



Diseño de una estrategia de comunicación basada en el uso de las redes sociales para la difusión del turismo alternativo con identidad indígena

Recibido: 17 de enero de 2013

Aceptado: 01 de agosto de 2013

Publicado: 29 de noviembre de 2013

Imelda Hernández Morales
imelda.hernandez@itesm.mx

Gwendolyne Delgado García de la Cadena
gwendolyne@itesm.mx

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (México)

Resumen: El propósito de este trabajo es presentar el diseño e implementación de una estrategia de comunicación basada en el uso de las redes sociales de la web 2.0 para promover el turismo alternativo con identidad indígena. Este proyecto ha sido desarrollado por estudiantes de las carreras de Comunicación, Mercadotecnia, y Animación y Arte Digital, bajo la coordinación de dos profesoras del Tecnológico de Monterrey, Campus Cuernavaca, quienes han aplicado el modelo pedagógico conocido como Aprendizaje-Servicio. Las redes sociales y este modelo pedagógico han permitido establecer canales de comunicación efectivos entre los integrantes de las comunidades indígenas de Amatlán de Quetzalcóatl y de San Sebastián Cuentepec, en el Estado de Morelos, México, y la academia. Esta estrategia ha contribuido al fortalecimiento de la memoria colectiva, impulsa el emprendedurismo social y promueve el ejercicio de un turismo responsable y comprometido con la sustentabilidad de estas comunidades indígenas.

Palabras clave: Redes sociales, turismo alternativo, aprendizaje-servicio.

Abstract: *The intention of this work is to present the design and implementation of a communication strategy based on the use of social networks on the web 2.0, in order to promote alternative tourism with indigenous identity. This project has been developed by students of the majors in Communication, Marketing, and Animation and Digital Art, under the coordination of two professors of the Tecnológico de Monterrey, Campus Cuernavaca, who have applied the pedagogic model known as Learning - Service. The social networks and this pedagogic model have allowed the establishment of effective*

channels of communication between the members of the indigenous communities of Amatlán de Quetzalcóatl and San Sebastian Cuentepec in the State of Morelos, Mexico, and the academy. This strategy contributes to the strengthening of the collective memory, stimulates social entrepreneurship, and promotes the exercise of a responsible tourism, committed to the sustainability of these indigenous communities.

Key words: *Social networks, Alternative Tourism, Learning-service.*

1. Introducción

1.1. Turismo alternativo

La importancia otorgada al turismo, como estrategia central para la promoción del desarrollo de diversos países en vías de desarrollo, ha motivado la creación de programas sustentables que generen ingresos económicos, difundiendo las bellezas naturales y el patrimonio cultural de los pueblos pero respetando los vínculos de la comunidad con su territorio.

México es un país con una biodiversidad y riqueza cultural extraordinaria. Ocupa el tercer lugar en diversidad de flora y fauna en el mundo, el quinto lugar en especies de plantas con flor y el sexto lugar en especies endémicas. Esta gran diversidad biológica se debe a que dos de las mayores zonas biogeográficas del mundo se traslapan en el centro de México: la zona neártica en el norte y la zona neotropical en el sur (McClung y Sugimaya, 2012: 20).

México está considerado dentro de la lista de los 15 países con una actividad turística importante. A pesar de la inseguridad, durante el último año se ha incrementado la llegada de turistas extranjeros a nuestro país. Por otra parte se han realizado grandes esfuerzos en la implementación de programas que activen el turismo nacional.

El Gobierno Federal a través de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) promueve el Programa Turismo Alternativo en Zonas Indígenas (PTAZI), el cual tiene como objetivo los siguientes puntos:

- Apoyar el desarrollo de actividades generadoras de ingresos económicos.
- Promover la organización comunitaria.
- Fortalecer el vínculo de las colectividades indígenas con sus territorios.
- Propiciar la revaloración, la conservación y el aprovechamiento sustentable de los recursos y atractivos naturales, así como del patrimonio cultural de los pueblos y comunidades indígenas.

La pluriculturalidad y la diversidad natural que posee México ofrecen la oportunidad de impulsar y reactivar la economía de las comunidades indígenas a partir de una iniciativa de turismo alternativo que oriente a promover el aprovechamiento sustentable

de los recursos naturales y el patrimonio cultural de cada región, así como facilitar el reencuentro con la naturaleza y la interacción con los habitantes de la comunidad. El turismo alternativo contempla tres áreas de acción: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural.

El ecoturismo es un concepto enfocado al turismo que se desarrolla en áreas naturales donde se involucran el sector gubernamental, privado y social. Representa una opción viable para la conservación del patrimonio natural y cultural de los pueblos. El turista cobra conciencia del respeto que debe mostrar hacia el entorno natural y los valores culturales de la comunidad anfitriona.

La Sociedad Internacional de Ecoturismo plantea seis principios fundamentales para llevar a cabo una actividad de ecoturismo:

- Minimizar los impactos ambientales y sociales.
- Aumentar la conciencia y el respeto por el ambiente y la cultura.
- Ofrecer experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones.
- Ofrecer beneficios financieros directos para la conservación.
- Proveer beneficios financieros y participación real para la población local.
- Aumentar la sensibilidad de los turistas hacia el país anfitrión en su clima político, cultural y social.

El turismo de aventura satisface la búsqueda del turista por mejorar su condición física y mejorar su estado emocional. Se enfrenta ante un reto impuesto por la naturaleza y lograr superarlo se convierte en una experiencia de vida y éxito.

El turismo rural representa el aspecto más humano del turismo alternativo, pues ofrece al visitante la oportunidad de convivir con otras personas poseedoras de una cultura diferente. Se convierte en un turista activo al aprender y participar en las actividades productivas y manifestaciones culturales de la comunidad anfitriona. Durante su estancia, el visitante tiene la oportunidad de aprender un nuevo idioma, conocer el uso de las plantas medicinales, participar en la elaboración de piezas artesanales, cocinar los platillos propios de la región y formar parte activa de la realización de las fiestas y tradiciones de la comunidad.

El turista que realiza cualquiera de estas modalidades no solamente disfruta nuevas emociones, sino que obtiene una experiencia de vida y un acercamiento a los recursos naturales y a la cultura que posee la comunidad anfitriona.

1.2. TAZIMOR: Turismo con identidad

En el Programa para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas 2009-2012, en su Objetivo 3, Estrategia 3.3. establece: “Promover entre dependencias federales, gobiernos estatales, municipios y actores locales, acciones de planeación territorial para el desarrollo sustentable y con identidad en las regiones indígenas”.

De esta manera, la CDI ha impulsado una serie de acciones que motiva a que la población indígena asuma el proceso de planeación de su propio desarrollo de manera activa y consciente, afín a su propia identidad y con una visión a largo plazo en la que se vislumbre el futuro de las próximas generaciones. Este programa contempla la participación de los distintos órdenes de gobierno, de la población local y de las organizaciones sociales y privadas. La construcción de estos espacios de diálogo y entendimiento han permitido planear y realizar estrategias que contribuyan al desarrollo de la comunidad.

TAZIMOR es el programa de PTAZI que impulsa el concepto de ecoturismo sustentable en el Estado de Morelos. Este programa contempla los siguientes sitios:

- Cuentepec Extremo.
- Nepopualco: El parque de los venados.
- Quetzalcóatl-Temachtiani: Los que enseñan lo que saben.
- Totlan: Parque recreativo familiar.
- Centro Ecoturístico Tetlamatzin: Cultura y naturaleza.
- Playa Xoxo-Playa Ejidal de Xoxocotla.
- San José de los Laureles.
- Piedra Rajada-Chalcatzingo.

A través de este programa se han fortalecido los procesos de organización en las comunidades, los habitantes participan en los programas de capacitación para el manejo de los recursos naturales de manera sustentable y se fomenta en la comunidad el respeto y conservación hacia su propia cultura.

1.3. Aprendizaje-Servicio

Desde el año 2009 los estudiantes del Tecnológico de Monterrey (Campus Cuernavaca) y un grupo de profesores se han sumado al proyecto para establecer vínculos de colaboración con tres de los ocho sitios que forman parte del Programa TAZIMOR. Esta vinculación se ha establecido directamente con la gente de la comunidad que administra los centros ecoturísticos.

La metodología de trabajo que hemos incorporado es la conocida como “Aprendizaje-Servicio”, que se define como aquella basada en la experiencia solidaria, en la cual los estudiantes, docentes y miembros de la comunidad, trabajan y aprenden juntos para solucionar necesidades específicas de la sociedad, utilizando el conocimiento y realizando transferencia de conocimiento para el bien común.

Esta técnica se incorpora de manera curricular y transversal para promover la formación de ciudadanos solidarios participativos a través de los cursos que son impartidos bajo una doble intencionalidad: pedagógica y solidaria.

Las características del modelo de enseñanza Aprendizaje-Servicio son las siguientes:

- La experiencia social del trabajo en comunidad está vinculada a los objetivos del curso.
- Los alumnos se involucran de manera activa en el desarrollo de un proyecto de ciudadanía solidaria.
- El estudiante asume un rol de líder en el proceso y se corresponsabiliza con la comunidad, bajo la guía del profesor.
- El resultado es un producto o servicio que brinda solución a una necesidad específica expresada por la comunidad.

Es así como a través de los diferentes cursos de fotografía, hemos llevado a cabo un registro fotográfico del patrimonio natural y cultural de estos sitios, incorporando el modelo educativo de Aprendizaje-Servicio. Este modelo ha permitido desde la academia, planificar y desarrollar con la participación activa de los representantes de los centros ecoturísticos una serie de acciones solidarias.

Frecuentemente, ante la falta de un presupuesto que promueva de manera efectiva el conocimiento de estos lugares, hemos optado por la propuesta de una estrategia basada en el uso de las redes sociales de la web 2.0. Las redes sociales *online* propician la interacción de varias personas en tiempo real, son espacios que permiten compartir ideas y experiencias, además de ampliar los canales de información. Debido a que muchos de estos servicios son gratuitos y con el objetivo de potenciar el conocimiento de la riqueza cultural y natural de las comunidades de Amatlán de Quetzalcóatl, San Agustín Tetlama y San Sebastián Cuentepec, hemos diseñado una estrategia de comunicación integral basada en el uso de algunas de estas redes sociales.

2. Contexto

2.1. Comunidades indígenas

El turismo alternativo representa una opción de sustentabilidad de los recursos naturales y una oportunidad de mejorar las condiciones de vida de una comunidad respetando y conservando su identidad cultural.

TAZIMOR es un programa que enmarca ocho centros de turismo alternativo en diversas regiones del Estado de Morelos. Con el lema “Un turismo con identidad”, estos centros fueron creados con el apoyo de los ejidatarios de las comunidades y organismos como el Instituto Nacional de Antropología e Historia, la Comisión para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas y la Comisión Nacional Forestal.

El Tecnológico de Monterrey (Campus Cuernavaca), a través del Instituto de Desarrollo Sostenible (IDeSS), estableció un plan de trabajo con tres de los ocho centros ecoturísticos: Cuentepec Extremo, Tetlamatzin y Quetzalcóatl Temachtiani. Este plan de trabajo contempla el diseño de una estrategia de comunicación integral para atraer cada vez a más visitantes a estos sitios. Nuestro propósito es que a través de la fotografía y el video, se lleve a cabo un registro visual del paisaje natural, de los estilos de vida y las tradiciones

culturales que poseen estas comunidades con el fin de fortalecer su identidad y contribuir al impulso de la actividad económica de los habitantes bajo el marco de lo que se conoce como turismo alternativo.

El turismo alternativo incluye al turismo de aventura, turismo rural y al ecoturismo, lo que implica un mejor aprovechamiento de los recursos naturales bajo un marco de sustentabilidad y conservación del medio ambiente. Este tipo de turismo involucra diferentes sectores de la comunidad que cuentan con voz propia para gestionar su entorno y revalorar su cultura.

Enclavado en la serranía de Tepoztlán, Santa María Magdalena de Amatlán de Quetzalcóatl es un pequeño pueblo localizado al norte del Estado de Morelos. Amatlán significa “entre amates” y hace referencia a un árbol que predomina en la región y que es conocido como *amaquahuit*, de su corteza se fabricaba el papel amate, base fundamental de los antiguos códices. A lo largo del año presenta climas semicálidos, húmedos y templados. Las fiestas más importantes son el último domingo de mayo en honor a Quetzalcóatl y el 22 de julio, día de Santa María Magdalena, patrona del pueblo. Ese día todos los pobladores abren las puertas de sus casas para que los visitantes puedan degustar de los deliciosos platillos que preparan las mujeres como mole, arroz y pipián acompañados de tortillas hechas a mano recién salidas del comal. En la plaza central se puede apreciar un monumento construido en honor a Quetzalcóatl en su representación de la serpiente emplumada.\

San Agustín Tetlama está situado en el Municipio de Temixco a escasos kilómetros de la zona arqueológica de Xochicalco, lugar donde inició su formación como sacerdote Ce-Acatl Topiltzin Quetzalcóatl. El templo de la Serpiente Emplumada destaca por la estilizada representación de la deidad, donde se aprecia una influencia teotihuacana y maya. Se considera que Xochicalco fue un centro de reunión de artistas y astrónomos provenientes de diversas culturas mesoamericanas.

San Sebastián Cuentepec se caracteriza por tener una población indígena de origen náhuatl. Su nombre significa “la loma donde está labrada la tierra”. El 20 de enero se lleva a cabo la fiesta religiosa más importante en honor a San Sebastián Chala, santo patrono del pueblo. Cuentepec destaca por la belleza de su caprichosa orografía, formando profundas barrancas, al fondo de las mismas se puede apreciar el recorrido del río Tembembe. Muchas de las mujeres que habitan en esta pequeña comunidad se dedican a la creación de piezas de barro, principalmente comales y vasijas. También hay un grupo de hombres mayores que elaboran canastos de carrizo. La vivienda en Cuentepec tiene un papel muy importante en las relaciones familiares:

“En el lugar de la casa donde se cocina (*popojcalli*), la mayoría de las veces se puede encontrar un *tlauhcapan* con un *tlekuil*; es decir, un pretil sobre el que se encuentra el fogón en el que se cocina o se echan tortillas. Es precisamente alrededor del *tlauhcapan* -construido a unos 55 o 60 centímetros sobre el suelo, con cemento o ceniza y tierra mojada- donde la familia se sienta (sobre sillas bajas) a saborear los alimentos hechos por la señora de la casa” (González y Angón, 2011: 301).

Estas tres comunidades se distinguen por sus raíces indígenas. Aún cuando en los últimos años la lengua náhuatl se encuentra en un franco proceso de extinción, se han hecho grandes esfuerzos por mantener este rasgo como parte fundamental de la cultura de las comunidades indígenas del Estado de Morelos. La escuela primaria de San Sebastián Cuentepec es bilingüe, esto garantiza de alguna manera que el náhuatl no desaparezca, ya que si esto llegara a suceder significaría la muerte de todo un complejo cultural que incluye la visión del mundo, la relación de los pobladores con su entorno, sus creencias, manifestaciones artísticas, fiestas y tradiciones de un pueblo.

2.2 Ruta Quetzalcóatl

En la pequeña comunidad de Amatlán de Quetzalcóatl, rodeada de maravillosas montañas, inicia la leyenda de la Serpiente Emplumada. La tradición oral cuenta que fue en ese lugar, antes conocido como Michatlahco, donde nació en el año 1 Caña, Ce-Acatl Topiltzin Quetzalcóatl. Sus padres fueron el rey tolteca Mixcóatl (“serpiente de nubes”) y su madre fue Chimalma (“escudo recostado”), de quien se dice que se tragó una *chalchihuitl* (“piedra verde”) para concebir a Quetzalcóatl. Al morir sus padres, fueron los abuelos quienes cuidaron y educaron al pequeño Ce-Acatl Topiltzin Quetzalcóatl, rey del Imperio Tolteca entre los años 843 a 895 y cuya presencia se identifica en varias de las antiguas culturas mesoamericanas:

“Quetzalcóatl ocupa un lugar único en la historia y la imaginería mexicana. Su figura múltiple recorre todas las épocas y en cada una brilla con luz propia. Su primera aparición es imborrable: nace con la actual era del mundo y es uno de sus creadores. Según las cosmogonías más antiguas, Quetzalcóatl nació cuando no había luz ni movimiento ni vida en el mundo, e instauró un orden fundamental en el cosmos” (Florescano, 1995: 111).

A partir de la mítica imagen de Quetzalcóatl se propone vincular a las comunidades de Amatlán de Quetzalcóatl, San Agustín Tetlama y San Sebastián Cuentepec, estas últimas próximas a la zona arqueológica de Xochicalco, nombrado por la UNESCO en 1999 Patrimonio de la Humanidad:

“Los primeros asentamientos en el valle de Xochicalco se remontan a 1300 a. C., pero fue hacia 650 d. C. cuando las aldeas dieron lugar a la ciudad-Estado de Xochicalco, cuya vida fue corta pero intensa. Entre 650 y 900 d. C. las edificaciones adoptaron rasgos defensivos con bastiones y murallas; en sus templos y palacios se expresaba la maestría de sus habitantes en arquitectura, ingeniería y escultura” (Hernández, 2002: 24).

El centro ecoturístico Quetzalcóatl-Temachtiani, ubicado en Amatlán, está integrado por un grupo de personas comprometidas en promover actividades alternativas que coadyuven a la protección del patrimonio natural y cultural de esta región, la cual forma parte del Corredor Biológico Chichinautzin Morelos.

El apoyo de instituciones como la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas y el Área de Protección de

Flora y Fauna “Corredor Biológico Chichinautzin”, junto con el trabajo comprometido de los habitantes de Amatlán de Quetzalcóatl, han dado como resultado la creación de este centro ecoturístico que cuenta con tres estancias y un albergue para hospedar a un número limitado de visitantes. Los guías son habitantes originarios de esta población, amplios conocedores de su herencia cultural y cuidadosos vigías del tesoro natural que posee su comunidad. En este lugar se puede practicar cualquiera de las formas de turismo alternativo.

Por otra parte, San Agustín Tetlama y San Sebastián Cuentepec son dos pequeñas comunidades indígenas localizada a escasos kilómetros de la zona arqueológica de Xochicalco. Es precisamente en Xochicalco donde se cree que inició su formación sacerdotal Ce-Acatl Topiltzin Quetzalcóatl. En esta región se han construido dos centros ecoturísticos: Cuentepec Extremo y Tetlamatzín.

Cuentepec Extremo está especializado en el turismo de aventura. El visitante puede disfrutar de la espeleología, el rapel, circuitos de tirolesas sobre los ríos Tembembe y Acatzingo, el cañonismo y el senderismo a caballo, a bicicleta o a pie. También existe una importante actividad artesanal destacando la alfarería y la cestería.

En Tetlamatzín hay un conjunto de cabañas ecológicas que representan una alternativa para la gente que desea descansar y apreciar las bellezas naturales a través de actividades como el senderismo, safari fotográfico, observación de aves, flora y fauna de la región, además de recorrer la zona arqueológica de Xochicalco, especialmente en la época en la que se puede apreciar el espectáculo nocturno de luz y sonido.

Quetzalcóatl es un personaje mítico, presente en estas comunidades. Ha sido símbolo de paz y armonía entre los hombres, es por ello que se propone retomar su imagen para vincular estos tres sitios ecoturísticos.

2.3. La fotografía como objeto de uso social

La fotografía es vista desde tres perspectivas: en primer lugar, es un medio documental y artístico valioso; en segundo lugar, podemos apreciar la obra a partir de una secuencia de imágenes, lo cual aporta una mayor información; y la tercera, podemos investigar, analizar e interpretar el contenido de la imagen para descubrir una historia.

En este mismo sentido Brisset (1999) plantea que la fotografía se puede entender desde tres visiones diferentes: la primera como una imitación perfecta de la realidad, la segunda a partir de comprender que la fotografía tiene diferencias aparentes con respecto a la imagen que presenta lo real y el tercer planteamiento se refiere al carácter polisémico de la imagen.

La imagen fotográfica utiliza signos para producir y comunicar un significado. Retomando al lingüista suizo Ferdinand de Saussure, un signo consta del concepto o significado y la “imagen acústica” o significante. Es así como una imagen fotográfica posee un carácter denotativo y otro connotativo. El contenido denotativo se sustenta en la descripción objetiva de lo representado y el contenido connotativo se fundamenta

en el aspecto latente y subjetivo de la imagen, es decir, lo que comunica. Tratando de comprender este aspecto semiológico de la imagen fotográfica, podemos identificar toda una serie de códigos comunicativos que nos ayudan a entender más la naturaleza de la imagen como objeto:

“Al enseñarnos un nuevo código visual, las fotografías alteran y amplían nuestras nociones de lo que merece la pena mirar y de lo que tenemos derecho a observar. Son una gramática y, sobre todo, una ética de la visión” (Sontag, 1973: 15).

Para fines de este trabajo los estudiantes aprenden la técnica, la composición y las características de los géneros fotográficos, así como los códigos comunicativos que deberán prevalecer en el diseño de los mensajes que conforman la estrategia de comunicación integral. Es así como incorporamos las aportaciones de importantes teóricos de la semiótica de la imagen para diseñar la siguiente matriz:

FIGURA 1: Matriz de análisis de la imagen.

| CÓDIGOS DE PERCEPCIÓN | |
|---------------------------------|--|
| <i>Fase de recepción</i> | Comprensión de la información recibida a partir de la experiencia intelectual del receptor. |
| <i>Fase de análisis</i> | Interpretación y organización de los elementos de la información recibida. |
| CÓDIGOS GENERALES | |
| <i>Espacial</i> | Refiere al lugar y al espacio en el que se desarrolla el contenido de la imagen. |
| <i>Gestual - escenográficos</i> | Se relaciona con las expresiones de los sujetos representados, así como con la escenografía que le acompaña. |
| <i>Lumínico</i> | Se refiere a la naturaleza de la luz, su calidad y dirección. |
| <i>Simbólico</i> | Alude al contenido y significado connotado de una imagen que representa un concepto comúnmente aceptado de tipo moral, social, político, cultural etc. Estas relaciones pueden establecerse por analogía, por convención social o por una relación causa-efecto. |
| CÓDIGOS DE SIGNIFICACIÓN | |
| <i>Iconicidad o abstracción</i> | Significa el valor de identidad de lo representado con respecto a la realidad. La abstracción presenta una visión distinta a la ordinaria, distorsiona, fragmenta o altera la realidad. |

| <i>Sencillez o complejidad</i> | Se refiere a la cantidad de elementos que conforman una imagen y está determinada por su estructura y su composición. |
|---|---|
| <i>Monosemia o Polisemia</i> | En la monosemia la imagen expresa un solo significado claro y directo. En la polisemia la imagen no se reduce a una descripción, sino que se pueden identificar otros elementos que pueden adscribir diversos significados. |
| <i>Originalidad o redundancia</i> | Una imagen original transmite un mensaje más o menos complejo a partir de mecanismos reconocibles, pero proponiendo o modificando los anteriores. Es redundante cuando la imagen tiene una representación o significado repetitivo. |
| <i>Grado de denotación o connotación</i> | La denotación se refiere a los elementos explícitos que se aprecian en la imagen. La connotación es la interpretación que realiza el lector de la imagen. |
| <i>Grado de impacto emocional</i> | Se refiere al impacto emocional y visual que provoca una imagen en el receptor. Este impacto puede deberse al contenido denotativo o connotativo de la misma. |
| <i>Estereotipos</i> | Son modelos que se repiten de manera recurrente y cuyo significado llega a ser universal. |
| CÓDIGOS TÉCNICOS | |
| <i>Objetivo normal</i> | Tiene un ángulo de visión de 45 grados y ofrece poca distorsión. |
| <i>Objetivo angular</i> | Distorsiona la realidad, acentúa el tamaño y aumenta la sensación de profundidad. |
| <i>Telefoto</i> | Da un sentido de acercamiento hacia el sujeto u objeto. |
| <i>Objetivo macro</i> | Enfoca los elementos más pequeños de la naturaleza. |
| CÓDIGOS DE COMPOSICIÓN | |
| <i>Balance</i> | La aplicación de la ley de los tercios permite obtener una imagen equilibrada. |
| <i>Tamaño</i> | Los objetivos y los ángulos fotográficos influyen en el tamaño aparente de las cosas. |
| <i>Perspectiva aérea</i> | Proporciona una sensación de profundidad a partir del tono. |
| <i>Perspectiva lineal</i> | Crea una sensación de tridimensionalidad en la imagen fotográfica. |

| | |
|---|---|
| Enfoque selectivo | Es un indicador de profundidad para separar el punto de interés del fondo. |
| Disposición solapada | Dirige la mirada del espectador a partir de enmarcar el punto de interés. |
| Ritmo | Repetición de elementos que en conjunto producen una sensación de armonía. |
| Forma y contorno | El objeto o sujeto fotografiado destaca por su contraste tonal o cromático. |
| Textura | El motivo transmite una sensación táctil. |
| Tonos y matices | Se refiere a cualquier área de densidad uniforme que se encuentra en una imagen y que pueda diferenciar las zonas claras de las oscuras. |
| CÓDIGOS DE RELACIÓN (TEXTO E IMAGEN) | |
| Relación cuantitativa | El texto desarrolla el sentido del mensaje y la imagen cumple con una función meramente ilustrativa. Cuando la imagen ocupa un mayor espacio en el mensaje, es esta la que expresa el sentido de la misma, y el texto, si existe, se convierte solamente en un accesorio. |
| Relación significativa | El texto tiene la facultad de concretar el carácter polisémico de la imagen. Establece su valor de apoyo del significado. Los textos e imágenes se complementan, formando una interacción de la que se enriquece el sentido del mensaje. El texto, junto con la imagen, puede cumplir con funciones de anclaje, repetición, inferencia y contradicción entre otras. |
| Relación preferencial | El mensaje debe presentar un punto de interés que marcará el recorrido visual que seguirá el receptor, estableciendo así un orden de jerarquización, independientemente de la sencillez o complejidad del mensaje. |

Fuente: Elaboración propia.

Estos conceptos son principios básicos que orientan el trabajo de los estudiantes desde el momento en que capturan una imagen hasta la creación de los mensajes que formarán parte de la estrategia de comunicación.

2.4. Fotografía documental y etnográfica

La práctica de la fotografía documental y etnográfica ha sido significativa en el aprendizaje de los estudiantes, ya que experimentan una forma distinta de hacer fotografía, conocen otras realidades y contribuyen con su trabajo participativo al rescate de la memoria colectiva de una comunidad. De acuerdo con Jay Ruby (*apud* Brisset, 1999):

“El estudio académico de la fotografía ha sido dominado por los historiadores del arte [siendo reciente] la emergencia de una aproximación social a la historia de la fotografía según la cual se considera a las fotos como artefactos socialmente contruidos que nos cuentan algo sobre la cultura reflejada así como la cultura del que toma dichas imágenes [para concluir que] la fotografía etnográfica es una práctica sin una teoría o método bien articulados”.

La cámara fotográfica ha sido el medio fundamental para acercarnos a la gente de las comunidades. Nacho López durante su estancia de trabajo en el Instituto Nacional Indigenista, comentó que la cámara fotográfica puede ser un instrumento de agresión o de enlace de amistad.

Cuando esta se convierte en un enlace de amistad, es entonces cuando el fotógrafo adquiere una gran responsabilidad y un compromiso que implica una posición crítica y de análisis.

La cámara fotográfica representa la manera de acercarnos a la gente, buscamos su consentimiento sin descuidar la frescura y espontaneidad del instante. Nuestro propósito es contribuir al registro de la memoria colectiva de estos pueblos y coadyuvar en la economía de los microempresarios de la región.

“Se requiere establecer las bases para el desarrollo sustentable de los destinos turísticos de Morelos que cuentan con belleza natural y riqueza cultural e histórica y que sean susceptibles de recibir flujos turísticos para que, mediante su puesta en valor, aprovechen los beneficios socioeconómicos que genera la actividad turística” (González y Juárez, 2009: 329).

Para el diseño de la estrategia de comunicación, basada en el uso de las redes sociales, hemos establecidos los siguientes objetivos:

- Registro fotográfico del patrimonio natural y cultural de estas comunidades.
- Crear y producir el material audiovisual que apoyará la memoria colectiva de la comunidad.
- Diseñar una estrategia de comunicación basada en el uso de las redes sociales para promover el turismo alternativo e impulsar el emprendedurismo social.

Según MacMillan y Boisot (*ápu*d Sanchis y Melián, 2009: 6) el trabajo del empresario social conduce al incremento de la riqueza social, de forma que tanto la empresa como la sociedad se benefician de su actividad. Entre estos beneficios se encuentran la creación de empleo, el aumento de la productividad, la mejora de la competencia y el aumento de la calidad de vida. Pero sus efectos son aún más amplios, ya que además de contribuir a paliar los efectos del desempleo o de la pobreza, también juegan el papel de agentes de cambio en la sociedad.

3. Estrategia de comunicación

3.1. Definición de los objetivos de comunicación

Una estrategia de comunicación tiene la finalidad de difundir una serie de acontecimientos o sucesos de una organización para generar marcos de referencia que sea común entre los que emiten el mensaje y los que lo reciben. Bajo este esquema el estratega entiende a la comunicación como un proceso integrado y con un flujo de información bidireccional. Forma parte de un equipo de trabajo que sabe escuchar la opinión de otros para la toma de decisiones. El propósito de esta estrategia es apoyar la intención de estos centros ecoturísticos al promover un turismo sustentable a pequeña escala, donde se propicie la interacción entre los habitantes de la comunidad y el visitante de una manera amable y respetuosa. Los lugares asentados en terrenos pintorescos y que ofrecen espléndidas vistas pueden capitalizar estas características si las protegen y promueven conscientemente (Kotler, 2007: 186).

El objetivo general de esta estrategia es vincular a los centros ecoturísticos Quetzalcóatl-Temachtiani, Tetlamatzin y Cuentepec Extremo a partir de la implementación de una estrategia de comunicación basada en el uso de las redes sociales. Cada uno de estos centros ofrece un abanico de actividades que incrementan el interés del visitante por experimentar una forma diferente de hacer turismo. Estos servicios se promocionan a través de la página de TAZIMOR (www.tazimor.com).

FIGURA 2: Actividades dentro de los centros ecoturísticos.

| ACTIVIDADES | CENTROS ECOTURÍSTICOS | | |
|-------------------------------------|--------------------------|-------------|-------------------|
| | Quetzalcóatl-Temachtiani | Tetlamatzin | Cuentepec Extremo |
| <i>Senderismo</i> | • | • | • |
| <i>Paseos a caballo</i> | | • | • |
| <i>Círculo de tirolesas</i> | | | • |
| <i>Espeleoaventura</i> | | | • |
| <i>Artesanías</i> | • | • | • |
| <i>Pinturas rupestres</i> | | | • |
| <i>Observación de flora y fauna</i> | • | • | • |
| <i>Cabañas de pernocta</i> | • | • | |
| <i>Alimentos típicos</i> | • | • | |

| | | | |
|---------------------------------|---|---|--|
| <i>Paseo en bicicleta</i> | | • | |
| <i>Centro de interpretación</i> | | • | |
| <i>Área de campamento</i> | • | | |
| <i>Temazcal</i> | • | | |

Fuente: Elaboración propia, basado en TAZIMOR.

Como complemento a la información que se ofrece en el sitio oficial de estos centros ecoturísticos, se ha propuesto la generación de otros medios alternativos con el objetivo de cumplir con las siguientes metas:

- Promover la Ruta Quetzalcóatl como una alternativa turística que invite a valorar el patrimonio natural y cultural de esa región.
- Fortalecer la memoria colectiva de las comunidades a partir de la difusión de fotografías, videos y testimonios registrados en los sitios.
- Impulsar el emprendedurismo social que realizan los centros ecoturísticos.
- Contribuir a la práctica de un turismo alternativo que promueve la organización comunitaria y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y el patrimonio cultural de los pueblos.

La estrategia de comunicación está sustentada en las imágenes y videos producidos por los estudiantes en cada uno de los sitios. Las visitas que hemos realizado a estos lugares representan en sí una experiencia de viaje para todos los participantes en el proyecto, quienes con cámara en mano han descubierto paisajes de belleza incomparable, rostros y escenas que representan dignamente la riqueza cultural de un pueblo (figuras 3 y 4). Las imágenes hablan por sí mismas y en algunas ocasiones van acompañadas de pequeñas descripciones que le permiten al lector obtener más información al respecto.

Figuras 3 y 4: Fotografías realizadas por los participantes del proyecto.



Fuentes: Tania Salazar y Lourdes Zavala.

En el turismo alternativo se desarrollan actividades recreativas en contacto pleno con la naturaleza y con las expresiones culturales de la comunidad anfitriona, siempre con una actitud de compromiso y respeto para disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y en el aprecio de las manifestaciones culturales de los pueblos indígenas.

Definir los ejes de comunicación de esta estrategia ha sido una tarea compartida, que se basa fundamentalmente en las imágenes obtenidas y que después de un proceso de selección las hemos acompañado de breves frases (figuras 5 y 6) como son:

Amatlán de Quetzalcóatl donde nace la leyenda
Cuentepec Extremo ¡Vive la aventura en su máxima expresión!
Tetlamatzín... naturaleza que emociona

Figuras 5 y 6: Postales de los centros ecoturísticos.



Fuentes: Imelda Hernández y Luis Cardoso.

FIGURA 7: Estrategia de comunicación.

| | |
|---|---|
| <i>¿Qué se quiere comunicar?</i> | La experiencia de estar en contacto con la naturaleza y la cultura de estos pueblos, evocando los sitios que recorrió el mítico personaje conocido como Ce-Acatl Topiltzin Quetzalcóatl. |
| <i>¿A quién se quiere comunicar?</i> | A todas aquellas personas que gustan de viajar y conocer culturas y costumbres diferentes a su estilo de vida. Disfrutan del contacto con la naturaleza y valoran el patrimonio natural y cultural de las comunidades indígenas, motivándolos a vivir una experiencia de viaje diferente. |
| <i>¿Cómo se dice lo que se quiere comunicar?</i> | A partir de frases, sonidos e imágenes que despierten el deseo de sentir y vivir la experiencia del turismo alternativo con identidad indígena. |
| <i>¿Qué medios se utilizarán?</i> | Las redes sociales de la web 2.0. |
| <i>¿Cuándo y durante cuánto tiempo se va a comunicar?</i> | La campaña será permanente manteniendo actualizada la información que se difunde a través de los diferentes sitios de la web 2.0. |

Fuente: Elaboración propia.

3.2. La web 2.0 y las redes sociales

Las redes sociales representan un soporte importante para la difusión de contenidos e imágenes ya que son construidas y dirigidas por el usuario. El contenido publicado por el usuario se difunde a través de la red de una manera rápida y eficiente. Al estar vinculadas a la web 2.0 facilita que el contacto entre usuarios sea directo y horizontal sin la mediación de un agente centralizado.

“Las redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contexto de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos” (cf. Alemañy Martínez, 2009).

Cada una de las redes sociales utilizadas para los fines comunicativos de esta estrategia han sido diseñadas para manejar los contenidos de manera responsable y a partir de principios éticos definidos. El uso de las redes sociales brinda la posibilidad de compartir pensamientos y experiencias. Hay una creciente necesidad de saber que piensa el otro. La retroalimentación es constante y el proceso de comunicación es dinámico.

Para Stowe Boyd (*ápu*d Fumero y Roca, 2007: 45) el software social es software construido a partir de una o más de las siguientes premisas:

“Dar soporte a la interacción conversacional entre individuos o grupos incluyendo conversaciones en tiempo real o diferido, e. g. mensajería instantánea y espacios de colaboración para equipos de trabajo, respectivamente [...]

Dar soporte a la retroalimentación social que permita a un grupo valorar las contribuciones de otros, quizás implícitamente, permitiendo la creación de una reputación digital [...]

Dar soporte a las redes sociales para crear y gestionar explícitamente una expresión digital de las relaciones personales de los individuos, así como para ayudarlos a crear nuevas relaciones”.

Al interior de nuestro equipo de trabajo hemos definido en conjunto la estrategia comunicativa a seguir. Costa (2009: 18) plantea una “estrategia para la acción”, que implica inteligencia para comunicar y actuar coordinadamente y con eficacia. Este fundamento vincula irreductiblemente estrategia y acción.

Nuestro trabajo de campo implica la captura de imágenes fijas y en video, así como la investigación bibliográfica y entrevistas a personas claves de cada comunidad para el diseño de los mensajes que formarán parte de los productos comunicativos de la estrategia. Los aspectos que destacamos en esta estrategia son el patrimonio natural y cultural de la región, subrayándose los sitios históricos y los personajes ilustres, así como las leyendas, tradiciones y costumbres de cada comunidad. Es así como para fines de este proyecto hemos propuesto el uso de las siguientes redes sociales:

FIGURA 8: Redes sociales empleadas.

| RED SOCIAL | OBJETIVO DE COMUNICACIÓN |
|------------------|--|
| <i>Blog</i> | Integrar y actualizar la información más interesante sobre el patrimonio natural y cultural de estos sitios, complementando el contenido con fotografías, clips de video, <i>podcast</i> , paisajes sonoros, fotorreportajes, ensayos fotográficos, etc. http://amatlandequetzalcoatl.wordpress.com |
| <i>Facebook</i> | Conectar a los usuarios que se identifiquen con ambas comunidades a través de la fotografía. Ver sitios: amatlan.morelos@facebook.com cuenteppec.mor@facebook.com tetlamatzin.morelos@facebook.com |
| <i>Flickr</i> | Crear álbumes con las mejores imágenes obtenidas por los estudiantes brindando información específica del lugar. Ver sitios: http://www.flickr.com/photos/temachtiani/ http://www.flickr.com/photos/cuenteppec/ |
| <i>YouTube</i> | Difundir el documental que están produciendo los estudiantes involucrados en el proyecto y que muestra una visión integral de lo que es la comunidad de Amatlán de Quetzalcóatl. Se contempla realizar dos documentales más sobre Tetlama y Cuentepec. |
| <i>Instagram</i> | Aprovechar los beneficios que ofrece esta red social fotográfica para que los estudiantes experimenten nuevos caminos de creación y difundan de manera inmediata las imágenes obtenidas en estos sitios desde sus equipos móviles. |

Fuente: Elaboración propia.

Estas redes sociales cumplen con una función que va más allá de la socialización, ya que también se documenta a través de imágenes y videos los aspectos más importantes de estas comunidades.

“Gran parte de nuestra identidad está conformada a partir de imágenes fotográficas de valor incalculable, ya sean universales o estrictamente personales. La fotografía cambió nuestra concepción del mundo, de nuestro entorno y de nuestro yo” (Montiel, 2012: 21).

Para complementar esta estrategia se está produciendo un *iBook* con gráficos multimedia, infogramas, videos y contenidos que brinde una visión general de estos pueblos vinculados por la Ruta Quetzalcóatl.

Tomando en cuenta que la lengua de un pueblo es la expresión más completa de una cultura y que el náhuatl es un aspecto más que vincula a estos pueblos, nos hemos dado a la tarea

de diseñar una serie de juegos interactivos e impresos que promuevan el conocimiento de la lengua náhuatl, patrimonio cultural de estas comunidades.

En un futuro cercano se evaluará el impacto de las redes sociales en el diseño de esta estrategia. Para ello se tiene planeado utilizar las herramientas disponibles en la web como Social Mention, Klout o Kurrently. Basados a los resultados podremos hacer un análisis cualitativo y cuantitativo sobre el impacto de las redes sociales en la difusión del turismo alternativo con identidad indígena.

4. Conclusiones

- Como equipo de trabajo hemos definido principios éticos que favorecen el contacto con la comunidad real y virtual desde una cultura que promueve el diálogo, el respeto, la tolerancia, la solidaridad y el valor a la dignidad humana.
- Con el uso de las redes sociales el conocimiento e interés por estas comunidades se ha incrementado. El usuario se siente atraído por las imágenes y la información presentada en los diferentes sitios.
- Cada imagen cuenta una breve historia y es aquí donde se establece un diálogo real con alguna persona de la comunidad. La fotografía deja de ser una simple postal para convertirse en un testimonio fiel de la sabiduría y de la memoria colectiva de un pueblo.
- El visitante ve con otra mirada las calles y los senderos que recorre, escucha con interés las historias y leyendas de la región y valora la riqueza cultural y la amabilidad de los habitantes de estos poblados.
- Como equipo de trabajo nos hemos dado a la tarea de registrar fotográficamente y en video, los procesos artesanales que permiten entender el grado de complejidad que exige la creación de una pieza de barro, la elaboración de un canasto, la preparación de un vino artesanal hecho con frutas de la región, la ceremonia del temazcal o la sabiduría de una mujer cuya vida la dedicó al rescate de la medicina tradicional.
- Las redes sociales *online* han propiciado la interacción entre varias personas originarias de ambas comunidades pero que radican fuera de su lugar de origen, principalmente inmigrantes que viven en Estados Unidos. Al conectarnos en tiempo real, nos damos la oportunidad de compartir ideas y experiencias enriquecedoras para este proyecto.
- Las redes sociales representan una alternativa potencial para promover el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural. Al promover estas acciones se fortalece la economía de la región porque involucran a las comunidades locales en el cuidado de sus recursos naturales y a la preservación de sus costumbres y tradiciones.

- Esta experiencia ha sido significativa en el aprendizaje de los estudiantes, ya que ponen en práctica lo que aprenden en el aula, experimentan una forma distinta de hacer fotografía, incorporan nuevas tecnologías, mantienen un diálogo constante con los habitantes de la comunidad, conocen otras realidades y contribuyen con su trabajo participativo al rescate de la memoria colectiva de un pueblo. Su trabajo trasciende más allá de una actividad académica porque fortalecen actitudes y valores ciudadanos como la solidaridad, la responsabilidad social, la equidad, el respeto, la tolerancia y el compromiso hacia el logro de un bien común.

Fuentes consultadas

Alemañy Martínez, C. (2009). “Redes sociales: una nueva vía para el aprendizaje”. Extraída el 31/VII/2013 desde <http://www.eumed.net/rev/ced/01/cam4.htm>

Aprile, O. (2000). *La Publicidad Estratégica*. Buenos Aires: Paidós.

Brisset, D. (1999). “Acerca de la fotografía etnográfica”. Extraída el 31/VII/2013 desde http://www.ugr.es/~pwlac/G15_11DemetrioE_Brisset_Martin.html

Costa, J. (ed.) (2009). *DirCom Estrategia de la complejidad. Nuevos paradigmas para la Dirección de la Comunicación*. Valencia: Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad Jaume I, Universidad Pompeu Fabra y Universidad de Valencia.

González, L. y Angón, M. (2011). “Mocalli, la casa en Cuentepec, Morelos”. En Morayta Mendoza, L. (coord.). *Los pueblos nahuas de Morelos. Atlas Etnográfico*. México D. F.: Gobierno del Estado de Morelos, Instituto Nacional de Antropología e Historia.

González, O. y Juárez, E. (2009). “Identificación de oportunidades estratégicas para el desarrollo del Estado de Morelos”. Monterrey: FEMSA y Tecnológico de Monterrey.

Florescano, E. (1995). *Mitos Mexicanos*. México D.F.: Aguilar.

Fumero, A. y Roca, G. (2007). “Web 2.0”. Extraída el 31/VII/2013 desde http://fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/WEB_DEF_COMPLETO.pdf

Hernández, A. (2002). *Breve historia de Morelos*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica, El Colegio de México.

Kotler, P. y otros (2007). *Marketing Internacional de lugares y destinos. Estrategias para la atracción de clientes y negocios en Latinoamérica*. México D. F.: Pearson Prentice Hall.

McClung, E. y Sugiyama, N. (2012). “El uso de algunas plantas y animales en el pasado y presente. Conservando la diversidad biocultural de México”. *Arqueología Mexicana*, vol. 19, núm. 114, pp. 20-25.

Montiel, G. (2012). “El imperio de la imagen”. *Tierra Adentro*, núm. 175, pp. 21-23.

“Programa Turismo Alternativo en Zonas Indígenas. Reglas de Operación 2012”. Extraída el 31/VII/2013 desde http://www.cdi.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=2115

Sanchis Palacio, J. y Melián Navarro, A. (2009). “Emprendedurismo social y nueva economía social como mecanismos para la inserción sociolaboral”. Extraída el 30/VII/2013 desde <http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/51.pdf>

Soler, P. (1997). *Estrategias de Comunicación en Publicidad y Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000.

Sontag, S. (2006). *Sobre la fotografía*. México D. F.: Alfaguara.

Tavani, H. (2007). *Ethics & Technology. Ethical Issues in an Age of Information and Communications Technology*. Oxford: Wiley-Blackwell Publishers.

Tecnológico de Monterrey (2009). “La transformación del servicio social comunitario”. Extraída el 30/VII/2013 desde <http://viewer.zmags.com/showmag.php?mid=pgrwf#/page2/>

The International Ecotourism Society (2012). “TIES & Ecotourism (Español)”. Extraída el 30/VII/2013 desde <http://www.ecotourism.org/ties-ecotourism-esp%C3%B1ol>

“Turismo alternativo en zonas indígenas”. Extraída el 30/VII/2013 desde <http://www.cdi.gob.mx/turismo/>

“Turismo alternativo en zonas indígenas Morelos”. Extraída el 30/VII/2013 desde <http://tazimor.com/>