un destino turístico. *Cuadernos del CIMBAGE*. 11, pp. 59-84. Disponible en: Lindón, A. *coord.* (2000). *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*. Rubí (Barcelona): Anthropos Editorial; México: El colegio Mexiquense /Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias (UNAM).
- Lehmann, D. (2015). Convergencias y divergencias en la educación superior intercultural en México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 223, pp. 133-170.
- Lindón, A. *coord.* (2000). *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*. Rubí (Barcelona): Anthropos Editorial; México: El colegio Mexiquense /Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias (UNAM).
- Lindón, A. (2008). El imaginario suburbano: los sueños diurnos y la reproducción socioespacial de la ciudad. *Iztapalapa: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, N°. 65-64, pp. 39-62.
- Lindón, A. y Hiernaux D. *dir.* (2012). Geografías de lo imaginario o la dimensión imaginaria de las Geografías del Labenswelt?. *Geografías de lo imaginario*. Barcelona: Anthropos Editorial; México: Universidad Autónoma Metropolitana- Iztapalapa. División Ciencias Sociales y Humanidades.

- López, L. y Valverde, V. coord. (2016). *Los imaginarios del turismo: el caso de los pueblos mágicos*. Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- Lundy, L. (2015). *Future traveller Tribes 2030. Building a more rewarding journey*. Disponible en: <http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/amadeus-traveller-tribes-2030-airline-it.pdf>, acceso 17 de octubre de 2015.
- Marinao, A.; Torres, M. y Chasco, C. (2014). Familiaridad con los destinos turísticos. Rol de la percepción de beneficios. *Estudios Gerenciales*, 30, pp. 243-251.
- Matteucci, X. (2012). Un recuerdo que dura toda la vida: la importancia del turismo mundial para los jóvenes. En UNWTO y World Youth Student & Educational (WYSE) Travel Confederation, (2012). *La fuerza del turismo joven*. V. 2.
- Mazón, T. (2013). *Una mirada crítica a los gurus del turismo*. Club Universitario.
- Mazón, T. (2001). *Sociología del turismo*. Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Molina, J. y Font, X. (2015). Mixed methods in sustainable tourism research: an analysis of prevalence, designs and application in JOST (2005–2014) *Journal of Sustainable Tourism*.
- Monterrubio, J. (2011). *Turismo y cambio sociocultural*. Una perspectiva conceptual. Editorial UAEM, Plaza y Valdés. Primera edición, México.
- Monterrubio, J. (2013). *Turismo no convencional, impactos socioculturales*. Primera edición. Editorial Trillas. México.
- Monterrubio, J.; Mendoza, M. y Huitrón, T. (2013). Percepciones de la comunidad local sobre los impactos sociales del "spring break" en Acapulco, México. *El Periplo Sustentable*. Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, México. N. 24, pp. 41-65.
- Münch, L. (2015). *Ética y Valores*. 3ra edición. Editorial Trillas. México.
- Namakforoosh. (2003). *Metodología de la investigación*. Segunda Edición. Limusa Noriega Editores.
- Nebbia, A. (1991). *El ethos en un mundo secular*. UAM Iztapalapa.
- Olivares, A. (2009). *México es importante destino de turismo sexual masculino: análisis*. La jornada. Sociedad y justicia. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2009/09/27/sociedad/033n1soc>, acceso 25 Noviembre del 2015.
- Organización Mundial del Turismo y Naciones Unidas (1999). *Código ético mundial para el turismo*. Disponible en: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>, acceso el 03 de Diciembre del 2015.
- Orgaz, A. y López, G. (2015). *Análisis del perfil, motivaciones y valoraciones de los turistas gastronómicos. El caso de la República Dominicana*. 5 (1), pp. 43-52.
- Ortega, U. (2012). Prologo. En Organización Mundial del Turismo (OMT) y World Youth Student & Educational (WYSE) Travel Confederation, (2012). *La fuerza del turismo joven*. V. 2.

- Disponible en: <http://www2.unwto.org/es/publication/am-reports-volumen-2-la-fuerza-del-turismo-joven>, acceso el 19 de Octubre del 2015.
- Osorio, M. (2007). El Turismo en el Sistema de la Sociedad. En Osorio, M. y Novo, G. (coords.), *Entorno del Turismo. Perspectivas. Volumen 2*. México.
- Osorio, M.; Mongue, E.; Serrano, R. y Cortés, I. (2017). Perfil del visitante de naturaleza en Latinoamérica: prácticas, motivaciones e imaginarios. Estudio comparativo entre México y Ecuador. *PASOS*. (15/3), pp. 713-729.
- Parvaneh, Z.; Arentze, T. y Timmermans, H. (2012). Understanding Travelers' Behavior in Provision of Travel Information: A Bayesian Belief Approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 54, 251-260.
- Patiño, J. (2009). La juventud: una construcción social-histórica de Occidente. Universidad de San Buenaventura. Cali, Colombia. *Revista Científica Guillermo de Ockham*. 7 (2), pp. 75-90.
- Pérez, E. y Santos, C. (2011). Diferenciación socioespacial en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. *Investigaciones Geográficas*. 74, pp. 92-106.
- Pérez, I. (2012). Identidad nacional y sentidos de los jóvenes sobre su nación. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10(2), pp. 871-882.
- Reyes, Y. y Osorio, M. (2016). Fe, recreación y turismo: el peregrino de Santa María de la Asuncion Tepexoyuca, Ocoyoacac, Estado de México. *Teoría y praxis*. 20, pp. 69-94.
- Ritzer, G. (1993). *Teoría sociológica contemporánea*. México: McGraw Hill.
- Ritzer, G. (1997). *Teoría Sociológica contemporánea*. Tercera Edición. McGraw-Hill, México.
- Rifai, T. (2012). Prologo. En Organización Mundial del Turismo (OMT) y World Youth Student & Educational (WYSE) Travel Confederation, (2012). *La fuerza del turismo joven. Volumen 2*. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es/publication/am-reports-volumen-2-la-fuerza-del-turismo-joven>, acceso el 19 de Octubre del 2015.
- Rodríguez, G. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Aljilbe. España.
- Rodríguez, M. (1992). *Los valores clave de la excelencia*. Mac Graw Hill.
- Rojas, A. (2014). *La práctica deportiva y su relación con las actividades académicas: caso C.U. UAEM Texcoco*. Tesis para obtener el título de licenciada en Administración del CU UAEM Texcoco.
- Ruiz, S. (2014). *La discriminación como forma de convivencia entre las y los alumnos del Centro Universitario UAEM Texcoco, algunos elementos para su erradicación*. Tesis para obtener el título de licenciada en Ciencias Políticas y Administración Pública del CU UAEM Texcoco.
- Sanabria, J. (1990). *Introducción a la filosofía*. Editorial Porrúa. México.

- Sánchez, A. (2014). Los jóvenes frente al empleo y el desempleo: la necesaria construcción de soluciones multidimensionales y multifactoriales. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 19, pp. 133-162.
- Sánchez, V. y Santamaría, A. (2015): Sexo, sol y playa. El inconsciente del imaginario turístico en Mazatlán – México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, (24/4), pp. 993-1013.
- Sandoval, M. (2007). Sociología de los valores y juventud. Última Década no27, *CIDPA Valparaíso*, pp. 95-118.
- Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. *Cinta Moebio*. 41, pp. 207-224.
- Sartre, Jean Paul (1998). -----
- Schütz, A.; Natanson, M. comp. y Míguez, N. trad. (1995). *El problema de la realidad social Buenos Aires, Argentina*. 2a edición, Amorrortu editores.
- Schütz, A. (1993). *La construcción significativa del mundo social. Introducción a la sociología comprensiva*. Ediciones Paidós. Barcelona, España.
- Schütz, A. y Luckmann, T. (1973). *Las estructuras del mundo de la vida*. Amorrortu Editores, Buenos Aires.
- Secretaría de Gobernación, SEGOB y el Consejo Nacional de Población, CONAPO (2014). *Dinámica demográfica 1990-2010 y proyecciones de población 2010-2030*. Estado de México. Disponible en: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Proyecciones_Analisis, acceso 4 de septiembre del 2015.
- Sierra, E. (S/N). Apuntes. *Curso de Metodologías cualitativas, cuantitativas e integradoras. La lógica de la investigación de la realidad social*. Departamento de Sociología 1. Universidad de Alicante.
- Sima, E. y Perales, M. (2015). Actitudes lingüísticas hacia la maya y la elección del aprendizaje de un idioma en un sector de población joven de la ciudad de Mérida. *Península*, X(1), pp. 121-144.
- Sulmasy, D. (2013). Ethos, Mythos, and Thanatos: Spirituality and Ethics at the End of Life. *Journal of Pain and Symptom Management*. 46 (3).
- Tárres, M. (2008). *Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. Ediciones del Colegio de México y FLACSO México. Editorial Miguel Ángel Porrúa, las ciencias sociales segunda década. Segunda reimpresión, México.
- The Council of Economic Advisers (2014). *15 Economic facts about millennials*. Executive Office of the President of the United State. Disponible en: https://obamawhitehouse.archives.gov/sites/default/files/docs/millennials_report.pdf, acceso 19 de Octubre del 2015.

- Universidad Autónoma del Estado de México (2006). *Agenda Estadística*.
- Universidad Autónoma del Estado de México. *Cuarto informe de la administración 2013-2017*. Dr. Jorge Olvera García. Toluca, México.
- Université de Genève (Universidad de Ginebra). *Biographie et CV Christian Lalive d'Épinay*. Disponible en: <http://www.unige.ch/sciences-societe/socio/fr/christianlalivedepinay/cv/>, acceso 20 de Marzo del 2016.
- Urra, E.; Muñoz, A. y Peña, J. (2013). El análisis del discurso como perspectiva metodológica para investigadores de salud. *Enfermería Universitaria*, 10(2), 50-57.
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze*. Second edition, SAGE Publication.
- Valdés, P. (2013). *México, más joven y más moderno*. Disponible en: <http://www.parametro.com.mx/2013/03/507/>, acceso 24 de julio del 2017.
- Vallejo, B.; Osorio, M.; Ramírez I.; Nava, G. y Franco, S. (2013). Análisis social sobre los habitantes de la comunidad de la Peñuela, Parque Nacional Nevado de Toluca, México. Valores y comportamiento entorno al turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*. 22, pp. 425-449.
- Weber, M. (1993). *Ensayos sobre metodología sociológica*. Amorrourtu Editores. Argentina.
- World Tourism Organization (UNWTO) y World Youth Student & Educational (WYSE) Travel Confederation, (2012). *La fuerza del turismo joven*. Volumen 2. Disponible en: <http://www2.unwto.org/es/publication/am-reports-volumen-2-la-fuerza-del-turismo-joven>, acceso el 19 de Octubre del 2015.
- Zamudio, L. (2012). La arquitectura en los imaginarios turísticos. *RIPS*, (11/2), pp. 145-158.
- Zizumbo, L. (1998). *Turismo y vida cotidiana*. Universidad Autónoma del Estado de México. México, Toluca.

Anexos

Anexo 1. Cuestionario

Folio: _____

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA
Proyecto: El ethos de los jóvenes universitarios en torno al viaje turístico.

Cuestionario para estudiantes.

Objetivo: Identificar el perfil y comportamiento de viaje de los estudiantes universitarios de la UAEM Texcoco.

Instrucciones: Favor de contestar con lapicero la o las respuestas que elijas.

Fecha _____ Licenciatura _____
Semestre _____ Turno _____

1. A partir del año pasado hasta la fecha, ¿Hiciste algún viaje turístico fuera del Estado o Ciudad donde vives?

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| (1) Nunca | (4) De cuatro a seis veces al año |
| (2) Por lo menos una vez al año | (5) Más de seis veces al año |
| (3) De dos a tres veces al año | |

Del último viaje turístico realizado

2. ¿A qué Ciudad, Estado y/o país viajaste?

3. ¿Cómo viajaste?

- | | |
|-------------|--|
| (1) Solo | (5) Compañeros de trabajo |
| (2) Familia | (6) Compañero de grupo (licenciatura, asociación, club deportivo, expedición de investigación) |
| (3) Pareja | |
| (4) Amigos | |

4. ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizaste?

- (1) Automóvil propio
- (2) Autobús
- (3) Automóvil rentado
- (4) Avión

5. ¿Te hospedaste en el lugar de visita? (1) sí (2) no

6. ¿Cuál fue tu tiempo de estancia?

- | | |
|-----------------------|-------------------|
| (1) Menos de 12 horas | (4) De 4 a 5 días |
| (2) Hasta 24 horas | (5) Más de 6 días |
| (3) De 2 a 3 días | |

7. ¿Cuál fue el motivo de viaje? (Tacha sólo uno, el más relevante)

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------|
| (1) Recreación y descanso | (5) Convivencia familiar |
| (2) Convivencia con amigos | (6) De trabajo |
| (3) Contacto con la naturaleza | (7) Prácticas escolares |
| (4) Conocer un sitio particular | (8) Otro. Especifique _____ |

8. Principales atractivos visitados (Tacha máximo tres opciones)

- | | |
|----------------------------------|------------------------------|
| (1) Ciudad y centro de la ciudad | (10) Ríos |
| (2) Antros y bares | (11) Montaña |
| (3) Parques ecoturísticos | (12) Museos y monumentos |
| (4) Hoteles | (13) Restaurante |
| (5) Calles turísticas | (14) Mercado de artesanía |
| (6) Centros comerciales | (15) Parque |
| (7) Mercados | (16) Cafetería |
| (8) Playas | (17) Otro. Especifique _____ |
| (9) Fiestas de pueblo | |

9. Actividades realizadas durante el viaje (Tacha máximo tres opciones)

- | | |
|-------------------------------|------------------------------------|
| (1) Actividades acuáticas | (13) Compras |
| (2) Observación de monumentos | (14) Visita a spas o temazcales |
| (3) Acampar | (15) Disfrute de gastronomía local |
| (4) Senderismo o caminata | (16) Rituales |
| (5) Ciclismo | (17) Platicar con la gente local |
| (6) Observación de animales | (18) Recorridos con guía |
| (7) Fotografía | (19) Nado con animales acuáticos |
| (8) Investigación | (20) Beber alcohol |
| (9) Trabajo | (21) Descansar |
| (10) Encuentros amorosos | (22) Salir a bailar |
| (11) Cabalgata | (23) Caza o pesca |
| (12) Cuidar una mascota | (24) Paseo en globo aerostático |
| | (25) Otro. Especifique _____ |

10. De todo el viaje, ¿qué te pareció más significativo? (Tacha sólo uno, el más relevante)

- | | |
|--|------------------------------|
| (1) El lugar que visita | (6) La comida |
| (2) Las personas con las que viaja | (7) Las actividades |
| (3) Las experiencias que adquiere | (8) La población local |
| (4) El conocimiento que le deja | (9) Las emociones vividas |
| (5) Las festividades y tradiciones del lugar | (10) Otro. Especifique _____ |

11. ¿Con cuál de las siguientes palabras asocias tu viaje (Tacha sólo una, la más importante)

- | | |
|--------------------------|------------------------------|
| (1) Salud | (9) Tiempo para los amigos |
| (2) Disfrute | (10) Fiesta |
| (3) Deporte | (11) Emoción |
| (4) Naturaleza | (12) Felicidad |
| (5) Libertad | (13) Aventura |
| (6) Paraíso | (14) Experiencias |
| (7) Convivencia familiar | (15) Dinero |
| (8) Descanso | (16) Otro. Especifique _____ |

12. Marca los valores con los que calificarías tu viaje

- | | | |
|---------------------|----------------------|-------------------------------|
| (1) Solidaridad | (7) Sensatez | (13) Confianza |
| (2) Seguridad | (8) Amor | (14) Igualdad |
| (3) Responsabilidad | (9) Honradez | (15) Tolerancia |
| (4) Humildad | (10) Libertad | (16) Espíritu crítico |
| (5) Innovación | (11) Creatividad | (17) Cooperación |
| (6) Pacifismo | (12) Profesionalismo | (18) Otro. Especifique: _____ |

En una palabra describa lo siguiente:

13. ¿Qué es lo que más te gusta o disfrutas cuando viajas?

14. ¿Qué es lo que más te disgusta cuando viajas?

15. Del 1 al 5 (donde 1 es menor y 5 es mayor) ¿qué tan importante consideras que son los viajes para tu desarrollo personal?

- (1) (2) (3) (4) (5)

Datos sociodemográficos

16. Marca tu edad (en años)

- | | |
|-----------------|----------------|
| (1) Menor de 18 | (6) 22 |
| (2) 18 | (7) 23 |
| (3) 19 | (8) 24 |
| (4) 20 | (9) 25 |
| (5) 21 | (10) Más de 25 |
- Especifique _____

17. Marca tu género (1) Masculino (2) Femenino

18. ¿Cuál es tu Estado de procedencia?

19. ¿En qué Municipio o Delegación vives?

20. Marca tu estado civil

- | | |
|-----------------|-------------------|
| (1) Soltero(a) | (4) Separado(a) |
| (2) Casado(a) | (5) Viudo(a) |
| (3) Unión Libre | (6) Divorciado(a) |

21. ¿Cuántos hijos tienes?

- | | |
|-------------|----------------|
| (1) Ninguno | (3) Dos |
| (2) Uno | (4) Tres o más |

22. ¿Con quién vives actualmente?

- | | |
|--------------------|---------------------------------|
| (1) Con mis padres | (6) Con mi cónyuge o pareja |
| (2) Con mi mamá | (7) Sólo |
| (3) Con mi papá | (8) Casa de huéspedes o similar |
| (4) Con hermanos | (9) Con otros familiares |
| (5) Con compañeros | |

23. ¿Con cuántas personas convives en tu casa?

- | |
|-------------------------|
| (1) Menos de 5 personas |
| (2) De 6 a 10 personas |
| (3) Más de 10 personas |

24. ¿Dependes económicamente de tus padres, tutores o cónyuge?

- | |
|--|
| (1) Sí, totalmente |
| (2) Sí, en parte |
| (3) No dependo de mis padres/tutores/cónyuge |

25. ¿Trabajas con algún tipo de remuneración económica?

- | |
|--|
| (1) Nunca he trabajado |
| (2) He trabajado anteriormente pero actualmente no trabajo |
| (3) Sí, más de 20 horas a la semana |
| (4) Sí, menos de 20 horas a la semana |

26. Si estudias y trabajas ¿qué tipo de trabajo realizas?

- | |
|--|
| (1) Trabajo en mi profesión (abogado, ingeniero, etc.) |
| (2) Trabajo en algún oficio (panadero, mesero, secretaria, etc.) |
| (3) Tengo mi propia empresa |
| (4) Otro. Especifique _____ |

27. ¿Cuál es tu ingreso mensual propio? (contando tu sueldo si trabajas, becas o lo que te dan quien sostiene tus estudios)

- | | |
|--------------------------|-----------------------------|
| (1) Menos de 1 mil pesos | (4) De 5 a 10 mil pesos |
| (2) De 1 a 3 mil pesos | (5) Más de 10 mil pesos |
| (3) De 3 a 5 mil pesos | (6) No tengo ningún ingreso |

28. ¿Cuál es el ingreso mensual de tu familia?

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| (1) De 1 a 5 mil pesos | (3) De 10,001 a 20,000 mil pesos |
| (2) De 5,001 a 10,000 mil pesos | (4) Más de 20 mil pesos |

29. ¿En qué te transportas a la escuela?

- | | |
|------------------------|-----------------|
| (1) Transporte público | (4) Bicicleta |
| (2) Automóvil | (5) Motocicleta |
| (3) Caminando | |

30. ¿Te gustaría participar en una entrevista para platicar más sobre tus experiencias de viaje?

- (1) Sí (2) No

En caso de que tu respuesta sea "sí", por favor indica tu correo electrónico, Facebook, nombre, grupo u horario para poderte localizar.

**Por la atención brindada a esta investigación,
Gracias.**

Anexo 2. Guía de entrevista



Universidad Autónoma del Estado de México

Guía de entrevista

Objetivo: Obtener información de carácter subjetivo para la investigación sobre valores e imaginarios de los jóvenes entorno al viaje turístico

1.- Me puedes dar tu nombre, licenciatura y semestre.

2.- Eje de Vida cotidiana

- a. Platicame de tu rutina día a día (amigos, familiares, actividades fuera de clase)
- b. ¿Cuánto tiempo tienes viviendo aquí? ¿Aquí naciste?
- c. ¿Recuerdas cuándo eras niño? (qué hacías, que aprendiste, cómo eras de pequeño en carácter, con tu familia, qué pensabas, qué deseabas)
- d. ¿Cómo fue tu etapa de adolescencia? (¿cómo eras en tu escuela?, ¿qué acostumbrabas a hacer?, ¿tenías muchos amigos?, ¿qué hacías con ellos?, ¿qué experiencias recuerdas de esa etapa?)
- e. ¿Cómo crees que esta siendo la etapa de tu juventud? (¿la disfrutas?, ¿te sientes realizado?, ¿tienes muchos sueños?, ¿hay algo que deseas y anhelas?)
- f. ¿Cuál fue la etapa que más te gusto? y ¿porqué?
- g. Háblame de tu casa y tu familia, (cómo te sientes en tu casa, cómo son tus hermanos y tus padres, cómo te llevas con ellos, qué te gusta de tu casa, qué te disgusta; qué te gusta de tu entorno, qué te disgusta; es fácil vivir dónde estás, ¿es cómodo?, crees que donde estás hay oportunidades para mejorar tu calidad de vida, qué desventajas hay).

3.- Eje Universidad

- h. ¿Porqué elegiste esta carrera?
- i. ¿Cómo es tu carrera, porqué te gusta, qué significa para ti estudiar esta carrera? ¿es difícil estudiarla? ¿Porqué?
- j. ¿Qué sientes de ser universitario?
- k. ¿Porqué la educación superior es importante para ti?
- l. ¿Qué crees que podrás lograr estudiando esta carrera?
- m. ¿Cómo te ves cuando egreses?
- n. ¿Que piensas hacer cuando termines tu carrera?
- o. ¿Te sientes identificado con tu carrera? ¿Crees que te da identidad?

4.- Eje Viajes

- p. ¿Son importantes los viajes para ti? ¿por qué?
- q. ¿A dónde te gusta viajar?
- r. Cuéntame del viaje/los viajes que más recuerdas
- s. ¿Qué hace único (significativo) a este viaje en comparación con los otros?
- t. ¿Qué te motivó a viajar o por qué participaste en ese viaje?
- u. ¿Qué hiciste? / ¿Cuáles fueron las actividades más importantes para ti?
- v. ¿Con quién fuiste? ¿Con quiénes conviviste/interactuaste?
- w. ¿Te sentiste libre? ¿de qué manera?
- x. ¿Qué tan importante es sentirte libre durante tus viajes?
- y. ¿Qué te aportó?
- z. ¿Qué consideras que se quedó marcado de por vida de ese viaje?
- aa. ¿Crees que aprendiste algo?
- bb. ¿Que tipo de ideas consideras que cambiaste a partir de las experiencias que tuviste de este viaje?
- cc. ¿Tienes algún viaje de tus sueños?, platicámelo.

A su servicio

Denice Anel Ordáz Mejía

Contacto

E-mail: denice091287@hotmail.com

Facebook: Denice Anel