

# *Vita et Tempus*



Economía Social y Solidaria  
Coordinadores

Armando Alberto León López

Anastacio Gustavo Fernández Rodríguez

Revista Electrónica Semestral

Número, 18

Julio – Diciembre 2024



ARTEM



## Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo

Dra. Consuelo Natalia Fiorintini Cañedo, Rectora

Mtro. Rafael González Plascencia, Secretario General

### Coedición

**Red de Investigación en Economía Social y Solidaria del Tecnológico Nacional.**

**Red Internacional de Investigación sobre Sustentabilidad de la Vida y Complejidad (UAEMEX).**

Diseño de Portada de la fotografía sobre la muñeca Lele de Querétaro del Dr. José Daniel Carrillo Castillo.

VITA ET TEMPUS, año 9, número 18, Julio-Diciembre 2024 es una publicación semestral, editada y distribuida por la Universidad de Quintana Roo, Boulevard Bahía s/n. Esq. Ignacio Comonfort, Col. Del Bosque, C.P. 77019, Chetumal, Quintana Roo, a través del Grupo de Profesores del Doctorado de Estudios Culturales y Sociales de Mesoamérica y del Caribe de la División de Ciencias Sociales y Derecho, tel. 9848-773-464 Ext. 20003, web: <http://www.uqroo.mx/vita-et-tempus/>, correo electrónico: [vitaettempus2016@gmail.com](mailto:vitaettempus2016@gmail.com). Editor responsable: Juan Manuel Espinosa Sánchez. Reserva de Derechos de Autor al Uso Exclusivo: 04-2024-030413020600-203, ISNN, 2594-097X, ambos otorgados por el Instituto Nacional de Derechos de Autor, Registrada en el Directorio Latindex de la Universidad Nacional Autónoma de México en: <http://latindex.org/latindex/ficha?folio=26004>. Indexación Internacional de EUROPUB, Inglaterra, en <https://europub.co.uk/journals/27492>. Indexación en Sudamérica por FLACSON-Argentina, en <https://latinrev.flacso.org.ar/revistas/vita-et-tempus>. Indexado en Google Académico, en [https://scholar.google.es/citations?view\\_op=list\\_works&hl=es&hl=es&user=IJz7tfMAAAAJ&pagesize=80](https://scholar.google.es/citations?view_op=list_works&hl=es&hl=es&user=IJz7tfMAAAAJ&pagesize=80)

Responsable de la última actualización de este Número Dir. Gral. De Tecnologías de la Información y Comunicación de la Universidad de Quintana Roo, Ing. Braulio Azaaf Paz García, Boulevard Bahía s/n. Esq. Ignacio Comonfort, Col. Del Bosque, C.P. 77019, Chetumal, Quintana Roo, fecha última de modificación 7 de Enero de 2021. Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional

["http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/"](http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Identificador Digital ORCID

<https://orcid.org/0000-0003-0667-0091>

Código QR



La presente obra ha sido evaluada y dictaminada a ciego por un comité editorial de pares académicos con nombramiento en el Sistema Nacional de Investigadores del Consejo de Ciencia y Tecnología. Agradecimiento al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, por otorgar una beca para la publicación del presente Número.

## **Directorio**

Coordinación General

Dr. Salvador Bringas Estrada

Dr. Ignacio Zaragoza Ángeles

Dr. Juan Manuel Espinosa Sánchez

Dra. Kinuyo Concepción Esparza Yamamoto

Dr. Javier España Novelo

Dr. Ever Canúl Góngora

Dra. Nuria Arranz Lara

Dr. Alexander Voss

Dr. Andreas Koechert (+)

Dra. Gui Mingyan (+) (Universidad Normal de Yunnan, China)

Dr. Yuri Balam Ramos

Dr. Julio Robertos

Coordinación de Información

Mtro. Celcar López Rivero

Mtra. Wang Kexin (Universidad Complutense de Madrid, España)

Lic. Jorge A. Gamboa Noble

Lic. Héctor Arjona Yeladaqui

Lic. Ali Schnaid (+)

Lic. Manuel Safar Díaz

Juan José Sosa Rodríguez (+)

Comité Editorial

Dra. Hilda Julieta Valdés García (IIB-UNAM)

Dra. Leticia Bobadilla González (IIH-UMSNH)

Dra. Gabriela Vázquez Barke (CIESAS-Mérida)

Dra. Libertad F. Díaz Molina (UNICARIBE)

Dra. Elsa González Paredes (IPN)  
Dr. Juan Manuel Mendoza (El Colegio de Michoacán)  
Mtro. David Lara Catalán (Estados Unidos de América)  
Mtra. Laura Ximena Vanegas Muñoz (Colombia/Colombia)  
Dr. Armando Alberto León López (Tecnológico Nacional de México, CIIDET)  
Dr. Eduardo Quintana Salazar (Universidad de Guadalajara)  
Lic. Roberto Gallegos (UNAM)  
Mtro. Gumersindo Vera Hernández (IPN)  
Mtra. Adriana Rodríguez Delgado (ENAH)  
Mtra. Rosa Canul Gómez (UQROO)  
Lic. Israel Jiménez Peralta (UAM-I)  
Mtra. Mariana Ramos Espinosa (UPN-México-Universidad Central de Chile)  
Lic. Xu Jiale (Universidad de Economía y Comercio Internacional de Beijing, China)  
Mtra. Li Mei (Universidad de Salamanca, España)  
Lic. M. Li (University College London, Inglaterra)  
Lic. Shangyu Hu (Universidad de Estudios Internacionales de X'ian, China)  
Mtra. Xinruo Ding (Universidad de Shandong, China)  
Lic. Dongyue Wang (Universidad de Lenguas y Cultura de Beijing, China)  
Lic. Xu Fei (Universidad de Suzhou, China)  
Lic. Bocheng Xiong, (Universidad Normal de Yunnan, China)  
Lic. Shimei Wu, (Universidad Normal de Yunnan, China)  
Lic. Chen Wang (Universidad Normal de Yunnan, China)  
Lic. Yali Yuan (Central South University, China)  
Oscar Hugo Ramos Espinosa (WETV, China)  
Lic. Sheila L. (WETV, China)  
Mtra. Miriam Gallardo López (UQROO)  
Lic. José Gabriel Ramos Carrasco (UQROO)  
Mtra. Ada Yuselmy Tome (UQROO)  
Lic. Diana Hernández Castillo (UAM-Cuajimalpa)  
Lic. Luis Rosado Cen (UTCH)

Lic. Beatriz Vargas (UTCH)  
David Pimentel Quezada (UQROO)  
Arturo Ocampo Rodríguez (UQROO)  
Brenda Gamboa (UAEQROO)

Comité Editorial de Estudios Interculturales  
Dr. Ever Canúl Góngora

Área de Redacción  
Lic. Julio Madera Esquiliano (UQROO)

Diseño  
Isabel Can (UQROO)  
Lic. Josafat Díaz (UQROO)  
Pedro J. Hoil Villalobos (UQROO)  
Adriel Torrez (UQROO)  
Christy Corine Valdez (UQROO)  
David Pimentel Quesada (UAEQROO)  
Edith Beatriz Castillo Quintal (UAEQROO)

## Índice

Dossier Economía Social y Solidaria	8
Presentación	
Armando Alberto León López y Anastacio Gustavo Fernández Rodríguez	9
La economía social y solidaria: origen y vínculo con la educación superior en México	
Armando Alberto León-López y Adriana Rocha Rodríguez	13
Coaching Educativo: una perspectiva catalizadora cargada de emociones para el surgimiento de emprendimientos en Economía Social y Solidaria	
Xóchitl Mora Gómez	33
Innovación educativa como factor emergente para el fortalecimiento de la economía social y solidaria	
José Daniel Carrillo Castillo	50
Comunicación publicitaria, economía social y solidaria, y responsabilidad social empresarial para la creación de audiencias críticas	
Shayenska Gutiérrez Pérez	83
La importancia de la motivación de los visitantes en el turismo rural como alternativa para su desarrollo económico y social	
Beatriz Iñiguez Ramírez	107
Literatura e Historia	135
Los Ecos Nómadas de Raúl Arístides	
Wang Kexin y Juan Manuel Espinosa Sánchez	136
Turismo	155
Turismo, Trabajo Cooperativo en las Anp's.	
Rubí del Carmen Perez Ramírez y Mariela de Jesús Yeladaqui Tello	156
Política	177
Reflexión de los Derechos del hombre de Thomas Paine	
Zeng Jun	178

Reseñas	190
“El Cantar Persiste Antología Poética En Honor al Poeta Javier España Novelo”	
Xinruo Ding y Juan Manuel Espinosa Sánchez	191
La Sociedad Medieval en el <i>Quijote de la Mancha</i> de Miguel de Cervantes en una visión crítica en el libro de <i>El Secreto del Hombre-Lobo, Antología de Textos sobre lectura, literatura y educación</i> . De José Castillo Baeza	
Juan Manuel Espinosa Sánchez	201
Nota Editorial	206

## **Dossier Economía Social y Solidaria**

### **Presentación**

La economía social y solidaria (ESS) se posiciona como un paradigma económico que trasciende la sola maximización de beneficios, priorizando así la equidad, la participación y el bienestar colectivo de las sociedades en el mundo (Manríquez y otros, 2017). En este espacio, la educación superior se muestra como un sector de papel fundamental y con grandes posibilidades de apoyar en la transformación de la sociedad, pues es la responsable de la formación de profesionistas con las herramientas necesarias para enfrentar desafíos actuales y futuros, ante las diversas crisis humanitarias (Boeren, 2019).

De esta manera, este dossier incluye trabajos que se enfocan en la explorar las relaciones entre la educación superior y la ESS, así como la interacción de ambos con la innovación, la comunicación publicitaria, el liderazgo, y las actividades económicas como el turismo, lo cual se destaca como reflexiones necesarias para el fortalecimiento de alianzas territoriales (Pérez y otros, 2022), en la transformación y formación de emprendedores; el consumo; la toma de decisiones en contextos de equidad; preservación de recursos; y el diseño de productos y experiencias

El dossier comienza con el artículo *La economía social y solidaria: origen y vínculo con la educación superior en México*, en el cual se aborda la discusión de las Instituciones de Educación Superior (IES) como agentes de cambio para la transformación social, y se enfatiza la precisión de una formación educativa que priorice las demandas integrales de las regiones del país. Por tanto, se resalta la importancia de integrar el concepto de ESS de emprendimientos sostenibles desde la incubación como proyectos educativos, siendo la clave para la formación de futuros profesionistas que se enfrentarán a las limitadas condiciones estructurales laborales, ambientales y de equidad que hacen parte de la realidad social y económica a la que nos enfrentamos hoy en día.

Seguido, se presenta el trabajo *Coaching Educativo: una Perspectiva Catalizadora para el Surgimiento de Emprendimientos en Economía Social y Solidaria*, hace referencia al rol del coaching educativo centralizado en las emociones humanas para el impulso y formación de habilidades emprendedoras para el desarrollo de proyectos de ESS. La autora enfatiza la importancia de la comprensión y el

aprovechamiento de las emociones del estudiantado enmarcados en un contexto educativo para promover emprendimientos sociales y con éxito en el enfoque de equidad, integración comunitaria, y viabilidad socioeconómica.

El tercer trabajo es *Innovación Educativa como Factor Emergente para el Fortalecimiento de la Economía Social y Solidaria*, en donde el autor habla acerca de la cómo la innovación educativa se posiciona como catalizador social para el fortalecimiento y la transformación de la ESS en un motor para el desarrollo sostenible, y en apoyo a las comunidades educativas y sus contextos. Para ello, destaca a la metodología *STEAM-Makerspace* como herramienta con la efectividad necesaria para la identificación y formación de vocaciones tempranas en el ámbito educativo, al fomentar mentalidades orientadas hacia un desarrollo equitativo.

Luego, se presenta el cuarto artículo *Comunicación Publicitaria desde la Economía Social y Solidaria para la Creación de Audiencias Críticas*, enfatiza la reflexión acerca del potencial de la comunicación publicitaria como un medio para el impulso de las transformación sociales positivas para el consumo responsable, lo cual si bien desafía a profesionales del campo, ya que se señala la adopción de prácticas socialmente más conscientes de acuerdo a contextos sociales, económicos y ambientales con una orientación hacia la sostenibilidad de las sociedades venideras en comunión con sus recursos.

Posteriormente, el dossier cierra con el artículo *La Importancia de la Motivación de los Visitantes en el Turismo Rural para su Desarrollo Económico y Social*, en el cual, a través de un estudio documental, se analiza la teoría de empuje y atracción en el turismo rural, la autora resalta la relevancia de la actividad turística en el desarrollo socioeconómico de las comunidades rurales. De esta manera, se identifican factores clave de motivación de visitantes, y se ofrecen algunas recomendaciones a tener en cuenta por tomadores de decisión y diseño de productos, para fomentar estrategias de comercialización del sector.

Para concluir, los trabajos que se presentan en este dossier de Economía Social y Solidaria contribuyen a las reflexiones vitales de la integración de la ESS en la educación superior, como herramienta para el debate como modelo económico

sustantivo y alternativo a la economía de mercado, destacando su relación y vínculo con el sector educativo y de innovación, la comunicación, liderazgo y actividades económicas, que son fundamentales para el desarrollo integral de las sociedades modernas. Se invita a la comunidad académica para adentrarse al análisis de estos temas, y de esta manera avanzar en la construcción de un enfoque más justo, equitativo y sostenible.

***Dr. Armando Alberto León López***

Centro Interdisciplinario de Investigación y Docencia en Educación Técnica

Tecnológico Nacional de México

Santiago de Querétaro, Querétaro

***Dr. Anastacio Gustavo Fernández Rodríguez***

División de Administración Turística y Mercadotecnia

Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo

Campus Cancún, Quintana Roo

*Febrero 2024*

## **Referencias**

Boeren, Ellen, “Understanding Sustainable Development Goal (SDG) 4 ‘quality education’ from micro, meso and macro perspectives”, *International Review of Education*, vol. 65, 2019, pp. 277-294. doi:

<https://doi.org/10.1007/s11159-019-09772-7>

Manríquez, Naím, Martínez, Francisco, y Colín, Sergio, “Reflexiones en torno a la economía solidaria: una revisión de la literatura”, *Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, vol. 38, núm.83, 2017, pp. 11-42.

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39357921002> [Acceso 25 de febrero 2024]

Pérez, Pastor; Montoya, César; Uribe, Víctor; Vásquez, Miguel y Ana Ortega, “La importancia de la educación solidaria para el fortalecimiento y elaboración de políticas públicas de economía social y solidaria (ESYS) en Colombia y en México”, *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, núm. 34, 2022, pp. 115-144. doi: <http://dx.doi.org/10.22201/ijj.24487899e.2022.34.16734>

# **La economía social y solidaria: origen y vínculo con la educación superior en México**

*Social and Solidarity Economy: its origin and relation to higher education in Mexico*

Armando Alberto León-López

Doctor en Desarrollo Sostenible

Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores, Candidato

Profesor-investigador en Tecnológico Nacional de México,

Centro Interdisciplinario de Investigación y Docencia en Educación Técnica

[armando.leonlpz@gmail.com](mailto:armando.leonlpz@gmail.com)

Adriana Rocha Rodríguez

Doctora en Investigación e Innovación Educativa

Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores, Candidata

Profesora-investigadora en Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

[adriana.rochar@correo.buap.mx](mailto:adriana.rochar@correo.buap.mx)

## **Resumen**

Las Instituciones de Educación Superior (IES) tienen en su esencia la responsabilidad social. Este nivel es clave en la formación de los individuos que se enfrentarán al mundo complejo de hoy, debido a ello es necesario poner atención al tipo de formación que se brinda en dicho nivel pues debe cubrir las demandas sociales, políticas, económicas, culturales y ecológicas del país. Una demanda que hay es la creación de estrategias que contribuyan a la Economía Social y Solidaria (ESS), el impacto de esto requiere la participación activa de diversos actores, la industria, el empresariado, la política y la educación superior. En este trabajo se

aborda a la ESS, sus orígenes, las escuelas que la sustentan, su desarrollo en México y el papel de la educación superior en el desarrollo de ella. Se hace énfasis en la necesidad de integrar dicho concepto en los proyectos de emprendimientos con enfoque en sostenibilidad, siendo la educación superior un espacio efectivo para su incubación.

*Palabras clave: México; Economía Social y Solidaria; Sustentabilidad; Política Educativa; Educación Superior; Emprendimientos Sociales*

## **Abstract**

Social responsibility is at the core of higher education institutions. This level of education is key to provide a background for the individuals who will face today's complex world; it is necessary to be attentive to the kind of education we are providing at this level, as it must meet the social, political, economic, cultural and ecological demands of our country. One existing demand is the creation of strategies that contribute to the SSE (Social and Solidarity Economy), the impact of which requires the active participation of several actors, the business industry, politics and higher education. This work addresses the SSE, its origin, the schools behind its foundations, its development in Mexico and the role of higher education. Emphasis is placed on the need to integrate this concept to the entrepreneurship projects with a sustainability approach, as higher education is an effective space for their incubation.

*Keywords: Mexico; Social and Solidarity Economy; Sustainability; Education Policy; Higher Education; Social Entrepreneurship*

## **Introducción**

La Economía Social y Solidaria (ESS) es un campo que ha emergido de las búsquedas por soluciones a problemáticas socioeconómicas y ambientales en México y el mundo. Por un lado, desde la década de los ochenta, ha ganado terreno

en el ámbito académico para dar sentido a problemas sociales conocidas como externalidades negativas como la desigualdad, la contaminación e incluso la equidad con perspectiva de género; y por otro, la integración de actores para la atención de cuestiones sindicales, cooperativismo o la participación de la sociedad organizada (Martí y otros, 2023).

De esta manera la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sitúa que el modelo económico hegemónico actual a escala global es inviable, para la atención a las problemáticas socioeconómicas mencionadas (Beteta y Yanes, 2022), por lo que se ha sugerido la actuación a partir de visiones alternativas o complementarias. Así, una de las respuestas institucionales a nivel internacional responde a la integración de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) de 2015, mismos que dictan acciones y estrategias de base local con impactos realmente alcanzables, los cuales van desde el fin de la pobreza hasta la paz, justicia e instituciones sólidas (Urdapilleta, 2019).

Este contexto no es ajeno a lo ocurrido en la Tercera Conferencia Mundial de Educación Superior de 2022, donde se promovió la reformulación ideas para la generación de una educación más inclusiva, equitativa y colaborativa, adecuada y a la altura de problemáticas, como la degradación del tejido social, la recuperación económica de las crisis y la generación de empleos dignos. Por lo que es necesario la superación de los límites disciplinarios para ampliar estrategias con los gobiernos y la sociedad civil, para re-direccionar la educación en búsqueda de la sostenibilidad social, económica y ambiental del planeta (UNESCO, 2022).

Sobre esa base, este trabajo expone la relación entre la ESS y la educación superior como visiones complementarias por un lado, y por otro como la creación de espacios para la detonación de emprendimientos con enfoque social e innovación para la distribución equitativa de la riqueza, lo cual ayude a la formación de ciudadanía activa y participativa, con herramientas y vocaciones que les ayuden a enfrentar los nuevos retos socioeconómicos, ambientales y culturales a los cuales se enfrenta la sociedad; tal por crisis económicas, climáticas o de guerras, que afectan la estabilidad, la paz y justicia de las generaciones presentes y venideras.

Para ello, en un primer momento se aborda el origen y se explora de manera breve el concepto de la ESS, presentando las tres escuelas de pensamiento relacionadas a su evolución histórica, en un segundo momento se presenta la evolución como política pública, principalmente en México, y en un tercer y último momento se aborda la relación entre dicho concepto y su vinculación con la educación superior en el país, siendo la primera un motor para la búsqueda de su viabilidad política y social al fortalecimiento del tejido social, el análisis crítico de la realidad y la conservación de los patrimonios de las comunidades y del planeta.

### **Economía Social y Solidaria: origen y concepto**

La Organización Mundial del Trabajo (OMT) define a la Economía Social Solidaria (ESS) como “un concepto que se refiere a empresas y organizaciones, en particular cooperativas, sociedades mutualistas, asociaciones, fundaciones y empresas sociales, que producen específicamente bienes, servicios y conocimientos, persiguiendo objetivos económicos y sociales y fomentando la solidaridad” (OIT, 2011).

Por su naturaleza, ha sido enmarcada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), como una alternativa de solución a desigualdades sociales y económicas en la actualidad debido a las crisis del modelo económico global dominante, que da indicios de inviabilidad social y ambiental (Beteta & Yanes, 2022). Lo que puede traducirse como un posible factor protector ante la exclusión social, retos de la gestión social, pobreza, degradación ambiental, la inseguridad y problemáticas de sanidad, que el libre mercado no explica por sí mismo, en el mundo capitalista (Duque y otros, 2017).

El término de ESS ha comenzado a integrarse cada vez más, a partir de la década de los ochenta, como expresión cotidiana de organismos internacionales, poderes públicos, visiones papales, academia, sindicatos, posicionamientos ideológicos, y científico-técnicos, y del mismo modo, es a partir de esa década que se comienza

a vincular con el diseño de propuestas de política económica con enfoques humanista, ecologista, comunitarios y con perspectiva de género (Manríquez y otros, 2017).

Sin embargo, también puede tomarse como marco para posicionarse como una visión crítica al modelo económico dominante, de esta manera, se pueden encontrar rasgos desde los trabajos de Karl Polanyi, quien en 1944 ya había planteado algunas limitantes conceptuales y epistemológicas de la llamada *economía de mercado*. Dicho autor evoca al solipsismo económico, que no es otra cosa que señalar la incapacidad total de dar una explicación a través de las leyes del mercado, debido principalmente a la existencia de externalidades negativas, como son la pobreza o la contaminación (Manríquez y otros, 2017).

Lo cual promueve la posibilidad de contemplar otras formas de aplicación de conceptos epistemológicos de una economía sustantiva, pues el principal señalamiento de Polanyi responde a explicar el proceso de interacción entre la humanidad con la naturaleza que le rodea, pues plantea que la economía de mercado no es una constante en la historia, y que el trabajo, la tierra y el dinero, no nacen como mercancías, sino que responden a una construcción social que les otorga dicha categoría (Manríquez y otros, 2017).

## **Escuelas de pensamiento**

Para comprender mejor de lo que se habla, es necesario hacer un recorrido sobre las diversas escuelas de pensamiento que han formado parte importante del desarrollo y evolución de la ESS, que a continuación se presentan:

### *La escuela francesa*

Se puede hablar de que el surgimiento de la Economía Social ocurrió en la primera mitad del siglo XIX, y es atribuido a autores franceses como Charles Donuyer, Frédéric Le Play, Charles Gide, Leon Walrasm (Oulhaj, 2015), naciendo como un

término que incluía a organizaciones cooperativas y mutuales, así como la preocupación por planteamientos de problemáticas sociales como parte medular de los estudios económicos (Bastidas y Richer, 2001). Posteriormente se consolidó en lo que ahora se conoce como *la escuela francesa* (Oulhaj, 2015).

En la actualidad, se reconocen autorías como Jean-Louis Laville, Anne Salmon, Éric Dacheux, quienes tienden a señalar que este tipo de economía no debe limitarse a la pobreza, el comercio informal o las cuestiones rurales, sino que puede ser vinculada a diversos ámbitos en alianzas territoriales, para el trabajo con la sociedad civil organizada y las empresas colectivas en búsqueda de la reorganización social, también desde lo urbano (Manríquez y otros, 2017).

Esta forma de abordar las problemáticas sociales, en cuanto a la búsqueda de reorganización social, es lo que se ha conocido como la nueva economía social, o también llamada economía solidaria. La cual enfatiza la necesaria participación de la sociedad civil organizada; y su importancia, radica en la búsqueda de una sociedad más democrática, poder amortiguar embates de la economía de mercado, así como de la resignificación del Estado para la regulación de un estado de bienestar a través de la promoción de la generación de empleos dignos y la aparición de instituciones de ayuda mutua (Bastidas y Richer, 2001).

Asimismo, la escuela francesa distingue que la economía social es resultado de las luchas de colectivos sociales que hacen frente a la expansión del capitalismo salvaje. Reconociendo por tanto a movimientos sociales como los obreros, de campesinos, artesanos, entre otros; como manifestaciones de libertad y solidaridad en la búsqueda de una sociedad más justa (Delpesse, 1997 citado por Oulhaj, 2015).

### *La escuela latinoamericana*

Para los estados latinoamericanos, el concepto de economía solidaria tiene otras implicaciones a las europeas. Para países como Argentina, Bolivia, Brasil,

Venezuela, Paraguay, Uruguay, Ecuador, y eventualmente México (ya que también presenta elementos de otra escuela, la anglosajona), dicha economía surge debido a los embates y resistencias a las condiciones de endeudamiento colonial del Fondo Monetario Internacional (FMI) y Banco Mundial (BM), que en un principio respondían a las condiciones estructurales neoliberales, pero ahora suman a la defensa de los derechos para la preservación y conservación medioambiental (Manríquez, y Colín, 2017).

Por un lado, De Ross (2007 citado en Battisti y otros, 2020) señala que el término emergió en la región a principios de los ochenta, con las reflexiones del sociólogo Luis Razeto, encontrando gran aceptación de la iglesia católica, por otro lado, autores como Coraggio (2012) y Guerra (2010) aseguran que se encuentra en desarrollo teórico manteniendo diversas interpretaciones, estando próxima a prácticas asociacionistas, de denuncia social y de transformación social, tal como aseguran autores como (como se citaron en Pérez y Etxezarreta, 2015, p. 125). Al mismo tiempo, en estas coordenadas geográficas no se suelen incluir organizaciones filantrópicas, aunque sí existe amplio reconocimiento legal en la mayoría de países de la región, sin embargo hay concentración específica en temáticas de resolución de la pobreza y desigualdad social (Battisti y otros, 2020).

Por tanto, pueden incluirse diversos conceptos a la región para generar explicaciones a dichas resistencias ante la expansión de las políticas neoliberales, como por ejemplo: la economía del trabajo, empresas asociativas, cooperativas, economía popular, microempresas, entre otros, que tienen en común el posicionar al trabajo como el principal factor de organización y dirección de empresas sociales (Bastidas y Richer, 2001).

En ese tenor, se encuentran las experiencias generadas en la región por diversos mecanismos de crisis, respondiendo a particularidades y factores que envuelven a cada país, por lo que no son casos idénticos. Para México por ejemplo, este movimiento aparece entre la crisis del año 1982 y el sismo de 1985 en la Ciudad de México, eventos que propiciaron el surgimiento de grupos y asociaciones civiles

para la ayuda y gestión de problemas relacionados con la salud, vivienda y el desempleo, por mencionar algunos (Oulhaj, 2015).

Esto último devela una de las características principales de esta escuela, que refiere a la relación estrecha entre el Estado y la ciudadanía organizada, así como la promoción y aplicación de modelos de mercado interno y acciones dinamizadoras dentro del cooperativismo, teniendo el reto de la transversalidad política, laboral, agraria y educativa (Rojas, 2020), para una mejor integración de la población a la inversión del capital y el trabajo asalariado, esto como medida de combate a la generación de sectores informales, y con políticas de fortalecimiento a impulso de microempresas de enfoque en la economía popular (Bastidas y Richer, 2001).

### *La escuela anglosajona*

Esta escuela hace referencia al llamado *tercer sector*, o sector no lucrativo. El cual abarca asociaciones, cooperativas y otras organizaciones sin fines de lucro, que además son consideradas distintas a lo gubernamental y a lo privado. La concepción de esta escuela se encuentra mayormente vinculada a la historia de los Estados Unidos, pero es hasta el siglo XIX cuando toma forma conceptual, respondiendo a actividades de grupos de interés por la caridad o la filantropía (Oulhaj, 2015).

Uno de los modelos más reconocidos de esta escuela, es el propuesto por las geógrafas Gibson y Graham llamado *la figura del iceberg* (Manríquez y otros, 2017). La cual incluye una parte pequeña que sale a flote por encima del agua, y que vislumbra los intereses de la economía de mercado como son el trabajo asalariado, la empresa capitalista y el intercambio de mercancías, sin embargo, la figura también incluye una parte sumergida de mayor tamaño, donde se encuentran las actividades y personas que no son atendidas por tal economía, como el autoempleo, la ilegalidad, los movimientos religiosos, el trueque, el autoconsumo, que a pesar de no tomarse en cuenta como contabilidad oficial, son conocidas por ser parte importante del sostén económico de la sociedad (Manríquez y otros, 2017).

Para esta escuela, la economía solidaria es una visión cultural y plural para la redefinición de la economía de mercado, en atención a la resolución de problemas complejos que emergen de las relaciones sociales de la propia humanidad con su entorno ambiental, y que puede ayudar a amortiguar, siempre y cuando, sus acciones se basen en consideraciones éticas y morales para el desarrollo sostenible de los territorios y la responsabilidad social de las empresas vinculados a valores, sentimientos y emociones positivas hacia la tierra, la comunidad y en general a la sociedad planetaria (Manríquez y otros, 2017; Oulhaj, 2015).

Como se puede notar, a pesar de que las ideas y perspectivas sobre la ESS parecen tener diferentes enfoques, todas ellas han conservado los principios esenciales.

## **La economía social y solidaria en México: evolución de la política pública**

### *Breves antecedentes históricos*

La ESS en México cuenta con aportes de las tres escuelas de pensamiento descritas con anterioridad. Desde la emergencia de diferentes actores sociales vinculados a organizaciones familiares en el siglo XVIII en la producción de calzado en León, Guanajuato, y del sindicalismo en el siglo XIX, a la manera de la escuela francesa (Oulhaj, 2015); pasando por el surgimiento de la economía popular por la descolonización como práctica anticapitalista junto al discurso de redistribución de la riqueza y equidad; hasta la influencia anglosajona que “ha sido determinante en cuanto al intento de acercarse al tercer sector” (Oulhaj, 2015, p. 17).

Poco después de la aparición de las primeras cajas de ahorro, cooperativas y mutualistas en el siglo XIX, en 1927 se promulga la primera Ley General de Sociedades Cooperativas de 1927, seguida por sus tres versiones de 1933, 1938 y 1994, donde se reconocieron como a las de ahorro y cooperativas como instituciones de beneficio social, y posteriormente, las mutualistas fueron consideradas en la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros, sujetas a la legislación mercantil y privada (Martí y otros, 2023).

La autora Oulhaj (2015) sitúa entonces a la economía social en el país con las primeras configuraciones de organizaciones de la sociedad civil en 1843, y con la conformación de la Junta de Fomento de Artesanos y la Sociedad Particular de Socorro Mutuo, la cual tuvo como primer propósito del impulso a la producción de manufactura, sin embargo, al poco tiempo fueron las personas artesanas quienes tomaron las riendas de esta institución y lograron el cobro de cuotas a caja para beneficencia de socios, lo que posteriormente dio lugar a la Sociedad Particular de Socorro Mutuo, y consolidar prácticas de solidaridad y ayuda mutua.

Por un lado, es innegable que la mayor parte de las manifestaciones de la economía solidaria en el país han sido principalmente experiencias rurales, vinculadas a movimientos indígenas y campesinos en la búsqueda de su autonomía; y por otro lado, aunque en menor grado, también se han registrado casos en las urbes, sobre todo en zonas pobres de explotación y miseria, en cuanto a su lucha por la justicia social y la transformación. Aunado a la cuestión –no menor–, de las regiones de café de Chiapas y Veracruz en el sureste mexicano, por un comercio justo y equitativo entre productores y compradores, nacionales e internacionales (Manríquez y otros, 2017).

Con la crisis económica de 1982 en América Latina y después del sismo de 1985 en Ciudad de México, se hizo presente un fenómeno de solidaridad entre asociaciones de apoyo con el objetivo de subsanar problemáticas de salud, vivienda, desempleo. Lo que sin duda, influyó para que en el 1983 se diera el reconocimiento del sector de la economía social a nivel constitucional en el artículo 25 en México, que a la fecha, ha significado el surgimiento de “60,943 entidades asociativas, entre las que se incluyen 29,000 ejidos, 2,000 comunidades agrarias y cerca de 2,000 sociedades de solidaridad social. Por su parte, las cooperativas ascienden a 18,038, en la que se agrupan un total de 8, 875,186 cooperativas” (Rojas, 2022 citado en Martí y otros, 2023, p. 56).

*La política pública*

Como ya se mencionó, fue en 1938 con la reforma al artículo 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, donde se reconoció al sector social de manera oficial en la política social mexicana, y con ello su integración a las políticas públicas nacionales, sin embargo; fue hasta el año 2012 cuando lo promulga la Ley de Economía Social y Solidaria (LESS), aunado a la también creación del Instituto Nacional de la Economía Social (INAES), se dio paso a la regulación de todas las organizaciones pertenecientes a dicho sector como son: ejidos, comunidades; sindicatos y mutuales; sociedades cooperativas; empresas sociales; y organizaciones de la sociedad civil (Pérez y otros, 2022).

Estas organizaciones pueden clasificarse en dos rubros, las productivas y las asistenciales. Las primeras incluyen a las cooperativas, ejidos, comunidades y empresas sociales, mientras que las segundas, incluyen a las organizaciones de la sociedad civil y a los sindicatos. No obstante, la política pública mexicana se ha caracterizado por tener un carácter asistencial y *paternalista* (Pérez y otros, 2022).

Así, desde el año 2013 el INAES se ha dado a la tarea de generar instrumentación al respecto, y en 2015 publicó el Programa de Fomento a la Economía Social (hasta 2020), el cual tratada una serie de subsidios para el reforzamiento de capacidades empresariales, los emprendimientos e innovaciones sociales, pero que de acuerdo con Martí y otros (2023), aún ha faltado el logro de la integración de una agenda pública de acción y conformación de estructuras permanentes de coordinación.

Igualmente, autores como Pérez y otros (2022) han señalado la falta expresa de elementos de ESS en planes nacionales de desarrollo, que dicten un verdadero fomento y la incluya como eje rector de crecimiento socioeconómico. Si bien, es cierto que en actual gobierno federal (2018-2024) hubo cambios a favor, atribuibles a una ideología política concentrada en detonar prosperidad; dar movilidad de capitales en el incremento de la formalidad; velar por la igualdad de oportunidades; y la garantía de los derechos sociales; a través del financiamiento social, también es cierto, que se retiraron apoyos directos a la sociedad civil, pero se ha probado un modelo de beneficio directo, implementación de programas de educación solidaria, redes de colaboración, mercados solidarios, entre otros elementos.

Conviene subrayar que en la política pública permea la tendencia hacia una educación solidaria, la cual sea un espacio eficiente para consolidar una ciudadanía activa, cooperativa y de valores sociales, que a través de una educación integral, pueda adquirir herramientas creativas, innovadoras y de responsabilidad para la conservación y rescate de los patrimonios culturales y naturales de los territorios, basada en la enseñanza de experiencias, conocimientos teóricos y prácticos basados en principios, valores y características de la ESS (Pérez y otros, 2022), como son la democracia para la toma de decisiones, propiedad colectiva, distribución equitativa y compromiso social en favor de las comunidades (INAES, 2021).

## **Educación superior para una economía social y solidaria en México**

### *Políticas educativas, normatividad y relevancia para la educación superior*

La política internacional en relación con la integración y viabilidad de la ESS en el ámbito educativo, se rastrea a partir de la Tercera Conferencia Mundial de Educación Superior del año 2022, la cual propicia la reformulación de ideas y prácticas para “generar sistemas de educación superior más abiertos, inclusivos, equitativos y colaborativos, capaces de responder a la complejidad y los retos (...)” (UNESCO, 2022, párr. 1) que aquejan a la sociedad y que toman dirección a través de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible<sup>1</sup>, y lo que respecta a la iniciativa Futuros de la Educación para 2050, que juntos, estimulan el papel de las instituciones educativas de nivel superior al establecimiento de nuevos contratos sociales y la educación para la sostenibilidad de la vida (UNESCO, 2022).

---

<sup>1</sup> La Agenda 2030 hace referencia a los llamados Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la cual busca la eficiencia y continuidad de los Objetivos para el Desarrollo del Milenio, y conseguir por fin centralizar a las personas como agentes transformadores y de principal atención en cuanto a políticas públicas. Incluyen 17 ODS, siendo el cuarto referido especialmente a la educación de calidad, el cual tiene “un enfoque transformador y holístico, basado en derechos y que refleje una perspectiva centrada en la igualdad y la inclusión”, impulsando logros de aprendizaje, el acceso al conocimiento, entornos educativos seguros y saludables, metodologías activas e innovadoras, y el enfoque de educación para la vida (Instituto Mexicano de la Juventud, 2018, párr. 2).

Por lo que refiere al cuarto Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) relacionado a la “Educación de calidad”, resulta un excelente mecanismo catalizador para la implementación de otros ODS, sea por el fomento de la investigación básica o aplicada, mejora en las habilidades del capital humano para trabajos mejor remunerados, mejoramiento del acceso a la salud, formación de ciudadanía activa y participativa, que en conjunción son pilares para el desarrollo sostenible social y viable para la humanidad y el planeta (Boeren, 2019).

En México, el marco legislativo que rige a la educación se encuentra en el artículo 3° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y se apoya con la instrumentación de los ODS a nivel internacional; y nacional, en la Ley General de Educación, y la Ley de la Economía Social y Solidaria. Lo que da la posibilidad de implementar propuestas para la capacitación y emprendimientos con misión solidaria y colectiva para la sostenibilidad (Tiburcio, 2022).

A nivel institucional, el INAES opera programas de impulso, tanto de financiamiento como de consultoría y capacitación, y el acompañamiento para la conformación de redes como la Red Educativa de Economía Social y Solidaria, que en principio tiene como objetos la generación de condiciones para la economía formal y la capacitación en educación financiera para jóvenes; la promoción de arraigo territorial, autoempleo y consumo local; conformación de proyectos de economía social generados por juventudes; y la integración de las juventudes a las actividades económicas a nivel local, mediante productos bancarios *ad hoc* a sus necesidades (Pérez y otros, 2022).

La política mexicana a la fecha, recae en la conformación de los Nodos de Impulso a la Economía Social y Solidaria (NODESS)<sup>2</sup>, que con la inclusión de organizaciones de la sociedad civil, agrupaciones mutualistas, fundaciones, instituciones educativas de nivel superior (Cañedo y Barragán, 2022), y en alianzas con instancias

---

<sup>2</sup> Responde a la política estratégica del Estado mexicano a través del INAES, para el impulso de proyectos que promuevan alianzas territoriales formadas por al menos tres actores: instituciones de educación superior (públicas o privadas), organismo del sector social, y una instancia de gobierno local, para el desarrollo de la ESS (Gómez y otros, 2022).

gubernamentales locales, se focaliza en la formación de alianzas de impacto con una educación basada en valores, transformaciones sociales justas, fortalecimiento del tejido social, impulso del desarrollo y preservación de los patrimonios culturales y naturales, con aspiración y beneficio para toda la geografía mexicana (Tiburcio, 2022).

Actualmente, el liderazgo educativo e institucional en la instalación de NODESS a nivel nacional, es llevado a cabo por el Tecnológico Nacional de México, que hasta 2022 reportaba, al menos, la conformación de 116 con la interacción de al menos 35 Institutos Tecnológicos estatales, que en conjunto con sectores como el social, educativo y gobiernos locales, llevan a cabo actividades de investigación, desarrollo tecnológico y empresarial con enfoque endógeno para el desarrollo sostenible de las comunidades en el país (Secretaría de Bienestar, 2022).

#### *Ecosistemas de ESS en México: experiencias educativas y formación de agentes*

A continuación, se presentarán tres experiencias de propuestas de ESS vinculadas a instituciones de educación superior en México. Todas ellas son caracterizadas por la priorización de saberes locales, que han sido integrados al currículum, principalmente en la agroecología, la cual es considerada clave para la transformación social en la actualidad en soberanía alimentaria, pero que no es única, ya que en un futuro cercano se espera que estas experiencias puedan ampliarse a más áreas del conocimiento, así como su abordaje en la educación superior, con el apoyo de diversos actores y sectores de la sociedad (Hoinle y otros, 2020).

El primer ejemplo se ubica en la Universidad de la Tierra en Oaxaca, donde se llevó a cabo un proyecto de desarrollo para la agroecología urbana y alternativa, a través de la conformación de la Red Comunitaria de Soberanía Alimentaria, siendo una granja integral el principal elementos, ya que ha fungido como laboratorio del

proyecto Sistema indígena de aprendizaje llamado Abya Yala, para la extensión universitaria hacia las comunidades locales (Hoinle y otros, 2020, p. 71).

El segundo ejemplo que mencionan los mismos autores es el Huerto UV, que desde 2010 fomenta la vinculación de la Universidad Veracruzana en Xalapa, estado de Veracruz con la comunidad barrial. Se trata de un proyecto vecinal de educación agroecológica, desarrollado en primera instancia por estudiantado y profesorado de tal institución educativa, por lo que a través de talleres como de reciclaje de recursos, recuperación de suelos urbanos, cultivos y consumo responsable, se ha promovido el análisis crítico relativo a la producción de alimentos en la comunidad, en cuanto a elementos de soberanía alimentaria.

El tercer ejemplo hace referencia a la consolidación de un NODESS, detonado desde 2019, para el desarrollo de emprendimientos sociales y solidarios en la construcción de la Red de Economía Social y Solidaria de Guerrero (NODESS-REDESSGRO), además convergen proyectos de posgrado relativos a la Maestría en Economía Social de la Universidad Autónoma de Guerrero, así como el apoyo de la fundación del Centro Internacional de Investigación e Información sobre Economía Pública, Social y Cooperativa, y la Red de Cooperativas y Entidades de la Economía Social del estado de Guerrero. Siendo uno de los mayores logros del mismo la capacitación a técnicos y promotores para el diagnóstico, planificación e impulso de empresas del sector social, así como el fortalecimiento de redes nacionales, y la procuración de mejor vinculación entre los sectores académico, empresarial y gubernamental (Cañedo y Barragán, 2022).

## **Reflexiones finales**

Este escrito destaca que, para el éxito de la ESS, se requiere de un trabajo en conjunto desde diversas estancias, se resalta el papel de la educación superior pues es ahí donde se forman profesionistas, quienes se enfrentarán a la diversidad de problemáticas sociales, económicas y ambientales, que al paso del tiempo seguirán

surgiendo con el crecimiento económico, es por eso que la formación en este nivel debe ser holista, crítica y creativa, pues independientemente de la profesión, se debe tener siempre clara la responsabilidad social que tiene cada una de las carreras.

En el desarrollo del trabajo se presentaron propuestas que han sido exitosas en otros espacios y que pueden servir de base para la planeación de nuevas estrategias con el fin de mejorar la economía social solidaria y con ello impactar de manera significativa a nuestra sociedad, estos ejemplos orientados en la agroecología, no son limitativas a temáticas de actualidad, pues en la ESS se pueden abordar diversas temáticas complejas que traten de centrar el trabajo y las personas, antes que la acumulación de capital.

De esta manera, el primer paso para la transformación, es hacer conciencia de la necesidad de cambio, por tanto, las instituciones de educación superior en México, deberán preocuparse cada vez más por la integración de la educación solidaria, no solo con la apertura de carreras a nivel licenciatura o posgrado, sino del mismo modo por detonar vínculos entre estas instituciones, con otros sectores como la sociedad civil, empresas y gobiernos locales, lo cual sin duda lleva a una nueva forma de vivir la educación a partir de la experiencia con la realidad inmediata a nivel social, ambiental y económica, por lo que cada vez se necesitará mayor integración del concepto de ESS en planes de estudio y en beneficio de los territorios (Pérez y otros, 2022). La ESS es un beneficio para todas y todos, es por ello que se requiere de un trabajo en conjunto, interdisciplinario y comprometido con las necesidades sociales.

## Referencias

Bastidas, Oscar y Richer, Madeleine, "Economía social y economía solidaria: intento de definición" en *Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social*, vol. 1, núm. 1, 2001. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62210102> [Acceso 13 de marzo 2024].

Battisti, Leomara, Marcuello, Carmen y Juliana Messias, "Las perspectivas Latinoamericana y Europea de la Economía Solidaria", en *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, vol. 134, e91171, 2022. Disponible en : <https://dx.doi.org/10.5209/REVE.69171> [Acceso 13 de marzo 2024].

Beteta, Hugo y Pablo, Yanes, "El pensamiento de la CEPAL y los dilemas para la transformación de México". en *Fondo de Cultura Económica*, vol. LXXXIX, núm. 353, enero-marzo, 2022, 339-367. doi:10.20430/ete.v89i353.1412 [Acceso 25 de febrero 2024].

Boeren, Ellen, "Understanding Sustainable Development Goal (SDG) 4 'quality education' from micro, meso and macro perspectives", en *International Review of Education*, vol. 65, 2019, pp. 277-294. doi: <https://doi.org/10.1007/s11159-019-09772-7> [Acceso 25 de febrero 2024].

Cañedo, Roberto y Barragán, María, "Los nodos de la economía social y solidaria como política de estado en México: la experiencia de los NODESS-REDESSGRO", en *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica*, vol. 5, 2022, pp. 95-117. doi:<http://dx.doi.org/10.33776/riesise.v5.5319> [Acceso 23 de febrero 2024].

Duque, Pedro, Meza, Oscar, Giraldo, David y Karol, Barreto, "Economía Social y Economía Solidaria: un análisis bibliométrico y revisión de literatura", en *Revesco Revista de Estudios Cooperativos*, vol. 138, 2017, pp. 1-25. doi: <https://dx.doi.org/10.5209/REVE.75566> [Acceso 13 de marzo 2024].

Hoinle, Birgit., Flórez, Juliana y Rocío, Rueda, "Del capitalismo cognitivo a una apertura pluriepistémica. La economía solidaria y agroecología en la educación superior". En Colombia, Pérez e Isabel, Hernández, *Economía social y solidaria en la educación superior: un espacio para la innovación*, tomo 2, pp. 53-89, Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá 2020.

INAES, "¿A qué nos referimos cuando hablamos de Economía Social?" en *Conoce más sobre la ESS, sus principios, valores y prácticas*. Actualizado: 2021-04-05. Disponible en: <https://www.gob.mx/inaes/articulos/a-que-nos-referimos-cuando-hablamos-de-economia-social?idiom=es> [Acceso 13 de febrero 2024].

Instituto Mexicano de la Juventud, "ODS 4. EDUCACIÓN DE CALIDAD". Actualizado: 2018-05-25-. Disponible en: <https://www.gob.mx/imjuve/articulos/ods-4-educacion-de-calidad?idiom=es> [Acceso 13 de febrero 2024].

Manríquez, Naím, Martínez, Francisco, y Colín, Sergio, "Reflexiones en torno a la economía solidaria: una revisión de la literatura", Iztapalapa. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, vol. 38, núm.83, 2017, pp. 11-42. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39357921002> [Acceso 25 de febrero 2024].

Martí, Juan, Radrigán, Mario, Borge, Dalia, Jácome, Hugo, Pereira, Leandro, Bucheli, Marietta, Rojas, Juan y Mario, Schujman, "Aproximación a los marcos legales y la institucionalidad especializada para la economía social y solidaria en América Latina", en *Revista de la CEPAL*, núm. 140, 2023, pp. 45-64. Disponible en: <https://crm.cepal.org/civicrm/mailling/url?u=31809&qid=49841144> [Acceso 13 de febrero 2024].

OIT, "Economía social y solidaria: nuestro camino común hacia el Trabajo Decente". Actualizado: 2011-10-24. Disponible en: [https://www.ilo.org/empent/units/cooperatives/WCMS\\_166369/lang-es/index.htm#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20social%20y%20solidaria%20%28ESS%29%20es%20un,objetivos%20econ%C3%B3micos%20y%20sociales%20y%20promueven%20la%20solidaridad.](https://www.ilo.org/empent/units/cooperatives/WCMS_166369/lang-es/index.htm#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20social%20y%20solidaria%20%28ESS%29%20es%20un,objetivos%20econ%C3%B3micos%20y%20sociales%20y%20promueven%20la%20solidaridad.) [Acceso 15 de febrero 2024].

- Oulhaj, Leïla, "Miradas sobre la Economía Social y Solidaria en México. Breve revisión conceptual del tercer sector". Universidad Iberoamericana Puebla. Disponible en: <http://hdl.handle.net/20.500.11777/357> [Acceso 25 de noviembre 2024].
- Pérez, Juan Carlos y Enekoitz, Etxezarreta, "Sobre el concepto de economía social y solidaria: aproximaciones desde Europa y América Latina", en *Revista de Economía Mundial*, núm40, 2015. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86641407006> [Acceso 13 de marzo 2024].
- Pérez, Pastor, Montoya, César, Uribe, Víctor, Vásquez, Miguel y Ana Ortega, "La importancia de la educación solidaria para el fortalecimiento y elaboración de políticas públicas de economía social y solidaria (ESYS) en Colombia y en México", *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, núm. 34, 2022, pp. 115-144. doi: <http://dx.doi.org/10.22201/ij.24487899e.2022.34.16734> [Acceso 25 de febrero 2024].
- Rojas, Juan, "La economía social solidaria y la política del nuevo Gobierno federal", en *Nóesis*, vol. 29, núm.57, 2020, pp.68-87. doi:<http://dx.doi.org/10.20983/noesis.2020.1.4> [13 de marzo 2024].
- Secretaría de Bienestar. "Directorio Nacional de NODESS", Instituto Nacional de la Economía Social, México, 2022. Disponible en: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/792484/Directorio\\_NODES\\_S\\_2022\\_nueva\\_versi\\_n.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/792484/Directorio_NODES_S_2022_nueva_versi_n.pdf) [Acceso 13 de marzo 2024].
- Tiburcio, Adriana, "Contexto normativo en México para impulsar la educación desde el enfoque de la economía social y solidaria", en *AMEXCO Revista Electrónica Educativa*, vol. 2, núm. 5, 2022, pp. 63-77. Disponible en: <https://www.revistaamexco.com.mx/index.php/ojs/article/view/130/29> [Acceso 13 de marzo 2024].

UNESCO, “Centro de Medios”. En *La Conferencia Mundial de Educación Superior de la UNESCO hace un llamamiento a la transformación*. Actualizado: 2022-05-25. Disponible en: <https://www.unesco.org/es/articles/la-conferencia-mundial-de-educacion-superior-de-la-unesco-hace-un-llamamiento-la-transformacion> [20 de febrero 2024].

Urdapilleta, Jorge, “Fortalecimiento de la responsabilidad social universitaria desde la perspectiva de la economía social y solidaria”, en *Perfiles educativos*, vol. XLI núm. 164, 2019, pp. 171-185.  
doi:<https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2019.164.58683> [Acceso 15 de febrero 2024].

# **Coaching Educativo: una perspectiva catalizadora cargada de emociones para el surgimiento de emprendimientos en Economía Social y Solidaria**

*Educational Coaching: an emotionally charged catalytic perspective for the arising of Social and Solidarity Economy's entrepreneurships*

Xóchitl Mora Gómez

Maestra en Administración

Profesora-investigadora en Tecnológico Nacional de México,  
Centro Interdisciplinario de Investigación y Docencia en Educación Técnica

[xochitl.mg@ciidet.tecnm.mx](mailto:xochitl.mg@ciidet.tecnm.mx)

*“Nuestra vida emocional es un factor crucial en cada esfera de la acción humana”.*

Rafael Echeverría (2003)

## **Resumen**

El presente ensayo pretende continuar con los estudios sobre la emoción e iniciar la reflexión y la discusión para responder: ¿cómo el coaching educativo (que se ejerce del profesorado al alumnado) poniendo énfasis en las emociones como elemento interno del ser humano, impulsa las habilidades emprendedoras para proyectos de la Economía Social y Solidaria?

Se busca reflexionar sobre la importancia del estudio de las emociones como proceso catalizador en la generación de proyectos emprendedores de Economía Social y Solidaria. Concluyendo que el espacio educativo es propicio para develar la función social de las emociones a través del coaching educativo e impulsar emprendimientos de la Economía Social y Solidaria, planteándose que es necesario continuar con los estudios empíricos que generen evidencia y resultados.

*Palabras clave: coaching educativo, emociones, economía social y solidaria, emprendimiento y aprendizaje.*

## **Abstract**

The aim of this essay is to continue the studies regarding emotion and to start the reflections and discussion for answering the question: How educational coaching (which is exerted by the teachers over the students) by emphasizing emotions as inner element of the human being, boosts the entrepreneurial skills for Social and Solidarity Economy's projects?

It is sought to reflect on the importance of the study of emotions as a catalytic process for the creation of Social and Solidarity Economy's entrepreneurial projects. It concludes that the educational environment is conducive to unveil the social function of emotions through the educational coaching, as well as boosting the Social and Solidarity Economy's entrepreneurships, raising the need to continue empirical studies which may produce evidence and results.

*Keywords: Educational Coaching; Emotions; Social and Solidarity Economy; Entrepreneurship and Learning.*

## **Introducción**

El modo de gestionar y administrar organizaciones a lo largo de la historia ha estado fraguado de tensiones, incertidumbres, oportunidades, fracasos, riesgos y sin duda, colmado de retos. Retos que se traducen, desde la racionalidad humana, en la búsqueda de respuestas, de soluciones, de aumentar los grados de certidumbre, de evitar los fracasos y aminorar los riesgos; y, por supuesto, en la consecución de una civilización que garantice la vida.

Y en ese constante devenir, el coaching se muestra como un proceso para afrontarlo a partir del autodescubrimiento y autodesarrollo que permite al sujeto *coachee*<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Término utilizado para referirse al cliente o persona que se acompaña por un *coach* en el proceso de *coaching*. Pudiendo ser, por supuesto, profesorado y/o alumnado.

tomar conciencia de su realidad, problematizarla<sup>4</sup>, y partir de ahí, para iniciar un proceso de autoaprendizaje que le permita expandir sus capacidades y tomar decisiones, siempre con el acompañamiento de un *coach* que contribuye a su logro de una manera más rápida que si lo hiciera solo (Ravier, 2010, p. 41).

Su acompañamiento efectivo provoca reflexiones y su entrenamiento genera acciones. Se enfoca en oportunidades y en el futuro para tomar decisiones. El coaching, presupone ser *solamente* un constructor de reflexiones a partir del ejercicio dialógico que propone poner en sintonía el cuerpo, la mente y las emociones como un todo (Launer y Cannio, 2008, p. 13; Rita, 2014, p. 574) mostrándose como una estrategia eficaz para el desarrollo del profesorado y para la investigación (Jiménez-Cortés, 2012, p. 103).

El coaching educativo, la emoción y el aprendizaje van indisolublemente unidos desde el principio del proceso constructivo, cobrando relevancia las habilidades emocionales en la formación integral de la persona al fortalecer las dimensiones personales y sociales, toda vez que moviliza recursos emocionales y de cognición social (Barrios y Gutiérrez de Piñeres, 2020, p. 364-365) con la finalidad de adaptarse a los entornos cambiantes y demandantes que la realidad exige.

De esta manera, surge la función social de las emociones, inherente al ser humano y que supone una interacción constante entre persona y situación (Souto, 2013, p. 83); que tratándose del contexto educativo, en términos vygostkianos, permite que la experiencia emocional individual se transforme en experiencia emocional colectiva, transformando el aprendizaje de las emociones en un acto colectivo.

Bajo este contexto, se busca reflexionar sobre la aplicación del coaching educativo en las prácticas de enseñanza-aprendizaje como *motor* de emprendimientos y cómo el aprendizaje de las emociones, como proceso catalizador dialógico del coaching,

---

<sup>4</sup> Problematizar la realidad entendida como aquella acción que puede mejorar, cambiar o transformar una situación. Ya que *un problema* "no es sólo una situación conflictiva, sino también cualquier situación a la que se desee dar un nuevo enfoque" (Schnarch, 2014).

puede detonar la generación de emprendimientos bajo el marco de la Economía Social y Solidaria.

### **Proceso catalizador dialógico del coaching para el aprendizaje de las emociones**

La verdadera naturaleza del coaching se encuentra en el ser humano y en la búsqueda de sus potenciales (Ravier, 2010, p. 16), porque el coaching infiere un conocimiento hacia el interior de la persona, es decir, de sus emociones.

Es una práctica en que el sujeto aprende a desafiar sus creencias limitantes y los obstáculos o interpretaciones obsoletas. Práctica que en el ámbito educativo cobra más fuerza como parte de una estrategia de desarrollo profesional docente efectivo, que permite “la transformación de la conciencia y el pensamiento práctico del profesorado” incrementando la posibilidad de aplicar nuevos conocimientos y ponerlos en práctica en el aula, valorado de manera especial en situaciones desafiantes como reformas educativas, cambio de los contextos estructurales y en las prácticas docentes que implican procesos innovadores (Jiménez-Cortés, 2012, p. 102-103).

El punto de partida, y de encuentro, entre el *coach* y el *coachee* se da cuando éste último toma la decisión, voluntaria o no (puede ser impuesta, por ejemplo, por un superior jerárquico) de que requiere un *cambio* en sus resultados, acciones y/o actitudes. Conviniendo con el *coachee* en ese punto de partida en cumplir con la premisa Socrática *Sólo sé que no sé nada*. Es decir, el punto de partida debe ser la convicción para buscar respuestas a preguntas, quizás nunca cuestionadas, y asumiendo que será un viaje interno, tal vez sinuoso y turbulento, pero con la firme idea de que se trazará la ruta para llegar al *puerto deseado*.

¿Pero, solamente es necesaria la convicción para ir en búsqueda de respuestas y lograr llegar a donde se busca llegar?

El ejercicio dialógico que desde una mirada integral del *Ser* propone considerar la triada cuerpo-mente-emociones permite reflexionar sobre el reconocimiento de lo

instintivo e innato de las emociones (al menos las fundamentales y útiles como la ira, el miedo, la tristeza y la alegría) que refería Darwin (1873) en su obra *La expresión de las emociones en los animales y en el hombre* dando lugar a pensar a las emociones como “fenómenos neuropsicológicos específicos fruto de la selección natural, que organizan y motivan comportamientos fisiológicos<sup>5</sup>, cognitivos<sup>6</sup> que facilitan la adaptación” y sin que ello limite que “pueden modificarse, modularse por aprendizaje e incluso inhibirse en el caso de que no fuera precedente manifestar tal reacción”, tal como mencionan Izard (1992) y Plutchik (1980) (citados en Chóliz, 1995, p. 8-9).

Es decir, si las emociones son parte del *ADN* con el que nacen las personas; tal como sucede con el lenguaje, el desarrollo de la motricidad, la lectura y cualquier otro hecho donde las funciones fisiológicas y cognitivas estén de por medio y se someten a un proceso de aprendizaje para ser modificados, modulados o rechazados; éstas pueden pasar por el mismo proceso transformativo. Porque, aludiendo a Chóliz (1995, p. 3) “habitualmente lo que es innato es el programa que determina la respuesta emocional, pero ésta no puede producirse si no existe el adiestramiento” o aprendizaje necesario.

De tal forma que, si las emociones son la llave de acceso a nuestro máximo rendimiento, el coaching es el proceso de aprendizaje y no de enseñanza que lo acompaña (Sánchez y Boronat, 2014, p. 225). El aprendizaje de las emociones desde una postura evolutiva y transformacional permite al *coachee* tomar conciencia de sus acciones y actitudes, de sus formas de afrontar problemas y plantear soluciones, y de asumir los hechos para lograr cambios positivos y sistemáticos.

Porque “la conciencia que emerge de la vivencia de la experiencia, en el mismo momento en que esta tiene lugar, se arraiga en las emociones, en las percepciones,

---

<sup>5</sup> Comportamientos fisiológicos como la conducta y la percepción sensorial (olfato, vista, tacto, oído y gusto).

<sup>6</sup> Comportamientos cognitivos tales como la memoria, la capacidad intelectual y la atención, la creatividad y el pensamiento abstracto.

en las necesidades, en las representaciones, en los valores” y por ende, en sus acciones (Jiménez, 2012, p. 5).

Sin embargo, se requiere de un proceso que genere la reflexión a través de preguntas y desencadene el diálogo que permite la construcción del aprendizaje de las emociones y de la realidad problematizada. Realidad que permite transportar a las personas del lugar donde están al lugar donde desean estar dentro (laboral) y fuera (personal) del entorno de la organización.

En el caso del profesorado y/o alumnado, es iniciar un proceso de independencia y autogestión colmado de reflexión y acción de problematizar, siendo los elementos sustanciales de su aprendizaje, que le exigen al *coach* como relación dialógica una complejidad mayor de “sistemas competenciales”<sup>7</sup> (Jiménez-Cortés, 2012, p. 108).

De esta manera, podemos entender al *proceso catalizador dialógico del coaching* como aquel que considera los elementos sustanciales del coaching: aprendizaje de las emociones (rol de *coachee*), reflexión y acción de problematizar (rol compartido *coachee-coach*) y aprendizaje activo-transformativo (impacto en el *coachee*). En donde el aprendizaje de las emociones implica su conocimiento, reconocimiento y apropiación que conduzca a la reflexión y acción de problematizar la realidad (su contexto, su entorno, sus creencias, sus experiencias y sus prácticas) para generar un aprendizaje de autodescubrimiento y autodesarrollo (permita identificar fortalezas, autorreconocimiento, habilidades, valores, logros, anhelos, metas y sueños) que genere la anhelada expresión *¡Eureka!* por las soluciones, avances, transformaciones, cambios y logros, con la consecuencia de una retroalimentación conjunta (*feedback coachee-coach*) que permita generar un proceso virtuoso de 360°.

---

<sup>7</sup> Los sistemas competenciales complejos, que alude Jiménez-Cortés (2012, p. 108) son: “escuchar activamente, comunicar, ofrecer confianza y cercanía, gestionar emociones propias y del *coachee*, resolver conflictos y superar resistencias al cambio, motivar, dar *feed-back* positivo, crear conciencia, diseñar acciones y generar mecanismos de autoridad basados en la credibilidad y el respeto, como base de la relación dialógica”.

Imagen 1. Proceso Catalizador Dialógico del coaching



Fuente: Elaboración propia.

Porque, aludiendo a Hoeskstra y Korthagen (2011) “la enseñanza no tiene por objeto solo la cognición, sino también, las emociones, las motivaciones y los ideales”, siendo estos elementos parte sustancial del proceso de coaching (Jiménez-Cortés, 2012, p. 107).

Sin embargo, dicho proceso virtuoso requiere de un liderazgo (ejercido a través de la figura del *coach-profesorado*) que potencialice las habilidades del hemisferio derecho o habilidades de influencia no tradicionales, como la creatividad, la convergencia, la co-creación, la comprensión y el compromiso, por lo retador que se presenta la realidad en la que se crean y desarrollan las prácticas educativas, y en general, las organizaciones; contribuyendo a una horizontalidad de las decisiones (Bautista, 2021).

Decisiones que, considerando lo vertiginoso de los cambios a los que nos enfrentamos día a día, sea debido al avance tecnológico o a los cambios

socioculturales, se toman bajo circunstancias volátiles, inciertas, complejas y ambiguas; y requieren de una gran capacidad de reacción (Bautista, 2021).

Para afrontarlo, es necesario que el *coach* tenga una mentalidad estratégica que le permita vislumbrar o imaginar el futuro para acompañar al *coachee* a imaginar realidades, incluso utópicas. Es decir, llegar a esos mundos ideales que se requieren para salir de *zonas de confort*, de *cajas de creencias* y visualizar *otros mundos*, desde otras lógicas económicas y de mercado, tal es el caso de la Economía Social y Solidaria, y plantear soluciones creativas que le permitan construir y re-construir la –su– realidad.

### **Coaching educativo, la propuesta de impulso**

En el ámbito de la educación, el coaching educativo se propone como una “estrategia formativa y de investigación” (Jiménez, 2012, p. 250) que impacta en la práctica docente inspirado en las habilidades del *coach*: capacidad de pensar, sentir y reflexionar, para lograr una autoconciencia tal del *ser*, del *estar* y del *actuar* que permita la potencialidad del *coachee* (López y Valls, 2013).

En los hallazgos encontrados por Jiménez-Cortés (2012, p. 106-108) en su revisión sistemática sobre estudios empíricos basados en el coaching como estrategia eficaz de formación docente, permite identificar la modalidad del coaching educativo que infiere a la exploración cognitiva (*cognitive coaching*) para la mejora del aprendizaje a través de la reflexión (Batt, 2010), y que lleva a la emoción para generar la transformación de la conciencia que contribuye a la construcción y mejora del aprendizaje del alumnado.

De tal suerte, que incluir las emociones como parte fundamental en la formación integral del proceso educativo, se vuelve necesario para tener capacidad de respuesta ante la incertidumbre, para desarrollar estrategias que permitan afrontar situaciones complejas y para tomar decisiones libres, responsables y autónomas; siendo el desafío que enfrentan las nuevas generaciones de alumnado y profesorado (Barrios y Gutiérrez de Piñeres, 2020, p. 366).

Y en ese sentido, la perspectiva del coaching educativo que cataliza a través de la emocionalidad para impulsar el deseo, la creatividad y el liderazgo de emprendimientos se propone como una alternativa, toda vez que, los tipos de emprendimientos que se plantean desde la Economía Social y Solidaria requieren de un grado de sensibilidad emocional para innovar.

Porque un emprendimiento social y solidario supone la creación de oportunidades con impacto social y a través de la colaboración solidaria, requiriéndose habilidades colmadas de emocionalidad que son el motor para emprender de manera creativa y feliz. De esa manera, se podrán lograr con una incesante curiosidad y capacidad reflexiva, ideas innovadoras que den respuesta a los grandes desafíos mundiales como la pobreza, las violencias, las desigualdades y las injusticias; que requieren de la sensibilización y visión, en los emprendimientos, para ver más allá de la generación de recursos monetarios, hecho que *per se* es indispensable para el sostenimiento y crecimiento del emprendimiento, pero no propósito fundamental de la Economía Social y Solidaria.

Bajo este contexto, y con la finalidad de abonar al objetivo de este ensayo, Minga y otros (2022) refieren que “varios países de la Unión Europea apoyan el desarrollo de éstos, por sus avances significativos” (p. 13), destacando el interés en la línea de investigación relacionada con la educación en emprendimiento social y donde varios estudios destacan la participación de las universidades iberoamericanas (Minga y otros, 2022, p. 14).

Por otro lado, Steiner y otros (2019) identifica que los emprendedores sociales son impulsados por una idea novedosa o surgen como líderes clave que impulsan respuestas colectivas y son iniciadas por miembros de la comunidad para abordar una necesidad o un interés comunitario y surgen tanto por necesidad como por oportunidad, tal como sucede con los emprendimientos *tradicionales*, pero la diferencia clave entre ambos es que la necesidad puede surgir porque desaparecen los apoyos gubernamentales (pensiones, subsidios, entre otros) así como porque las comunidades o las personas enfrentan dificultades y pobreza debido a otros factores ambientales o económicos (p. 1-2).

De tal suerte, que el coaching educativo se propone como una herramienta para lograr, desde la emocionalidad, el interés por proponer este tipo de emprendimientos sociales porque permite generar condiciones para promover la escucha activa, la creatividad, la tolerancia, la empatía, la resolución de problemas y el pensamiento crítico a través de la educación, desarrollando los talentos y las inteligencias del *coachee-emprendedor-alumnado* para que puedan estar enfocados y motivados por su propio deseo de ver materializado su emprendimiento desde el marco de un aprendizaje metacognitivo<sup>8</sup>, porque lo que se piensa está relacionado íntimamente con las emociones y con las acciones.

Poner la emoción en el centro del aprendizaje es situar a la persona en el centro, tal como propone la Economía Social y Solidaria. Siendo éste el punto de encuentro y de la propuesta: lograr a través del proceso catalizador de las emociones un aprendizaje que dé sentido y significado a la persona y se consolide a través de la creatividad, la innovación, el conocimiento y la motivación en proyectos emprendedores que mejoren la calidad de vida del *coachee* y demás personas, comunidades y territorios beneficiarios del emprendimiento.

### **Economía social y solidaria: un impulso desde las emociones**

En un mundo lleno de oportunidades, pero también de caos, y de sin fin de nuevas formas de inventar y re-inventar la vida, el coaching educativo se ha adoptado como estrategia formativa y sistemática para la mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje (Jiménez, 2012, p. 243) en el que va implícito la emoción. Porque cuando la emoción está presente, nos involucramos y nos interesamos permitiendo ampliar la mirada, las perspectivas, los alcances y las propuestas de solución.

---

<sup>8</sup> Aludiendo al proceso metacognitivo como aquél hábito mental que permite tener un alto nivel de *conciencia*, en este caso de su aprendizaje, de su realidad y de su entorno, para *comprender* y ser capaz de proponer alternativas de solución.

El coaching educativo como “estrategia formativa e investigadora eficaz (es) capaz de proporcionar un incremento en la conciencia” (Jiménez-Cortés, 2012, p. 103) impulsada por la reflexión que se genera desde la emoción.

En el contexto de la Economía Social y Solidaria donde se destaca como valor fundamental la importancia de priorizar la vida y no la del lucro, se sitúa en el centro el bienestar de la persona, de la comunidad y por ende, del territorio, por encima del capital y supone *otras formas* de la economía (Coraggio, 2011, p. 282-283). Siendo necesario también, re-orientar esfuerzos, vocaciones y potencialidades colectivas que favorezcan un tipo de educación que active la participación ciudadana-sociedad civil-y colectiva, que comprometa y empodere individual y colectivamente para lograr la construcción de soluciones creativas, sostenibles y solidarias que contribuyan a la solución de problemas complejos como la inequidad, las desigualdades, la pobreza, la exclusión social y el deterioro ambiental (UNESCO, 2017, p. 2).

Desde los espacios educativos se torna necesaria la formación del profesorado y del alumnado para que sea capaz de poner en práctica acciones estratégicas de servicio a la sociedad que respondan a las grandes necesidades sociales, porque “la educación se considera como eje de los procesos de transformación y cambio social” (Pérez y otros, 2019, p. 18). Siendo una dinámica existente, aún por consolidar, y donde es imperioso considerar al proceso dialógico de las emociones como un elemento fundamental para afrontar los retos y las oportunidades que se presenten en cada territorio, comunidad o espacio educativo vinculando saberes, vocaciones, significados, símbolos, costumbres y creencias.

Toda vez que, como lo afirma la UNESCO (2017, p. 5):

Los docentes tienen un enorme potencial para introducir cambios en la sociedad. Influyen en la vida de sus alumnos (y alumnas)<sup>9</sup>, ayudándolos a forjar opiniones y actitudes respecto al mundo y alimentan su potencial y sus capacidades. Un profesorado bien formado puede capacitar a los alumnos

---

<sup>9</sup> Inclusión formulada por parte de la autora.

para que lleguen a ser ciudadanos mundiales y actores del desarrollo sostenible, que ayuden a garantizar un mundo más justo, pacífico, tolerante, inclusivo y sostenible.

En la medida en que cambian las formas de pensar y de actuar de las personas, la Economía Social y Solidaria propicia el surgimiento de nuevas formas de organizaciones que impactan en el bienestar de las personas y de la comunidad logrando vínculos virtuosos apoyados por el entorno académico y con otros movimientos o sectores de la sociedad que dan respuesta y satisfacen necesidades y demandas colectivas (Pérez y otros, 2019 p.18-19).

De tal manera, se propone necesario hablar de una *Transferencia de Emociones* para impulsar la asociatividad, la ayuda mutua y la solidaridad: principios de la Economía Social y Solidaria.

### **Transferencia de Emociones**

La *Transferencia de Emociones* se propone como el proceso catalizador acompañado de prácticas de coaching que permite transformar la realidad del *coachee-colectividad* (comunidad o territorio). El proceso se piensa en colectivo y para lograrlo se busca que a través del coaching se genere la emoción colectiva que lleve a la conciencia grupal (Ravier, 2010, p. 195-197) de un territorio o una comunidad, a partir del ejercicio dialéctico de la reflexión que lleve a la acción propositiva de las emociones individuales de los líderes-formales o no formales- de la comunidad<sup>10</sup> en donde se desarrollará el emprendimiento.

Es importante mencionar, que la transferencia de emociones se aproxima a la Ecología de Saberes (De Sousa Santos, 2007) en tanto que, desde la emoción, puede dar sentido y significado a la acción contribuyendo a la convivencia y

---

<sup>10</sup> Entendiéndose *la comunidad* como el espacio en el que concluyen identidades, significados, símbolos, prácticas e intereses comunes: comunidades rurales, comunidades urbanas, comunidades académicas, comunidades de docentes, comunidades de alumnado, etc.

valoración de saberes; de igual manera, se acerca a la Ecología de Emociones (Conanglo y Soler, 2002) al considerar el mundo interior y el mundo que nos envuelve (realidad) con la diferencia que la transferencia de emociones es la estrategia que hace fluir las emociones propositivas (eso que se desea y *hace mover*, individual y colectivamente, hacia ello), para llegar al conocimiento de nuestra *casa emocional* que implica conciencia y responsabilidad individual (y colectivamente).

La generación de la emoción colectiva, a través de la transferencia de emociones, se plantea como un sistema holístico complejo que se gesta desde la vinculación y la interacción social academia-comunidad, tal como se gesta la transferencia de conocimiento (Bárcenas y otros, 2023, p. 442), y es propicia para la activación positiva o negativa de las emociones, en ambos casos, detonando la acción. Siendo el reto del *profesorado-coach* canalizar la energía derivada del sentido de la emoción (positiva o negativa) para impulsar el logro de proyectos de emprendimiento de la Economía Social y Solidaria.

Y en ese sentido, la Transferencia de Emociones se piensa como un proceso de intervención, que busca fortalecer los procesos de vinculación comunitarios al conjugar las emociones colectivas y la conciencia de la comunidad.

## **Conclusiones**

Las emociones siguen siendo un campo fértil para la intervención y la investigación educativa, por considerarse un elemento sustancial del aprendizaje, y el coaching educativo, a través del proceso dialógico, se muestra como una práctica propicia para impulsar su desarrollo, su estudio y análisis.

Impulsar los emprendimientos de Economía Social y Solidaria a través de la estrategia del coaching educativo, se devela como una práctica de intervención viable y como una propuesta eficaz y transformativa para lograr el desarrollo sostenible y una mejor calidad de vida.

Siendo los espacios educativos, de cualquier nivel, propicios para poner en práctica esta propuesta de intervención que se muestra como una alternativa para *mover* la emoción que genera reflexión y conciencia colectiva, permitiendo continuar con los estudios empíricos que generen evidencia y resultados.

### **Futuras investigaciones y limitaciones de la investigación**

Desde hace una década se habla de las emociones académicas como un campo de estudio vigente y en construcción, que puede contribuir a la generación del conocimiento en los procesos de enseñanza-aprendizaje (Rita, 2014, p. 589).

Con la finalidad de demostrar la propuesta de Transferencia de Emociones en una futura investigación, se considera necesario diseñar un proceso de intervención educativa, iniciando por el contexto universitario, que permita medir la emoción con relación al logro o no logro de la puesta en marcha del emprendimiento, en el profesorado y el alumnado que participan en la generación de proyectos emprendedores en Economía Social y Solidaria.

Considerando que alguna de las limitantes de la investigación podría ser que las instituciones educativas no estén interesadas en la implementación sistemática de modelos pedagógicos basados en coaching, que promuevan el desarrollo de competencias emprendedoras en proyectos de la Economía Social y Solidaria en el profesorado y el alumnado.

### **Referencias**

Barcenas, A.L; Salgado, M; Cortés, D; García, L.D; Martínez, E. “Dual-Mode: Learning in Higher Education as a Strategy in the Development of Collaborative Networks of the Social and Solidarity Economy for Community Resilience”, en Camarinha-Matos, L.M., Boucher, X. y Ortiz, A. (eds.). *Collaborative Networks in Digitalization and Society 5.0. PRO-VE 2023*,

(688). Springer, septiembre 2023. Universidade Nova de Lisboa, University Clermont Auvergne, Polytechnic University of Valencia. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/374020400\\_Dual-Mode\\_Learning\\_in\\_Higher\\_Education\\_as\\_a\\_Strategy\\_in\\_the\\_Development\\_of\\_Collaborative\\_Networks\\_of\\_the\\_Social\\_and\\_Solidarity\\_Economy\\_for\\_Community\\_Resilience](https://www.researchgate.net/publication/374020400_Dual-Mode_Learning_in_Higher_Education_as_a_Strategy_in_the_Development_of_Collaborative_Networks_of_the_Social_and_Solidarity_Economy_for_Community_Resilience). [Acceso 25 enero 2024].

Barrios, Hernando; Gutiérrez de Piñeres, Carolina. “Neurociencias, emociones y educación superior: una revisión descriptiva”. Estudios Pedagógicos, enero 2020, XLVI, nº 1. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/346689997\\_Neurociencias\\_emociones\\_y\\_educacion\\_superior\\_una\\_revision\\_descriptiva](https://www.researchgate.net/publication/346689997_Neurociencias_emociones_y_educacion_superior_una_revision_descriptiva). [Acceso 22 enero 2024].

Bautista, José María. “Liderazgo VICA. Cómo liderar en un contexto de volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad”. Biblioteca Innovación Educativa. España. 2021.

Chóliz, Mariano. “La expresión de las emociones en la obra de Darwin”, en Prácticas de Historia de la Psicología. Valencia: Promolibro. España. 1995. Tortosa, F., Civera, C. y Calatayud, C. (Comps.).

Coraggio, José Luis. “Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital”. Ediciones Abya-Yala. 1a. Ed. Ecuador. 2011. Disponible en: <https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/economiasocial.pdf> [Acceso 31 enero 2024].

Jiménez, Rocío. “La investigación sobre coaching en formación del profesorado: una revisión de estudios que impactan en la conciencia sobre la práctica docente”. Profesorado. Revista de currículum y formación del profesorado, enero-abril 2012 Vol.16, nº1. Disponible en: <https://www.ugr.es/~recfpro/rev161COL2.pdf>. [Acceso 22 enero 2024].

Jiménez-Cortés, Rocío. “Coaching en el desarrollo profesional docente. Fases formativas y procesos metodológicos de investigación”. REIFOP Revista

- Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado. 2012. Vol. 15. Nº4. Disponible en: <https://revistas.um.es/reifop/article/view/174851/148171>. [Acceso 31 enero 2024].
- Launer, Viviane; Cannio, Sylviane. "Prácticas de coaching. Colección empresarial". LID Editorial Empresarial, 1ª. ed. 2008.
- López, Coral; Valls, Carmen. "Coaching educativo: las emociones, al servicio del aprendizaje". Santiago: SM. Biblioteca Innovación Educativa. 2013.
- Minga, López, D; Carrillo Cueva, C; Flores Ruiz, D. "Emprendimiento social: un análisis bibliométrico y revisión de literatura". REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, 2022, vol. 142. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.5209/reve.84390>. [Acceso 22 enero 2024].
- Pérez, Colombia; Gómez, María Edelmina; Hernández, Isabel; García, Sonia. "Educación superior y economía solidaria hacia un enfoque territorial" en Cifuentes, L.E. Identidades, creencias y valores de jóvenes rurales en contextos escolares urbanos. Sophia- Educación, enero-junio 2019, volumen 15, número 1. Disponible en: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1794-89322019000100016](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-89322019000100016). [Acceso 26 enero 2024].
- Ravier, Leonardo. "Arte y ciencia del coaching. Su historia, filosofía y esencia". 1ª ed. Digital revisada. Buenos Aires: Dunken. Febrero 2010. Disponible en: [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24803w/Arte\\_y\\_ciencia\\_del\\_coaching.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24803w/Arte_y_ciencia_del_coaching.pdf). [Acceso 24 enero 2024].
- Rita, Paola Verónica. "Emociones en contextos académicos. Perspectivas teóricas e implicaciones para la práctica educativa en la universidad". Electronic Journal of Research in Educational Psychology, 2014, 12, nº3. Education & Psychology I+D+i, Ilustre Colegio Oficial de Psicología de Andalucía Oriental. Disponible en: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/35216>. [Acceso 22 enero 2024].

Sánchez Mirón, B; Boronat Mundina, J. “Coaching Educativo: Modelo para el desarrollo de competencias intra e interpersonales”. Educación XX1, 2014, 17, nº1. Disponible en:

<https://revistas.uned.es/index.php/educacionXX1/article/view/10712>.

[Acceso 26 enero 2024].

Schnarch, Alejandro. “Desarrollo De Nuevos Productos. Creatividad, Innovación Y Marketing”. 6ª. Ed. McGraw Hill. México. 2014.

Souto, María del Mar. “Desarrollo de competencias emocionales en la educación superior”. Universitat Rovira I Virgili. Tesis doctoral. 2013. Disponible en:

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/101525/Tesis?sequence=1>.

[Acceso 26 enero 2024].

Steiner, Artur; Farmer, Jane; Bosworth, Gary. “Rural social enterprise – evidence to date, and research agenda”. Journal of Rural Studies. 2019. Vol.70.

Glasgow Caledonian University. Disponible en:

[https://researchonline.gcu.ac.uk/ws/portalfiles/portal/33126732/RURAL\\_SOCIAL\\_ENTERPRISE\\_EVIDENCE\\_TO\\_DATE\\_AND\\_A\\_RESEARCH\\_AGEN DA\\_Steiner\\_Farmer\\_Bosworth.pdf](https://researchonline.gcu.ac.uk/ws/portalfiles/portal/33126732/RURAL_SOCIAL_ENTERPRISE_EVIDENCE_TO_DATE_AND_A_RESEARCH_AGEN DA_Steiner_Farmer_Bosworth.pdf). [Acceso 26 enero 2024].

UNESCO. “Escuelas en acción: Ciudadanos del mundo para el desarrollo sostenible. Guía para el profesorado”. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. 2017. Disponible en:

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000249129>. [Acceso 31 enero 2024].

# **Innovación educativa como factor emergente para el fortalecimiento de la economía social y solidaria**

*Educational innovation as emerging factor for the strengthening of the Social and Solidarity Economy*

José Daniel Carrillo Castillo

Doctor en Dirección e Innovación de Instituciones

Profesor-investigador en Tecnológico Nacional de México,

Centro Interdisciplinario de Investigación y Docencia en Educación Técnica

[daniel.cc@ciidet.tecnm.mx](mailto:daniel.cc@ciidet.tecnm.mx)

## **Resumen**

La Economía Social y Solidaria (ESS) se posiciona en el panorama económico como un modelo que va más allá de la maximización de beneficios, destacando por su enfoque en la equidad, la participación y el bienestar colectivo. En este contexto, la innovación surge como un elemento esencial para fortalecer y transformar la ESS en un motor de desarrollo sostenible. La innovación educativa como respuesta a necesidades locales, resaltando su potencial para generar soluciones efectivas y replicables a través de la metodología *Steam-Makerspace*. En este sentido, la formación de vocaciones tempranas en el ámbito de la ESS constituye un pilar esencial para moldear la mentalidad de las generaciones futuras al fomentar una propuesta de desarrollo sostenible, justo y equitativo para alguna comunidad o región, enfatizando la necesidad de flexibilidad y adaptabilidad.

*Palabras clave: Economía social y solidaria, Innovación social, Emprendimientos sociales, vocaciones, Innovación educativa, STEM, STEAM, Makerspace.*

## **Abstract**

Social and Solidarity Economy (SSE) is placed on the economic outlook as a model which goes beyond benefits maximization, and stands out for its focus on equity, participation and collective welfare. In this context, innovation arises as an essential element for strengthening and transforming the ESS into a driver of sustainable development. Educational innovation as an answer to local needs, highlights its potential to generate effective and replicable solutions through *Steam–Makerspace* methodology. In this respect, the early vocational education within the scope of the ESS, poses a mainstay for shaping the mindset of future generations by promoting a proposal of sustainable, fair and equitable development for certain communities or regions, emphasizing the need of flexibility and adaptability.

*Keywords: Social and Solidarity Economy, Social Innovation, Social Entrepreneurship, Early vocational education, Educational Innovation, Steam, Makerspace.*

## **Introducción**

En la era actual, la relación intrínseca entre la educación y el desarrollo socioeconómico se ha vuelto cada vez más evidente. En este contexto, la innovación educativa emerge como un factor crucial para potenciar y fortalecer la economía social y solidaria (ESS), una perspectiva que redefine los paradigmas tradicionales y propone un enfoque más inclusivo y sostenible en la construcción de sociedades equitativas (Vélez, 2021).

Desde la reestructura educativa por la pandemia COVID-19, la educación dio un giro drástico para alinear la educación hacia espacios carentes de capacitación y elementos didácticos que sostuvieran el impulso de los emprendimientos para mejorar la economía en los países de América Latina. Incluso, la desaparición de empresas y el surgimiento de otras, dio nacimiento a replantearse cómo la educación de una forma innovadora pudo rescatar o reforzar la economía de

diferentes países sobre, el alumnado, el profesorado y las instituciones, que debían cambiar rápidamente a la virtualidad (Cifuentes-Faura, 2020).

La capacidad de un emprendimiento para innovar es, a menudo, lo que determina si prosperará o perecerá en el entorno complejo que actualmente se vive. La innovación no es un evento ocasional, sino un proceso constante y dinámico que debe ser integrado en las acciones diarias de cualquier organización. Sobre este contexto, la innovación educativa se presenta como factor emergente para el fortalecimiento de las relaciones sociales, economía, trabajo y, por supuesto, educación (Rincón, 2022), pero con la necesidad de un enfoque de ESS, principalmente como respuesta a las pruebas y crisis sociales a las que se enfrenta actualmente la humanidad.

La ESS, caracterizada por su orientación hacia la cooperación, la equidad y la participación activa de sus miembros, encuentra en la innovación educativa un aliado estratégico para impulsar su evolución. Este texto explorará tres dimensiones fundamentales que conforman el núcleo de esta relación simbiótica: la visión de la innovación en la estructura de la ESS; las bases de la innovación educativa para transformar dicha economía; y la importancia de la formación educativa en innovación como cimiento para un desarrollo sostenible y colaborativo (Ramírez y Chávez, 2023).

En primer lugar, se analizará la visión de la innovación en la estructura de la economía social y solidaria. La capacidad de adaptarse a un entorno cambiante y la búsqueda constante de soluciones creativas definen la esencia de la innovación en este contexto particular. Se explorarán los desafíos y oportunidades que la ESS enfrenta en su evolución, así como el papel central que desempeña la innovación para promover modelos económicos más inclusivos y resilientes (Santiago, 2024).

Seguidamente, se abordarán las bases de la innovación educativa como influencia de la transformación en la economía social y solidaria. Se explicará la metodología *Steam-MakerSpace* como metodología activa en materia de innovación y su relación con la ESS, la colaboración y la creatividad; elementos esenciales para

impulsar la innovación en los actores clave de la ESS. Se explorarán las conexiones entre el aprendizaje innovador y la capacidad de los participantes en la ESS para abordar los desafíos contemporáneos (Asociación Española para la Digitalización, 2019).

Finalmente, se destacará la importancia de la formación educativa en innovación como un componente esencial para la economía social y solidaria. Ya que, la capacitación de profesionales y líderes con habilidades específicas en innovación garantiza una implementación efectiva de nuevas ideas y estrategias en el entorno económico y social, así como la formación de las vocaciones tempranas y el interés y gusto por la ESS en el proceso de enseñanza-aprendizaje, es decir, cómo la innovación educativa influye en los emprendimientos sociales y solidarios dentro del marco de la ESS y la posibilidad de formar vocaciones tempranas en el aula.

### **Visión de la innovación en la economía social y solidaria**

La innovación como campo de estudio ampliamente explorado desempeña un papel crucial en la mejora de modelos de negocio y operativos. Su relevancia en la creación de valor, tanto en procesos como en productos, ha demostrado tener influencia significativa en los mercados, pero, ¿de qué forma la innovación actúa como un motor clave para transformar y fortalecer la ESS en el contexto actual? Para Ferrás (2013), la innovación consiste en las nuevas maneras de hacer las cosas o las nuevas formas de competir, teniendo como resultado un aprendizaje al momento de buscar y explorar estas nuevas formas de realizar los procesos.

La innovación no es sinónimo de creatividad, la innovación busca modificar un momento del proceso para lograr una transformación y una manera de hacer diferente lo que usualmente se hace. En el ámbito del emprendurismo, para el innovador “no es parte de su función la creación o la invención de nuevas posibilidades, pues siempre se hallan presentes, acumuladas por toda clase de pueblos” (Schumpeter, 1967) por lo que la innovación radica no solo en cambiar un

detalle en el empaque del producto para generar mayor venta, si no radica en la forma de cómo se ajusta el proceso para impactar cambios significativos de ese producto y has eficiente el posicionamiento del producto y al mismo tiempo traducirse en mayores ventas y utilidad.

En la pandemia COVID-19 un ejemplo de innovación fueron aquellos talentos emprendedores que aperturaron un servicio de alimentos dentro de sus cocinas de sus hogares con la finalidad de salir adelante ante una crisis financiera, económica y sanitaria de México, surgiendo así las cocinas negras, sin registro de marca, sin pagar impuestos, cocinas que sobresalieron más allá de los restaurantes con servicio a domicilio, dichas cocinas negras se centraba en la atención al cliente y en la innovación de realizar platillos de bajo coste pero sobre todo con la tendencia de apoyarse como sociedad, pero con nuevas formas de reordenar hacia un patrón novedoso, por lo que esto requiere una respuesta: la innovación busca una iniciativa (Littlechild y Owen, 1973).

Por lo tanto, la innovación ocurre en regiones, ciudades y comunidades que reúnen condiciones específicas para ello, que buscan sobrevivir ante las adversidades o sencillamente las cuales van desde factores históricos hasta características socioculturales de cada lugar (Santiago, 2024).

La innovación juega un papel fundamental en el desarrollo económico y social, y su enfoque puede variar según los objetivos perseguidos. La diferenciación entre la innovación orientada a la competitividad en los negocios y la innovación social centrada en la cooperación y el impacto en las comunidades es esencial en un modelo económico que busca equilibrio entre el crecimiento empresarial y el bienestar social. En los negocios se enfoca en mejorar la eficiencia, la productividad y la posición de mercado de las empresas, además, busca ganancias financieras, ventajas competitivas y crecimiento económico. La tecnología, la optimización de procesos y la diferenciación de productos son elementos clave en este tipo de innovación, sobre todo que se constituye como un activo y que puede aparecer en el proceso de producción como un insumo (para la competencia) o como un producto (OCDE, 2000).

Por otro lado, la innovación social se centra en abordar desafíos sociales y mejorar la calidad de vida en comunidades específicas. En lugar de perseguir únicamente beneficios económicos, busca generar un impacto positivo en áreas como la educación, la salud, la igualdad y el medio ambiente. Este enfoque se apoya en la colaboración, la participación comunitaria y la búsqueda de soluciones sostenibles y equitativas. La innovación social puede provenir tanto de organizaciones sin fines de lucro como de empresas con una responsabilidad social empresarial para dar una mayor prioridad a las reformas y políticas que pueden incrementar las capacidades para impulsar la innovación (OCDE-Fundación México-Estados Unidos para la Ciencia, 2010).

En un modelo económico orientado al trabajo, el bienestar social y la equidad, la innovación se concibe como una herramienta integral para mejorar la calidad de vida de las personas y promover la inclusión. Este modelo reconoce que el éxito económico de las empresas debe ir de la mano con la creación de oportunidades laborales significativas, el respeto por los derechos laborales y la promoción de la igualdad de género. Asimismo, busca minimizar las disparidades económicas y garantizar que el progreso beneficie a toda la sociedad, sobre todo las élites mexicanas afrontan retos determinantes, pues significa marginarlos o no de una economía cada vez más globalizada, en donde el conocimiento y la innovación social son la punta de lanza (González Ulloa, 2014).

Por lo tanto, la diferencia entre la innovación orientada a la competitividad en los negocios y la innovación social para la cooperación radica en los objetivos y valores que buscan impulsar. Un modelo económico centrado en el trabajo, el bienestar social y la equidad reconoce la importancia de ambas formas de innovación, integrándolas de manera armoniosa para lograr un desarrollo sostenible.

El impacto social que tiene la ESS se presenta como objetivo principal mejorar las condiciones de vida de las comunidades y promover la equidad social. La innovación puede generar soluciones creativas y eficientes para abordar problemas sociales, como la pobreza, el desempleo y la exclusión social, ya que durante la pandemia se rompió el equilibrio entre la esfera económica y social al convertir a los

trabajadores con capacidades productivas en desempleados y excluirlos de la productividad (Ramírez y Chávez, 2023).

Con base en lo anterior, se introduce la metodología activa *STEAM* (ciencias, tecnología, ingeniería, artes y matemáticas) que en cuanto a la aplicabilidad del concepto de la ESS en la innovación podría ser la vinculación que la literatura propone entre la ESS y la economía circular (EC), como en Vélez (2021) la ESS se vincula con la EC la cual es un sistema económico basado en el intercambio y la producción que, en todas las etapas del ciclo de vida del producto o servicio tiene como objetivo aumentar la eficiencia del uso de recursos y reducir el impacto en el medio ambiente mientras se desarrolla bienestar de las personas.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) representan una oportunidad histórica para América Latina y el Caribe debido a que incluyen temas altamente prioritarios para la región como erradicación de la pobreza extrema, reducción de la desigualdad en todas sus dimensiones (Cienfuegos-Terrón, 2023), en donde la participación y democracia de la ESS se basa en la participación activa de sus miembros en la toma de decisiones. La innovación puede impulsar herramientas y plataformas que faciliten la participación democrática en la gestión y dirección de las organizaciones de economía social, fortaleciendo así la colectividad y la autonomía.

También la diversificación de modelos y prácticas en la ESS, impulsada por la innovación, puede contribuir a la creación de una economía más resistente a las crisis económicas como las pérdidas de empleo durante la pandemia COVID-19 y el surgimiento de nuevos emprendedores. La capacidad de adaptación y la flexibilidad inherentes a la innovación permiten a las organizaciones de la ESS afrontar desafíos económicos de manera más efectiva enfrentan la disminución abrupta de los ingresos drásticamente en la pobreza y en la desigualdad en todo el mundo (CEPAL, 2022).

La innovación en la ESS puede conducir a la creación de nuevos sectores económicos y empresas, generando empleo y contribuyendo al desarrollo local.

Esto es especialmente importante en contextos donde las comunidades locales buscan formas de empoderarse económicamente. “En este tenor, la crisis sanitaria y social generada por el virus SARS-COV-2 aumentó la tasa de pobreza extrema en América Latina, acontecimiento traducido en un retroceso de 27 años de acuerdo con el informe “Panorama Social de América Latina 2021” debido a que de 2020 a 2021 se pasó de 13.1% a 13.8% respectivamente” (Cienfuegos-Terrón, 2023). La ESS busca un enfoque más humano y centrado en la comunidad en comparación con el paradigma de maximización de beneficios de la economía de mercado. La innovación puede ser un catalizador para cambiar la mentalidad y promover prácticas económicas más éticas y socialmente responsables (Geldron, 2013, citado por Moreau et. al. 2017).

La influencia de la innovación en la ESS trasciende los límites de la eficiencia económica para abrazar los valores fundamentales de equidad, sostenibilidad y participación. La innovación se erige como un faro que guía a las organizaciones de la ESS hacia un futuro donde la prosperidad económica está intrínsecamente vinculada al bienestar social y ambiental. En este sentido, la innovación no solo es una herramienta estratégica, sino un motor que impulsa la transformación positiva de la ESS y contribuye a la construcción de una sociedad más justa y equitativa (Parada Camargo y otros, 2017).

La innovación también está presente en la educación ya que en la educación no solo implica la adopción de tecnologías avanzadas, y metodologías activas sino también la promoción de un pensamiento crítico y creativo que habilite a los individuos para abordar los desafíos sociales y económicos de manera innovadora, desde el interior o exterior del aula de clase y ha generado la resistencia a la adecuación en todos los ámbitos educativos e involucra a todas las partes que participan en la transmisión del conocimiento (García, 2021).

## **Innovación educativa: bases para la transformación de la economía social y solidaria**

La innovación emerge de situaciones desafiantes, en contextos donde ni el mercado ni el sector público han logrado satisfacer las necesidades y demandas de la comunidad. Estas innovaciones son respuestas creativas a las carencias y deficiencias existentes, nacidas de la urgencia y la necesidad. Sin embargo, su implementación y expansión más allá del ámbito local suelen enfrentar numerosos desafíos, incluso los efectos de la pandemia por la COVID-19 y los cambios en el medio ambiente acentuarán la importancia de la generación de innovaciones en las próximas décadas, sobre todo en materia educativa (Lund y otros, 2021). La innovación educativa, al promover un enfoque pedagógico que fomente el pensamiento crítico, la responsabilidad social y la creatividad, prepara a los individuos para abrazar los principios fundamentales de la ESS. Al incorporar en los programas educativos valores como la solidaridad y la cooperación, se cultiva una mentalidad emprendedora con un fuerte énfasis positivo en la parte social.

Aunque el aprendizaje a distancia fue el estándar de oro durante el confinamiento debido a la pandemia COVID-19, posteriormente se ha ido combinando con la presencialidad, la educación tiende hacia la innovación en todos los ámbitos (ENDUCO, 2024) y, en especial, a la forma de enseñar, particularmente hablado de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y de que uno de los más importantes y transversales es el de la educación de calidad.

Tal y como lo refiere Zabalza y Zabalza (2012) la innovación educativa no es simplemente hacer algo distinto, sino que, lo que se va a emprender en algún campo educativo nos brinde mejores resultados. La innovación educativa implica un proceso de mejora que se produce a partir de la transformación de estrategias didácticas; la introducción de herramientas y recursos tecnológicos; y la práctica docente en sus diferentes ámbitos de aplicación para ofrecer mejores resultados en el campo de la educación (Martínez, 2021).

Los avances en la innovación educativa no solo buscan mejorar los rendimientos económicos a través de la educación, sino también generar un enfoque positivo en la sociedad. La integración de la innovación educativa en la ESS tiene el potencial de remodelar la forma en que las y los estudiantes se abordan los problemas sociales y económicos desde proyectos académicos integradores, adquiriendo nuevas capacidades institucionales, económicas, sociales y políticas enfocadas en el desarrollo de innovaciones de cada comunidad para responder a los nuevos desafíos de los mercados globales de la mano de la educación e innovación educativa (Breznitz, 2021).

Las instituciones educativas deben actualizarse para poder ofrecer a los estudiantes carreras que sean competitivas en el mercado laboral. Según Willis Towers Watson, en el año 2018, más del 60% de los niños que asistían a la escuela trabajarán en una carrera que actualmente no existe; asimismo, empleos que comenzaron en un proyecto escolar terminaron siendo grandes empresas; incluso trabajos a través de empresas y plataformas como Uber, Shipt y Upwork comenzaron como experimentos *STEAM*, pero ahora sirven como puertas de entrada a la economía de diferentes mercados que algún día podrían rivalizar con el tamaño de la fuerza laboral actual (Raupp, 2020).

En estas circunstancias se inserta la idea de la educación *STEM* (que incorpora Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas), la cual se ha contemplado desde la década de 1990 en los EUA hasta la fecha (2024), aunque pocos docentes parecen saber cómo poner en práctica dicha educación (Kelley & Knowles, 2016). En sus inicios, la educación *STEM* se enfocó en mejorar la ciencia y las matemáticas como disciplinas aisladas (Breiner, 2015) con poca integración y atención a la tecnología o la ingeniería; además, las asignaturas de *STEM* a menudo se enseñaban desconectadas de las artes, la creatividad y el diseño (Hoachlander y Yanofsky, 2015).

En respuesta a esto, en el año de 1989 surgió la metodología *STEAM* (Science, Technology, Engineering, Arts and Math) como marco para la educación a través de las disciplinas, incorporando un nuevo paradigma que mostraba a la ciencia y la

tecnología siendo interpretadas a través de la ingeniería y de las artes (Cilleruelo y Zubiaga, 2014). Bajo ese esquema, los nuevos modelos de investigación educativa deberían de considerar la progresiva integración de las artes en el marco de las disciplinas científicas: el paso del *STEM* to *STEAM* (Resnick y Rosenbaum, 2015).

Es importante mencionar la valoración del matiz y la integración de las humanidades, por lo cual se agregó la “A” a “*STEM*” y ahora es “*STEAM*”. Esa letra “A”, de Arte, conjunta no solo a las humanidades, sino también a diversos proyectos transversales; en especial, se resalta el papel de la investigación científica para humanizar las condiciones y los campos que engloban al ser humano. En el caso de la educación, se ha intentado sensibilizar con esta adición para promover la creatividad y la motivación de los estudiantes, al obtener así un mejor rendimiento académico, el cual pueda ir atendiendo a las necesidades de los estudiantes a través del acompañamiento permanente, lo que puede ayudar a subsanar algunas causas personales, institucionales, económicas y contextuales de la deserción educativa y el rezago escolar, a través de los cambios intencionales y organizados en el campo específico de la enseñanza y del aprendizaje como fundamento de una capacitación que motive al estudiante al emprendurismo (Chiroque, 2012).

Un *Makerspace* es el espacio físico donde la comunidad educativa realiza proyectos multidisciplinarios a través de profesores y estudiantes generando conocimiento y respuesta a problemas reales de la comunidad. Dichos espacios son comúnmente espacios alternos al aula que funcionan como talleres para realizar proyectos que brindan soluciones a problemas con base en las necesidades de la comunidad, en dichos espacios se realizan alternativas para proyectos para emprendimiento y que si cada estudiante implementa podría lograr generar una ESS desde su comunidad (Wilczynski, 2015).

A partir de lo anterior, sobrevino el auge de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) que han conducido a un incremento constante en la producción y distribución del conocimiento. Esto ha llevado a una innovación en la educación del siglo XXI, en donde se rompen ciertos paradigmas sobre las formas de

enseñanza tanto para directivos, docentes e instituciones de enseñanza básica, media y superior (UNESCO, 2018).

Ante este panorama, se ha resaltado que las instituciones educativas deben incorporar herramientas que ayuden al alumno a vincular experiencias y materias *STEAM* para lograr un conocimiento dinámico, el cual se convierta en un aprendizaje significativo pero que sumen a contribuir y fortalecer a través del aprendizaje estrategias para la ESS de su entorno. Por ello, el gobierno debería otorgar becas y financiamiento adicional que tenga relación con las materias *STEAM* para así crear una educación accesible en donde surjan estudiantes capacitados para resolver problemas de la comunidad al implementar dicha metodología educativa pero que embona perfectamente con la economía (Obama, 2019).

Desprendiéndose de lo anterior, se ha señalado que, a medida que los alumnos maduran, conectar el aprendizaje *STEAM* con problemas del mundo real se vuelve clave. Por ejemplo, una vez que se intervino en la construcción de la Torre de Lego más alta, los estudiantes ahora pueden ser llevados a resolver problemas en la escuela o en el hogar incluso en la comunidad mediante la experimentación y la aplicación de ideas que han aprendido en clase y que se pueden desarrollar en una sociedad que de luz a nuevas y nuevos estudiantes generadores de proyectos para la ESS y menos consumidores. Por ende, una educación basada en la metodología didáctica *STEAM-Makerspace* debe centrarse en la construcción práctica y la resolución de problemas, en lugar de memorizar el material de los libros de texto para involucrar a los estudiantes, ellos buscan hacer por ellos mismos con la gestión del conocimiento aplicado y compartido, y no por un consumismo irracional (Raupp, 2020).

La educación *Steam-Makerspace* atiende lo siguiente: a) busca responder a los desafíos económicos globales que muchas naciones enfrentan, (b) reconoce la demanda de alfabetización *Steam-Makerspace* para resolver problemas tecnológicos y ambientales globales, y (c) se enfoca en el conocimiento necesario para desarrollar habilidades de la fuerza de trabajo requeridas en el siglo XXI

(Bybee, 2013) en especial, con enfoque local y comunitario para resolver problemas globales con acciones locales.

La filosofía de la metodología *Steam-Makerspace* propone una leyenda llamada “*Do it yourself*” que busca que el estudiante proponga, realice, resuelva y lo haga el mismo. Si algo en su hogar o comunidad falla, antes de comprar piezas nuevas, la metodología propone dar solución y evitar consumir o comprar dichas piezas, por lo tanto, la metodología *Steam-Makerspace* si se fortalece en las instituciones educativas con el giro de resolver situaciones de su comunidad, podrá plantearse desde esta perspectiva que al elaborar proyectos académicos con el tiempo podrán evolucionar y ser proyectos rurales, comunitarios, sociales en la elaboración de productos, servicios que generen empleo, que resuelvan la sobrevivencia de los pobladores de una comunidad así como establecer una ruta para visualizar la incidencia de las organizaciones solidarias en el desarrollo y apuntando claves a tomar en cuenta para gestionar el crecimiento organizacional con innovación a través del enfoque de economía social y solidaria (Ibarra, 2011).

La innovación educativa se centra en procesos, pues no solo requiere de equipos y tecnología de punta para aumentar la productividad, sino también de nuevas formas de gestión donde se estimule el potencial creativo e intelectual de todos los integrantes de la institución educativa para darle respuesta a las necesidades económicas, sociales y políticas de la población (Ibarra, 2015). Además, la innovación en la educación no solo impulsa la adquisición de habilidades técnicas, sino que también moldea valores esenciales para la ESS, tales como la solidaridad, la responsabilidad social y el pensamiento crítico. Al formar individuos con una mentalidad emprendedora centrada en el bien común, la innovación educativa se convierte en un catalizador clave para la consolidación y expansión de prácticas económicas que buscan la equidad y la sostenibilidad.

## **Formación educativa en la innovación para la economía social y solidaria**

La educación en la innovación, podría estar enfocada a formar individuos con habilidades emprendedoras, éticas y colaborativas, se convierte en un catalizador fundamental para la consolidación y expansión de una ESS que busca la prosperidad colectiva y la sostenibilidad a largo plazo. Así, la educación para vocaciones tempranas en la ESS no solo es un camino hacia carreras profesionales significativas, sino una invitación a ser agentes activos en la construcción de un futuro donde la prosperidad se mida por el bienestar colectivo.

La dificultad para escalar estas soluciones y extender sus beneficios a una población más amplia es una problemática recurrente. Esto se debe, en parte, a la complejidad de los problemas que abordan y a la falta de recursos o apoyo institucional. A pesar de estos obstáculos, la innovación educativa es social ya que puede generar cambios significativos, ofreciendo soluciones novedosas y efectivas que pueden ser adaptadas y aplicadas en diferentes contextos de las comunidades, regiones, estados o países (Parada Camargo y otros, 2017).

La ESS se presenta como un espacio donde la innovación y la influencia social convergen, desafiando a los jóvenes a explorar soluciones creativas para abordar desafíos locales. Al incorporar conceptos de sostenibilidad, responsabilidad social y cooperación desde edades tempranas, se prepara a los estudiantes para entender que sus elecciones pueden influir positivamente en la comunidad en la que viven.

La innovación educativa, va más allá de la transmisión de conocimientos convencionales; se trata de cultivar la capacidad de pensar de manera crítica, identificar oportunidades y proponer soluciones creativas a los desafíos locales. Desde la escuela, se pueden integrar programas curriculares que inspiren a los estudiantes a explorar y desarrollar proyectos con un enfoque en la ESS. Estos proyectos podrían caracterizarse porque de acuerdo con (Osorio, 2004) la productividad y la competitividad se basan de forma creciente en la generación de nuevos conocimientos y hacia una equidad económica.

Es esencial que la formación en innovación para la ESS incluya componentes éticos y sociales, inculcando valores de responsabilidad, solidaridad y respeto por la diversidad. Los estudiantes deben comprender no solo la importancia de generar valor económico, sino también cómo este valor puede contribuir al bienestar de la comunidad en su conjunto, relacionando la información, la formación y el aprendizaje utilizando el entretenimiento como herramienta de comunicación (Madrrián, 2015) para apoyar el aprendizaje.

Cabe señalar, que los proyectos de ESS para que puedan alcanzar metas establecidas innovación para el emprendimiento e innovación educativa, y se propone que, a partir de su aplicación en la educación de calidad, se pueda formar a estudiantes bajo un nuevo esquema de equidad, solidaridad, sostenibilidad y cooperación. Para lograrlo, es necesario implementar el modelo del enfoque pedagógico del aprendizaje basado en problemas propuesto por Dueñas (2001) en el que hay implícita una dinámica de trabajo que permite facilitar el proceso de aprendizaje y desarrollar habilidades, actitudes y valores importantes para mediar en la formación del estudiante.

El Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) es un método pedagógico en el cual los estudiantes aprenden resolviendo problemas del mundo real. El ABP ha sido abordado por varios autores a lo largo del tiempo como Howard S. Barrows, John H. McMillan, José Miguel Correa Gorospe, Donald Woods y Lorraine Stefani entre otros (Duque y otros, 2021).

Además, el enfoque educativo del ABP deberá fomentar habilidades colaborativas, el trabajo en equipo y el pensamiento sistémico. La ESS se nutre de la participación colectiva y la interconexión entre sus miembros, y la formación educativa debe preparar a los estudiantes para trabajar de manera efectiva en equipos diversos, considerando las complejidades de su entorno social, pero sobre todo permiten el acceso a educación de calidad a estudiantes de todo el mundo, contribuyendo de esa forma a la equidad en el proceso educativo (Maldonado, 2015).

Cabe destacar que esta formación en innovación no busca simplemente crear emprendedores individuales, sino ciudadanos conscientes y comprometidos con el desarrollo sostenible. Se trata de empoderar a los estudiantes no solo para identificar problemas, sino para convertirse en agentes de cambio que contribuyan a la construcción del desarrollo económico y bienestar de la sociedad y las comunidades en materia de innovación (Leal, 2020).

La colaboración entre organizaciones de la ESS, entidades gubernamentales, y el sector privado puede ser clave para superar los desafíos inherentes a la escalabilidad. Asimismo, el fortalecimiento de redes y la difusión de conocimientos y experiencias exitosas son fundamentales para que la innovación educativa no solo resuelva problemas locales a través de la ESS, sino que también inspire y se replique en otros lugares, maximizando, así como su alcance en la reactivación en su totalidad para propiciar la sobrevivencia de la pequeña y mediana empresa, principales generadoras de empleo (Dávila y Valdés, 2020).

En América Latina, los desafíos de inclusión social y pobreza extrema son agudamente evidentes, a pesar de las ricas fortalezas culturales, la abundancia de recursos naturales y la diversidad que caracteriza a la región. Esta realidad contrastante ha impulsado una serie de esfuerzos orientados a superar estas dificultades. Estos esfuerzos no solo provienen de instituciones gubernamentales, sino también de la academia, ONG y otras organizaciones (Dávila-Flores y Valdés-Ibarra, 2020).

La ESS, tal como ha sido conceptualizada y promovida, no solo como una alternativa al modelo capitalista y a las limitaciones del sector público, sino que también encarna un campo fértil para la innovación social y económica. Durante la pandemia COVID-19 no solo transformó negativamente la vida de millones de ciudadanos. Particularmente en México, alteró la economía familiar, las relaciones sociales, la vida escolar, el trabajo (Mendoza–González, 2020), pero también canceló las expectativas de poder acceder a un desarrollo sostenible sobre todo a una economía solidaria, donde los desafíos globales exigen respuestas creativas y sostenibles.

Desde hace décadas, han emergido un creciente consenso sobre la necesidad de reformular los modelos económicos que influyen en la dinámica social global, con un enfoque particular en América Latina y México. Frente a la insostenibilidad de los modelos socioeconómicos tradicionales, la innovación en la economía se ha presentado como una respuesta clave (Duque y otros, 2021).

Según la investigación de Arce (2020), la incorporación de estas economías en las políticas gubernamentales, especialmente en la contratación pública, puede transformar significativamente la manera en que los gobiernos y las sociedades abordan los desafíos del desarrollo sostenible. Estos enfoques no solo ofrecen soluciones innovadoras a problemas contemporáneos, sino que también establecen estructuras que fomentan la cooperación, la equidad y la responsabilidad ambiental, elementos clave en la construcción de un futuro más sostenible y solidario (Duque y otros, 2021).

En América Latina, la economía solidaria emerge como una respuesta crítica al modelo capitalista y a las limitaciones del sector público. En México, según estudios de Battisti en el año 2020 y Boulianne en el año 2003, la economía solidaria no solo busca garantizar una existencia digna para todos, sino que también desafía las estructuras económicas tradicionales. Este movimiento, enraizado en principios de equidad y solidaridad, propone una redistribución más justa de la riqueza y el poder, enfatizando la necesidad de un cambio social profundo que beneficie a las poblaciones más vulnerables a través de la innovación social (Duque y otros, 2021).

En América Latina, esta innovación se manifiesta en la forma en que las comunidades abordan la pobreza, la distribución de recursos y la justicia social, redefiniendo así el paradigma económico tradicional ya que el integrar la perspectiva de la innovación educativa en el ámbito de la economía solidaria, la cual no se limita a la introducción de nuevas tecnologías o prácticas de emprendimiento; más bien, se trata de una reinención de las relaciones económicas y sociales, fundamentada en principios de equidad, solidaridad y cooperación. La economía solidaria, enriquecida por la innovación, se convierte en una poderosa herramienta para el

cambio social, ofreciendo un modelo replicable y adaptable a diferentes contextos y necesidades (Acuña, 2015).

En este sentido, la economía solidaria y la innovación se presentan como elementos clave para el fortalecimiento y la transformación de las sociedades y más en la educación donde se refleja en la elección de carreras, donde el alumno no busque incursionar en los *High-wage & High-tech Jobs*, es decir puestos directivos en el ámbito de la tecnología con altos salarios y busque mejor incursionar en emprender y fomentar la creación de productos y servicios con perspectiva de la ESS (Navarro, 2012).

Con relación a lo anterior, la educación orientada a cultivar vocaciones tempranas en la ESS representa un catalizador vital para el desarrollo de una generación de pensadores y actores comprometidos con la construcción de un mundo más justo y sostenible. En este contexto educativo, se busca nutrir el espíritu emprendedor de los estudiantes desde el comienzo de su recorrido académico, fomentando una perspectiva que va más allá del mero logro individual (Duque y otros, 2021).

La ESS es una forma alternativa y progresista de organización tanto en el ámbito social como en el económico. Dentro de este marco, se generan iniciativas innovadoras que van más allá de la mera producción y distribución de bienes y servicios; estas iniciativas buscan integrar y potenciar aspectos sociales, culturales y económicos. Este enfoque de la economía social no solo busca soluciones a los desafíos económicos, sino que también se centra en el desarrollo y fortalecimiento de la comunidad, promoviendo prácticas que son sostenibles, inclusivas y equitativas (Tealdo y otros, 2020).

Es esencial comprender la ESS en relación con el proceso integral de producción, distribución, consumo e intercambio, que incluye también aspectos como el desarrollo financiero y la comunicación. Esta visión implica una aproximación basada en cadenas o redes socio-productivas, donde cada etapa del proceso es crucial y está interconectada a los patrones de consumo final y productivo. El papel de los gobiernos en el desarrollo y fortalecimiento de la ESS es crucial,

especialmente cuando se considera su potencial contribución al cumplimiento como la solidaridad, la justicia social y medioambiental, la ayuda mutua, la autogestión, la cooperación y la participación democrática, ofrece un enfoque único y poderoso para abordar los retos globales. (Tealdo y otros 2020).

La sociedad contemporánea enfrenta desafíos significativos que exigen enfoques innovadores para abordar cuestiones económicas y sociales. En este contexto, la formación de estudiantes emerge como un terreno estratégico donde la innovación puede desempeñar un papel transformador, especialmente cuando se enfoca en el desarrollo de proyectos con un enfoque claro en la ESS. La formación educativa innovadora con enfoque ESS no solo transmite conocimientos, sino que también cultive habilidades emprendedoras y éticas, capacitando a los estudiantes para liderar iniciativas que impacten positivamente en sus comunidades (Arundel, 2019).

La educación dirigida a fomentar vocaciones tempranas en la ESS se erige como un faro guía que ilumina las posibilidades de un futuro donde el propósito y la prosperidad colectiva convergen. En este paradigma educativo, se busca despertar la curiosidad y la inquietud emprendedora en los estudiantes, instándolos a considerar la ESS no solo como una carrera, sino como un camino hacia la construcción de comunidades más resilientes y equitativas (Tealdo y otros, 2020).

Desde una edad temprana, se promueve la exploración de soluciones creativas a los desafíos sociales, nutriendo una mentalidad que valora el alcance positivo tanto como el éxito individual. La educación hacia las vocaciones tempranas en la ESS no solo se trata de transferir conocimientos, sino de nutrir una perspectiva que ve en cada desafío una oportunidad para contribuir al bien común. La innovación educativa para la formación de estudiantes bajo esquema de ESS implica ir más allá de los métodos educativos convencionales y adoptar enfoques dinámicos que fomenten la creatividad, la colaboración y la resolución de problemas (Ramírez y Chávez, 2020).

En el contexto de la ESS, esto implica desarrollar programas curriculares que no solo enseñen los fundamentos teóricos de la economía social, sino que también

proporcionen experiencias prácticas que permitan a los estudiantes aplicar estos conceptos en proyectos tangibles decir, por medio de nuevas formas de integración y colaboración que transformen nuestras realidades, donde la educación deberá convertirse en uno de los principales actores que impulse el diálogo social y la transformación de las instituciones que nos han regido sin los menores principios de ética, inclusión y solidaridad (De Sousa Santos, 2019). Estos proyectos pueden abordar diversas áreas, desde la creación de cooperativas y emprendimientos sociales hasta la implementación de soluciones innovadoras para desafíos específicos de la comunidad.

En relación con lo anterior, el Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes - Gobierno de España menciona que se deben identificar variables y/o factores que considerar en la integración de la aplicación de los contenidos de ESS en los planes y programas de estudio, así como en trabajo por proyectos en donde se implemente la metodología *Steam-Makerspace* como un espacio alternativo al aula donde permita que los estudiantes puedan resolver o proponer diferentes escenarios económicos comunitarios en beneficio de la comunidad (MEFPD, 2024).

El *Makerspace* es el espacio idóneo para potencializar la realización de proyectos. Es preciso consultar las iniciativas del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes - Gobierno de España, por ejemplo<sup>11</sup>: “Generando vocaciones. *STEAM LH* es un proyecto de *Ikaslan Bizkaia* que tiene como objetivo fomentar inspirar vocaciones y aspiraciones profesionales”, otro ejemplo sería, “Los *I Premios ISOY* quieren premiar aquellas iniciativas, personas, instituciones o empresas que buscan impulsar la presencia y participación de niñas y mujeres en áreas educativas y ámbitos *STEM*” (MEFPD, 2024).

Proyectos como *Technovation* es el concurso internacional para acercar la tecnología y el emprendimiento a las niñas más grandes del mundo. Y considerar

---

<sup>11</sup> Advertencia al lector: Para la consulta de las iniciativas es necesario visitar el catálogo del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes - Gobierno de España de forma individual, el entrecomillado solo hace referencia a los nombres y objetivos de los ejemplos tomados tal cual de la página oficial mencionada.

también otros proyectos que tienen enfoque *Steam–Makerspace* en la ESS son: #EmpleandoDigital es un proyecto que nace con el objetivo de dar respuesta a las necesidades, en materia de empleabilidad de los colectivos más vulnerables, ante un mercado laboral modificado por la transformación digital. *MASSTEAM* es una iniciativa de orientación inmersiva para la promoción de los estudios científico-tecnológicos en las chicas y jóvenes de 3º y 4º de Secundaria, favoreciendo las vocaciones tempranas y el gusto e interés por implementar la metodología *Steam–MakerSpace* desde la enseñanza–aprendizaje fuera del aula como una metodología para resolver problemas o necesidades de las comunidades comunitarias y con enfoque en la ESS. Lo anterior se transforman en proyectos que impulsan las empresas y entidades miembros de la Alianza territorial y *STEAM* con la ESS (MEFPD, 2024).

Desde la pandemia COVID–19, la educación en México incorporó métodos pedagógicos para estimular el pensamiento crítico y la resolución de problemas desde casa permitiendo cuestionar e imaginar las nuevas directrices y oportunidades de cambio (Ramírez y Chávez, 2020) para comprender los principios de la ESS, en donde el estudiante se vuelva un agente activo en la solución de problemas sociales y económicos para su comunidad, aplicando los conocimientos del aula y bajo el aprendizaje basado en proyectos, permite no solo adquirir conocimientos teóricos, sino también aplicarlos de manera práctica, desarrollando así habilidades transferibles esenciales para la vida y el trabajo.

La colaboración y el trabajo en equipo son elementos clave en la ESS, y la formación innovadora debe reflejar esta realidad. Asimismo, la formación innovadora en la educación para la ESS, debe ir de la mano con el desarrollo de habilidades blandas, como la empatía, la comunicación efectiva y el liderazgo ético. Estos aspectos son fundamentales para que los estudiantes no solo desarrollen proyectos exitosos desde el punto de vista económico, sino también proyectos que sean sostenibles en sus comunidades, trayendo consigo realidades adversas como el cambio climático y la destrucción de ecosistemas por las actividades extractivas de recursos

naturales para satisfacer las necesidades de la humanidad (Tulegenova y Baimukhametova, 2020).

La innovación educativa en la ESS debe extenderse más allá del aula de clases. La colaboración con actores del sector social y la integración de experiencias de aprendizaje en entornos comunitarios reales fortalecen la conexión entre la teoría y la práctica, preparando a los estudiantes para comprender las complejidades del entorno en el que pretenden implementar sus proyectos. Al enfocarse en la participación de todos los sectores de la sociedad, se plantea entonces la importancia de estudiar la implementación de modelos de economía verde en las regiones, y saber a nivel de desarrollo económico qué beneficios ha traído el uso de estas metodologías (Nepal y otros, 2021), por lo que esta propuesta busca fomentar una colaboración inclusiva que refuerce los principios de equidad y justicia social, siendo un motor para el cambio positivo y duradero en la región.

En este enfoque educativo, se busca cultivar la semilla del emprendimiento social y la responsabilidad comunitaria en los estudiantes, instigando la comprensión de que la actividad económica puede y debe ir de la mano con el beneficio social. Introducir a los estudiantes a los principios fundamentales de la ESS desde una etapa temprana implica no solo proporcionar conocimientos teóricos, sino también estimular la creatividad y el pensamiento crítico a través de experiencias prácticas. Se trata de inspirar a los jóvenes a explorar soluciones innovadoras a desafíos sociales, fomentando el espíritu colaborativo y la conciencia de la interconexión entre el éxito individual y el bienestar colectivo. En este proceso educativo, se busca forjar una generación de líderes y emprendedores sociales que, desde sus primeros años, entiendan que el propósito y la rentabilidad pueden converger, sentando las bases para una sociedad más justa.

La colaboración entre estudiantes de diversas disciplinas y la inmersión en entornos comunitarios reales trasciende los límites del aula, permitiendo a los estudiantes no solo comprender las complejidades de la realidad social, los cuales se compensan en términos de rentabilidad en el mediano y largo plazo (Pulicherla y otros, 2022), situación que no se alcanza a mitigar en las etapas tempranas de los nuevos

emprendimientos y en donde carecen de soluciones que resuenen auténticamente con las necesidades locales.

La innovación educativa para la formación de estudiantes bajo esquema de ESS para estudiantes destinada al desarrollo de proyectos con enfoque en la ESS es esencial para preparar a la próxima generación de líderes conscientes y emprendedores sociales. Al cultivar la creatividad, la colaboración y la responsabilidad social desde las etapas iniciales de la educación, se establecen las bases para una sociedad donde la innovación no solo es un concepto académico, sino una fuerza motriz que impulsa el cambio positivo y sostenible en todas las esferas de la vida comunitaria, sobre todo considerar que la importancia de la innovación educativa es un factor emergente para el fortalecimiento de capacitación, desarrollo de productos y servicios para proyectar una comunidad rural, comunitaria o de emprendimiento bajo los principios de la economía social.

## **Conclusión**

El trabajo aborda los procesos de actuación de la innovación como un catalizador esencial para el desarrollo y fortalecimiento, y cómo la ESS se adapta y responde a los desafíos económicos, sociales y medioambientales contemporáneos. La innovación en este marco, no se limita a avances tecnológicos o empresariales, sino que incluye la reinención de relaciones económicas y sociales, fundamentada en principios de equidad, solidaridad y cooperación como respuesta a las limitaciones de los modelos socioeconómicos tradicionales y su rol en satisfacer necesidades locales y fortalecer las comunidades. La innovación social en la ESS ha surgido como respuesta a desafíos locales, demostrando su capacidad para generar soluciones efectivas y replicables en diversos contextos. Estas iniciativas resaltan la necesidad de un entorno que promueva la expansión de la innovación social, destacando el papel de las políticas públicas y la colaboración entre distintos sectores de la sociedad.

La metodología *STEAM* (Ciencia, Tecnología, Ingeniería, Artes y Matemáticas) aplicada en *makerspaces* puede desempeñar un papel fundamental en el fomento de vocaciones tempranas, ya que nutre el espíritu creativo e innovador desde edades tempranas. Estos espacios de aprendizaje ofrecen a los estudiantes la oportunidad de experimentar, diseñar y construir proyectos tangibles, desarrollando habilidades prácticas y resolviendo problemas de manera colaborativa.

Al vincular la metodología *STEAM* con las vocaciones tempranas, se contribuye a la formación de individuos capaces de abordar desafíos sociales mediante soluciones emprendedoras. En este contexto, la conexión entre *STEAM* y las vocaciones tempranas impulsa la economía social y solidaria, al cultivar la capacidad de los jóvenes para generar ideas innovadoras que impacten de manera positiva en sus comunidades. Este enfoque no solo promueve el desarrollo de habilidades técnicas, sino también valores fundamentales de colaboración, responsabilidad social y sostenibilidad, construyendo así una base sólida para la participación activa en una economía basada en la solidaridad y el bien común.

La metodología *STEAM makerspace* emerge como un catalizador esencial para el fortalecimiento de la economía social y solidaria. Además, radica en la promoción de habilidades creativas y tecnológicas que son fundamentales para el emprendimiento comunitario. Al potenciar el pensamiento crítico y la resolución de problemas desde una perspectiva interdisciplinaria, la metodología *STEAM* contribuye directamente a la formación de individuos capaces de impulsar proyectos sociales y solidarios. Esta sinergia entre la educación *STEAM* y la economía social no solo nutre la capacidad técnica de los participantes, sino que también fomenta valores de cooperación, equidad y sostenibilidad, sentando las bases para un enfoque más inclusivo y colaborativo en el desarrollo económico.

Por último, la ESS enriquecida por la innovación educativa, se posiciona como una herramienta poderosa para el cambio social, ofreciendo un modelo replicable y adaptable para el desarrollo sostenible. Su éxito futuro dependerá de la capacidad de integrar de manera efectiva la innovación en sus prácticas, asegurando así que, para que la ESS siga siendo relevante y efectiva en un mundo en constante

evolución, se debe propiciar el potenciar vocaciones tempranas, en el sistema educativo.

La formación innovadora para estudiantes no solo está destinada a prepararlos para una carrera exitosa, sino para cultivar una mentalidad emprendedora que valore la equidad, la sostenibilidad y el bienestar común. Al proporcionarles las herramientas y experiencias necesarias para comprender y aplicar los principios de la ESS, se está cimentando una base para una generación de ciudadanos y líderes que no solo prosperan individualmente, sino que también contribuyen activamente a la construcción de sociedades más justas y solidarias.

## Referencias

- Acuña, Karla Fabiola; Irigoyen, Juan José y Yerith Jiménez, Miriam. “La modalidad del material de estudio y su efecto en el desempeño lector en estudiantes universitarios”, *Enseñanza e Investigación en Psicología*, vol. 21, núm. 3, septiembre-diciembre, 2016, pp. 213-225 Disponible: <https://www.redalyc.org/pdf/292/29248182001.pdf> [Acceso 20 de noviembre 2023].
- Arriaga Cárdenas Omar Guillermo y Lara Magaña Paola del Carmen. “A simple expression for the Shapley value in a special case [Una expresión simple para el valor de Shapley en un caso especial]”, 1973, *Management Science*, No. 20, Vol. 3, pp. 370-372.
- Arundel Anthony, Carter Bloch y Barry Ferguson. “Advancing innovation in the public sector: Aligning innovation measurement with policy goals”, 2019, *Research Policy*, No. 48, pp. 789-798 Disponible: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733318302956> [Acceso 26 de noviembre 2023].

Asociación Española para la Digitalización. “El desafío de las vocaciones STEM.

Por qué los jóvenes españoles descartan los estudios de ciencia y tecnología”, 2019 Disponible: <https://www.digitales.es/wp-content/uploads/2019/09/Informe-EL-DESAFIO-DE-LAS-VOCACIONES-STEM-DIGITAL-AF-1.pdf> [Acceso 17 de octubre 2023].

Breiner Jonathan M., Sheats Harkness Shelly, C. Johnson Carla y M. Koehler Catherine. “What is STEM? A discussion about conceptions of STEM in education and partnerships”, *School Science and Mathematics*, No. 112 Vol. 1, 2015, pp. 3-11.

Breznitz, Dan. “Innovation in Real Places: Strategies for Prosperity in an Unforgiving World”, en Nueva York, Oxford University Press, 2021 Disponible: <https://www.oecd-forum.org/posts/innovation-in-real-places-strategies-for-prosperity-in-an-unforgiving-world-by-dan-breznitz> Disponible: [https://www.researchgate.net/publication/264295459\\_What\\_is\\_STEM\\_A\\_discussion\\_about\\_Conceptions\\_of\\_STEM\\_in\\_education\\_and\\_partnerships](https://www.researchgate.net/publication/264295459_What_is_STEM_A_discussion_about_Conceptions_of_STEM_in_education_and_partnerships) [Acceso 23 de agosto 2023].

Bybee, Rodger W. “Advancing STEM education: A 2020 vision. Technology and Engineering Teacher”, 2010, Vol. 70, No. 1, pp. 30-35 Disponible: <https://eric.ed.gov/?id=EJ898909> [Acceso 14 de octubre 2023].

Canizales Muñoz Luis Darío. “Elementos clave de la innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas”, *Revista Innova ITFIP*, 2020, Vol. 6, No. 1, pp. 50-69. Disponible: <http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/78> [Acceso 01 de septiembre 2023].

Castellanos Rincón Aindel. “Efectos de la educación de la emergencia sanitaria por COVID 19: deserción escolar, afectación del logro educativo y de la salud de los estudiantes. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar”, 2022, No.6, Vol. 4, pp. 3598-3619.

CEPAL. “Alicia Bárcena reiteró su llamado a enfrentar con mayor integración regional las profundas asimetrías observadas entre los países desarrollados y en desarrollo en su capacidad de respuesta ante la crisis”, en Noticias de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Disponible: <https://www.cepal.org/es/comunicados/alicia-barcena-reitero-su-llamado-enfrentar-mayor-integracion-regional-profundas> [Acceso 26 de agosto del 2023].

Chea, E., Thuon, T., y Phonhalath, K. “What is a Green Economy? Review of National-Level Green Economy Policies in Cambodia and Lao PDR”. *Sustainability: Science Practice and Policy*, 2020, No. 12, Vo. 16, Pág. 6664. Disponible: <https://doi.org/10.3390/su12166664>

Cienfuegos Terrón Marco Aurelio. “La democracia como factor de desigualdad en América Latina y México” *Quivera. Revista de Estudios Territoriales*, 2023, vol. 25, núm. 2, p. 9-31 Disponible: <https://quivera.uaemex.mx/article/view/20400> [Acceso 18 de julio 2023].

Cifuentes-Faura, Javier. “Docencia online y COVID-19: la necesidad de reinventarse”, *Revista de Estilos de Aprendizaje*, Vol. 13 (Especial), pp. 115–127. Disponible: <https://doi.org/10.55777/rea.v13iespecial.2149> [Acceso 2 de septiembre 2023].

Cilleruelo, L., Zubiaga, A. “Una aproximación a la Educación STEAM. Prácticas educativas en la encrucijada arte, ciencia y tecnología”, 2014, Disponible: <https://www.augustozubiaga.com/web/wp-content/uploads/2014/11/STEM-TO-STEAM.pdf> [Acceso 4 de octubre 2023].

Chiroque Chunga Sigfredo, “Cuando las innovaciones educativas se validan y sistematizan para convertirse en propuestas”, *Instituto de Pedagogía Popular*, 2014. Disponible: [https://biblioteca.clacso.edu.ar/Peru/ipp/20170329032239/pdf\\_219.pdf](https://biblioteca.clacso.edu.ar/Peru/ipp/20170329032239/pdf_219.pdf) [Acceso 2 de febrero 2023].

- Dávila-Flores Alejandro y Valdés-Ibarra Miriam, (2020). México. Costos económicos del cierre de las actividades “no esenciales” por la pandemia Covid-19. Análisis multisectorial regional con modelos.
- De Sousa Santos, “Una epistemología del sur. La reinención del conocimiento y la emancipación social” 2009, en CLACSO/Siglo XXI. Disponible: <http://secat.unicen.edu.ar/wp-content/uploads/2020/03/BONAVENTURA-SOUSA-EPISTEMOLOGIA-DEL-SUR.pdf> [Acceso 13 de septiembre 2023].
- Dueñas, V, “El aprendizaje basado en problemas como enfoque pedagógico en la educación en salud”, 2001, *Colombia Médica*, No. 32, Vol. 4, pp.189-196.
- Enduco. “Tendencias en educación para 2024”, 2023, Disponible: <https://www.educo.org/blog/tendencias-en-educacion-para-2024> [Acceso 2 de julio 2023].
- Hoyos Oscar, Duque Pedro, García Daniel y Giraldo Sebastián. “Current efforts on sustainable green growth in the manufacturing sector to complement "make in India" for making "self-reliant India."”, 2022, *Environmental Research*, Np. 206, pp. 112-263. Disponible: <https://doi.org/10.1016/j.envres.2021.112263>
- Ferrás Xavier, “Una definición de innovación”, 2014, Disponible: <http://www.innovacion.cl/columna/una-definicion-de-innovacion/> [Acceso 2 de julio 2023].
- González Ulloa Aguirre y Pablo Armando, “Innovación y economía del conocimiento. ¿Qué hay que aprender para México y cuál es el papel de las élites?”, 2014, *Revista Enfoques: Ciencia Política y Administración Pública*, No. XII, Vol. 20, pp.133-156.
- Hoachlander, G., y Yanofsky, D. “Making STEM real: by infusing core academics with rigorous real-world work, linked learning pathways prepare students for both college and career”, 2015, *Educational Leadership*, No. 68, vol. 3, pp. 60–65.

- Ibarra, Fernando, "Presentación", en *Innovación y Economía Social y Solidaria; Retos y aprendizajes de una gestión diferenciada*, Ibarra Garrido Promotores Ltda, Barranquilla, 2011.
- Lund, Susan; Madgavkar, Anu; Manyika, James; Smit, Sven; Ellingrud, Kweilin y Robinson, Olivia (2021), "The future of work after covid-19", Nueva York, McKinsey Global Institute, <<https://cutt.ly/cBCiSQz>>, [Acceso: 21 de octubre de 2023].
- Ibarra Almada Agustín. "Formación de recursos humanos y competencia laboral", 2015, en *Boletín Cinterfor*, Los Retos de la Competitividad ante la Industria, No. 149, pp. 95-107.
- Kelley, Tood R. y Knowles, John Geoff, "A conceptual framework for integrated STEM education", 2016, en *International Journal of STEM Education*, No. 3, Vol. 1, pp. 11.
- Leal Gutiérrez María Elena y Lara Zavala Nydia Guadalupe. "El concepto de innovación en las leyes de ciencias, tecnología e innovación: el caso de México", 2020, Vol. 13.
- Madriñán P. "Modelo de desarrollo de aplicaciones interactivas "eficaces, eficientes, satisfactorias", 2015, *Reposital UNAM- Memorias Virtual Educa*. Disponible:  
<http://reposital.cuaed.unam.mx:8080/jspui/handle/123456789/3931>
- Malagón-Vélez Luis Eduardo. "Aportes conceptuales de la economía social y solidaria a la economía circular", 2021, *Cuadernos de administración*, Np. 37, Vol. 70, Pág. 6.
- Maldonado, K. (2015). Recursos educativos abiertos. Universidad Nacional Autónoma de Honduras.

Martínez Guerra Eduardo. “¿Qué es la innovación educativa?”, 2021, Disponible:  
[https://www.ipn.mx/assets/files/dfie/docs/slider/revista\\_innovacion.pdf](https://www.ipn.mx/assets/files/dfie/docs/slider/revista_innovacion.pdf)  
[Acceso 19 de octubre 2023].

Mendoza-González, Mauricio Fidel. “Rezago social y letalidad en México en el contexto de la pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19): una aproximación desde la perspectiva de la salud colectiva en los ámbitos nacional, estatal y municipal. *Notas de Población*”, 2020, No. 111, 133-154.

Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes. “Alianzas STEAM por el talento femenino”, 2023, Disponible:  
<https://alianzasteam.educacionyfp.gob.es/iniciativas.html>

Moreau, V., Sahakian, M., Van Griethuysen, P., y Vuille, F. “Coming Full Circle. Why Social and Institutional Dimensions Matter for the Circular Economy”, 2017, *Journal of Industrial Ecology*, DOI: 10.1111/jiec.12598

Nepal, Rabindra, Phoumin, Han y Khatri Abiral. “Green Technological Development and Deployment in the Association of Southeast Asian Economies (ASEAN)-At Crossroads or Roundabout?” *Sustainability: Science Practice and Policy*, 2021, No. 13, Vol. 2, pp. 758. Disponible:  
<https://doi.org/10.3390/su13020758>

Obama, B. (2019). What science can do? *ISSUES in Science and Technology*. 25th Aniversary Issue, 25(4), 23-20.

OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos), “La administración del conocimiento en la sociedad del aprendizaje”, 2000, París: OCDE.

OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos), “La Ocde y las políticas de innovación en México. Fundación México-Estados Unidos para la Ciencia”, 2010, Disponible:

[http://www.fumec.org.mx/v5/index.php?option=com\\_content&view=article&id=147:ocde&catid=66:mar&Itemid=153&lang=es](http://www.fumec.org.mx/v5/index.php?option=com_content&view=article&id=147:ocde&catid=66:mar&Itemid=153&lang=es)

Osorio Carlos. "Los efectos de la ingeniería en el aspecto humano. Conferencia presentada en la XXIX Convención Panamericana de Ingeniería, UPAI, 2004", 2004, Ciudad de México, septiembre 22 al 25 de 2004. *Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. Disponible: de <https://www.oei.es/historico/salactsi/osorio7.htm>

Parada Camargo Jenny Edith, Ganga Contreras Francisco Aníbal, Rivera Jiménez Yordaly Yaneth. "Estado del arte de la innovación social: una mirada a la perspectiva de Europa y Latinoamérica", 2017, *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, No. 82, pp. 563-587. ISSN 1012-1587

Pedro Duque, Oscar Eduardo Meza, David Giraldo y Karol Barreto. "Economía Social y Economía Solidaria: un análisis bibliométrico y revisión de literatura", 2001, *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, No. 138, e75566 Disponible: <https://dx.doi.org/10.5209/reve.75566> [Acceso 15 de noviembre 2023]

Ramírez Sánchez Darío y Chávez Jiménez Daniar. "Los impactos sociales de la pandemia causados por el SARSCoV-2 en México", 2020, Disponible: <https://www.redalyc.org/journal/4978/497875196013/>

Raupp, A. "Moving Target: Preparing Today's Minds for The STEM Jobs Of Tomorrow", 2020, Disponibles: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2018/11/08/moving-target-preparing-todays-minds-for-the-stem-jobs-of-tomorrow/#5e269479e147>

Resnick, M., y Rosenbaum, E. "Designing for tinkerability. Design, make, play. Growing the next generation of STEM innovators", 2015, pp. 163-181.

Rivas, Navarro Manuel. "Procesos de aprendizajes cognitivos. Inspección de Educación. Madrid", 2012b, *España: Subdirección General de Inspección*

*Educativa de la Vice conserjería de Organización Educativa de la Comunidad de Madrid.*

Rojas Soriano, Raúl. “Guía para realizar investigaciones sociales”, 2013, Disponible: <https://raulrojassoriano.com/cuallitlanezi/wp-content/themes/raulrojassoriano/assets/libros/guia-realizar-investigaciones-sociales-rojas-soriano>.

SAM. Economía Teoría y Práctica, (número especial), 15-44.  
<https://economiatyp.uam.mx/index.php/ETYP/article/view/568/638>

Santiago, L. “Innovación en lugares reales. Estrategias para la prosperidad en un mundo implacable”, 2024, Disponible:  
<https://www.redalyc.org/journal/1111/11174470013/>

Schumpeter, J. A. “Teoría del desenvolvimiento económico”. *Cuarta Edición, Fondo de Cultura Económica, México D.F. (1968), 1967, Capitalismo, Sociedad y Democracia. Segunda Edición, Aguilar, S.A. De Ediciones, Madrid.*

Tealdo Julio, Lozeco Julio y Sotto Orlando. “La Economía Social y Solidaria como estrategia de innovación social en los Objetivos de Desarrollo Sustentable. Algunas propuestas para la acción”, 2020, *Programa de Economía Social y Solidaria, Universidad Nacional del Litoral. Defensoría del Pueblo de la provincia de Santa Fe.*

Tulegenova, M., y Baimukhametova, A. “Green economy - a promising environment for innovative entrepreneurship”, 2020, en *E3S Web of Conferences*, No. 159, 07003. Disponible:  
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202015907003>

UNESCO. “Educación 2030. Declaración de Incheon-Marco de Acción para la realización del Desarrollo Sostenible 4”, 2018, Paris: ED-2016/WS/28. Disponible: <http://unesdoc.unesco.org/Ulis/cgi-bin/ulis.pl?catno=245656>

Wilczynski Vince. "Academic maker spaces and engineering design", 2015,  
*American Society for Engineering Education*, No. 26, Vo.1.

Zabalza, Miguel A., y Zabalza Cerdñera María. "Innovación y cambio en las  
instituciones educativas", 2012, *Argentina. Homo Sapiens*.

## **Comunicación publicitaria, economía social y solidaria, y responsabilidad social empresarial para la creación de audiencias críticas**

*Advertising communication, social and solidarity economy and corporate social responsibility for the creation of critical audiences*

Shayenska Gutiérrez Pérez

Maestra en Mercadotecnia y Especialista en Investigación Educativa

Profesora-investigadora en Tecnológico Nacional de México,

Centro Interdisciplinario de Investigación y Docencia en Educación

[shayenska.gp@ciidet.tecnm.mx](mailto:shayenska.gp@ciidet.tecnm.mx)

### **Resumen**

Este ensayo solo se abordará la necesidad creciente de integrar información inteligente y emociones en las campañas publicitarias, explorando su potencial para impulsar transformaciones positivas en la sociedad. Se cuestiona hasta qué punto la publicidad puede trascender su enfoque comercial y convertirse en un medio para la comunicación social y solidaria. Se basa en la revisión de conceptos y teorías actuales sobre comunicación publicitaria, así como en principios de mercadotecnia en el tercer sector y responsabilidad social empresarial. Se argumenta que una transición hacia prácticas más socialmente conscientes es necesaria para mantener la relevancia y eficacia de la comunicación en un mundo en evolución hacia la sostenibilidad y la equidad. Se desafía a los profesionales del campo a incorporar de manera permanente la dimensión social y solidaria en su discurso y práctica,

enriqueciendo así la mercadotecnia y fomentando un cambio sostenible. En conclusión, se destaca la importancia de un enfoque más social y comprometido en la comunicación publicitaria para adaptarse a las demandas sociales actuales.

*Palabras clave: Comunicación publicitaria, audiencias críticas, mercadotecnia social, economía social y solidaria, tercer sector, responsabilidad social empresarial.*

## **Abstract**

This essay only approaches the increasing need to integrate smart information and emotions to the advertising campaigns, exploring their potential for driving positive transformations in society. It questions to what extent advertising may go beyond its business approach and turn into a mean for social and solidarity communication. It is based on the review of current concepts and theories about advertising communication, as well as marketing principles of the third sector and corporate social responsibility. It is argued that a transition towards practices which are more socially conscious is needed in order to keep the communication's relevance and efficiency in an evolving world towards sustainability and equity. It challenges professionals in the field to integrate the social and solidarity dimension to their speech and practice in a permanent basis, enriching marketing that way and promoting a sustainable change. In conclusion, it highlights the importance of a more social and committed approach for the advertising communication in order to adapt to the current social demands.

*Keywords: Advertising communication, critical audiences, social marketing, social and solidarity economy, third sector, corporate social responsibility.*

## **Introducción**

¿Hasta qué punto la publicidad puede trascender su tradicional enfoque comercial para convertirse en un vehículo de comunicación social y solidaria? Cuestionar la posibilidad de cómo puede invitar a las audiencias a reflexionar su papel como

agente de cambio social sugiere una exploración de cómo la publicidad puede adaptarse o evolucionar para alcanzar tanto objetivos comerciales como sociales. La pregunta planteada anteriormente guiará la trayectoria de este ensayo, que busca proporcionar una reflexión actualizada sobre la transformación del papel de la comunicación publicitaria, examinada a través del prisma de la Economía Social y Solidaria (ESS). Y el enfoque en la perspectiva de la escuela anglosajona, que teóricamente categorizan a la ESS como una economía social y de tercer sector. Particularmente, se explorará su capacidad para estimular la formación de audiencias críticas y participativas.

En este ensayo, se aborda el concepto de tercer sector según la definición de Labrador y otros (2017), que lo posiciona como un sector intermedio entre las organizaciones públicas y el sector privado tradicional. Vale la pena recordar que esta noción fue inicialmente adoptada en Estados Unidos por Levitt (1973). Además, se consideran también las perspectivas de destacados autores como Defourny (1992), Stiglitz (2009) y Tomás (1997), quienes conceptualizan el tercer sector como una entidad impulsora de actividades micro y macroeconómicas. Este sector desempeña un papel fundamental al corregir los desequilibrios económicos y sociales del mercado, siendo objeto de atención por parte de la comunidad académica en numerosos estudios.

Así, el eje principal serán los cuestionamientos actuales que profesionales y otros actores en el ámbito de la comunicación publicitaria han sumado, especialmente en la última década. Este análisis adquiere una relevancia particular en el contexto de los cambios sociales acelerados por la reciente pandemia de COVID-19, un evento que ha provocado una revisión y un resurgimiento de interrogantes en el sector. Este trabajo no pretende realizar un análisis exhaustivo de conceptos, teorías o definiciones.

En cambio, se basará en fuentes que reflejan la evolución histórica y la experiencia acumulada en las disciplinas y ciencias relevantes para abordar las preguntas planteadas anteriormente e impulsar a seguir reflexionando el tema central que busca contribuir a la generación de nuevos conocimientos, estrategias y técnicas

que permitan crear campañas publicitarias con un enfoque social y solidario, y que deberán adaptarse a las futuras audiencias, las cuales se prevé serán cada vez más críticas y exigirán no solo productos, sino también ideales que contribuyan a la construcción de su futuro como sociedad.

## **Metodología**

La metodología de este ensayo se basa en realizar una revisión de fuentes bibliográficas. Se llevará a cabo un análisis detallado de las conexiones entre la comunicación publicitaria, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Economía Social y Solidaria (ESS), centrandose especial atención en los emprendimientos y sus audiencias. Durante esta revisión, se examinarán minuciosamente estudios recientes y aportes de expertos que hayan aplicado este enfoque en investigaciones sobre innovación económica y emprendimientos sociales y solidarios, con un enfoque particular desde la escuela anglosajona del tercer sector.

El objetivo primordial es reflexionar sobre el rol transformador de la publicidad socialmente consciente. Es importante tener en cuenta que algunas teorías previas, desarrolladas en contextos diferentes, podrían no ser completamente aplicables a la realidad social actual. Por lo tanto, se optará por un enfoque cualitativo, como propone Soriano (2013), para lograr una comprensión más contextualizada y aplicable a las dinámicas específicas de la región en estudio. Esta metodología permitirá obtener un entendimiento más profundo de la intersección entre las campañas de publicidad y la ESS del tercer sector, así como su impacto en los emprendimientos, desde una perspectiva adaptada a la realidad actual.

## **Más de una década de evolución. Tendencias y transformaciones en la mercadotecnia y comunicación publicitaria**

Para abordar adecuadamente al tema de la comunicación o las campañas publicitarias, resulta fundamental iniciar este análisis desde los fundamentos de la disciplina de la mercadotecnia. Este enfoque permite comprender las raíces y los principios estratégicos que subyacen a la creación y ejecución de estas. Según Fischer y Espejo (2020), la mercadotecnia ha tenido una evolución significativa, entendida a través de cinco etapas clave dentro de esta disciplina que forma parte de las ciencias económico-administrativas. Estas etapas son, la mercadotecnia 1.0, centrada en el producto; la mercadotecnia 2.0, enfocada en el cliente o audiencia; la mercadotecnia 3.0, que subraya valores y consciencia medioambiental y social; la mercadotecnia 4.0, caracterizada por el empoderamiento tecnológico; y la mercadotecnia 5.0, actualmente orientada hacia la sociedad y las tecnologías al servicio de la humanidad.

Esta conceptualización evolucionó notablemente desde 1967, influenciada por Philip Kotler, considerado el padre moderno de la mercadotecnia. Kotler y Armstrong (2012) definen la disciplina como “el análisis, la organización, la planificación y el control de los recursos, políticas y actividades de una empresa, orientados a satisfacer las necesidades y deseos de grupos de clientes seleccionados” esta definición puede ubicarse entre la etapa 1 y 2 de la mercadotecnia, si seguimos adelante a partir del S.XXI autores como Lendrevie y Lévy (2014), citados por Fischer y Espejo (2020), aportan una idea más actual mencionado que es “un medio de acción que las organizaciones utilizan para influir en el comportamiento del público de los que dependen, a través de una oferta cuyo valor percibido es mayor que el de los competidores a largo plazo” la parte interesante de esta idea, es reconocer que la mercadotecnia como herramienta o método, termina influyendo a través de la comunicación principalmente en el comportamiento de las audiencias desde hace décadas y lo seguirá haciendo dada su naturaleza.

En el marco de esta revisión sobre la evolución de la mercadotecnia y comunicación publicitaria, es esencial explorar cómo la Mercadotecnia 5.0 ha ido ganando

relevancia en los últimos años. La Mercadotecnia 5.0 no solo representa una evolución tecnológica, sino también un cambio en la mentalidad empresarial, promoviendo la personalización y la interacción continua con los consumidores. Este enfoque va más allá de la simple transacción comercial para establecer conexiones más profundas y significativas con las audiencias.

A medida que se examina esta evolución, surge la reflexión sobre la influencia de la Mercadotecnia 5.0 en la Economía Social y Solidaria. La intersección entre estos dos campos puede proporcionar valiosas perspectivas sobre cómo las prácticas de mercadotecnia y comunicación publicitaria pueden contribuir a la creación de audiencias críticas en el contexto de la ESS. En este sentido, se explorará la visión de la escuela anglosajona, particularmente desde el prisma del tercer sector y la responsabilidad social empresarial, como ejemplos paradigmáticos que podrían alinearse con las tendencias actuales en la mercadotecnia. Las conexiones estratégicas entre la evolución de la mercadotecnia y la visión de la ESS ofrecen un terreno fértil para comprender cómo la comunicación publicitaria puede impulsar la formación de audiencias críticas y promover lo social y solidario.

Es importante meditar el recientemente interés del gremio de profesionales de la mercadotecnia y la comunicación publicitaria, así como de emprendedores y medios de comunicación sobre los temas prioritarios para las actuales campañas de publicidad que captan la atención de la audiencia al entrar en contacto con un anuncio, así como la relevancia comparativa entre la emoción y la información inteligente para la creación de audiencias críticas que promuevan los ideales sociales en la economía. Estas ideas reflejan la importancia de identificar las temáticas claves que resuenan con el público en medio del bombardeo informativo.

Además, se cuestiona la relevancia comparativa entre la generación de emociones y la entrega de información inteligente en el proceso de la publicidad. Esta dualidad plantea un dilema estratégico, explorando si la conexión emocional o la presentación de información inteligente ejercen un papel más significativo en la promoción de una alternativa a la economía capitalista actual.

Algunas empresas tradicionales, así como organizaciones internacionales han tomado el liderazgo sobre el futuro de la humanidad y por lo mismo han ido incorporando poco a poco en la tradicional economía corporativa, la temática de la solidaridad y el reconocimiento de la sociedad como un elemento base, no solo como audiencia sino también como un elemento de cambio (Matailo-Morocho, Ordoñez-Granda y Cuadrado-Sánchez, 2022).

Está claro que el público objetivo (audiencia) como se nombra en mercadotecnia está desafiando a las empresas, retando el estereotipo de la mercadotecnia y la comunicación publicitaria del siglo pasado, ya que, a partir de grandes eventos sociales como las pandemias, el cambio climático, el desafío de lo sostenible, e incluso las protestas que la sociedad está demandando debido a las nuevas exigencias del estilo de vida actual exponen la idea de que ya no es posible seguir usando las mismas estrategias persuasión como hace años (Nunes, 2023).

En un mundo que ha sido sacudido por una gran pandemia y otros desafíos globales, la forma en que las personas consumen información y se relacionan con las marcas ha cambiado significativamente. Los expertos en comunicación publicitaria se enfrentan a la tarea de adaptarse a esta nueva realidad y encontrar estrategias efectivas para conquistar a las actuales audiencias, quienes ahora valoran aspectos como la responsabilidad social, la sostenibilidad y la transparencia. La comunicación publicitaria post-crisis requiere sensibilidad y empatía hacia las preocupaciones y necesidades de la sociedad. Las personas están más que nunca conscientes de su entorno y esperan que las empresas y organizaciones también sean agentes de cambio positivo en la comunidad. Por lo tanto, es fundamental que aborden las preocupaciones sociales relevantes y se posicionen como parte activa de la solución y no solo como una estrategia de posicionamiento para lograr un fin netamente comercial (Cunha, 2023).

En este contexto, la comunicación publicitaria con un enfoque social y solidario emerge como una perspectiva valiosa para la mercadotecnia acuerdo a la visión de Kotler (2000) en su libro *Social Marketing: Strategies for Changing Public Behavior*, se centra en generar un impacto positivo en la sociedad, más allá de simplemente

perseguir el beneficio económico. Las empresas que adoptan este enfoque demuestran autenticidad y coherencia en sus acciones, lo que resulta en una mayor confianza y lealtad por parte de las audiencias esperadas y por ende la publicidad enfrente también un desafío crucial al comunicarse con las nuevas audiencias en un mundo cada vez más cambiante y exigente.

La adopción de una perspectiva social y solidaria puede brindar a las marcas las herramientas necesarias para conectarse de manera significativa con los consumidores, alineando sus valores con las expectativas de una sociedad cada vez más consciente y responsable. Solo a través de estrategias coherentes y auténticas, las empresas podrán superar los retos actuales y construir relaciones duraderas con sus audiencias fomentando en ellas un pensamiento crítico para afrontar y fomentar la participación en sus entornos diversos y desafiantes como lo ha mencionado desde hace dos décadas Kotler (2000) al introducir el concepto de Mercadotecnia Social como parte del tercer sector en la escuela anglosajona.

Ahora bien, es necesario que aquellos lectores que forman parte del sector profesional de la mercadotecnia y la comunicación publicitaria comprendan el enfoque social y solidario desde el punto de vista de lo económico-administrativo, y su relación con su profesión en la creación de audiencias críticas desde la perspectiva de la Economía Social y Solidaria.

Desde la visión de Coraggio (2020):

Es un modo de hacer economía en función de construir conscientemente, desde la sociedad y el Estado, una sociedad centrada en lazos solidarios, organizando de manera asociada y cooperativa la producción, distribución, circulación y consumo de bienes y servicios, no en base al motivo de lucro privado sino a la resolución de las necesidades, buscando condiciones de vida de alta calidad para todos los que en ella participan, sus familiares y comunidades, en colaboración con otras comunidades para resolver las necesidades materiales a la vez que estableciendo lazos sociales

fraternales y solidarios, asumiendo con responsabilidad el manejo de los recursos naturales y el respeto a las generaciones futuras, consolidando vínculos sociales armónicos y duraderos entre comunidades, sin explotación del trabajo ajeno (*sic*) (p. 12-13).

Para estos profesionales, entender la ESS es fundamental en la actualidad pues conocer este enfoque les permitirá desarrollar estrategias y campañas publicitarias que vayan más allá del simple beneficio económico de una empresa ya que la ESS se alinea con la búsqueda de impacto social positivo y sostenibilidad, valores que cada vez son más importantes para las audiencias y la sociedad en general.

Además, este enfoque les brinda la oportunidad de trabajar en proyectos y campañas de publicidad que tengan un impacto significativo en la comunidad y que contribuyan al desarrollo sostenible. Al integrar la solidaridad y la responsabilidad social en dichas estrategias los profesionales de este sector tienen la oportunidad de marcar la diferencia y contribuir a un cambio positivo en la comunidad, alineando sus acciones con los valores y expectativas de una sociedad cada vez más consciente y comprometida con el bienestar colectivo (Matailo-Morocho, Ordoñez-Granda y Cuadrado-Sánchez, 2022).

Según Justiniano Moreno (2020) actualmente el concepto de mercadotecnia social y solidaria es una rama de la mercadotecnia que se enfoca en el desarrollo de estrategias y acciones que buscan generar un impacto social positivo y promover el bienestar de la comunidad. Su objetivo principal es utilizar técnicas de mercadotecnia para promover cambios sociales y mejorar la calidad de vida de las personas, fomentando valores como la sostenibilidad, la equidad y la responsabilidad social empresarial, de acuerdo con Koyler, Roberto y Lee (2002, p. 5 como se citó en Moreno, 2020, p. 41) se puede definir a la mercadotecnia social como “el uso de principios y técnicas de mercadotecnia para influenciar a una audiencia objetivo a que voluntariamente acepte, rechace, modifique o abandone un comportamiento en beneficio de individuos, grupos o de toda la sociedad”.

Bajo esta idea y recordando que la publicidad es una herramienta de comunicación poderosa en la mercadotecnia, pareciera complejo crear campañas publicitarias que no solo inviten a los consumidores a favorecer una marca, ni que utilicen las emociones únicamente con un objetivo netamente de consumo, como se hacía en los años ochenta y noventa (etapa 2 y 3 de la mercadotecnia). Por tanto, resulta a un desafío significativo que exige tanto a expertos como a participantes en el campo, a repensar la creación de campañas publicitarias desde una perspectiva social y solidaria. Este reto es particularmente relevante para empresas y emprendedores interesados en sumar a la innovación económica. En este contexto, autores como Coraggio (2020) sostienen que este cambio no solo es deseable, sino plenamente factible, abriendo un camino hacia su concreción práctica.

Para profundizar en la comprensión de la esencia de la publicidad. En este ejercicio de reflexión es crucial comprender cuál es la naturaleza de la publicidad, para ello, las siguientes definiciones citadas por Gómez Nieto y Tapia Frade (2016, p. 392), se puede mencionar que: La publicidad, según García López (2015 como se citó en Gómez Nieto y Tapia Frade, 2016, p. 392), es un fenómeno clave en la formación de opiniones y comportamientos ciudadanos, mientras que Galbraith (1992 como se citó en Gómez Nieto y Tapia Frade, 2016, p. 392) la considera esencial para el funcionamiento del sistema socioeconómico actual. Para Sánchez Guzmán (1993 como se citó en Gómez Nieto y Tapia Frade, 2016, p. 392), la publicidad va más allá de fomentar ventas; es una forma de comunicación empresarial que moldea la cultura y la percepción del mercado, destacando su papel en la diferenciación y valoración de productos, servicios e instituciones.

Uno de los principales propósitos de la publicidad radica en la capacidad de influir en la sociedad y generar cambios. En este sentido, la publicidad puede convertirse en una poderosa herramienta para promover valores como la sostenibilidad, la responsabilidad social y la equidad. En lugar de enfocarse únicamente en el consumo y relacionarlo con emociones tan humanas que luego resulten en la modificación de hábitos o costumbres que dañen a la sociedad, las campañas

publicitarias pueden comunicar un propósito más profundo y conectar con los valores y preocupaciones de los consumidores.

La publicidad con enfoque social y solidario debe buscar generar un impacto positivo en la comunidad, involucrando a los consumidores en causas importantes y fomentando el compromiso social. Comprometiendo a las marcas a adoptar este enfoque auténtico y genuino, se abre la posibilidad de construir una relación más significativa y duradera con su audiencia, fortaleciendo la lealtad y la confianza, así como el crecimiento social (Nunes, 2023).

El desafío de la publicidad en la actualidad es ir más allá del simple consumo y adoptar un enfoque social y solidario que contribuya al bienestar colectivo. Comprender el potencial transformador de la publicidad y su capacidad para promover cambios positivos nos invita a replantear nuestras estrategias y a construir un mundo donde la publicidad sea una fuerza para el bien y la construcción de una sociedad más justa y sostenible (Nunes, 2023).

### **Lush, Levi's y Whole Foods Market. Marcas pioneras en la transformación mediante la comunicación publicitaria social y solidaria**

Actualmente, existen empresas que se han sumado a este llamado. A continuación, se presentan tres casos ejemplares que ilustran cómo lograr esta adaptación, construir discursos alineados con valores sociales de la mercadotecnia social, el tercer sector y la RSE, así como generar emociones positivas que beneficien tanto a la sociedad como a las empresas y ofrecerán una comprensión práctica de las estrategias efectivas para la adaptación empresarial en este contexto.

Uno de los ejemplos destacados es el de la reconocida compañía Lush (Copyright © 1995–2023 Lush Retail Ltd.) recuperado de un artículo de Ferreido (2022) de productos de cuidado personal y belleza que desde los años noventa, ha sido una empresa británica líder en cosmética sostenible. En lugar de enfocar su publicidad únicamente en la promoción de sus productos, ha decidido promover campañas en

apoyo a la lucha contra la contaminación ambiental. Su mensaje se centra en la importancia de usar productos sustentables y amigables con el medio ambiente, y han implementado programas de reciclaje para sus envases. Esta estrategia no solo ha generado un impacto positivo en la sociedad, sino que también ha fortalecido la imagen de la marca como una empresa comprometida con el cuidado del planeta.

En este caso, se puede hablar de una estrategia llamada *green advertising*, publicidad verde o publicidad de tema ecológico, publicidad verde o sustentable que forma parte de las estrategias de la mercadotecnia social (Kotler, 2020), y que lleva años siendo utilizada, pero que no había tenido ni el impacto ni el respeto del mercado hasta hace una década. El uso de las estrategias de mercadotecnia que está ganando una relevancia en varios sectores empresariales y que responde a los compromisos de la RSE, reflejando una tendencia donde un número cada vez mayor de personas muestran un compromiso más sólido con la protección del medio ambiente. Este ejemplo señala un cambio significativo tanto en las prácticas empresariales como en las actitudes de los consumidores o audiencias pues esta estrategia de comunicación publicitaria usada por Lush prioriza la información para promover el ideal de protección de la naturaleza y la sostenibilidad, buscando ofrecer productos y servicios con un valor ambiental que mejore la posición en el mercado de la marca.



Fuente: L.U.S.H Campaign Advertising. (2014). [Campaña publicitaria].  
Recuperado de [<https://weare.lush.com/lush-life/our-giving/campaigns/>].

De acuerdo con la redacción de Marketing Directo (2018), otro caso interesante es el de una cadena de supermercados llamada *Whole Foods Market* (*WholeFoodsMarket.co.uk is the trading name of Fresh & Wild Limited*), que ha implementado campañas publicitarias en apoyo a organizaciones locales que ayudan a comunidades vulnerables. Esta empresa ha llevado a cabo diversas iniciativas y campañas para apoyar a organizaciones sin fines de lucro y programas de alimentación para personas necesitadas en las comunidades donde operan. A través de estas campañas, la empresa invita a sus clientes a realizar donaciones o a comprar productos solidarios cuyas ganancias son destinadas a proyectos sociales.



Fuente: Whole Foods Market. Campaign Advertising. (2017). [Campaña publicitaria]. Recuperado de [https://www.wholefoodsmarket.co.uk].

Esta estrategia ha generado una conexión emocional con los consumidores, quienes se sienten parte del impacto positivo que la empresa está generando en la comunidad. En su sitio web oficial <https://www.wholefoodsmarket.co.uk>, en la sección *Mission in Action* se puede leer más sobre sus programas de apoyo a las comunidades, su compromiso con el medio ambiente y su misión:

Desde que abrimos nuestras puertas en 1980, la adquisición responsable, la administración ambiental y la contribución a la comunidad han sido parte de lo que somos y de cómo hacemos negocios. Conoce más sobre todas las formas en que nutrimos a las personas y al planeta (Whole Foods Market, 2023, traducción por la autora).

Finalmente, un ejemplo en el sector de la moda es el de una marca que ha decidido promover la reflexión sobre la tendencia llamada *fast fashion* o moda rápida <sup>12</sup> así como la inclusión y la diversidad a través de sus campañas publicitarias. En lugar de seguir los estereotipos tradicionales de belleza, las marcas presentan modelos de diferentes tallas, edades y etnias, promoviendo un mensaje de aceptación y autoestima.

---

<sup>12</sup> De Comité de Responsabilidad Social Universitaria y Sustentabilidad. Anáhuac México (2023) La *fast fashion* o moda rápida es un concepto que cada vez toma más relevancia. Se trata de una tendencia que han adoptado muchas marcas de ropa y que se caracteriza por la producción rápida de prendas a bajo costo con el objetivo de satisfacer la demanda constante y cambiante del mercado (Martha Elizalde, 2023)

Esta estrategia ha sido bien recibida por el público y ha contribuido a mejorar la percepción de la marca en el mercado. Por ejemplo, la marca Levi Strauss & Co. (2023) también conocida como Levi's, líder en la venta de pantalones y ropa de mezclilla, sorprendió al público con su pasada campaña del año 2022, bautizada "Moda Circular, Estilo Infinito". Esta innovadora iniciativa busca transformar la manera en que concebimos la moda, al promover la reinención y la durabilidad de nuestras prendas. Con un enfoque en la sostenibilidad y la conciencia medioambiental, Levi's ha dado un importante paso hacia una moda más ética y responsable.

### The Need of Buy Better, Wear Longer Campaign



Levi Strauss & Co. Campaign Advertising. (2015). [Campaña publicitaria]. Recuperado de [<https://fashinza.com/brands-and-retail/tips/a-case-study-on-levis-buy-better-wear-longer/>].

La campaña "Moda Circular, Estilo Infinito" de Levi's se destaca por su compromiso en alentar a los consumidores a conservar y prolongar la vida útil de sus prendas de mezclilla, evitando el desecho prematuro y el impacto ambiental asociado con la industria de la moda rápida. Esta iniciativa no solo busca fomentar una moda más consciente, sino también crear un cambio cultural en la forma en que concebimos nuestras compras y el cuidado de nuestras prendas. Al alentar a los clientes a reinventar y dar un nuevo propósito a sus prendas, Levi's no solo busca una relación más duradera con sus consumidores, sino también un futuro más sostenible para la industria de la moda.

Además, esta campaña también resalta el papel fundamental que juega la industria de la moda en la economía circular. Al prolongar la vida útil de las prendas, se reduce la necesidad de recursos naturales y se minimiza el impacto ambiental. Levi's se ha convertido en un ejemplo para otras marcas y consumidores, mostrando que es posible combinar la moda y el estilo con la sostenibilidad y la responsabilidad social.

En resumen, la campaña "Moda Circular, Estilo Infinito" de Levi's representa un paso valioso hacia una moda más consciente y sostenible. Con esta iniciativa, la marca no solo ha reafirmado su liderazgo en la industria, sino que también ha demostrado su compromiso con el bienestar del planeta y las futuras generaciones.

---

Estos ejemplos demuestran que la publicidad social y solidaria no solo es posible, sino que también puede ser una poderosa herramienta para generar un impacto positivo en la sociedad y fortalecer el vínculo entre las empresas y sus consumidores. Al adaptarse a las necesidades y preocupaciones de la comunidad, las empresas pueden construir una reputación sólida y duradera, posicionándose como agentes de cambio y contribuyendo a un mundo más justo y sostenible.

## **Balanceando emoción e información en publicidad para crear audiencias críticas. Reflexión de su factibilidad**

De acuerdo con los conceptos y ejemplos que se han expuesto en este ensayo es posible lograr un equilibrio entre la carga emocional y la información veraz e inteligente que se utiliza como estrategia en una campaña de publicidad ya que esta conjunción de elementos resulta fundamental para que las empresas y organizaciones puedan conectar de manera más significativa con su audiencia, transmitiendo mensajes que no solo promuevan sus productos o servicios, sino también valores universales y compromisos con el bienestar de la sociedad, la comunidad y el medio ambiente.

En la actualidad, la comunidad demanda cada vez más que las empresas asuman una postura responsable y comprometida con causas sociales y ambientales. Las audiencias están más conscientes y exigentes, buscando emprendimientos que reflejen sus valores y principios. Por lo tanto, las campañas de publicidad social y solidaria se pueden convertir en una poderosa herramienta para construir una imagen de marca positiva y ganarse la confianza y lealtad de los mismos (audiencias) entre otros beneficios no solo personales si no comunitarios. Aquellas empresas que se sumen a esta tendencia no solo generan un impacto positivo en la sociedad, sino que también obtienen beneficios a largo plazo.

En el estudio de León (2008) titulado la “La percepción de la responsabilidad social empresarial por parte del consumidor” menciona que:

(...) los consumidores forman parte de comunidades y muestran, cada vez más, mayor atención a los comportamientos de las empresas en relación al medio ambiente, la producción limpia, el reciclaje, abuso patronal, enriquecimiento de empresas sin contrapartida a la sociedad, entre otros. En este contexto, es evidente que las empresas deben tomar en cuenta la percepción del consumidor en cuanto a estos temas sociales a la hora de garantizar la rentabilidad (p. 84).

Es importante destacar que el enfoque en la publicidad social y solidaria no solo se limita a la promoción de productos o servicios. También implica la adopción de prácticas y políticas corporativas responsables y sostenibles. Esto incluye la implementación de programas de reciclaje, el uso de materiales ecoamigables en los empaques y envases, y la participación activa en proyectos de apoyo a comunidades vulnerables, la promoción y apoyo a problemáticas sociales, etc. De esta manera, las campañas publicitarias sociales y solidarias, se convierten en un reflejo genuino de los valores y acciones de la empresa, lo que contribuye a generar un impacto positivo en el mundo.

En su estudio de Sigala (2022), analiza la responsabilidad social como una ventaja empresarial, enfocándose en cómo esto influye en la percepción del consumidor. El autor suma la siguiente idea sobre la importancia de que cómo se relaciona un emprendimiento o empresa con la sociedad y viceversa:

Es innegable la relación de la empresa con la sociedad y de la sociedad con la empresa. La empresa que mayormente destaca es la que con sinceridad se preocupa y ocupa en acciones en pro de la comunidad y el medio ambiente (Sigala, 2022, p. 12 y 115)

En este mismo estudio de Sigala (2022), de acuerdo a su investigación donde se tomó una muestra aleatoria probabilística en la ciudad de Chihuahua, México compartió los siguientes hallazgos como parte de sus resultados y discusión, en concreto sobre una contribución esperada en el plano conceptual sobre “La identificación de la correlación entre el comportamiento del consumidor y la responsabilidad social empresarial en la generación de la ventaja competitiva”, de las entrevistas a profundidad el siguiente hallazgo es de suma importancia para seguir reflexionando sobre la factibilidad de equilibrar emociones e información en la comunicación publicitaria con enfoque social y solidario para promover audiencias críticas.

Según la interpretación del análisis estadístico y los resultados de la entrevista a profundidad, para lograr la confianza del consumidor debe percibir la intencionalidad en beneficio de los grupos de interés, más que buscar incrementar las ventas y las utilidades. El consumidor debe percibir que las acciones se realizan para su bienestar (...) Se reconocen las acciones en beneficio de los grupos de interés, “la empresa como motor del desarrollo social”. Hay un “interés por el desarrollo humano y social”. Además “toma en cuenta las expectativas de los grupos de interés: identifica a los grupos de interés y se involucra en su desarrollo” (Sigala, 2022, p. 15)

Los compromisos empresariales y emprendedores con el entorno, las personas y la sociedad, conceptualizados como una comunidad integrada, representan el futuro de las relaciones socioeconómicas. Este enfoque va más allá de las prácticas convencionales, proponiendo nuevas metodologías y estrategias que promueven un intercambio justo y un crecimiento económico inclusivo. Es esencial que estas iniciativas promuevan ideales que desafíen los estereotipos convencionales que han caracterizado a la mercadotecnia y la comunicación publicitaria durante años. En un mundo que busca nutrirse de nuevos valores, es imperativo impulsar conceptos que refuercen la comunidad, la sostenibilidad, el cuidado del medio ambiente, la equidad de género, la solidaridad, entre otros aspectos, rompiendo con las narrativas tradicionales y aportando significado y profundidad a las interacciones económicas y sociales.

Completando la reflexión, es importante mencionar además que los profesionales de la mercadotecnia y la comunicación publicitaria deben mantenerse actualizados con las últimas tendencias y avances en temas sociales y ambientales. Esto les permitirá desarrollar estrategias más efectivas y alineadas con los valores de la sociedad actual. Asimismo, trabajar en colaboración con organizaciones y empresas comprometidas con la economía social y solidaria es fundamental para impulsar iniciativas con un enfoque consciente y responsable.

Es crucial para promover una transformación positiva en la industria y en la sociedad en su conjunto abrazar el enfoque de la ESS, los especialistas pueden contribuir a construir un futuro más sostenible, consciente y comprometido con el bienestar colectivo. Es una responsabilidad compartida, donde la academia, los profesionales, las empresas y emprendimientos; así como la conciencia social juegan un papel fundamental en la construcción de una sociedad más comprometida con el desarrollo sostenible y, el cuidado de los diversos entornos y sus retos. Esto implica que los profesionales sean capaces de analizar y comprender la complejidad de los problemas socioeconómicos actuales, así como diseñar estrategias y soluciones innovadoras que promuevan el desarrollo sostenible, la equidad social y el bienestar común.

Para lograr un impacto significativo en la comunidad, alineándose con los valores de la ESS, es fundamental impulsar la investigación y el trabajo interdisciplinario que aborden los retos complejos de nuestra sociedad. En este marco, resulta crucial la integración de la mercadotecnia social y solidaria como un campo de estudio emergente, en estrecha relación con la comunicación publicitaria. Este enfoque representa un punto de partida estratégico para desarrollar intervenciones efectivas y sostenibles en el ámbito social.

Como se discutió previamente, la mercadotecnia ya no puede concebirse sin incorporar la solidaridad y la justicia social. Philip Kotler, junto con Kartajaya y Setiawa en *Marketing 5.0* (2021), destacan que en esta evolución “la disciplina ha trascendido las teorías convencionales centradas en productos, consumidores y emociones. Hoy, en una era de disrupción, la mercadotecnia abarca compromisos sociales, consumo responsable y cooperación” (Kotler, Kartajaya y Setiawa, 2021, pp. 26-37).

Esta disciplina ha evolucionado de manera relevante en los últimos años, respondiendo a las demandas cambiantes de una sociedad que busca un enfoque más humano y sostenible en todas las áreas de la vida, incluida la economía y el mercado para crear estrategias de marketing que trasciendan el simple intercambio

de bienes y servicios, y que promuevan el bienestar de la sociedad en su conjunto (Kotler, Kartajaya y Setiawa, 2021, p. 2-8).

La visión de Philip Kotler, Kartajaya y Setiawa (2021) sobre la mercadotecnia moderna, coloca a la solidaridad y a la justicia social en el centro de las estrategias, reflejando la necesidad de adaptarnos a una realidad en la que las audiencias de las campañas de comunicación publicitaria están cada vez más comprometidas con cuestiones sociales y medioambientales. Los emprendimientos que asuman esta nueva perspectiva no solo se posicionan como agentes de cambio, sino que también encuentran oportunidades para conectarse de manera más auténtica con su audiencia. La mercadotecnia social y solidaria no solo impulsa la adopción de prácticas más responsables y éticas en el mundo empresarial, sino que también crea un espacio para la colaboración y la construcción conjunta de un futuro más justo y equitativo entre todos.

Desde esta nueva perspectiva, se invita a repensar el papel de las empresas, emprendimientos y las marcas en la sociedad actual, mostrando que el equilibrio es factible y puede ser una herramienta poderosa para promover valores de solidaridad, justicia social y sostenibilidad. Al adoptar este enfoque, se puede construir una nueva era de la mercadotecnia y la comunicación publicitaria, que trascienda el simple consumo y contribuya positivamente al bienestar colectivo y para la creación de audiencias críticas que respondan a su entorno de forma efectiva.

## **Conclusión**

Este ensayo sobre la integración de un enfoque social y solidario en la comunicación publicitaria se alinea con los conceptos de la Escuela Anglosajona de la ESS, el tercer sector y la RSE. Desde esta perspectiva, se reconoce la importancia de integrar consideraciones éticas y sociales en las prácticas empresariales, lo cual se

refleja en la promoción de una mercadotecnia y comunicación publicitaria más socialmente consciente.

El tercer sector, conformado por organizaciones no gubernamentales, asociaciones civiles y otras entidades sin fines de lucro, juega un papel crucial como aliado en la promoción de valores sociales y la implementación de proyectos comunitarios. La colaboración entre el tercer sector y las empresas puede potenciar el impacto de las iniciativas relacionadas con la comunicación publicitaria, fortaleciendo así su contribución a la sociedad.

Por último, la RSE implica que las empresas asuman un compromiso activo con el bienestar de la sociedad y el medio ambiente. En este sentido, la integración de un enfoque social y solidario en la comunicación publicitaria no solo responde a las demandas del mercado y la sociedad, sino que también refleja un compromiso ético y responsable por parte de las empresas hacia su entorno.

Por lo tanto, la conclusión enfatiza la importancia de que la comunicación publicitaria adopte un enfoque social y solidario, en línea con los principios de la Escuela Anglosajona de la ESS, el tercer sector y la responsabilidad social empresarial. Esta integración no solo promueve valores éticos y sostenibles, sino que también contribuye al desarrollo de una sociedad más equitativa y justa.

## Referencias

- Coraggio, José Luis, "Nro 1. Economía social y economía popular: Conceptos básicos. Contribuciones de Consejeros Serie de Documentos", *Consejo Consultivo INAES. Ministerio de Desarrollo Productivo Argentina*, Nro. 1, 2020, pp. 12-13.
- Da Cunha Nunes y Reginne M, "Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. Marketing social: Un estudio del escenario donde los clientes conectados eligen empresas socialmente responsables" *Tesis doctoral, Universidad de*

*Ciencias Empresariales y Sociales*, Director: Dr. Miguel Ángel Marsimian, 2023, Disponible en: <http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/handle/123456789/6627> [Acceso: 10 de enero 2024].

Duque, Pedro, Oscar Eduardo Meza, David Girarlo y Karol Barreto, “Economía Social y Economía Solidaria: un análisis bibliométrico y revisión de literatura” *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, pp. 138, e75566. DOI: 10.5209/reve.75566 Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7966526> [Acceso 09 de enero 2024].

Ferreiro Fernando, “Estrategias de marketing verde o ecológico” *Semrush Blog; Semrush*. (2022, febrero 4) Disponible en: <https://es.semrush.com/blog/estrategias-de-marketing-ecologico/> [Acceso 09 de enero 2024].

Fischer, Laura y Espejo, Jorge, *Mercadotecnia*, Mc Graw Hill, 2011.

Gómez Nieto, Begoña, Tapia Frade, Alejandro, Gómez Nieto & Tapia Frade, “La enseñanza de la Publicidad a través de la guía docente: el caso de la asignatura. Teoría General de la Publicidad” *Revista Complutense de Educación*, 2016, ISSN: 1988-2793 [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_RCED.2017.v28.n2.49401](http://dx.doi.org/10.5209/rev_RCED.2017.v28.n2.49401) [Acceso 14 de enero 2024].

Kotler, Philip y Gary Armstrong, *Marketing*, Pearson, México, 2012.

Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya y Iwan Setiawan, “Marketing 5.0” Editorial: Almuzara, LID Ediciones, 2021.

León, Fátima, “La percepción de la responsabilidad social empresarial por parte del consumidor” en *Visión Gerencial*, No.1, 2008, pp. 83-95.

- Levi Strauss & Co., “Sobre nosotros”, (Actualización enero 2022) Disponible: <https://www.levistrauss.com/es/sobre-nosotros/> [Acceso 27 de enero 2024].
- Lush, “We Believe – nuestro credo desde hace 25 años” (Actualizado enero 2024) Disponible: [de https://weare.lush.com/es/lush-life/nuestra-empresa/creemos-en/](https://weare.lush.com/es/lush-life/nuestra-empresa/creemos-en/) [Acceso 27 de enero 2023].
- Matailo-Morocho, John Vladimir, Ordoñez-Granda, Karla Viviana, Cuadrado-Sánchez & Gina Patricia, “Estrategias de posicionamiento de las organizaciones de economía popular y solidaria: caso imagen corporativa Asociación de Personas con Discapacidad del Azuay”, *Dominio de las Ciencias*, 8(2), 1021. <https://doi.org/10.23857/dc.v8i2.24839>
- Moreno Dilma, “Marketing Social y responsabilidad social corporativa”, *Revista Oikos Polis. Revista Latinoamericana de Ciencias Económicas y Sociales*, 2020, ISSN 2415-2250 (impresa) ISSN 2521-960X (en línea), vol. 5 no.1, pp. 39-71, 2020, Disponible: <https://doi.org/10.5281/zenodo.3924749> [Acceso 27 de enero 2024].
- Sigala Martínez, Fernando. *La responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva, a través de la percepción del consumidor en la Ciudad de Chihuahua*. Tesis de Doctorado, en Repositorio Informático Institucional de la Universidad Autónoma de Chihuahua, 2022 Disponible en: <http://repositorio.uach.mx/id/eprint/400> [Acceso 16 de abril 2024].
- The Whole Foods Market, “Mission in Action”, 2023, Disponible: <https://www.wholefoodsmarket.co.uk/mission-in-action> [Acceso 17 de diciembre 2024].

## **La importancia de la motivación de los visitantes en el turismo rural como alternativa para su desarrollo económico y social**

*The importance of visitors' motivation in rural tourism as an alternative for its economic and social development*

Beatriz Iñiguez Ramírez

Doctoranda en Desarrollo Sostenible en

Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo, Campus Cozumel

Profesora en Universidad Tecnológica de Cancún

[2028114@uqroo.mx](mailto:2028114@uqroo.mx)

### **Resumen**

Este artículo es una investigación documental en la que se hizo una revisión de estudios realizados sobre la teoría de empuje y atracción en el turismo rural, basados en artículos de revistas arbitradas de bases de datos como Google Académico, Dialnet, Redalyc, Scopus, Elsevier y ScienceDirect y utilizando el método PRISMA para determinar los artículos que serían los adecuados para el objetivo del estudio con fecha del 2000 al 2022, en donde se planteó la necesidad de analizar las diferentes postulaciones sobre esta teoría de la motivación, así como de su subsecuente praxis en los proyectos del turismo rural. La investigación compiló 21 estudios de casos; se elaboró una tabla con los resultados y referencias sobre la aplicación de la teoría, haciendo énfasis en el segmento de mercado dirigido y los factores de empuje y atracción encontrados. Posteriormente, se realizó una discusión en donde se analizaron e identificaron las diferentes posturas y aplicaciones de la teoría, como la relación de nuevos segmentos de mercado encontrados en los turistas que visitan el turismo rural en los factores de empuje y atracción, así como, recomendaciones de algunas variables en la motivación de los

visitantes que discrepan de un turismo rural tradicional o que no son aptos para el desarrollo de las estrategias de comercialización.

*Palabras claves: motivación, empuje y atracción, turismo rural, praxis, segmentación.*

## **Abstract**

This article consists in a documentary research for which the review of studies related to the pull and push theory in rural tourism was carried out, based on articles published in peer-reviewed journals from databases such as Google Scholar, Dialnet, Redalyc, Scopus, Elsevier and ScienceDirect and using PRISMA methodology to determine which articles would be appropriate for the aim of the study, dated between 2000 and 2022, in which the need of analyzing different approaches of this motivation theory, as well as its further praxis in rural tourism projects are proposed. The research comprises 21 case studies; a chart with the results and references about the application of the theory is presented, emphasizing the market segment to which is addressed and the pull and push factors found. Afterwards, a discussion was carried out where the different positions and applications of the theory were identified and analyzed, such as the relation of new market segments found in the tourists who visit rural tourism in the pull and push factors, as well as recommendations regarding some variables of the visitors' motivation which differ from the traditional rural tourism or which are not suitable for the development of marketing strategies.

*Key words: motivation, push and pull, rural tourism, praxis, segmentation.*

## **Introducción**

Este trabajo se realiza desde la contextualización de la teoría motivacional de empuje y atracción aplicada en el turismo rural en una revisión de la literatura sobre la motivación que tiene un turista para viajar a un determinado destino en donde

existen diferentes teorías que lo han explicado de acuerdo con el tiempo y circunstancia. Una de esas postulaciones destaca el concepto de Pizam y otros (1974, p.196) quienes definen la motivación turística como "un conjunto de necesidades, que predisponen a una persona a participar en una actividad turística"; en este sentido, la motivación se refiere a la fuerza impulsora que inicia, guía y mantiene los comportamientos orientados a objetivos. Después en los resultados, la investigación compiló y presentó 21 estudios de caso como resultado de la búsqueda en artículos de revistas arbitradas de bases de datos como Google Académico, Dialnet, Redalyc, Scopus, Elsevier y ScienceDirect y utilizando el método PRISMA (Page y otros, 2021, p. 790) con fecha del 2000 al 2022; sobre referencias de lugares de todas partes del mundo y donde se elaboró una tabla con los resultados de la aplicación de la teoría, haciendo énfasis en el segmento de mercado dirigido y los factores de empuje y atracción encontrados.

Posteriormente, se realizó una discusión en donde se analizaron e identificaron las diferentes posturas y aplicaciones de la teoría, como la relación de nuevos segmentos de mercado encontrados en los turistas que visitan el turismo rural, así como, factores de empuje y atracción que varían de acuerdo a cada lugar que sirven para el desarrollo de las estrategias de comercialización, además de recomendaciones de algunas variables en la motivación de los visitantes que discrepan de un turismo rural tradicional.

En las conclusiones se manifiesta que a través de la literatura encontrada en estos estudios de caso, se pudo ver con más claridad las motivaciones que tienen los viajeros en el turismo rural con respecto a la teoría de empuje y atracción, y que lleva al objetivo de este estudio que es analizar las diferentes postulaciones sobre la teoría de empuje y atracción, así como, de subsecuente praxis en los proyectos del turismo rural, y que la aplicación y comprensión de estos modelos motivacionales pueden facilitar la segmentación del mercado y los enfoques de comercialización en canales de direcciones más productivas y con una fuerte presencia en internet y en las redes sociales, implementando estrategias inteligentes que podrían funcionar como nuevas herramientas para los nuevos

segmentos de mercado con un mayor enfoque en la conservación, el desarrollo local y respeto a estas comunidad.

### **El turismo rural y la teoría de empuje y atracción**

Dentro de los tipos de turismo donde se ha aplicado esta teoría de empuje y atracción, es en el rural o comunitario, el cual ha motivado a realizar una revisión de la literatura sobre las investigaciones dirigidas a este segmento, ya que, plantea un uso diferente del territorio y sus recursos, tanto por quienes proporcionan el servicio, como por parte de los usuarios, implica prácticas de valoración ambiental, el reconocimiento de su patrimonio cultural y su interacción con las mismas (Palomino y otros, 2016, p. 30). También es multifacético, abarca las vacaciones en granjas, en la naturaleza, de interés especiales, las de a pie, la escalada, la equitación y la aventura, la caza, las actividades de aventura de salud y étnico (Lwoga y Maturo, 2020, p. 774).

La Organización Mundial del Turismo OMT (2019) menciona que el turismo rural es el *lado humano del turismo de naturaleza*, es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, es también, un subconjunto del turismo patrimonial, que tiene lugar en el campo, que se caracteriza por una baja densidad de población, pequeños asentamientos muy dispersos, tierra natural no cultivada o semicultivada y/o tierra cultivada, y la estructura social tradicional (Lane y Kastenholz, 2015, p. 1142), siendo este un producto turístico muy completo donde el protagonista y destinatario de sus frutos debía ser la propia sociedad rural.

Para Grolleau (1993) citado por (Domínguez, 2017, p. 39) los términos empleados para designar al turismo rural llegan a cubrir completamente las distintas realidades que la actividad turística rural engloba; abarca elementos heterogéneos, representados por el conjunto de modalidades donde se plasma y concretiza la

actividad turística rural presente diferentes perfiles y segmentos de mercado.

Sobre esa base, comprender la motivación de los turistas es el indicador más importante del comportamiento futuro para el turismo, el cual se encarga de que se ofrezcan los beneficios y las satisfacciones a los viajeros de hoy que están mejor educados y más informados que nunca sobre opciones de productos, por lo que el poder de negociación parece estar del lado de los consumidores más que del lado de los comerciantes (Lee y otros, 2002, p. 91).

Por lo tanto, la motivación es una de las variables más comunes en la investigación turística (Juvan y otros, 2017, p. 25) hace que diferentes disciplinas aparte del marketing como la psicología, sociología, antropología, entre otras; tengan peculiar interés en el contexto de la motivación de viaje y que los profesionales del turismo deben tener en cuenta. Por otra parte, Mannell e Iso-Ahola (1987 como se citaron en Grazulis, 2015, p. 63) introdujeron un modelo de motivación turística que habla sobre la satisfacción psicológica de una persona con las actividades de ocio y la experiencia turística que proviene del estrés cotidiano y el deseo de buscar recreación. En este entorno se alcanza una experiencia de ocio satisfactoria cuando el placer y el aprendizaje se complementan.

Por lo que, para conocer las necesidades del consumidor, se necesitan teorías psicológicas sobre la conducta del consumidor y la cuál se relaciona con la motivación en este caso del turista y en donde los estudios se enfocan en las preguntas ¿por qué viajan los turistas? y ¿cuál es su motivo de viaje?, pero estas preguntas siguen siendo muy genéricas y difíciles de integrar por las diferentes etapas y necesidades de viaje.

Sin embargo, existen otras teorías de la motivación que abarcan la parte de ocio, tiempo libre y la necesidad de viajar como la teoría de motivación que menciona Iso-Ahola (1982 como se citó en McIntosh y otros, 2004, p. 185) que habla de las funciones extrínseca e intrínseca donde menciona que la conducta turística y el tiempo libre se presenta cuando los individuos buscan diferentes niveles de estímulo como el agotamiento físico y el mental; en cambio el modelo de las necesidades de

Pearce (1991 como se citó en McIntosh y otros, 2004, p. 186) se refiere a los turistas y que tiene un ciclo de vida en su ciclo de viaje y que se refleja a una jerarquía de los motivos de viaje y de la cual se basa en las presentada por Maslow (1991, p. 5).

Por otro lado, ya existían teorías donde priorizaba estas necesidades, como la teoría que propone Crompton (1979, p. 406) de empujar y arrastrar (*push and pull*); esta menciona que las personas viajan por motivos personales pero que son atraídas por los atractivos y características del destino. Por su lado Dann (1981, p. 183) afirma que mucho depende del estado de ánimo que influye para viajar y visitar otros lugares; así también múltiples factores de empuje en impulsos intrínsecos o internos que están relacionados a los anhelos del descanso, recreación, aventura y escape.

Es así, como surgen diferentes teorías sobre las necesidades y motivaciones de los turistas en base a las características socio-psicológicas; por lo que los factores de empuje alientan a las personas a viajar y representan las necesidades sociopsicológicas de cada individuo y en cambio los factores de atracción se asocian principalmente con la calidad de los servicios ofrecidos (Yousaf y otros, 2018, p. 199), ya que estos factores provienen de los destinos y pueden ser considerados de expulsión sino se satisfacen las expectativas del turista.

Esta teoría se volvió muy popular entre los estudiosos de la teoría de la motivación en los noventa y especialistas en turismo, debido a que brinda la oportunidad de analizar los vínculos de causa y efecto de los viajes turísticos, pero además de la aplicación práctica no proporciona una evaluación adecuada de la correlación de los productos y servicios turísticos con los motivos de viaje (Grazulis, 2015, p. 62), por lo que no queda claro cuáles son las motivaciones reales de cada viaje y como se puede observar la psicología detrás los comportamientos de los turistas juega un papel importante en la formación el deseo general de estos individuos (Yousaf y otros, 2018, p. 201), además de segmentar los mercados y entender los patrones de viaje y su evolución para su comprensión y ofrecer mejores servicios. Y como explica Dann (1977) los factores de empuje y atracción pueden ayudar a mejorar

precios y calidad en el servicio (Yousaf y otros, 2018, p. 199) ya que se considera un factor importante que motiva a las personas a viajar, lo que brinda a los especialistas de marketing una comprensión más clara y precisa sobre la segmentación de los mercados turísticos.

Esta teoría motivacional de empuje y atracción se ha podido aplicar en diferentes tipos de turismo sobre todo en el turismo rural, en su estudio Tsephe y Obono (2013, p. 275) muestra que es posible hacer un modelo de los factores de motivación de acuerdo a esa teoría, aunque hay algunos motivos son cuestionables, los autores mencionan que es de la teorías más adecuadas para ser aplicadas a este tipo de turismo, ya que parece significar que los turistas de este segmento o se ven empujados por propias necesidades o son atraídos por los tributos del destino, motivados por sus emociones y búsqueda de conocimiento.

Referente a desarrollar el turismo rural y que sea sostenible tiene sus desafíos, aunque tiene muchos beneficios en la generación de ingresos que pueden ser utilizado para sus actividades tradicionales como la conservación de sus costumbres, artes y recursos naturales: también tiene sus desventajas como sobre explotar los recursos naturales y tener un impacto en el medio ambiente, además que el turismo requiere infraestructura y servicios (Tsephe y Obono, 2013, p. 274).

Así un turismo mal planificado, puede afectar las costumbres locales y actividades agrícolas que pueden causar un daño ambiental, por lo que, para que se llegue a hablar de lograr un desarrollo sustentable falta bastante; por ejemplo en la revisión de la literatura sobre el turismo rural sólo el 41% se hace referencia mencionando proporcionar un desarrollo económico, mantener la preservación social y cultural, asegurando también la conservación ambiental no solo como un contribuyente económico sino como un tipo de desarrollo que refleja y contribuye a la sociedad (Rosalina, 2021, p. 136); por otra parte, se hace énfasis en la participación local y el control por la comunidad local y una mayor cooperación en el gobierno y las empresas.

En diferentes estudios de la motivación del turista rural se han encontrado que los turistas rurales tienen diferentes similitudes y que la mayoría de las veces están motivados por las oportunidades de aprender y explorar la naturaleza, actividades al aire libre y esperar un trato amable y buena comida (Pesonen, 2012, p. 72) pero en estas, puede haber diferencias especialmente en las actividades agrícolas u otros atributos del destino. Pesonen, (2012, p. 72) también menciona que para el turismo rural la segmentación es más precisa utilizando esta teoría, ya que algunos de los atributos de los destinos son actividades por ejemplo en “viajeros sociales” que son más activos y los “viajeros del bienestar” son más pasivos.

Estos segmentos también podrían determinar cómo las diferentes motivaciones afectan los atributos del destino que los clientes consideran importante como en la satisfacción y calidad en el servicio. Aunado a esto, también existen evidencias de que el segmento de jóvenes está preocupado por el medio ambiente y si pueden consumir de manera responsable y sostenible cuidando los recursos naturales (Yousaf y otros, 2018, p. 201). De esta manera, la teoría de empuje y arrastre puede ayudar a clasificar y segmentar los motivos de los turistas y poder ser atraídos por los atributos y servicios de un destino que es responsable y sustentable.

A su vez, la demanda turística está cambiando rápidamente hacia productos turísticos que abordan los Objetivos del Desarrollo Sustentable de la OMT 2030 (OMT, 2015) respetuosos del medio ambiente, de la población local y de su cultura y que aunque con riesgos, representa una alternativa para el desarrollo económico local (Fiengo y Smith, 2018, p. 7); por lo que el turista, ya no es solo un visitante observador, sino una persona que forma parte activa de la comunidad durante su estancia en ella y en la que las áreas rurales y los servicios están integrados y forman parte de las experiencias y las nuevas tendencias del turismo (Valdez y Ochoa, 2015, p. 90).

En la práctica, las empresas turísticas tratan de atraer a los turistas potenciales mediante factores de atracción para que esa persona tenga un motivo para viajar y sea más específica su selección en un destino determinado, lo cual involucra diversos factores como el clima, sitios históricos, la comodidad, seguridad, servicios,

actividades, etcétera; y, que estos se encuentran relacionados con la satisfacción, lo que involucra un deseo (Lwoga y Maturo, 2020, p. 773). En este contexto, la teoría de la motivación llamada “*push* (empuje) *and pull* (atracción)” por Dann (1977, p. 186) menciona que los factores de empuje y atracción son aquellos que atraen al turista a un lugar determinado (sol, mar, diversión, aprendizaje. salud), y cuyo valor está en el objeto del viaje, ya que los factores de "empuje" se refirieren al turista como sujeto y hay variables que lo predisponen a viajar (evasión, nostalgia, descansar) y factores de "atracción" representa los atractivos específicos del destino que induce al viajero a ir ahí una vez tomada la decisión previa de viajar (naturaleza, ritmo relajado, población local amigable) (Dann, 1981, p. 3), lo que esta teoría puede predisponer al turista en las actividades a realizar.

Crompton, (1979, p. 410) menciona que “los factores de empuje para unas vacaciones son motivos sociopsicológicos y los factores de atracción son provocados por el destino más que emergentes exclusivamente desde dentro del propio viajero”, menciona que los factores de empuje se han considerado útiles para explicar el deseo de irse de vacaciones, mientras que los de atracción se han considerado útiles para explicando la elección del destino, están conectados con aspectos externos, cognitivos y de situación, como los atractivos del lugar, las infraestructuras recreativas o los escenarios culturales y naturales.

Para evitar estructuras motivacionales inestables, los factores de empuje y atracción deben estudiarse por separado (Snepenger y otros, 2006, p. 141). El turista experimenta internamente impulsos que lo llevan a buscar una serie de objetivos con los cuales reducir su impulso (*pull*); por el otro, hay factores que atraen al turista a partir de su conocimiento previo de objetos con ciertos atributos (*push*); estos son lo que las estrategias de marketing deben enfocarse lo productos del turismo rural (Olague, 2016, p. 75). Por lo que, los turistas viajan porque son empujados por diferentes variables internas o bien porque son atraídos por fuerzas externas del destino.

Por otro lado, la autogestión de las comunidades rurales, ha demostrado ser un posible factor en la conservación de los recursos naturales. En una investigación

titulada “La gestión comunitaria desde el enfoque de los bienes comunes y los sistemas socio-ecológicos” realizada por Bojórquez-Vargas y otros (2018), se propuso una metodología a partir del enfoque de los bienes comunes y los sistemas socio-ecológicos, ya que tradicionalmente los estudios del medio rural se han llevado a cabo desde una perspectiva exclusivamente económica, dejando en menor prioridad, dejando de lado aspectos relevantes como los impactos sociales, culturales o ambientales. Por lo que la investigación aporta una nueva forma de análisis del turismo en la ruralidad latinoamericana y con perspectiva comunitaria, para la valoración cultural y de conservación de la naturaleza.

Esta perspectiva teórica de empuje y atracción, puede ser pertinente para el entendimiento de dinámicas y procesos de construcción de un turismo rural más sustentable, o sea, un turismo soportado desde los colectivos rurales “mismas que enfrentan el dilema de gestionar sus recursos naturales (el atractivo turístico, así como la infraestructura, bienes y los servicios asociados a su aprovechamiento), de modo que puedan regularlo” (Bojórquez-Vargas y otros, 2018, p. 6), y al mismo tiempo ser ejemplo de conservación.

## **Metodología**

Este artículo está basado en una investigación documental y consiste en un estudio descriptivo que analiza la recurrente aplicación y aportación de la praxis de la teoría de empuje y arrastre en el turismo rural. Para la realización de este artículo de revisión se hizo de una búsqueda de la literatura de artículos arbitrados en bases de datos de producción científica a nivel internacional: Google Académico, Dialnet, Redalyc, Scopus, Elsevier y ScienceDirect.

La búsqueda se realizó con la combinación de palabras claves en español e inglés como “turismo rural”, “motivación del turista”, “teoría de motivación de empuje y atracción en el turismo” y “*rural tourism*”, “*push and pull motivations tourism*”. En una primera búsqueda se encontraron 60,000 resultados obtenidos, solo se tomaron en

cuenta los años del 2000 al 2022 y descartando que fueran tesis, libros y artículos donde solo se menciona la teoría, reduciendo la cifra a 7,000 referencias; de esta cifra se redujo la selección tomando en cuenta los criterios de artículos arbitrados e investigaciones donde se obtuvieron resultados de la aplicación de la teoría de empuje y atracción y que tuvieran que ver con el ecoturismo, turismo alternativo y rural, ya que en algunos artículos los conceptos varían de acuerdo al año de publicación y el enfoque que le da cada investigador y que como resultado se quedó en 4,000 artículos.

Por último, de esta búsqueda, sólo se tomaron en cuenta los artículos arbitrados en donde el título, resumen, literatura y metodología se han basado en la aplicación de la teoría de empuje y atracción en el turismo rural o comunitario; quedando 21 artículos. Para analizar los resultados se tomó en consideración los criterios: a) año de publicación; b) lugar donde se realizó la investigación, c) segmentación y d) los resultados sobre los factores de empuje y atracción encontrados y su recomendación para la aplicación y quedando de la siguiente forma su análisis en el método PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses), publicada en 2009, se diseñó para ayudar a los autores de revisiones sistemáticas a documentar de manera transparente el porqué de la revisión, que hicieron los autores y lo que encontraron (Page y otros, 2021, p. 791).

La finalidad de PRISMA es ayudar a los autores de una revisión sistemática (con o sin metaanálisis), a partir de ensayos clínicos u otro tipo de estudios a recordar los aspectos clave que deberían considerar a la hora de publicar su trabajo en forma de artículo en una revista biomédica, así como también a los editores de estas revistas para mejorar el proceso de revisión de los manuscritos y el producto final que se publica (Urrutia y Bonfil, 2013, p. 100). La declaración PRISMA 2020 (Page y otros, 2021, p. 792) ha sido diseñada principalmente para revisiones sistemáticas de estudios que evalúan los efectos de las intervenciones sanitarias, independientemente del diseño de los estudios incluidos. A continuación, se presenta el análisis de acuerdo con los puntos de cada selección:

## **Identificación**

- Número de registros identificados mediante búsquedas en bases de datos Google Académico (n = 35,000).
- Número de registros adicionales identificados mediante otras fuentes Elsevier (n =12,000), Scopus(n=5,500).

### **Cribado**

- Número de registros tras eliminar citas duplicadas, tesis, compilaciones y memorias en extenso (n = 7000)
- Número de registros de artículos de ecoturismo y turismo de naturaleza y alternativo (n = 4000).

### **Idoneidad**

- Número de artículos de texto completo evaluados y leídos para su elegibilidad y no obsoletos en la red (n = 580).
- Número de artículos de texto completo excluidos por no hacer referencia a la aplicación de la teoría al turismo rural (n = 80).
- Número de estudios incluidos en la síntesis cualitativa (n = 17).

### **Inclusión**

- Número de estudios incluidos en la síntesis cuantitativa (metaanálisis), artículos (n = 21)

Finalmente, se realizó una discusión donde se analizó la postura y resultados de la teoría de empuje y atracción, en su aplicación a la motivación del turista en el turismo rural.

### **Resultados**

Los resultados encontrados muestran que fueron 21 las referencias que cumplieron con los requisitos de búsqueda de diferentes países en los cinco continentes, así como las diferentes teorías de empuje y atracción de estudios que se han realizado y que se presentan en la siguiente tabla:

**Tabla 1. Resultados de los artículos sobre la teoría de empuje y atracción**

<b>Autor(es) y año de publicación</b>	<b>Lugar donde se realizó el estudio</b>	<b>Segmentación</b>	<b>Factores de empuje</b>	<b>Factores de atracción</b>
<b>Chang (2006)</b>	Rukai, Taiwan	Jóvenes con interés en la experiencia cultural	Hacer algo diferente y fuera de lo convencional	Atraídos por paisajes y cultura aborígen
<b>Navrátil, Martinát y Kallabová (2009)</b>	The Třeboň, República Checa	Adultos 40 y 60 años, turismo de pesca	Calidad del medio ambiente y servicios y el escapar de la ciudad	Oferta en peces, tranquilidad y convivencia con otros pescadores
<b>Park e Yoon (2009)</b>	Zona rural de Corea del Sur	Adultos de mediana edad con hijos. Gusto por el agroturismo	Relajación, socialización, aprendizaje	Unión familiar, novedad y excitación.
<b>Pesonen y Komppula (2010)</b>	Finlandia	Adultos 35 a 45 turismo de salud y bienestar	Escapar y relajarse	Confort y lujo
<b>Sievänen, Neuvonen y Pouta (2011)</b>	National Parks in Southern,	Adultos jóvenes, ecoturismo	Disfrutar del campo y al aire libre	los safaris y experiencias únicas en hospedaje rural
<b>Pesonen, Komppula, Kronenberg y Peters (2011)</b>	Tyrol, Austria y Finlandia	Familias jóvenes con hijos. Demanda multiopcional.	Relajación y la tranquilidad	Experimentar paisajes rurales originales y estar junto a la familia.
<b>Pesonen (2012)</b>	Finlandia	Turismo rural doméstico. Familias jóvenes	Viajan por motivos sociales y de bienestar	Socializar con otras personas, la historia, la cultura y la artesanía
<b>Mutinda y Mayaka (2012)</b>	Nairobi, Kenya	Mercado interno. Jóvenes	El conocimiento propio y experimentar un estilo de vida nuevo y diferente	Valor por el dinero de las vacaciones, buen tiempo, paisaje excepcional y actividades recreativas

<b>Farmaki (2012)</b>	Troodos, Chipre	Adultos entre 30 y 40 años. Turismo de descanso	Deseo de "escapar de la ciudad"	Interacción con la naturaleza y la cultura.
<b>Dong, Wang, Morais y Brooks (2013)</b>	Potter County, Pennsylvania, USA	Parejas adultas de mediana edad. Turismo local de fin de semana	Convivencia con la naturaleza, escape	Vínculos sociales y consumo de productos locales
<b>Yang, Ryan y Zhang (2013)</b>	Kanas y Tuva China	Jóvenes adultos con interés en la naturaleza	Paisajes naturales y la cultura local	Entretenimiento educativo y tener experiencias especiales
<b>Wolfgang, Ikechukwu y Ulrike (2014)</b>	Gambia	Jóvenes adultos puristas	Patrimonio y naturaleza	Experiencia rural auténtica, atracciones históricas y tradiciones, vida silvestre
<b>Šimková y Holzner (2014)</b>	República Checa	Empresas de turismo rural	La psicología en la práctica turística	Diferencias entre la demanda real y la deseada
<b>Muñoz, Pérez y López (2014)</b>	Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas, España	Adultos mediana edad. multimotivado, hedónico-gastronómico	gastronómicas	hedonísticas y motivos de conveniencia
<b>Pérez, Muñoz, Díaz, Ortega y López (2016)</b>	Ecuador y España	Adultos mediana edad. Turismo enográfico	Motivos enogastronómicos	Motivos hedonistas y sociales
<b>Lwoga &amp; Maturo (2016)</b>	Monte Kilimanjaro en Tanzania	Jóvenes adultos puristas	Experimentar la forma de vida rural y la naturaleza,	Socializar con la gente local, relajarse con amigos y familiares
<b>Díaz, Pérez y Ortega (2017)</b>	Isla Santay, Ecuador	Adultos mediana edad. multimotivado, hedónico-gastronómico	Ecológicos, hedónicos y de tipo social	Gastronomía, compra de artesanías
<b>Wangari, Mutilda y Manyara (2017)</b>	Nairobi, Kenia	Jóvenes adultos ecoturismo y la aventura	Actividades culturales y naturales	Servicios y atracciones especiales

<b>Lewis y D'Alessandro (2019)</b>	Eastern Staters y Aussie Roundabouts, Australia	Adultos mayores. Turismo Senior	Relajación, escapar y experimentar por la novedad y la aventura	Actividades centradas en la salud, escapada romántica con la pareja
<b>Davesa, Laguna y Palacios (2019)</b>	Provincia de Segovia, España	Adultos mediana edad. multimotivado, hedónico-gastronómico	Gastronómicos y culturales estacionales	Nuevas relaciones y escapar de la rutina. hedonistas y de descanso
<b>Morán-Chica y Ramos-Hinojosa (2021)</b>	Azuay, Ecuador	Adultos mediana edad. Turismo enográfico	Neolocalismo y el hedonismo	Conocimiento, experimentar el ambiente, ayudar a la economía local

Fuente: Elaboración propia

## Discusión

En debates sobre las motivaciones de viaje, se ha vislumbrado la necesidad de utilizar a la psicología para comprender los comportamientos de los viajeros, ya que juega un papel bastante crítico en la formación del deseo general de estos individuos de visitar destinos y entender sus comportamientos y los factores que afectan estos patrones (Yousaf y otros, 2018, p. 199), así mediante esas teorías motivacionales, los turistas han mostrado los comportamientos básicos y una comprensión más clara de los viajes y sus destinos.

En este ejercicio de búsqueda sobre estos tipos de motivaciones, se encontró en estos 21 estudios de casos, que el usar factores de empuje y atracción, ayudan a describir segmentos que producen una imagen precisa de diferentes tipos de turistas y sus motivaciones para visitar los poblados donde se realiza el turismo rural; los factores de empuje conducirán a la decisión de viajar, pero los factores de atracción juegan un papel importante al influir en la selección del destino. Existen factores de empuje como: “relajación a través del disfrute de la naturaleza”, “escape”, “reunión social dentro de la comunidad”, en el que la mayoría de los turistas están fuertemente motivados por la “relajación” y “naturaleza” que sirve como principal tema diferenciador de una parte sustancial de la población rural.

En algunos casos, los factores de empuje son más significativos que los de atracción, proporciona productos y servicios que se ajustan a las expectativas y aspiraciones al mercado; en los factores de atracción, como un estudio en Nairobi, Kenia menciona que el alcance de la oferta de productos de destino y los factores de entrega o servicio se consideran determinantes en los viajes de los jóvenes que el atractivo natural del destino (Wangari y otros, 2017, p. 4). Otros sugieren que el mercado se puede dividir en segmentos basados en las motivaciones de los turistas: “unión familiar”, “turistas pasivos”, “lo quieren todo”, “aprendizaje y emoción”, “experiencia rural auténtica” y “patrimonio y naturaleza”; juntas representaron las motivaciones más directamente asociadas con el turismo rural y en el factor que se denominó “aprendizaje” (idiomas, bailes locales), como se menciona en el estudio hecho en Finlandia (Wolfgang y otros, 2014, p. 105).

A pesar de que el mercado y los atractivos varían de un lugar a otro, no cambia el hecho de los factores son similares; por ejemplo un estudio proporciona a las empresas de turismo rural una descripción de lo que motiva a los turistas de bienestar a ir de vacaciones; argumenta que en ambos hay varios subsegmentos, como las personas que “buscan escapar y relajarse” con más confort por lo que son un segmento separado de aquellos que eligen unas vacaciones con el ambiente de una zona rural pero dependiendo de su situación o estatus de vida (Pesonen y Komppula, 2010, p. 73).

En otros factores situacionales internos y externos muestran que no todos los turistas tienen el mismo grado de interés en la experiencia cultural y que algunos de los turistas sobre todo el mercado de jóvenes, en este caso, parecieron estar más interesados en aprovechar la oportunidad de disfrutar un cambio de ritmo participando en algo interesante (quizás algo exótico), ver paisajes rurales y aborígenes bien vestidos con los trajes tradicionales en un contexto novedoso (Chang, 2006, p. 1227). En el destino de Kanas, China se comercializa sobre la base de los pueblos rurales y su cultura; pero no es un motivo de vacaciones para la mayoría de los visitantes, si no es por el paisaje natural que ubican cerca de ahí

en Tuva y Kazakh (Yang y otros, 2013, p. 51). En ambos casos, hay varios subsegmentos y otros factores situacionales internos y externos.

Por otro lado, hay muchas diferencias entre segmentos observados referente en los atributos de destino, la mayoría de ellas se dan entre los "viajeros sociales" que valoran más que "Viajeros de bienestar" y "Viajeros de la región de origen", entre estos atributos valoran el transporte público, socializar con otras personas, la historia, la cultura y la artesanías, haciendo significativamente más que otros segmentos de turistas que acuden principalmente por motivos ecológicos, hedonistas y de diversión (Pesonen, 2012, p. 73), siendo estos los factores de empuje como condicionante del destino; es el caso del contexto rural coreano en el que se identificó que la mayoría de los turistas rurales locales tienden a ser de mediana edad con hijos y prefieren experiencias agrícolas a diferencia de los visitantes externos que prefieren actividades de recreación (Park y Yoon, 2009, p. 105).

En el ejemplo de un estudio en una isla en Ecuador, en los factores de atracción, los visitantes se sienten motivados por la gastronomía, compra de artesanías y convivir con la naturaleza y la gente local, siendo estos resultados coherentes con un perfil de turista más bien interesado por una experiencia ecológica y rural que de turismo de masas (Díaz y otros, 2017, p. 5). Estos resultados permiten que la empresa turística pueda tomar decisiones y diseñar estrategias en aspectos tales como la orientación hacia el consumidor y el conocimiento de las motivaciones.

Sin embargo, los factores de atracción en algunos segmentos y destinos, como se mencionaron en diferentes estudios, sus atributos complementarios y con un trato especial son más importantes, como en el segmento del bienestar que existe un dilema, quieren paz, tranquilidad, pero también lujo y confort, y así como la posibilidad de pasar tiempo afuera en la naturaleza, solo que la mayoría de los centros de bienestar están en las ciudades; por otro lado, los destinos rurales que ya cuentan con servicios de bienestar pueden dirigirse fácilmente al segmento con estrategias de comercialización que ofrecen un entorno ideal para unas vacaciones

motivado por la búsqueda de relajación, comodidad y escape, sin incluir ningún servicio de lujo pero sí de exclusividad y confort (Pesonen y Komppula, 2010, p. 155). Lo anterior también se puede observar en otro estudio de caso hecho en Kenia, en el que se identificó que los rasgos individuales de factores de empuje (aumentar el conocimiento propio y experimentar un estilo de vida nuevo y diferente) son más significativos que los factores ambientales de atracción (valor por el dinero de las vacaciones, buen tiempo, paisaje excepcional y actividades recreativas) como determinantes en la elección del destino (Mutinda y Mayaka, 2012, p. 4). Esto podría ser atribuido al hecho de que la mayoría de los jóvenes kenianos como mercado interno dependen más de experiencias personales y no de los medios promocionales como el internet.

En un análisis efectuado en una provincia rural en España aplicando la teoría de empuje y atracción, ha permitido identificar factores motivacionales diferentes en dos destinos. En base a ellos se han establecido cuatro tipologías de visitantes “turista multimotivado”, “turista hedónico-gastronómico”, “turista gastronómico”, el “turista con otras motivaciones (Muñoz y otros, 2014, p. 25) y “motivos enogastronómicos” (Pérez y otros, 2016, p. 46), que se consideran como válidas y de utilidad para segmentar el mercado y se puedan establecer las estrategias necesarias por parte de los locales para atraerlo.

Estos estudios hechos en España determinan el primer factor de empuje que está relacionado con un turista que concibe la visita como un instrumento para degustar diferentes clases de vino y productos gastronómicos de la tierra, y ampliar sus conocimientos sobre el mundo del vino. Al buscar una “experiencia única en la vida”, los turistas rurales valoran eso y pueden pasar un buen rato con su familia; por lo que los paquetes de productos y servicios pueden diseñarse para enfocarse en segmentos especiales con patrón de demanda multiopcional (Pesonen y otros, 2011, p. 46). En otro estudio en Azuay, Ecuador se mencionan otras tipologías como con el hedonismo–neolocalismo donde la mayor importancia para los visitantes se centró en probar y experimentar nuevos productos locales como cervezas

artesanales, ampliar su conocimiento y experimentar sobre el ambiente de este (Morán-Chica y Ramos-Hinojosa, 2021, p. 137).

Por otra parte, la teoría de empuje y atracción reveló algunas discrepancias en los motivos de viaje en ciertos destinos en relación con el perfil del turista rural, los resultados revelaron que muchos turistas expresaron su deseo de “escapar de la ciudad” como principal motivación para viajar a Troodos, Chipre pero no su interés en buscar “autenticidad” o “tradicionalidad”, sino que es la interacción con la naturaleza y la cultura y el no interactuar con la comunidad local, como tradicionalmente se cree; además de que se alojan en grandes hoteles o en entornos urbanos y viajar a la zona rural en solo una excursión diaria (Farmaki, 2012, p. 75), en contraste esto puede afectar el aspecto social y la economía de la comunidad local.

También, varios estudios han demostrado resultados que sugieren que el segmento de mercado potencial de los visitantes del turismo recreativo que aún no está completamente explotado en las comunidades que se encuentran dentro de parques nacionales, por lo que existen oportunidades de negocio para las empresas de servicios turísticos en las inmediaciones del parque, pero obviamente se necesita desarrollar el servicio a disposición con el fin de ser atractivo para los diferentes tipos de visitantes y que puede actuar como un promotor positivo para los servicios locales (Sievänen y otros, 2011, p. 62).

Por último, es importante que la teoría también especifique los elementos de calidad, ya que hay una diferencia por estos elementos más que cantidad y esto podría ser una obstrucción para utilizar el desarrollo de cualquier producto rural y comunitario, tanto natural como cultural y no sólo como una herramienta de desarrollo turístico sino también en la mejora del medio ambiente y en donde la gente local construya una comunidad diversificada (Navrátil y otros, 2009, p. 515). En relación con estas discrepancias se obtiene una mejor comprensión de las motivaciones de viaje que puede ayudar aún más a los planificadores e investigadores de destinos a comprender los patrones cambiantes de los

comportamientos de los viajeros y las formas en que estos cambios han evolucionado con el tiempo.

Los resultados de las prácticas en base a la teoría de los factores de empuje y atracción examinadas aquí, cuando se mezclan con los elementos del marketing pueden facilitar la creación de estrategias promocionales más apropiadas y enfoques alineados, que aseguran que las ofertas de los destinos lleguen a los consumidores más adecuados y en el que las mismas comunidades sean sus propios operadores de viajes (Lwoga y Maturo 2016, p. 782), ya que la mayoría de las aldeas tienen una presencia en línea débil en ventas directas, como es el ejemplo del estudio en los turistas que visitan las zonas rurales en Pennsylvania, Estados Unidos, en donde la mayoría de los visitantes procedían de dentro del Estado, por lo que sugiere que este destino es preferido por personas con más información y conocimiento sobre la región (Dong y otros, 2013, p. 189).

Otro resultado indica, que la influencia de la motivación de empuje en el comportamiento de los individuos no se limita únicamente a su fase previa en la que optan por el producto-destino, sino que trasciende a la misma, como un factor de atracción en su percepción y experiencia durante la visita y en su valoración post-consumo, que realizan una vez que esta ha concluido (Davesa y otros, 2019, p. 187); y que para la mayoría ha sido el aumento en la importancia de los factores ambientales, con la búsqueda de conocimiento, debido a que encuentra motivaciones como la educación ambiental y conocer la cultura local; las variaciones son más diversas que el enfoque simplista de riesgo-emoción que se encuentran en la industria del ecoturismo y turismo de aventura.

De ahí, la necesidad de profundizar en el estudio de la relación entre estas variables y la relación con la satisfacción, la lealtad y la calidad que son conceptos determinantes del éxito de un destino, así como también otros autores mencionan que en general, la psicología y la investigación psicológica deberían tener su lugar en la práctica turística sobre todo en el caso de las zonas rurales turismo, donde la mayoría de ellos son pequeñas o medianas empresas (pequeñas granjas o

empresas familiares). Sin embargo, la gerencia se enfoca en administrar sus negocios diarios en un entorno comercial cambiante, más que en la aplicación de la psicología en la práctica (Šimková y Holzner, 2014, p. 662) y en la que, a través de estas dos décadas de estudios sobre la teoría de empuje y atracción aplicada al turismo rural, las variables se limitan a solo estudios a los turistas y dejan a un lado la percepción de la comunidad local.

Cabe resaltar, la ausencia de publicaciones en Latinoamérica, ya que, sólo se encontraron publicaciones por Ecuador y en colaboración con España, siendo en Europa Oriental, Asia y en África las más relevantes, y entonces la pregunta sería ¿por qué no se está publicando y estudiando más esta teoría de la motivación?

## **Conclusiones**

A través de la literatura encontrada en estos estudios de caso, se pudo ver con más claridad las motivaciones que tienen los viajeros en el turismo rural con respecto a la teoría de empuje y atracción, ya que éstas tienen implicaciones en el turista, revelando porque hay diferencias y similitudes en su comportamiento en este tipo de segmento; siendo relevantes y frescas en la toma de decisiones para el consumidor, el prestador de servicios y las tour operadoras, así mismo en los factores que se aplican para las prácticas de marketing.

De acuerdo con el objetivo planteado en este artículo sobre analizar las diferentes postulaciones en la teoría de empuje y arrastre, así como la subsecuente praxis en los proyectos del turismo rural, se pudo observar en varios hallazgos encontrados, donde hay factores de empuje que coinciden entre ellos como el de “convivir con la naturaleza y la familia”, “descansar” y “escapada”, y hay factores que influyen en la elección del destino como “socializar”, “conocer algo diferente” y “la cultura del lugar”, sin embargo esto varía de acuerdo al mercado si es de jóvenes, adultos mayores, o por ejemplo en el segmento de los turistas de bienestar con motivos más hedonistas y de confort.

En el factor de atracción se han contemplado motivos más relacionados con el de conocer y aprender cosas nuevas, como un segmento de “turista multimotivado”, “turista hedónico-gastronómico” y “motivos enogastronómicos”. Por otro lado, se mostraron algunas discrepancias en los motivos de viaje de algunos segmentos que no corresponden con los atributos del turismo rural como son el de “convivir con la naturaleza” o “realizar actividades de aventura” y solo el de “salir de la ciudad”.

En algunos estudios se observa la importancia de incluir variables sobre la calidad, el servicio y la opinión de la gente local; sin embargo, estas variables si se estudian más a fondo podrían influir en factores para lograr los objetivos del turismo sostenible y mejores prácticas para la conservación de los recursos y el desarrollo de la gente local. También, deben tenerse en cuenta al desarrollar estrategias de marketing apropiadas y atractivos en medios publicitarios y formular mejores estudios para segmentar mercados y diferenciar y posicionar productos; se sugiere que puede incluirse variable de intención de comportamiento que sean determinantes en la calidad de la experiencia, el valor percibido y la satisfacción.

Esto puede ayudar a los gerentes de marketing, tour operadores y planificadores de destinos a elaborar mejores estrategias. Debe recalcar la ausencia de referencias en publicaciones de Latinoamérica y sobre todo en México, ya que, exceptuando a Ecuador no se encontraron otras que estudien la teoría de motivación en el turismo rural. La aplicación y comprensión de estos modelos motivacionales pueden facilitar la segmentación del mercado y los enfoques de comercialización en canales de direcciones más productivas y con una fuerte presencia en internet y en las redes sociales, implementando estrategias inteligentes que podrían funcionar como nuevas herramientas para los nuevos segmentos de mercado con un mayor enfoque en la conservación, el desarrollo local y respeto a estas comunidades.

## Referencias

- Bojórquez-Vargas, Alma, Zizumbo-Villareal, Lilia, Pérez-Ramírez, Carlos y Conrado, Márquez-Rosano, (2018) "La gestión comunitaria del turismo. Análisis desde el enfoque de los bienes comunes y los sistemas socio-ecológicos", en *Ra Ximhai*, vol. 14, núm. 1, 2018, pp. 149-164.
- Chang, Janet, "Segmenting tourists to aboriginal cultural festivals: An example in the Rukai Tribal area, Taiwan", en *Tourism Management*, vol. 27, issue 6, 2006, pp. 1224-1234.
- Morán-Chica, Marissa y Miriam Hinojosa-Ramos, "Motivaciones y Barreras: Una mirada analítica al Turismo de cerveza artesanal para la provincia del Azuay en Ecuador", en *Dominio de las Ciencias*, núm. 3, vol. 7, 2021, pp. 121-144.
- Crompton, John, "Motivations of pleasure vacations", en *Annals of Tourism Research*, vol. 6, issue, 4, 1979, pp. 408-424.
- Dann, Graham, "Anomie, ego-enhancement and tourism", en *Annals of Tourism Research*, vol. IV, issue 4, 1977, pp.185-195.
- Dann, Graham, "*Tourist motivation an appraisal*", en *Annals of Tourism Research*, vol. 8, issue 2, 1981, pp. 188-196.
- Devesa, María, Laguna, Martha y Andrés Palacios, "Motivación, satisfacción y lealtad en el Turismo caso de un destino de interior", *Revista Electrónica de Motivación y Emoción. Monográfico de la Motivación del Consumidor*, vol. XIII núm. 35 y 36, 2010,169-190.
- Díaz, Suleen, Pérez, Jesús y Mariella, Ortega, "Análisis de las motivaciones hacia el ecoturismo en Ecuador. Un estudio de caso en la Isla Santay", en *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, núm. 22, mes junio/junho, 2017.
- Domínguez, Francisco, *Experiencias del turismo Rural en Quintana Roo*, Cuerpo Académico de Turismo y Sustentabilidad, Universidad del Caribe, 2017.

- Dong, Erwei, Wang, Yawei, Morais, Duarte y David Brooks, "Segmenting the rural tourism market: The case of Potter County, Pennsylvania, USA", en *Journal of vacation marketing*, vol. 19, núm 2, pp. 2013 191-193.
- Farmaki, Anna. "An exploration of tourist motivation in rural settings: The case of Troodos, Cyprus", en *Tourism Management Perspectives*, Vol. 2-3, 2012, pp. 72-78.
- Fiengo, Yara y María Smith, "Estrategias de marketing para la cooperativa de Turismo ecológico Santa Librada R.L. de Colon", en *Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios. Tecnología y Negocios*, vol.5, núm 2, 2018, pp. 1-15.
- Juvan, Emil, Omerzel, Doris y Maja Maravić, "Tourist behaviour: An Overview of models to date", en *Management International Conference*, 2017, pp. 24-27.
- Gražulis, Vladimiras, "A systematic approach to personal travel motives (theoretical Construct)", en *Human Resources Management & Ergonomics*, vol. 9, núm. 2, 2015, pp. 60-72.
- Lane, Bernard y Elisabeth Kastenholtz, "Rural tourism: ¿The evolution of practice and research Approaches towards a new generation concept?", en *Journal of Sustainable Tourism*, vol., 23, núm. 8-9, 2015, pp. 1133-1156.
- Lee, Gyehee, O'leary, Joseph, Lee, S. H., y Alastair Morrison, "Comparison, and contrast of Push and pull motivational effects on trip behavior: An application of a multinomial Logistic regression model", en *Tourism Analysis*, vol. 7, núm. 2, 2002, pp. 89-104.
- Lewis, Clifford y Steve D'alessandro, "Understanding why: Push-factors that drive. Rural tourism amongst senior travellers", en *Tourism Management Perspectives*, vol. 32, núm. 100574, 2019, pp. 1-10.

- Lwoga, Noel y Elirehema Maturo, "Motivation-based segmentation of rural tourism Market in African Villages", en *Development Southern Africa*, vol. 37, núm. 5 2020, pp. 773-790.
- Maslow, Abraham, *Motivación y personalidad*, Díaz de Santos, Madrid, 1991.
- Mcintoch, Robert, Goeldner, Charles, y Brent Richie, *Turismo Planeación, Administración y Perspectivas*, Limusa, 2004.
- Mutinda, Rayviscic y Mayaka, Melphon, "Application of destination choice model: Factors Influencing domestic tourist destination choice among residents of Nairobi, Kenya" en *Tourism Management*, vol. 33, 2020.
- Muñoz, Guzmán, Pérez, Jesús y Tomás López, "Motivación y segmentación del turista En festivales culinarios. El caso de la feria gastronómica en el Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y las Villas (España)", en *International Journal of World of Tourism*, vol. 1, núm 2, 2014, pp. 19-28.
- Navrátil, Josef, Martinát, Standa y Eva Kallabová, "Framework for utilizing angling as a tourism development tool in rural areas", en *Agricultural Economics*, vol. 55, núm 10, 2009, pp. 508-518.
- Olague, José, "Efecto determinante de la motivación de viaje sobre la imagen de destino en turistas de ocio a un destino urbano: el caso de Monterrey, México. Una aproximación por medio de mínimos cuadrados parciales (PLS)", en *Turismo y Sociedad*, vol. 18, 2016, pp. 61-77.
- Palomino, Bertha; Gasca, José, y Gustavo López, "El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas", en *El Periplo Sustentable*, núm. 30, 2016, pp. 6-37.
- Park, Duk-Byeong y Yoo-Shik Yoon, "Segmentation by motivation in rural tourism: a Korean case Study", en *Tourism Management*, vol. 30, Issue 1, 2009, pp. 99-108.

Page Matthew y otros. "Declaración PRISMA 2020: una guía actualizada para la publicación de Revisiones sistemáticas" en, *Rev.Española Cardiol*, vol. 74, núm. 9, 2021.

Pérez, Jesús, Díaz, S., Muñoz, Guzmán, Díaz, Suleen y López, Tomás, "Un modelo para Diversificar la Oferta turística en el Ecuador: el festival enogastronómico Montila-Moriles(España)", en *Paradigmas del Turismo en Ecuador*, Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador y la Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2016, pp. 21-33.

Pesonen, Juho y Raija Komppula, "Rural Wellbeing Tourism: Motivations and Expectations", en *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 17, Issue 1, 2010, pp. 150-157.

Pesonen, Juho, Komppula, Raija, Kronenberg, Christopher y Peters, Mike, "Understanding the relationship between push and pull motivations in rural tourism", en *Tourism Review*, vol. 66, núm., 3, 2011, pp. 32-50.

Pesonen, Juho, "Segmentation of rural tourists: Combining push and pull motivations", en *Tourism and Hospitality Management*, vol. 19, núm. 1, 2012, pp. 69-82.

Pizam, Abraham, Neumann, Yoram y Arie Reichel, "Tourist satisfaction: Uses and misuses", en *Annals of Tourism Research*, vol. 6, Issue 2, 1979, pp. 195-197.

Rosalina, Putu, Dupre, Karine y Ying Wang, "Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges", en *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 47, 2021, pp. 134-149.

Tsephe, N. P., & Obono, Eyono, "A theoretical framework for rural tourism motivation factors", en *International Journal of Economics and Management Engineering*, vol. 7, núm. 1, 2013, pp. 273-278.

- Said, Jumrin y & Maryono Maryono “Motivation and Perception of Tourists as Push and Pull Factors to Visit National Park”, en *E3S Web of Conferences*, vol. 31, 2018.
- Sievänen, Tuija, Neuvonen, Marjo, y Eija Pouta, “National Park visitor segments and their interest in rural tourism services and intention to revisit”, en *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, vol. 11, sup1, 2011, pp. 54-73.
- Šimková, Eva y Jindřich Holzner, “Motivation of Tourism Participants” en *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 159, 2014, pp. 660-664.
- Snepenger, David, King, Jesse, Marshall, Eric y Mazuffer Uysal, “Modeling isoahola’s motivation theory in the tourism context”, en *Journal of Travel Research*, vol. 45, núm. 2, 2006, pp. 140–149.
- Urrútia, Gerard y Xavier Bonfill, “La declaración PRISMA: un paso adelante en la mejora de las publicaciones de la Revista Española de Salud Pública”, en *Revista española de salud pública*, 2013, vol. 87, núm. 2, pp. 99-102.
- Valdez, Dina Ivonne, y Ochoa Beatriz, *Turismo rural*, México, Instituto Tecnológico de Sonora, 2015.
- Wangari, Caroline, Mutilda, Rayvisicic y Geoffrey Manyara, “Understanding the travel motivation Among youth travelers in Kenya: the ‘push’and ‘pull’paradigm”, en *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, vol. 6, núm. 1, 2017.
- Wolfgang Rid, Ikechukwu, Ezeuduji y Ulrike Pröbstl-Haider, “Segmentation by motivation for rural tourism activities in The Gambia”, en *Tourism Management*, vol. 40, 2014, pp. 102-116.
- Yang, Jingjing, Ryan, Chirs y Lingyun Zhang, “Ethnic minority tourism in China – Han perspectives of Tuva figures in a landscape”, en *Tourism Management*, vol. 36, 2013, pp. 45-56.

Yousaf, Anish, Amin, Insha y José Santos, "Tourists' motivations to travel: A theoretical perspective on the existing literature", en *Tourism and Hospitality Management*, vol. 24, No. 1, 2018, pp. 197-2

## **Literatura e Historia**

## **Los Ecos Nómadas Raúl Arístides**

Wang Kexin y Juan Manuel Espinosa Sánchez

Universidad Autónoma Complutense-Madrid/UAEQROO

“ESTAS MEMORIA O RECUERDOS son intermitentes y a ratos olvidadizos porque así precisamente es la vida. La intermitencia del sueño nos permite sostener los días de trabajo. Muchos de mis recuerdos se han desdibujado al evocarlos, han devenido en polvo como un cristal irremediabilmente herido.

Las memorias del memorialista no son las memorias del poeta. Aquél vivió tal vez menos, pero fotografió mucho más y nos recrea con la pulcritud de los detalles. Éste nos entrega una galería de fantasmas sacudidos por el fuego y la sombra de su época.

Tal vez no viví en sí mismo; tal vez viví la vida de los otros.

De cuanto he dejado escrito en estas páginas se desprenderán siempre -----como en las arboledas de otoño y como en el tiempo de las viñas----- las hojas amarillas que van a morir y las uvas que revivirán en el vino sagrado.

Mi vida es una vida hecha de todas las vidas: las vidas del poeta”.

Pablo Neruda

*Confieso que he Vivido. Memorias, (1979, 9).*

### **Resumen**

Habar del presente escrito de Raúl Arístides Pérez Aguiar su novela histórica *Ecos Nómadas* es hacer un registro mediante la narración de sucesos relacionados con Bacalar, Payo Obispo, Orange Walk y Corozal lugares de México y Belice que estarán ligados por la migración de los mayas por la Guerra de Castas, que los mayas pacíficos dejan sus lugares de origen mexicano por la guerra para ir a radical al norte de Belice.

Donde se entrecruzan la cultura mexicana y beliceña de los siglos XIX y XX para formar una cultura de la mezcla de mayas nacidos en México y los habitantes beliceños, que va a formar una identidad propia y local, dando como resultado muy interesante un proceso de vida única culturalmente de los alimentos o el inglés criollo característico de estos lugares.

Palabras Clave: Pato Obispo, Bacalar, Orange Walk, Corozal y cultura.

### **Abstarct**

To talk about this writing by Raúl Arístides Pérez Aguiar, his historical novel *Ecos Nómadas*, is to make a record through the narration of events related to Bacalar, Payo Obispo, Orange Walk and Corozal, places in Mexico and Belize that will be linked by the migration of the Mayans through the Caste War, that the peaceful Mayans leave their places of Mexican origin due to the war to go to the north of Belize.

Where the Mexican and Belizean culture of the 19th and 20th centuries intersect to form a culture of the mixture of Mayans born in Mexico and the Belizean inhabitants, which will form its own and local identity, resulting in a very interesting life process. culturally unique food or Creole English characteristic of these places.

Keywords: Pato Obispo, Bacalar, Orange Walk, Corozal and culture.

### **Résumé**

Parler de cet écrit de Raúl Arístides Pérez Aguiar, son roman historique *Ecos Nómadas*, c'est faire un enregistrement à travers la narration d'événements liés à Bacalar, Payo Obispo, Orange Walk et Corozal, des lieux du Mexique et du Belize qui seront liés par le migration des Mayas à travers la guerre des castes, que les

Mayas pacíficos quitan sus lugares de origen mexicana a causa de la guerra para dirigirse hacia el norte de Belice.

Allí donde las culturas mexicana y beliceña de los siglos 19 y 20 se cruzan para formar una cultura de mezcla de Mayas nacidos en México y de habitantes beliceños, que formará su propia identidad local, resultando en un proceso de vida muy interesante. o inglés criollo característico de esos lugares.

Palabras clave : Pato Obispo, Bacalar, Orange Walk, Corozal y cultura.

### **Los avatares de escribir una novela histórica**

Raúl Arístides Pérez Aguilar presenta a los lectores en su libro *Los Ecos Nómadas* una novela histórica donde narra acontecimientos de la historia regional de Quintana Roo en estructuras del desarrollo económico, político, social, religioso, vida cultural, una obra que va acumulando el conocimiento del pasado. Arístides introduce al lector a una mirada histórica de varios sucesos del pasado donde presente una conexión de cada suceso en la narrativa, con la intención de difundir la historia local de Payo Obispo y Bacalar mediante una explicación razonada del pasado de manera legible y comprensiva hacia sus lectores. (Montes de Oca, 2006, 433).

En un trabajo que plantea los problemas de la identidad del sur de Quintana Roo, en tiempos pasados, en una hipótesis que llevan al lector en un proceder de la enseñanza de la historia mediante el aprendizaje de la historia regional, con el quehacer de elaborar *Ecos Nómadas*. En un estudio de los diferentes relatos históricos planteados que sus lectores aprenderán el conocimiento del pasado de estas latitudes quintanarroenses, con una explotación crítica razonada y que sea de gran utilidad a los jóvenes. (Montes de Oca, 2006, 434).

Para entender desde lo narrativo la historia como un suceso de los eventos históricos que va describiendo el propio autor Arístides, en el marco de un desarrollo

civilizatorio i de urbanidad de la Propia Payo Obispo y Bacalar, que la primera fundación ha sido la población bacalarenses que data la primera fundación de 1543 en el momento de la conquista de los españoles en estas latitudes, Payo Obispo no existe para la época.

Arístides habla que el mestizaje su asentamiento es la llegada de Hernán Cortés en 1519 al llega a Cozumel para rescatar a Jerónimo de Aguilar para incorporarlo sus huestes con conocimiento del maya y al que no pudo rescatar era Gonzalo Guerrero que estaba en Talmacab que tuvo familia con una mujer maya, para tener una visión del mestizaje que se presenta en la cultura de la experiencia comentada en *Ecos Nómadas* con una temporalidad del siglo XIX y XX. Con la mención de urbes beliceñas de Orange Walk y Corozal, lugares donde llegan los mayas que huían de México en la llamada Guerra de Castas, los mayas que buscaban una tranquilidad en el entorno familiar para quedarse a vivir estos lugares del actual Belice.

La novela histórica en un discurso que tiene una verosimilitud de manera narrada para tener una descripción novelada de la realidad. En este caso Raúl Arístides tiene un conocimiento de su lugar de origen, nos lleva al relato de los hechos ocurridos en el pasado mediante una prosa, que han sido investigado por los historiadores locales de Quintana Roo. Mediante una historia literaria en el saber del conocimiento histórico, siendo una narración fluida mediante lograr una novela histórica, en un planteamiento de un espacio de relación donde estas partes se relaciona la agricultura que va creciendo y numero de las poblaciones ordenadas (Montes de Oca, 2006, 437), mediante la iglesia parroquial que sería Bacalar de 1748. En estos lugares viven los agricultores donde son de descendencia de origen maya.

En el devenir de su vida y un elemento repetido que serían el ciclo agrícola donde en la cosmovisión maya es un ciclo repetitivo de manera recurrente de manera generacional, no hay desarrollo tecnológicos de zonas más urbanizadas como Campeche o Mérida, donde el mundo regional del sur de Quintana Roo no hay

edificios nuevos como la Bacalar o segunda Balacar fundada a inicios del siglo XVIII, que es una realidad cercana a la nuestra es decir son los dos edificios más antiguos que sobreviven en nuestra época.

Arístides al escribir su novela histórica los *Ecos Nómadas* que habla de la frontera sur de México es interesante de estas crónicas de la riqueza natural del lugar, variedad de árboles, chicle, y con un abundante calor un reflejo del clima del tropical, calor y humedad. Donde los mayas siguen practicando sus antiguos ritos a sus deidades al momento de cosechar ora, a los cuatro vientos y pide permiso al Dios Chaac, deidad de la lluvia para iniciar el ciclo agrícola. Como proceso de la vida y la muerte en el mundo maya, que llevan a Arístides a tener una creatividad creadora con su pluma de hacer descripciones de los diferentes eventos históricos fundamentalmente con contenido histórico que produce un mundo del pasado humano que corresponde a una belleza estética en el momento de escribir con su prosa el quehacer del hombre en el desarrollo de la urbanidad al sur de Quintan Roo.

Las casa son de madera es fácil conseguirla por la abundancia de árboles como sería la fundación de Payo Obispo, Corozal en Belice y lo que pudo haber sido Bacalar, con casa con techo de guano y una tradición de usar este tipo de construcciones para evitar al interior de la casa habitación los calores excesivos, y los alimentos se comen de manera simple en un momento histórico de los agricultores y son utensilios quizás de madera y la comida principal el maíz, la gente consume variedad de vegetales, higos, coles, zanahorias, papas y semillas y se cosechan frutos como la naranja y se usan tanto para comer son frutos ácidos, como la lima para la sopa de lima. La cosecha de la caña se obtiene diversidad de alimentos como el piloncillo para endulzar un té, café, el chocolate; la importancia de consumir de manera regular se bebe agua que no sea de ríos y arroyos sino de aguadas o de las aguas de lluvias para llevar los curbatos, que son aguas limpias.

Payo Obispo puede ser una aldea del mundo del sur de Chetumal, del Territorio de Quintana Roo, posiblemente tuvo un herrero, que hace herramientas como cuchillos, herraduras para las caballerizas o rejas para los arados, del instrumental agrícola y aumentar así la producción agrícola.

El espacio rural puede ser un espacio de juego, como cercanos al béisbol o juegos de mesa entre las damas y ajedrez, en el desarrollo urbanístico de esta región al interior dentro de la aldea como Corozal o Bacalar en el espacio principal que es la iglesia parroquial la sociedad práctica la religión en lado beliceño religión calvinista por la tradición inglesa que llegó a estas latitudes y del lado católico que los divide el río Hondo como una frontera natural, en estos recintos religiosos se desarrollan las prácticas litúrgicas como un espacio de reunión, y serían las cabeceras de familia de los primeros ayuntamientos nacidos adheridos, de las iglesias parroquiales incluso se pueden jugar pelota y lugar defensivo en las zonas más peligrosas y una resistencia mayor con ventanas muy pequeñas para disparar flechas y en momentos peligrosos. Dentro de la comunidad es el toque de las campanas, marcan el tiempo el toque del Angelus, las misas y avisar el peligro, puede servir para expresar alegría labrada en piedra un alquerque y en el portal de la iglesia a realizar juegos. Como Bacalar la primera iglesia de madera que era consumida por un fuego y a partir de 1750 se edificó el recinto sagrado la de piedra y Corozal con su iglesia de madera incluso en la época actual en pleno siglo XXI.

La ciudad es una revolución urbana y son sitios pequeños como Payo Obispo en donde se puede ver fotografías en la Casa de la Cultura recinto que se ubica en el parque de los Caimanes o en el Museo de la Maqueta que no hay iglesia de la época virreinal, el edificio de piedra es el Palacio de Gobierno localizado en frente de la Bahía de Chetumal donde la calle principal es la Héroes hasta el hotel de los Cocos a los costados casa de madera, pocos habitantes a principios del siglo XX, comparada con Campeche o Mérida que son ciudades más grandes y con un número mayor de habitantes.

En la época Virreinal tuvo superar casitas adheridas a los muros que protegen a las ciudades, es decir ambas son ciudades amuralladas para evitar el peligro y los ataques de los piratas. La casa de madera su entramado y prototípica de un artesano que es recurrente en el periodo del siglo XIX como Payo Obispo y posiblemente lo hace un carpintero con fachada estrecha y la estructura está compuesta de maderos que protege y al interior piso de madera, al estar rodeada de la selva abunda una diversidad de animales, o bichos como víboras, tarántulas y con piso apisonado para evitar que crezca la hierba y se resguarde este tipo de alimañas ponzoñosas, normalmente son techos de dos aguas quizás con pocas ventanas y raro son usados los vidrios poca gente lo usa con más frecuencia se usan telas empapados de agua que pasa la luz solar y contra ventana de madera para proteger la entrada del viento y la lluvia y mosquiteros para evitar que entre el mosco su picadura puede provocar dengue, hoy día son más enfermedades mortales como el zika y chinkunguya.

Como el siguiente relato de Arístides poniendo un ejemplo de su libro *Ecos Nómadas* en el siguiente pasaje:

“Francisco Osuna había llegado a la aldea en el inicio del verano. El mismo día en que se asentó sus maletas en el territorio bacalareño, el trópico le arrebató media vida en cuanto el estallido de un rayo casi revienta en pleno rostro y las amenas lluvias produjeron millones de moscos ---sus enemigos--- que infectaron de paludismo a media población. El médico recién desembarcado no tuvo descanso, y las pocas horas que pudo dormir en la primera semana de trabajo le marcaron la cara con diminutos puntos azules alrededor de los ojos. Le gustó el lugar, a pesar de su precariedad y de las duras jornadas en las que junto con su ayudante ---un muchacho escuálido y moreno de apellido Pech--- atendía y aplicaba a los enfermos las dosis requeridas de quinina y otros fármacos. Al viento que percibía distinto. ‘No es viento de España’, decía que se les escapara un suspiro, pero si levantaba los ojos hacia lo más iluminado del cielo sonreía. Hasta el agua le sabía diferente. ‘Es agua dulce que he probado’, le dijo un día a Fernanda *ajicarando* las manos para recibir el fresco líquido que salía de un curvato, y luego, en su reflejo, contar la flores que la muchacha llevaba en el pelo.” (Arístides, 2020, 15).

Los detalles que pone Raúl Arístides de las actividades humana son trascendentales en acercarnos en tiempo y en espacio a temas relacionados donde él ha vivido como una justificación válida de explicar varias épocas siglo XIX y XX diseñando con una narratividad el acontecer de la vida cotidiana de los actores que aparecen en su escrito con una explicación de los periodos que va cambiando la situación urbanística de Payo Obispo y Bacalar, en un sentido de crecimiento demográfico con la llegada de nuevos pobladores a los poblados mencionados, de manera ordenada mediante el quehacer de la escritura literaria, va ordenando en su constructo, una diversidad de situaciones como la del médico recién llegado y que debe atender muchos enfermos por dengue al picarlos los moscos y administrar la quinina, para aliviar sus males. (Torres, 2005, 13 y 16).

Siendo la obra de Arístides una narrativa regional del sur de Quintana Roo que nos habla de manera acertada el intento de difundir la vida cotidiana y cultural de los pobladores y lugares inclusive poco conocidos en el resto de nuestro actual México, que muchos creen que la capital de Quintana Roo, es Cancún. Raúl Arístides y su libro los Ecos Nómadas es un loable esfuerzo de llevar con la palabra escrita una memoria de Arístides cuando era joven, como era Payo Obispo, que ha cambiado mucho a nuestros días, donde las casa eran todas de madera con el curbato para el consumo de agua captada por la lluvia para el consumo doméstico, Arístides se vuelve crítico en sus estudios regionales al plasmar la belleza y añoranza del antiguo Chetumal es decir Payo Obispo con una propuesta diversificada porque pone más énfasis en la vida cotidiana de los lugareños un excelente logro, siendo su objeto de estudio. (Torres, 2005, 13 y 16).

Un quehacer de una sociedad multifacética de la identidad del mestizaje que se dio entre los españoles y los mayas de la costa oriental de Yucatán, donde da una pauta Arístides importante decirlo de una narrativa rural, en la construcción de su mundo literario que se manifiesta de cultura, en su obra ya mencionada que explica una experiencia de un vitalismo, mediante el léxico de sucesos de los pormenores de los mayas, un legado histórico que dejan al actual Estado de Quintana Roo, con una

creación de escritura en un ambiente relacionado en sitios de la selva, y locaciones de la novela es Punto Consejo cerca de Payo Obispo un lugar que es una aldea principalmente de pescadores, por estar cerca de la Bahía de Chetumal, siendo una novela de la herencia del pasado de los chetumaleños. (Torres, 2005, 13 y 16).

Los habitantes de estos sitios en la Guerra de Castas de Punta Consejo varios huyen a Belice en una búsqueda de paz y tranquilidad y con los lugareños de Belice se mezclan haciendo una nueva aparición de la lengua llamado Criollo una mezcla de inglés con español, y nuevos alimentos en la conjunción de ambas culturas. Que lleva a una personalidad literaria invocando una diversidad de tiempos históricos por los mayas sublevados que les quitan las tierras a los mayas pacíficos, algunos de los mayas que se exiliaron y regresan en tiempos de paz, mediante litigios algunos recuperan sus terruños. Las formas de vida locales como ir a la selva y buscar el chicle, capturar los sucesos con connotaciones sociales al describir estos poblados, para aventurarnos de manera significativa como el huracán Janet de 1956 y destruye muchos sitios, incluso poblados de Belice que destruyó Corozal y Orange Walk inundando ambas aldeas e interesante de lugares emblemáticos hoy día sobre estos lugares de la frontera sur de México. (Pérez Aguilar, 2020).

Arístides oía escuchar a su madre las anécdotas de sus abuelos como Polo sobre la vida de los abuelos en la idea de escribir el pasado de la familia del nuestro autor, sobre la existencia de Polo de un hombre trabajador tuvo aserraderos y saco chicle para exportarlo a Belice y posteriormente a Panamá vía Japón. La otra vía era New York, siendo comerciante en la Zona Libre, para escribir lugares reales y algunos personajes son inventados para recrear una vida cultural. El abuelo que nunca conoció Arístides, lo conoce por las anécdotas de su tía Oliva, siendo fenómenos sociales en un grupo de una población que nos lleva a una relevancia siendo sociedades del silencio es decir no hay radio, ni automóviles en Corozal, hasta que llego el auto entre 1908-1909, siendo la muerte de Polo por 1925, siendo historia de naturaleza rural. Un pasado narrativo de conocimiento geográfico, histórico de lo

familiar entrecruzarlo con la vida social del sur de Quintana Roo y norte de Belice. (Pérez Aguilar, 2020).

La historia y la narratividad de la novela de Arístides ofrecen una versión al lector que permite descubrir pasajes pocos conocidos de la región sureña quintanarroense que enmarcan la parte histórica con la parte de la ficción donde hablan los personajes al interior del libro en un dialogo ficticio con la intención de llenar esos espacios incluso con elementos testimoniales de la tía de Arístides, para mostrar una cara de la realidad al interior de una investigación histórica con la finalidad de mostrarnos a nosotros los lectores un relato histórico, con la finalidad de identificar los matices de la veracidad del relato histórico en una representación del discurso histórico y de manera paralela el discurso ficcional de los personajes. (Montes de Oca, 2006, 439).

### **La Cultura Musical en Raúl Arístides en *Los Ecos Nómadas***

La obra de Raúl Arístides *Los Ecos Nómadas* es el reflejo de una novela histórica enmarcada por la Guerra de Castas que inicio a mediados del siglo XIX, en la sublevación de los mayas contra el orden de los hacendados principalmente origen español, por el uso de sus costumbres que vienen desde la época colonial, en el maltrato a los mayas, donde nos habla de la parte cultural sus hábitos alimenticios, la destrucción del poblado de Chichanhá y Bacalar por parte de los sublevados al atacar estas urbes, porque estaban con el gobierno de Yucatán firmando un tratado de paz, de o alterar el orden y sumarse sus pobladores con los sublevados.

Por lo cual estaba planificando una reseña en función de la Guerra de Castas y la pacificación por parte del gobierno mexicano, cuando el general Porfirio Díaz envió tropas mexicanas para poner punto final.

Pero cambie de parecer y me llamó la atención esta obra de Arístides casi al final en el momento que explica un pasaje de Othon P. Blanco en el siguiente párrafo, que sucedió en el muelle de Payo Obispo:

“Bajo la tarima y, en compañía de otros funcionarios, atravesó el polvoriento escenario saludando con la mano a quien se lo solicitaba. Al final del muelle mayor, lo esperaban en el barco una banda de música que tocaba el vals *Sobre las olas* mientras el mar se obstinaba en salpicarlo todo. Los payobispenses lo siguieron hasta la rampa y entre sonrisas le desearon buena suerte. Él agradeció los gestos de amabilidad batiendo la mano lentamente desde la embarcación que ya enfilaba hacia oriente buscando el derrotero que lo conducirá mar adentro. Llorosa y feliz, la esposa del teniente vio la bruma que se posaba sobre el Conejo, lugar del teniente vio la bruma que se posaba sobre el Consejo, lugar del que había salido virgen en brazos de Othón y al que nunca regresaría.” (Arístides, 2022, 302).

Este párrafo en particular me dio la idea de hacer una reflexión que tipo de música proveniente de otras latitudes se llegó a interpretar en Payo Obispo, hoy Chetumal, dado que en su momento la pieza de Juventino Rosa el vals *Sobre la Olas*, represento un acontecimiento musical de ser conocida esta pieza en Europa, lo que me permitió hacer la reflexión de un texto relacionado con la música de influencia europea, como parte del desarrollo cultural musical de la nación mexicana en otros contextos alejados del centro del país, en sitios tan remotos o distantes como era la frontera del sureste caribeño de México en el marco de poner fin a la Guerra de Castas por parte del gobierno de Porfirio Díaz.

En esta reflexión de avances culturales cabe hacerse la pregunta ¿si en Payo Obispo llegó a tocarse aparte la música de Juventino Rosas, la de Manuel M. Ponce y Carlos Chávez?, La respuesta está en buscar a los académicos de la Escuela de Música de Chetumal, para que nos den una respuesta académica y en qué contexto si se llevó a cabo, como fue la preparación de su logística, pero eso sería otro tema a investigar y escribir.

Por lo que, para nuestros amigos lectores, se escribió esta parte en función a mi lectura de *Arístides Ecos Nómadas*, dado un sentido al presente escrito de carácter cultural musical en ámbitos de la música escrita por autores mexicanos con influencia de la música clásica europea, es decir, la ópera italiana y el vals austriaco.

### **Antecedentes**

Las diferentes versiones del Himno Nacional de México con influencia de música europea cargada hacia la ópera italiana, hace pensar que efectivamente en esa época México miraba hacia Europa, esos factores se dieron en Rusia que tiene ciertos elementos y lo van hacer particular de un nacionalismo ruso, aun no hay un nacionalismo mexicano falta de identidad musical y cultural y una visión objetiva de Estado que guie a las artes dando bandazos, es un ejemplo de muchos musicólogos, que no existía de nacionalismo mexicano. Son los ecos de México de Julio Ituarte compositor maestro de los primeros virtuosos mexicanos escribió música de salón podía ser fácil porque se tocaba en las tertulias, existía para la época la edición de partituras. (Hernández, Theo y Bruno Bartra, 2021).

Sus piezas de baile las firmó como seudónimo Julies Etonart, "Pintuate" era su seudónimo estudio con los fundadores del Conservatorio Nacional de Música y tomo clases con un pianista español, con Paniagua, y hay arreglos instrumentales de esta pieza y zarzuelas, es suficiente que haya melodías folclóricas para que esa pieza pueda ser considerada nacionalista la respuesta es no, que acuden de este sustrato popular, por la razón a una tradición virtuosa del siglo XIX con este se hacía una pieza de lucimiento. (Hernández, Theo y Bruno Bartra, 2021).

A partir del Teatro Nacional, Teatro San Anna, Teatro Vergara donde está hoy día Palacio Nacional en ese sitio en el siglo XIX había música culta, como ópera, zarzuelas, y el éxito del teatro infantil muy concurrido de la vida capital de México

en la segunda mitad del siglo XIX en los barandales las crónicas de la vida cotidiana de ese edificio, tiene que ver con la situación general de la cultura del Estado en 1850 empezó a adquirir dimensiones bélicas sería la guerra de Reforma, los conflictos armados en todo el país entre liberales y conservadores, el conflicto en aquellos años y el presupuesto del gran teatro no tenían que pagar los servicios de limpieza; es una época que tenía muy poco tiempo de la que hablamos en esa segunda sección el territorio mexicano de color rojo la Mesilla obligado a vender a México y evitar otro conflicto familiar, estaba México con su población y las logias masónicas influía a los políticos se tenía algunos años habían institutos estatales para la educación y hacían competencia a los Seminarios de los religiosos que predominaron dentro de la gente que inicio a crecer en este contexto de estudiar en estos institutos en el aire intelectual y lo que era este naciente país, que en México no habían eso que se llama espíritu nacional porque no hay nación. (Hernández, Theo y Bruno Bartra, 2021).

### **Juventino Rosas**

El compositor popular Juventino Rosas nació en 1868 y falleció en 1894, de su música que escuchan muchos sectores de la población era una nueva división de la música popular en ese sentido aparece en el siglo XIX. Los grandes teatros permiten a la gente de mucho dinero y poco dinero escuchar esta música; cuando sale del teatro abarca mucha gente que la escucha, Rosas hace música de salón, se toca en todos lados. Rosas era humilde su padre fue músico militar y no pudo tener acceso a una educación formal, los conflictos familiares hacen que Rosas tenga que apoyar a la familia y músicos importantes de la época lo ayudan. Por lo cual, lo inscriben en el conservatorio musical donde no puede pagar la colegiatura, en 1885 escribe un vals en la edición de piano se llama *Sobre las Olas*, lo vende por 45 pesos y se vuelve famoso, otra de sus piezas importantes es el vals Carmen dedicado a la esposa de Porfirio Díaz<sup>13</sup> y en los bailes siempre se tocaba ese vals.

---

<sup>13</sup> La música, en aquella época del Porfiriato represento un horizonte de libre albedrio de hábitos que viene de familia con tradición católica, con vocación por la música conocedores

Rosas viaja a Chicago y tiene éxitos internacionales, ya con mejores condiciones económicas, se le aprecia como músico y en Cuba muere en Batabanó en 1894; un amigo médico de la parte media de su deceso era a causa de la mielitis espinal, dudas sobre esa época en 1894, estaba muy enfermo con diferentes trastornos. Del famoso vals *Sobre las Olas* de Juventino Rosas dio una interpretación e su melodía que la interpretaba de memoria la melodía, mucha gente de esa época conocía esa melodía, con una variedad de instrumentos en el momento de tocarla. (Hernández, Theo y Bruno Bartra, 2021).

Los músicos de esta versión hacen un arreglo con cuarteto de cuerdas, contrabajo, piano, salterio y da un sonido de la época; la cuestión tímbrica nos acerca a su mundo musical con sus instrumentos, al tocar un vals es para ponerse a bailar, la versión es bien logrado por el cuarteto latinoamericano quien la interpreta. (Hernández, Theo y Bruno Bartra, 2021).

De las óperas, los mexicanos compositores usan sus elementos como una influencia en la creatividad musical a partir de este vals *sobre las Olas* a decir que en Viena pensaron que era vals vienes y será confundido, lo que significaba que al parecerse a los europeos confundían *Sobre las Olas* con un vals austriaco. (Hernández, Theo y Bruno Bartra, 2021).

Los elementos musicales son europeos en la construcción de las óperas mexicanas en estos años tenemos varios ejemplos *El Romero* de Melesio Morales, (Romeo y Julieta de 1863), *La Idegolda* de 1866, la *Catalina Guiza* de Senobio Paniagua de 1869, los elementos musicales son europeos en italiano. (Hernández, Theo y Bruno Bartra, 2021).

---

de la literatura de Manuel acuña y salvador Díaz miro e el contexto cultural de la época. Véase, Luis Herrera de la Fuente, *La Música no Viaja Sola*, México, Fondo de Cultura Económica, 2016, pp. 13-114.

## **La música mexicana de finales del siglo XIX**

Las reuniones de las sociedades musicales son las que hacen veladas con poemas, música y ambas entre músicos, y profesionistas muchos melomanos, una de estas tertulias era de Tomas León un gran pianista fundadores del Conservatorio, Melesio Morales compone *Idegonda* se la da un empresario italiano era una obra de un mexicano no conviene a los empresarios italianos y en la tertulia Tomas León con Aníbal Leviaqui para apoyarlo se llama Club Filarmónico Mexicano trasciende en los periódicos pero hubo un boicot con las óperas italianas, pasan muchas cosas en este club y empiezan a dar clases y después el Conservatorio en 1877 es el Nacional de Música, con elementos a los orígenes de conciencia de la antigüedad, un elemento de la ópera de Cuatemoczin no había un discurso no había una dirección cultural en el país, en esos momentos. (Hernández, Theo y Bruno Bartra, 2021).

### **Manuel María Ponce**

Las guerras que se dieron como la Guerra de Reforma de 1861, donde existieron sociedades musicales y literarias, después del triunfo de Benito Juárez se habla de esta política de no pagar la política externa, de los problemas económicos y políticos con tres potencias España, Francia e Inglaterra. (Taibo II, 2017, 248-297).

Manuel M. Ponce nació en Fresnillo Zacatecas en 1882 se consideraba de Aguascalientes sus cualidades musicales provienen desde niño y su hermana Josefina con Cuca Ponce que tiene composiciones estudia con el Lic. Cipriano Ávila con el piano. Ponce se enferma de Sarampión y compone la dancita del Sarampión a los 8 años, ingresa al templo de San Diego de Aguascalientes y posteriormente es el organista. En 1900 viaja a la Ciudad de México, para su crecimiento de la música con Eduardo Gabriel, entre 1902 -1903 es amigo de Ramón López Velarde y Saturnino Herrán piensan hacer un arte nacional en base de literatura y pintura de un futuro de los muralistas y la de Ponce con música nacionalista a futuro. Ponce

compro un piano en abonos y decide irse a estudiar a Europa, vendiendo su piano, para auto financiarse sus gastos ya con el maestro Enrico Bossi que era un organista y compositor afamado en Venecia, y Bossi lo recomienda con Luigi Torchi, decide en 1905 ir a Berlín para tomar clases de Piano con Martín Krause alumno de Franz Liszt, y regreso a México y funda su academia de piano y hace obras en estilo romántico. (Hernández, Theo y Bruno Bartra, 2021).

Ponce tiene una serie de alumnos que les hace dar recitales y Ponce con mente conservadora muy católico seguía los métodos tradicionales y tiene una idea de la música moderna, en 1912 hace el primer recital que hubo en México y un alumno es Carlos Chávez. Ponce a pesar de ser muy conservador, trae lo último de Europa en música para estar al día, es el 13 de diciembre de 1913 que dio una conferencia en la librería de (Francisco) Gamoneda con anaqueles abiertos y sesiones donde el Ateneo de la Juventud dictaba conferencias en un ambiente cultural. La conferencia de Ponce fue sobre la música y no debemos de avergonzarnos de la música que se escucha en lugares tradicionales, en el folclor mexicano y la canción mestiza en la mexicanidad y revestirla con los adornos de la música culta, con polifonía en las salas de concierto en esa época era o más revolucionario que existía. (Hernández, Theo y Bruno Bartra, 2021).

No se escuchaba música mexicana, toma esas canciones populares Manuel M. Ponce y las trata de revistiéndolas de armonía, las arregla y las edita además teoriza, practica y componer al estilo de la canción popular, una de las primeras canciones editadas por Ponce, la corriente más importante del siglo XX, un arreglo de *Cuidense su Vida* y la famosa canción *Estrellita* y con texto de Ponce, interpretación de la maestra Alicia Torres Garza lo hace popular y elegante a la vez, no abusa del virtuosismo escrita para ser una canción de concierto y un aire popular y elegante su interpretación. (Hernández, Theo y Bruno Bartra, 2021).

Oír una música de Ponce en una entrevista no se tiene el dato de la fecha un aproximado de 1943-1944, se habló de los cambios en su vida y tocó el piano interpretando *Estrellita*, por el mismo Ponce que era una sorpresa. Para esa época Ponce ya estaba enfermo y era un gran pianista. Su enfermedad renal se hincha del cuerpo le compone a Andrés Segovia. (Hernández, Theo y Bruno Bartra, 2021).

### **A manera de Colofón**

La obra de Raúl Arístides nos explica el relato histórico de Bacalar, Payo Obispo (hoy Chetumal), Corozal, la migración de habitantes mayas principalmente que huyeron de las urbes del territorio mexicano por la guerra de castas al ser atacadas sus poblaciones por los mayas sublevados que o aceptaron la paz del gobierno local de Yucatán. Por lo que representa un relato histórico con un desarrollo de conocimiento literario, para exponer a sus lectores un análisis sobre una historia local o intrarregional al hablarnos de varias poblaciones limítrofes en el conocido río Hondo, con una variedad de temas culturales, sus alimentos como era su vida cotidiana, como los chicleros se internaban en la selva y la búsqueda de la materia prima, la construcción de las casas de madera de estilo inglés por los calores o la elaboración de los curvatos de madera para recolectar el agua, lo que da un escrito ameno con acontecimientos de la realidad histórica. (Dora, 1989, 58).

Al final de *Ecos Nómadas* Raúl Arístides nos muestra lo inédito de la cultura musical de Payo Obispo al mencionar la música de Juventino Rosas *Sobre las Olas*, para Othón P. Blanco antes de partir de Payo Obispo, a manera de despedida, posiblemente interpretado por un conjunto musical de la Marina de México, como un síntoma de interpretación musical de aquella época.

### **Conclusión**

Los saberes del diálogo escrito de la novela de Arístides *Ecos Nómadas* instaurada en un mundo hoy día perdido, por el avance del desarrollo urbano de las ciudades

de Payo Obispo, que cambio al nombre de Chetumal; con Bacalar, de la parte mexicana a lugares relacionados por la migración de los mayas del lado mexicano al norte de Belice sitios como Corozal y Orange Walk, nos lleva a una serie de eventos de personajes reales y ficticios para adentrarlos a la vida cotidiana y a sucesos reales como la Guerra de Castas o eventos de fenómenos meteorológicos como el huracán Janet de 1955 que destruyo Chetumal dado que sus casas eran de madera. Y cambio la manera de hacer construcciones habitacionales a casa de concreto para evitar no solo la destrucción de la ciudad sino la pérdida irreparable de vidas humanas.

Pero no solo se habla de cuestiones trágicas también Arístides nos introduce al acervo cultural musical cuando en su libro tiene el pasaje cuando se tocó el vals Sobre las Olas de Juventino Rosas dando una ambientación que enaltece en ese tiempo Payo Obispo de que los músicos que la interpretaron estar al momento de la música de esa época en lo que llamaríamos una actualización musical derivada del quehacer de una comunicación de lo que sucede en el centro de México y con otros sitios más urbanizados como Mérida y Campeche.

## **Bibliografía**

Dora, Raúl, *Hablar de Literatura*, México, Fondo de Cultura Económica, 1989.

Hernández, Theo y Bruno Bartra, “Seminario de Glinka y Chaikovsky a Moncayo, el papel de la música en la construcción de las naciones”, de la Fonoteca Nacional, Sesión cuatro, Ciudad de México, 1 de septiembre de 2021, de las 18 a 20 horas de manera virtual.

Montes de Oca Navas, Elvia, “La novela y el relato histórico como apoyos para la enseñanza de la historia de México a los alumnos de nivel medio superior y superior,” en Luz Elena Galván, *La Formación de una Ciencia Histórica. La*

*Enseñanza de la historia en México*, México, La Academia Mexicana de la Historia, 2006, pp. 433-460.

Herrera de la Fuente, Luis, *La Música no Viaja Sola*, México, Fondo de Cultura Económica, 2016.

Neruda, Pablo, *Confieso que he Vivido. Memorias*, Barcelona-México, Seix Barral, 1979.

Pérez Aguilar, Raúl Arístides, *Los Ecos Nómadas*, España, Penguin Random House, 2020.

\_\_\_\_\_, Dr. Raúl Arístides Pérez Aguilar, Presenta su más reciente libro *Ecos Nómadas*, 1 de diciembre de 2020.

[https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch\\_permalink&v=727742807869744](https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=727742807869744)

(Visto el 17 de diciembre de 2022).

Taibo II, Paco Ignacio, *La Gloria y Ensayo que forjó una Patria*, México, Planeta, 2017.

Torres, Vicente Francisco, "Tres lustros de Novela Mexicana", en Samuel Gordon (Compilador) *Novela Mexicana Reciente*, México, Ediciones Graficas Eon-University of Texas, 2005, pp. 13-32.

## **TURISMO**

## TURISMO, TRABAJO COPERATIVO EN LAS ANP´s.

Br. Rubí del Carmen Perez Ramírez<sup>14</sup>

Mtra. Mariela de Jesús Yeladaqui Tello<sup>2</sup>

### Resumen

El objetivo del presente trabajo es un acercamiento teórico que busca explicar la importancia de las formas de producción basadas en el cooperativismo y si éstas permiten la subsistencia de sus integrantes dentro de sus comunidades de origen, en particular en las cooperativas de servicios turísticos que son operadas dentro de áreas naturales protegidas. La metodología empleada fue mediante un enfoque divulgativo a partir de la genesis del trabajo cooperativo y las formas de organizaciones y las ANP' se busca contribuir a la reflexión teórica de análisis con relación al turismo. En conclusión, se puede considerar que el fomento de las actividades realizadas contribuye al mejoramiento y calidad de vida que son conformadas por integrantes de las familias en el turismo comunitario es un motor para el crecimiento de la economía local y social.

**Palabras claves:** Cooperativismo, Trabajo, Áreas naturales protegidas, Comunidades, Turismo.

### Abstract

The objective of this work is a theoretical approach that seeks to explain the importance of forms of production based on cooperativism and whether these allow the subsistence of its members within their communities of origin, particularly the tourist service cooperatives that are operated. within protected natural areas. The methodology used was through an informative approach based on the genesis of

---

<sup>14</sup>Estudiante de la Licenciatura en Gestión de Turismo Alternativo

<sup>2</sup> Profesor Investigador en la Universidad Autónoma de Quintana Roo. ORCID 0000-0001-6682-932X

operational work and the forms of organizations and the ANP', seeking to contribute to the theoretical reflection of analysis in relation to tourism. In conclusion, it can be considered that the promotion of the activities carried out contributes to the improvement and quality of life that are formed by family members in community tourism is an engine for the growth of the local economy.

**Keywords:** Cooperatives, Protected natural areas, Work, Communities, Tourism.

## **Introducción**

El presente documento pretende contribuir a un acercamiento teórico sobre la importancia de las cooperativas turísticas, que se definen como organizaciones que buscan el desarrollo del turismo comunitario de manera colaborativa y participación de los residentes. El turismo es uno de los principales sectores económicos a nivel nacional e internacional y el papel de las áreas naturales protegidas (anps) que son zonas con grandes valores ecológicos y (cuya declaración tiene el objetivo de conservar el patrimonio natural,) donde se desarrollan numerosas actividades, entre ellas el turismo. (Orgaz, 2014).

Las cooperativas se caracterizan por estar conformadas por miembros con intereses comunes en el ámbito turístico y por trabajo de manera colectiva para sus objetivos. Estas organizaciones contribuyen al desarrollo sostenible de las comunidades locales, esta mezcla de distintos factores existentes en las comunidades refleja una forma de empoderamiento y de contribución al desarrollo económico y social comunitario, que demuestra el significado estratégico que puede tener el turismo comunitario como parte de un proceso más amplio de empoderamiento social (Palomino, Gasca, & López, 2016). Las cooperativas turísticas son importantes debido a la capacidad de promover el desarrollo local, generar empleo y ofrecer una experiencia turística y auténtica participativa, como la solidaridad, la equidad y la democracia en su gestión y funcionamiento. El cooperativismo desempeña un papel crucial en la industria del turismo, y la participación de la colaboración entre sus miembros, lo que a su vez contribuye al desarrollo local estas cooperativas se basan

en la confianza mutua, la solidaridad y la igualdad de los involucrados, lo que permite que todos los miembros puedan beneficiarse de la forma de la experiencia de las ganancias. La complejidad de los beneficios económicos que se obtienen por los miembros, de las actividades realizadas también generan un impacto social positivo social al promover la inclusión y la integración de las comunidades locales en el sector turístico. Sus principios y valores hechos de las cooperativas turísticas una opción atractiva para que se buscan una forma más justa y equitativa de hacer turismo. El artículo pretende identificar los principales elementos que permiten subsistencia y permanencia en el mercado de las cooperativas turísticas, ya sea sus estrategias que han aplicado para lograr un desarrollo óptimo, pero sobre todo sustentable, y como logran sobresalir para terminar como un proyecto inconcluso o fallido por las comunidades, mediante la revisión de una metodología y la creación de un marco teórico.

## **1. Contexto y Antecedentes**

El turismo es uno de los principales sectores económicos a nivel nacional e internacional, así mismo la relación que se encuentra en las áreas naturales protegidas (anp) son los espacios naturales, en donde se realizan actividades turísticas a través de comunidades locales que basan en la conservación del medio ambiente. Por ello las cooperativas turísticas tienen una larga historia que se remonta a los albores de la industria del turismo. Desde finales del siglo XIX, las personas comenzaron a organizarse en cooperativas para brindar servicios turísticos de manera más equitativa y justa. En los primeros inicios las cooperativas que existieron se visualizaban como respuesta a la explotación de los trabajadores en el sector turístico que buscaban una alternativa más participativa para todos los involucrados. Se define a partir de “las empresas sociales que son organizaciones colectivas donde un grupo de individuos y/o familias las gestionan con base en los valores de la cooperación y solidaridad”. (Fernández, Castillejos, & Ramírez, 2012) A lo largo del tiempo, las cooperativas turísticas han desempeñado un papel crucial en el desarrollo del turismo sostenible y responsable, tal está el ejemplo en la

península de Yucatán de alianza peninsular para el turismo comunitario (APTC), que en las distintas empresas sociales con las que están relacionadas, se encuentran desarrollando distintas actividades a favor del ambiente como lo son limpieza de senderos, talleres de educación ambiental, tratamiento de aguas residuales, monitoreo de especies de flora y fauna, uso de energías alternativas, reforestación, manejo de residuos sólidos y baños ecológicos. (Jouault, Almeida, & Puebla, 2023).

El desarrollo del turismo en el medio rural, y en particular en zonas indígenas, concedió tanto en periodos como en lugares, con la implementación de políticas orientadas a la conservación de los recursos naturales y a su uso y aprovechamiento sustentable. A partir, de la definición del autor se puede entender la relación entre las Áreas Naturales Protegidas (anp) y los programas de conservación en el medio rural. (Kieffer M. , 2019)

Sin embargo, una de las problemáticas y desafíos que se enfrentan son la competencia con las empresas privadas, el acceso a financiamiento y la necesidad de mantener la sostenibilidad y responsabilidad ambiental, pues se encuentra en tendencia a la privatización de distintos proyectos, pues en su caso, gran mayoría de empresas suelen enfrentar fuertes presiones privatizadoras de los grandes intereses corporativos, sobre todo en materia de apropiación de tierras ejidales, con fin de ser adquiridas y esto causa que se queden sin algún proyecto que continuar (Jouault, Garcia, & Rivera-Nuñez, 2015)

## **2. Marco teórico**

A continuación, se presentará con base a las teorías de los diferentes autores que contribuyen, desde sus posturas a partir de sus objetivos, y visiones, estudios de trabajo en las tres dimensiones Turismo comunitario, Turismo en las ANP y Trabajo cooperativo a partir de sus definiciones.

## 2.1 Turismo comunitario

El turismo comunitario es una corriente diferente al turismo alternativo establecido por la SECTUR, porque esta misma definición no abarca de un modo exacto lo que podría significar el turismo comunitario, este se debe entender como una teoría analizando distintos conjuntos de ideas a lo que es la explicación de este mismo primero se debe comprender el origen de lo que se ha dicho de esta teoría remontándose a lo que fue la convención de la organización mundial del turismo (OMT) en Manila, Filipinas (1980), en la Declaración de Manila, donde se destaca que en el interior de cada país la oferta turística no constituye un enclave aislado sino que está vinculada a todos los demás sectores de la vida nacional (OMT, 1980) entendiendo que el turismo afecta en cualquier aspecto a la comunidad visitada afectando a su población, economía y ambiente principalmente basándonos en lo que es el desarrollo sustentable. (OMT, 1980)

El término comunitario se refiere a varias formas de organización colectiva de la economía social tales como las practican de manera tradicional las comunidades rurales, formas que teóricamente se integrarían de manera armónica en diversas dinámicas colectivas del lugar. El ecoturismo comunitario implica necesariamente un proceso de interculturalidad entre diversas personas la interacción entre individuos con identidades diferentes conlleva cierta forma de empatía para una mejor convivencia y experiencia en el marco de una actividad. (Kieffer & Jouault, 2022).

Por su parte (Maldonado, 2005, pág. 5):

“Se entiende por turismo comunitario toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes”.

El turismo comunitario en América Latina es un fenómeno que data de las dos últimas décadas y surge en un contexto de grandes cambios económicos, sociales y políticos: la liberalización de los flujos comerciales y financieros; la vigencia de los nuevos paradigmas del desarrollo sostenible y la responsabilidad social (Maldonado, 2012).

El ecoturismo en los últimos años ha cobrado relevancia porque es una actividad que se desarrolla en espacios naturales y con énfasis al cuidado y protección del medio ambiente. (Ziffer, 1989) citado por los autores (Esparza, Gamarra, & Ángeles, 2020). Asimismo, se considera la relación del ecoturismo en las (anp) busca fomentar las actividades de naturalezas sin embargo debe contribuir a la conservación del medio ambiente.

Entendiendo el origen de este, se debe comprender las principales razones del surgimiento dado que, en primer lugar, la mayoría de las comunidades rurales han registrado un deterioro de su calidad de vida debido a la crisis del sector agropecuario y las limitaciones que presentan las políticas públicas para atender e impulsar adecuadamente la difícil situación por la que transitan (Palomino, Gasca, & López, 2016).

En la actualidad, el turismo comunitario no es un concepto universal para todos, en México la (SECTUR) no tiene una definición específica para este concepto, por lo que se le ha llamado de distintos modos, pero brindando el mismo mensaje, teniendo como acercamiento al turismo comunitario que, el turismo indígena es el turismo localizado en el territorio de la comunidad, con su carga cultural.

En años recientes se ha dicho que el turismo comunitario es una forma de gestión del turismo que aúna tres perspectivas fundamentales: una sensibilidad especial con el entorno natural y las particularidades culturales, la búsqueda de sostenibilidad integral (social y natural) y el control efectivo del negocio turístico por parte de las comunidades. Se trata, de un modo de implementar el turismo que

persigue equilibrar las dimensiones medioambientales y las culturales, con la particularidad de una gestión y organización anclada en las comunidades una conjunción completa de lo que es aprovechar el turismo en una comunidad, brindando no solo un apoyo económico, si no con el fin igual de revitalizar a las personas de las mismas, haciendo que estas se sientan valoradas no solo por sus recursos naturales, sino también por sus tradiciones que son parte de ellos y de su identidad cultural. (Ruiz & Solis, 2007)

Establecer la naturaleza y las características de “lo comunitario” implica ante todo definir los principios, valores y normas que rigen las formas de convivencia y organización que ha adoptado un determinado grupo humano, y que los diferencian de otros actores fundamentales de la sociedad. (Maldonado, 2005) Igual establece la forma de gobierno y autoridad que predomina en la comunidad se fundamenta en una jerarquía civil, religiosa, regida por los habitantes elegidos para desempeñar los cargos asignados, esto de acuerdo con el comportamiento, prestigio, compromiso, y responsabilidad demostrada ante la población, cumplen con esas tareas por elección anual. (Flores, Vilchis, & Zizumbo Villarreal, 2017)

Por lo tanto, el turismo comunitario debe contar con todo el apoyo en políticas y actos que los estados y gobiernos locales puedan aportar para generar un desarrollo local desde las comunidades. Más allá del aspecto económico, la generación de capitales sociales contribuirá a la participación de todos los miembros de la comunidad no sólo para alcanzar beneficios y desarrollo turístico sino para las diferentes metas y objetivos de una comunidad que busca el bien colectivo. (Rodas, Donoso Ullauri, & Sanmartín, 2015)

## **2.2 Turismo en ANP'S**

La principal razón de recurrir a estas áreas naturales que tienen como objetivo preservar los ecosistemas en el medio ambiente, fue buscando el modo de como diversificar el mercado turístico existente en México. En este sentido la forma del turismo adquiere más importancia en los destinos en vías de desarrollo, donde

temas relacionados con la generación de riqueza y conservación de los recursos se hacen vitales para la supervivencia de las comunidades locales, tanto del presente como del futuro. (Orgaz, 2014)

En el caso de Áreas Naturales Protegidas (ANP), el valor que el ecoturismo les otorga es bastante mayor que cualquier otra forma de uso, contribuyendo al mismo tiempo a la creación de puestos de trabajo para la comunidad local. (Esparza, Gamarra, & Ángeles, 2020)

Por su parte (Romo, 2019). Señala los sistemas de las ANP que comprenden muestras representativas de la diversidad de paisajes, ecosistemas y especies de flora y fauna que posee un país, y que se establecen para su protección a través de una serie de instrumentos legales y de gestión. Se destaca la importancia de una buena gestión en la conservación de las ANP, incluyendo una gestión efectiva del turismo, para asegurar la sustentabilidad a largo plazo de las actividades turísticas y la preservación de estos espacios naturales. En su trabajo discute la necesidad de diversas acciones para mejorar la gestión turística de las ANP, como aumentar el presupuesto de la entidad responsable y priorizar la política turística nacional. Su finalidad se basa en la comprensión de la relevancia de las áreas naturales protegidas en el sector turístico, los desafíos para el turismo sustentable y las propuestas para mejorar las políticas públicas al respecto.

Por otra parte, (Serrano, 2019) dice que las áreas protegidas son territorios que son correspondencia con la legislación están especialmente consagrados a la protección asociados a estos: en ellas se atesoran los valores más representativos y sobresalientes del patrimonio natural de la nación. En el manejo de las (ANP) los gobiernos designan la institución que se responsabilice con esta actividad, incorporándose a las instituciones gubernamentales, así como comunidades locales y población en general que se beneficie en directa o indirectamente, de la misma contribuyendo a su manejo y protección.

Mientras (Vilchis, 2016) dice que: los programas de (ANP) se integra dentro de las agendas globales de desarrollo, bajo el discurso creado por el desarrollo sustentable; no obstante, dichas áreas más que interesarse en la crisis ambiental, se utilizan para crear una relación de producción basada en el despojo de la naturaleza por el capital, generando en sus habitantes un cambio de ideología el cual modifica sus usos y costumbres, deteriorando su tejido social.

Los destinos turísticos como espacios naturales, enfatiza la necesidad de que los sitios web gubernamentales mejoren sus estrategias de promoción y ofrezcan un valor de cambio más que un valor de uso, con el fin de incentivar a los turistas a contribuir a la conservación de los atractivos naturales y apoyar el turismo sustentable. En el estudio se destaca que, si bien la mayoría de los sitios web posicionan con éxito a Cozumel como destino turístico, ninguno de ellos promueve o menciona las ANP en la zona, lo que indica una falta de énfasis en la importancia de estas áreas protegidas. (Muro, XMora, Olmedo, & Moo, 2019)

Dejando a las (anp's) como estrategia para intensificar su impacto económico y social, a escala regional o local y con énfasis en los grupos vulnerables, lo que incluye su intervención en las estas, como una de las pocas actividades económicas permisibles en su interior (Altés, 2008). A partir de las condiciones actuales del medio ambiente, tiene como fin que la inversión del estado debe estar orientada a una visión ambientalmente amigable misma que viene alineada desde los organismos internacionales, (Palafox-Muñoz, 2010) indica que el impacto sea el más bajo posible, aprovechando la oportunidad de presentar el resto de biodiversidad y naturaleza con las que cuenta el país mexicano, teniéndolo en cuenta como megadiverso.

En la sociedad actual, existe un creciente reconocimiento de la importancia de los espacios naturales, particularmente en términos de su valor ambiental como patrimonio natural, es importante señalar que, si bien la gestión de la calidad es uno de los objetivos estratégicos, no está completamente integrada y existen obstáculos

a la hora de implementar medidas tangibles que satisfagan las necesidades de los visitantes. (Cayo-Velásquez, Apaza-Tarqui, & Yapuchura-Saico, 2019)

Sin dejar a un lado sus objetivos ambientales, se debe tener en cuenta los datos disponibles en estas, siendo estos lo que significa medir la salud de los ecosistemas o registrar cambios en las estructuras de monumentos que se encuentren en ellas aun no vinculándose por completo a lo son actividades turísticas, cooperativas turísticas, su impacto en la conservación o en la calidad de vida de los locales de estas comunidades. (Segrado, Serrano, Mínguez, Cruz, & Juan, 2013)

La difusión de Áreas Naturales Protegidas en México está basada en una serie de discursos conservacionistas, que pretenden ligar la protección de recursos con el desarrollo de las comunidades. Sin embargo, dichos discursos están plagados de contradicciones al momento de llevarse a la realidad, prueba de ello es la forma en que presumen del buen manejo, pero en el caso de Puerto Morelos se pudo constatar que es falsa esta idea, ya que con la creación del Parque se arrebató a la comunidad su recurso para ponerlo al servicio de nuevas actividades excluyendo completamente a la población. (Zizumbo Villareal, Cruz, & Vilchis, 2012)

### **2.3 Trabajo cooperativo**

Se examina la evolución histórica de las cooperativas en México, teniendo en cuenta períodos cruciales de la historia de la nación, como la época prehispánica, la era colonial, la independencia, la revolución y en la actualidad. Se hace hincapié en los obstáculos a los que se enfrentan las cooperativas en México como resultado del sistema neoliberal y capitalista del país, que no fomenta su avance. Al igual que en el siglo XIX surgieron las cooperativas impulsadas desde la base por colectivos sociales diversos para resolver problemas y satisfacer necesidades de determinados grupos sociales, hoy continúan siendo un instrumento empresarial útiles para el desarrollar empresas eficaces. (Fernández & Puig, 2002)

Donde se sabe que el origen de los ejidos data de los años después de la revolución mexicana donde el mismo gobierno mexicano reparte las tierras ya existentes en el territorio en 1910, por el otro lado tenemos las denominadas comunidades agrarias que estas datan de la época de la colonia donde estas mismas obtuvieron un reconocimiento jurídico por medio de cédulas reales, que eran títulos concedidos por los reyes de España, brindando las tierras a los originales pertenecientes mexicanos. (Morett-Sánchez & Cosío-Ruiz, 2017)

(Nieto, 2019) en su estudio examina la inteligencia competitiva puede definirse como el procedimiento empleado para anticipar las complejidades de la competencia, así como el conjunto de factores externos ajenos al mercado que pueden aprovecharse para lograr ventajas competitivas y como se centra en la relación entre el gobierno corporativo y la inteligencia competitiva en la industria del turismo.

El origen de este tipo de trabajo cooperativo en México se data del año 1983 cuando es formalmente proclamada en el Artículo 25 Constitucional el Sector Social de la Economía, conformado por: ejidos, comunidades, organizaciones de trabajadores, sociedades cooperativas, empresas que pertenezcan mayoritaria o exclusivamente a los trabajadores y, en general, todas las formas de organización social para la producción, distribución, y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios. (Social, 2018)

Las cooperativas turísticas generan beneficios tanto para sus miembros como para la comunidad en general, esto viéndose de ejemplo en el caso de 3 cooperativas que son U Kuchil Kuxtal, Zaaz Koolen Háa y Community Tours Sian Ka'an, donde en los tres los ha existido un beneficio económico, permitiendo a los pobladores tener una oportunidad de seguir en el mercado del turismo, donde mediante sus cooperativas se pudo crear un sector económico establecido. (Lemas V., García, & Jouault, 2023)

La diferencia clave de estas mismas explica que un ejido consta de tierras parceladas que se asignan individualmente a cada ejidatario para labores que se especifican como un uso común o para asentamiento humano, mientras que la

comunidad agraria son un destino núcleo de población comunal o de bienes comunales, este tiene como característica que no puede otorgar títulos individuales (a no ser de que se vuelva ejido), involucrando que la mayoría de las comunidades agrarias son también comunidades indígenas. (Kieffer M. , 2021).

Por otra parte, (López & Ixtacuy, 2018) señalan, la formación de una cooperativa y la disposición de una organización interna no son suficientes para garantizar la consolidación de empresas sociales. Es necesario un compromiso fuerte de la dirigencia y de la base organizacional a fin de garantizar una gestión efectiva, dinámica y con visión de mediano y largo plazo.

A partir del significa el trabajo cooperativo, este no solo equivale una nueva oportunidad de mercado, si no innovación para el turismo, la singularidad de esta situación representa una novedad y un cambio estructural. El hecho de que una actividad económica como el turismo, tradicionalmente en mano de empresas privadas y en el caso mexicano de grandes empresas nacionales y transnacionales, fuese manejada por instituciones colectivas, dio lugar al desarrollo no solo de prácticas turísticas distintas (ecoturismo, turismo rural, agroturismo, etc.) que tienen que ver con el medio en el que se implementan (áreas protegidas, medio rural) y con las actividades que se ofrecen (caminatas, observación de la naturaleza, actividades culturales, paseos, etc.), sino también con formas de gestión diferentes. (Kieffer, 2021).

(López & Ixtacuy, 2018) señalan un ejemplo en particular donde se aborda el ecoturismo y cooperativas es en la Reserva de la Biosfera La Encrucijada, Chiapas, existe una diversidad de cooperativas entre las que destacan las agrícolas, ganaderas, pesqueras, de servicios turísticos, comercializadoras y de crédito. Estas han significado una oportunidad organizativa para alcanzar volúmenes de producción comercializables u ofertar servicios que los socios no podrían realizar de manera individual.

Por su parte (Zizumbo, Dominguez, Marin, & Vilchis, 2020) el trabajo colectivo representa el elemento central para la construcción de la economía del trabajo, pues las comunidades rurales establecen el trabajo en función de los emprendimientos sociales que se organizan desde un grupo de amigos, sociedades, cooperativas y unidades familiares como soporte de sus actividades productivas colectivas e incluso individuales. En los modos de producción y las relaciones con el mercado conllevan a establecer mecanismos de colaboración laboral, incluso al exterior de los propios núcleos agrarios. Por ello, es necesario identificar las formas de trabajo a partir de las interrelaciones sociales en el interior y exterior.

La inteligencia competitiva puede definirse como el procedimiento empleado para anticipar las complejidades de la competencia, así como el conjunto de factores externos ajenos al mercado que pueden aprovecharse para lograr ventajas competitivas. En este estudio, el examen se centra en la relación entre el gobierno corporativo y la inteligencia competitiva en la industria del turismo de Puerto Vallarta, México. (Bravo & García, 2020)

### **3. Metodología**

El presente trabajo se sustenta en un análisis teórico relacionado con la importancia de la organización del trabajo bajo la forma de cooperativismo, que nos servirá de sustento para abordar a las cooperativas de servicios turísticos.

Inicialmente se hizo una búsqueda documental donde se consultaron fuentes bibliográficas físicas en la biblioteca Santiago Pacheco. Las fuentes consultadas se enfocaron en la génesis del trabajo cooperativo y relación en las Áreas naturales Protegidas publicadas, en libros. Igualmente se manejaron investigaciones de trabajo de divulgación científica sobre el tema.

Se plantean conjuntar tres dimensiones de análisis, una relacionada con el turismo comunitario, la segunda con las formas de organización de las áreas naturales

protegidas (anp) que nos llevarán a la tercera relacionada con la génesis de las cooperativas turísticas. Toda vez que se identificaron los materiales para trabajos, se realizaron lecturas metodológicas que contribuyeron a la reflexión teórica de interés. También se consultaron artículos publicados en revistas arbitradas e indexadas con temáticas alusivas en lo que se aborda los análisis y acercamiento teóricos en las tres dimensiones, sobre las cooperativas y su relación con las comunidades en las ANP's. Se procuró que los trabajos consultados se encuentren dentro de índices de reconocimiento.

### **Principales aportaciones de las cooperativas que se conforman en comunidades.**

#### **Beneficios**

Las cooperativas turísticas generan beneficios económicos tanto para sus miembros como para la comunidad en general. Las organizaciones que permiten a los trabajadores en el sector turístico mejorar sus condiciones laborales y obtener una mejor remuneración a través de la distribución de los ingresos. Además, al promover la participación de los miembros en la toma de decisiones y en la gestión de los recursos, las cooperativas turísticas fomentan la autonomía y el empoderamiento económico de los individuos. Por otra parte, en el ámbito económico es fundamental tratar de utilizar bienes y servicios locales para dinamizar la economía regional, así como darle prioridad al empleo de la población local (Fernández, Castillejos, & Ramírez, 2012)

#### **Impacto Social**

El impacto social de las cooperativas turísticas es un factor fundamental a tener en cuenta, estas cooperativas no generan solo empleo en las comunidades locales, sino también la opción de distribución equitativa de los beneficios económicos del turismo. Además, fomenta la participación de los habitantes en la toma de decisiones y en el desarrollo de proyectos turísticos, lo que es el sentido de pertenencia y pertenencia de la comunidad. En efecto, las comunidades pueden

contribuir a vigorizar el tejido social y productivo, dinamizando una gama de actividades y recursos del territorio, agregando valor a bienes y servicios, y revitalizando las expresiones de su patrimonio. (Maldonado, 2012)

### **Cooperativas de servicios Turísticos**

Las cooperativas de actividades turísticas son un tipo de cooperativa que se enfoca en la organización y de diferentes actividades recreativas y de entretenimiento para los turistas las actividades pueden incluir excursiones, deportes de aventura, visitas guiadas, entre otros, se caracterizan por promover la participación de los socios quienes son a su vez proveedores de los servicios turísticos. Las cooperativas turísticas tienen una larga historia que se remonta a los albores de la industria del turismo, el cooperativismo en el ámbito turístico en México tiene años siendo desarrollado, esto ha sido causado por diferentes factores, entre los que se encuentran el desarrollo del turismo por compañías no privadas, haciendo que las comunidades sean quienes busquen aprovechar este mercado, pero enfocado en su realidad a lo que se refiere la naturaleza junto con su distinta biodiversidad, y también resaltando distintos programas de gobierno que podrían ser aprovechados como las anp's para fortalecer su empoderamiento y su posibilidad de consolidar su capital social (Palomino, Gasca, & López, 2016).

### **Retos y desafíos para las cooperativas de Servicios Turísticos**

Las cooperativas turísticas enfrentan varios retos y desafíos en su funcionamiento en primer lugar, deben competir con empresas privadas que tienen recursos y capacidades de inversión. Este tipo de trabajo cooperativo sobre todo en comunidades se tiene en cuenta que sucede en comunidades, específicamente en las tierras de estos normalmente son denominadas un ejido o la comunidad agraria según el caso, modalidades de propiedad de la tierra que se manejan colectivamente. La administración y permisos de este tipo de tierras normalmente es por uso o bienes comunes de parte de la misma comunidad (Kieffer M. , 2021).

El que una comunidad tenga capitales sociales fuertes será un predictor del éxito de la actividad económica que se proponga una comunidad, sea o no turística. Los capitales sociales benefician a una comunidad en varios aspectos. En lo económico y material la comunidad recibe mayor impulso, desarrollo y sustentabilidad de proyectos comunitarios turísticos. (Argueta-Jaén, 2012) citado por los autores (Rodas, Donoso Ullauri, & Sanmartín, 2015)

#### **4. Discusión**

Respecto a los beneficios generados son integrados a los miembros de la comunidad por medio de las cooperativas dentro de una Área Natural protegidas. La formación de una cooperativa y la disposición de una organización interna no son suficientes para garantizar la consolidación de empresas sociales. Es necesario un compromiso fuerte de la dirigencia y de la base organizacional a fin de garantizar una gestión efectiva, dinámica y con visión de mediano y largo plazo. (López & Ixtacuy, 2018)

En las Áreas Naturales Protegidas se desarrollan diversos tipos de turismo, como el ecoturismo, el turismo ornitológico, el turismo de aventura y el turismo rural, que gestionado a través del turismo comunitario puede mejorar el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales y fomentar la conservación de la naturaleza. (Orgaz, 2014)

Según lo observado, las actividades de algunas organizaciones como es el caso de la sociedad de producción rural Pueblos y Tradiciones, familias enteras se han integrado al que hacer turístico (apoyando a minusválidos, madres solteras, emigrantes que han retornado y personas mayores. (Fernández, Castillejos, & Ramírez, 2012)

A partir de estas contribuciones se cuestiona sobre las diferentes posturas que se encuentran como ¿Por qué algunas cooperativas permanecen a pesar de no tener financiamiento del gobierno? O la preocupación de ¿Los impactos que se pueden generar como positivos y negativos? ¿Si el gobernó interviene en dichas cooperativas al encontrarse en territorios federales y estatales?

En síntesis, la formación de las cooperativas interviene la disposición de la organización interna es decir de los mismos integrantes de la comunidad, para ello es importante la unión y el compromiso de permanecer y pueda consolidarse. Las cooperativas son instrumentos que generan trabajo e ingresos en organizaciones adaptadas y actualizadas en la nueva sociedad. Por lo tanto, el turismo comunitario es una de las formas de generar beneficios adquiridos por la actividad ya que se contribuye a un desarrollo sostenible.

Como propuesta de investigación futura se plantea la opción de contribuir en los emprendimientos de las cooperativas en comunidades rurales. Con base a un diseño de un programa institucional para las cooperativas en la región como la de los autores identificaron (Fernández, Castillejos, & Ramírez, 2012) para tener oportunidades de apoyos en organismo públicos y no gubernamentales, para apoyos de financiamientos y materiales.

## **5. Conclusiones**

Después de analizar el trabajo a partir del turismo y cooperativismo se logro rescatar los aspectos que se generan como beneficios, oportunidades y desafíos contribuyendo a la economía local. Se puede considerar que el fomento de las actividades realizadas contribuye al mejoramiento y calidad de vida que son conformadas por integrantes de las familias. El turismo comunitario es un motor para el crecimiento de la economía local, las empresas comunitarias o cooperativas forman parte de producción en los valores de solidaridad, cooperación laboral y genera lógicas asociativas.

Además, al estar dentro de una ANP tiene relevancia en el turismo y desarrollo social y económico de la población y el destino local, ya que genera conciencia dentro de la comunidad y fomenta los aspectos de conservación y preservación hacia la naturaleza de los recursos existentes como la cultura y patrimonio eleva el potencial para el turismo. Son las actividades turísticas, en las comunidades rurales que logran destacar un control seguro y autónomo de los recursos patrimoniales, de los beneficios que se generan ya que no son lucrativas, y están conformadas por grupos con los mismos objetivos en común para su fortalecimiento social y afirmación de valores de identidad propia y cultural y desarrollo sostenible.

## Referencias bibliográficas

- Altés, C. (2008). *Turismo y desarrollo en México*. Departamento de Integración y Programas Regionales . Nota sectorial. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/Turismo-y-desarrollo-en-M%C3%A9xico>
- Bravo, S. J., & García, A. C. (2020). Corporate governance as a strategic factor for competitive intelligence development in the tourism industry: The case of Puerto Vallarta, Jalisco, México. *Acta Universitaria*. doi:<http://doi.org/10.15174.au.2020.2530>
- Cayo-Velásquez, N. E., Apaza-Tarqui, A., & Yapuchura-Saico, C. R. (2019). Percepción y desarrollo turístico en áreas naturales: el caso del lago Titicaca. *Investigacion Valdizana*. doi:<https://doi.org/10.33554/riv.13.4.483>
- Esparza, H. R., Gamarra, F. C., & Ángeles, B. D. (2020). El ecoturismo como reactivador de los emprendimientos locales en áreas naturales protegidas. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4). Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400436&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400436&script=sci_arttext)
- Fernández, A. M., Castillejos, L. B., & Ramírez, L. J. (2012). Empresas sociales y ecoturismo en Bahías de Huatulco, México Diagnóstico de la gestión empresarial. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(1). Obtenido de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322012000100012&script=sci\\_arttext&lng=pt](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322012000100012&script=sci_arttext&lng=pt)
- Fernández, M. M., & Puig, M. A. (2002). El papel del cooperativismo en el turismo rural de la Comunidad Valenciana. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(41), 188-212. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17404109>
- Flores, A. C., Vilchis, O. A., & Zizumbo Villarreal, L. (2017). Turismo rural y comunalidad: Alternativa de desarrollo local. *TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río*, 4(8). doi:<https://doi.org/10.29057/estr.v4i8.2390>
- Jouault, S., Almeida, P. M., & Puebla, C. A. (Agosto de 2023). *El turismo comunitario en la península de Yucatán: una modalidad de turismo para minimizar los impactos ambientales*. Obtenido de Sociedad Científica Mexicana de Ecología, Volumen 3. P: 56 - 65: [https://www.researchgate.net/publication/373741880\\_El\\_turismo\\_comunitario\\_en\\_la\\_peninsula\\_de\\_Yucatan\\_una\\_modalidad\\_de\\_turismo\\_para\\_minimizar\\_los\\_impactos\\_ambientales](https://www.researchgate.net/publication/373741880_El_turismo_comunitario_en_la_peninsula_de_Yucatan_una_modalidad_de_turismo_para_minimizar_los_impactos_ambientales)

- Jouault, S., García, d. F., & Rivera-Nuñez, T. (Septiembre de 2015). *Un modelo regional de turismo alternativo y economía social en la Península de Yucatán, México*. Obtenido de Otra Economía 9(17), P: 164-176: 10.4013/otra.2015.917.05
- Kieffer, M. (2019). Turismo rural comunitario en México: apuntes para futuras investigaciones. *Dimensiones Turísticas*, 3(5), 43-63. doi:<https://doi.org/10.47557/XSNY8857>
- Kieffer, M. (2021). El turismo de las comunidades rurales en México: Un turismo alternativo enmarcado en la Economía Social y Solidaria. *Otra Economía*, 14(265), 62-82. Obtenido de <https://revistaotraeconomia.org/index.php/otraeconomia/article/view/14938/9616>
- Kieffer, M., & Jouault, S. (2022). *Ecoturismo comunitario del sureste de México* (Morelia, Michiocan ed.). Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/366062404\\_Ecoturismo\\_comunitario\\_del\\_sureste\\_de\\_Mexico](https://www.researchgate.net/publication/366062404_Ecoturismo_comunitario_del_sureste_de_Mexico)
- Lemas V., M. F., García, F. A., & Jouault, S. (2023). Expresiones locales en el turismo rural comunitario de la península de Yucatán, México. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21(4), 713-726. doi:<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.049>
- López, H. R., & Ixtacuy, L. O. (2018). Conservación y desarrollo, el caso del ecoturismo: una política ambiental fallida en la Reserva de la Biosfera La Encrucijada, Chiapas. *El periplo sustentable*(34). Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-90362018000100082&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-90362018000100082&script=sci_arttext)
- Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario. *Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina*(73). Obtenido de [http://oit.org/wcmsp5/groups/public/@ed\\_emp/@emp\\_ent/@ifp\\_seed/documents/publication/wcms\\_117525.pdf](http://oit.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@emp_ent/@ifp_seed/documents/publication/wcms_117525.pdf)
- Maldonado, C. (2012). Fortaleciendo redes de turismo comunitario. *REDTURS en América Latina*. Obtenido de <http://www.redturs.org/nuevaeas/Maldonado-Artic-Rev-Turin>
- Maldonado-Alcudia, M., & Maldonado-Alcudia, C. M. (2019). Empresas cooperativas en la actividad turística sustentable en México. *Sedes Regionales*, XX(41), 39-50. doi: <https://doi.org/10.15517/isucr.v20i41.38780>
- Morett-Sánchez, J. C., & Cosío-Ruiz, C. (2017). PANORAMA DE LOS EJIDOS Y COMUNIDADES AGRARIAS EN MÉXICO. *Agricultura, Sociedad y*

*Desarrollo*, 14(1), 125-152. Obtenido de  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360550545007>

- Muro, R. L., XMora, R. C., Olmedo, G. S., & Moo, C. M. (2019). Análisis de las estrategias de comunicación y promoción de las páginas web en la difusión de destinos turísticos con ANP: Caso Cozumel. *El Periplo Sustentable*, 278-310. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193467294011>
- Nieto, A. (2019). roductividad agrícola y turismo: ejes de articulación para el cooperativismo con jóvenes campesinos. *Sosquua*(58-50). Obtenido de <http://cipres.sanmateo.edu.co/index.php/sosquua>
- OMT. (1980). Declaración de Manila sobre el turismo mundial. *La Organización Mundial del Turismo*, 1(1), 1-34.
- Orgaz, A. F. (2014). La Importancia de las Áreas Protegidas Naturales para las Comunidades Locales desde la Perspectiva del Turismo Comunitario Sostenible. *Global Education Magazine*(8), 48-51. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4750565>
- Palafox-Muñoz, A. (2010). Treinta años de transformaciones en Cozumel: el turismo como eje de acumulación. *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/230676946\\_Treinta\\_anos\\_de\\_transformaciones\\_en\\_Cozumel\\_el\\_turismo\\_como\\_eje\\_de\\_acumulacion](https://www.researchgate.net/publication/230676946_Treinta_anos_de_transformaciones_en_Cozumel_el_turismo_como_eje_de_acumulacion)
- Palomino, V. B., Gasca, Z. J., & López, P. G. (Enero/Junio de 2016). *El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas*. Obtenido de El Periplo Sustentable, número 30, p: 06-37:  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-90362016000100006](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000100006)
- Rodas, M., Donoso Ullauri, N., & Sanmartín, I. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura. *RICIT Universidad de Especialidades Turísticas*, 60 - 77. Obtenido de Dialnet-  
<EITurismoComunitarioEnEIEcuador-5309454.pdf>
- Romo, R. P. (2019). Gestión del turismo en Áreas Naturales Protegidas. *nnovaG*, 5, 21-30. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/21292>
- Ruiz, E., & Solis, D. (2007). Turismo Comunitario en Ecuador: desarrollo y sustentabilidad social. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/307974665\\_Turismo\\_Comunitario\\_en\\_Ecuador\\_Desarrollo\\_y\\_sostebinilidad\\_social](https://www.researchgate.net/publication/307974665_Turismo_Comunitario_en_Ecuador_Desarrollo_y_sostebinilidad_social)

- Segrado, P. R., Serrano, B., Mínguez, G. M., Cruz, J. G., & Juan, P. J. (2013). ESTRATEGIAS DE CONTROL DE IMPACTOS TURÍSTICOS EN LAS ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS Y ZONAS ARQUEOLÓGICAS DE QUINTANA ROO, MÉXICO. *Revista de Cultura y Turismo*, 6-30. Obtenido de [www.uesc.br/revistas/culturaeturismo](http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo)
- Serrano, G. S. (2019). El turismo en las áreas protegidas como medio para lograr el desarrollo sustentable en Centroamérica obtenido de El turismo en áreas protegidas como medio para lograr el desarrollo sustentable. *Monografía de Graduación*. Obtenido de [https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1541/1/serrano\\_sg.pdf](https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1541/1/serrano_sg.pdf)
- Social, I. N. (07 de Julio de 2018). *Cooperativas, historia y beneficios*. Obtenido de Gobierno de Mexico: <https://www.gob.mx/inaes/es/articulos/cooperativas-historia-y-beneficios?idiom=es>
- Vilchis, O. A. (2016). Áreas naturales protegidas y turismo como instrumentos para la mercantilización del ambiente. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/65564/2017A%20ADRIAN%20>
- Ziffer, K. A. (1989). *Ecotourism: the uneasy Alliance*. Conservation International and Ernst and Young. Obtenido de <https://docslib.org/doc/10511925/ecotourism-the-uneasy-alliance>
- Zizumbo Villareal, L., Cruz, C. E., & Vilchis, O. A. (2012). Acción Social y Áreas Naturales Protegidas: Refuncionalización de Recursos en Puerto Morelos Quintana Roo. *Revista Rosa dos Ventos*, 4(2). Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473547089006>
- Zizumbo, V. L., Dominguez, P. K., Marin, M. A., & Vilchis, O. A. (2020). El trabajo comunitario en Pomuch, Campeche Mexico. *GeoNordeste*. doi:10.33360/RGN.2318-2695.2020.i1.p.06-21

## **POLÍTICA**

# Reflexión de los Derechos del hombre de Thomas Paine

**Zeng Jun**  
Universidad de Beijing

## Introducción

El propagandista radical y la voz de la gente común, Thomas Paine, nació en Therford de Norfolk el 29 de enero de 1737. El octubre de 1774 se encontró con Benjamin Franklin en Londres, el cual lo ayudó a emigrar a Los Estados Unidos. Desde este momento, su carrera empezó a desplegar. El 10 de enero de 1776, publicó Common Sense (Sentido Común) que inmediatamente estableció su fama como un propagandista revolucionario. Aunque solo había vivido menos de un año en América, se dedicó a la independencia americana apoyando con tenacidad la constitución republicana. En 1797 se fue a Europa y en los próximos años dividió su tiempo entre Gran Bretaña y Francia. La resistencia de Burke a la Revolución Francesa inspiró a Paine escribir su obra más influenciable, Derechos de Hombres (Rights of Man, Part 1 en 1791 y Part II en 1792). En la primera parte, Paine exigió derechos políticos para todo el mundo debido a la igualdad natural. Todas las formas del gobierno hereditario y la constitución británica fueron condenadas porque estaban basadas en fuerza e imposición. Solo una república democrática podía proteger los derechos del hombre. La segunda parte era más radical, puesto que Paine planteó un programa entero sobre la legislación social para tratar el problema de la pobreza.

En este escrito, se va a presentar los detalles del libro con el fin de comprender con profundidad las ideas de Thomas Paine y al final se analizará sus significados y limitaciones.

Palabras Clave: Política, democracia, república, Revolución Francesa y liberalismo.

## **Introduction**

The radical propagandist and voice of the common people, Thomas Paine, was born in Therford, Norfolk on January 29, 1737. In October 1774 he met Benjamin Franklin in London, who helped him emigrate to the United States. From this moment, his career began to unfold. On January 10, 1776, he published *Common Sense*, which immediately established his fame as a revolutionary propagandist. Although he had only lived in America for less than a year, he dedicated himself to American independence by tenaciously supporting the republican constitution. In 1797 he went to Europe and in the next few years divided his time between Great Britain and France. Burke's resistance to the French Revolution inspired Paine to write his most influential work, *Rights of Man*, Part 1 in 1791 and Part II in 1792. In the first part, Paine.

He demanded political rights for everyone due to natural equality. All forms of hereditary government and the British constitution were condemned because they were based on force and imposition. Only a democratic republic could protect the rights of man. The second part was more radical, since Paine proposed an entire program of social legislation to address the problem of poverty.

In this writing, the details of the book will be presented in order to deeply understand Thomas Paine's ideas and at the end its meanings and limitations will be analyzed.

Keywords: Politics, democracy, republic, French Revolution and liberalism.

## **Introduction**

Thomas Paine, propagandiste radical et voix du peuple, est né à Therford, dans le

Norfolk, le 29 janvier 1737. En octobre 1774, il rencontra Benjamin Franklin à Londres, qui l'aida à émigrer aux États-Unis. A partir de ce moment, sa carrière commence à se développer. Le 10 janvier 1776, il publie *Common Sense*, qui établit immédiatement sa renommée de propagandiste révolutionnaire. Bien qu'il n'ait vécu en Amérique que depuis moins d'un an, il s'est consacré à l'indépendance américaine en soutenant avec ténacité la constitution républicaine. En 1797, il se rend en Europe et partage au cours des années suivantes son temps entre la Grande-Bretagne et la France. La résistance de Burke à la Révolution française a inspiré Paine à écrire son œuvre la plus influente, *Rights of Man*, Part 1 en 1791 et Part II en 1792. Dans la première partie, Paine.

J'ai exigé des droits politiques pour tous en raison de l'égalité naturelle. Toutes les formes de gouvernement héréditaire et la constitution britannique ont été condamnées parce qu'elles étaient fondées sur la force et l'imposition. Seule une république démocratique peut protéger les droits de l'homme. La deuxième partie était plus radicale puisque Paine proposait tout un programme de législation sociale pour résoudre le problème de la pauvreté.

Dans cet écrit, les détails du livre seront présentés afin de comprendre en profondeur les idées de Thomas Paine et à la fin ses significations et ses limites seront analysées.

Mots-clés: Politique, démocratie, république, Révolution française et libéralisme.

## 介绍

激进的宣传家和普通民众的代言人托马斯·潘恩 (Thomas Paine) 1737 年 1 月 29 日出生于诺福克郡瑟福德。1774 年 10 月，他在伦敦遇到了本杰明·富兰克林，并在本杰明·富兰克林的帮助下移民到了美国。从这一刻起，他的事业开始展开。1776 年 1 月 10 日，他出版了《常识》，立即奠定了他革命宣传家的声誉。尽管他在美国只生

活了不到一年，但他顽强地支持共和宪法，致力于美国独立。1797年，他前往欧洲，并在接下来的几年里往返于英国和法国。伯克对法国大革命的抵抗启发潘恩写下了他最有影响力的著作《人权》，第一部分于1791年，第二部分于1792年。在第一部分中，潘恩

他要求每个人都享有自然平等的政治权利。所有形式的世袭政府和英国宪法都受到谴责，因为它们建立在武力和强制的基础上。只有民主共和国才能保护人权。第二部分更为激进，因为潘恩提出了一套完整的社会立法计划来解决贫困问题。

在本文中，将介绍本书的细节，以便深入理解托马斯·潘恩的思想，并在最后分析其意义和局限性。

关键词：政治、民主、共和、法国大革命和自由主义。

## La primera parte

### 1. La explicación de la Revolución Francesa

El primer propósito de este libro es refutar lo que dice Burke sobre la Revolución Francesa. Burke critica mucho el ataque hacia el rey Luis XVI. Por lo contrario, Paine lo justifica como el levantamiento hacia el sistema absoluto de hace varios siglos. Como el despotismo se ha establecido muchos años, ese no solo depende del rey mismo, sino que también se relacionan con todos los sectores despotistas como el parlamento y la Iglesia. Arraigan en la sociedad francesa y hace falta la revolución para arrancarlos.

El libro describe con muchos más detalles la situación de dos días antes de atacar la prisión de la Bastilla. Es la Asamblea Nacional la que obtiene el apoyo de los pueblos y es la corte la que quiere descomponer la Asamblea y quebrantar la

esperanza de formar un gobierno libre. Las tropas reales golpean a un anciano y suscitan la indignación de los pueblos. La gente que ataca la presión se deriva de todas las clases y edades y cuenta con todos los tipos de armas. La prisión de la Bastilla es el destino asignado a la Asamblea por el nuevo gobierno y la fortaleza más sólida del despotismo, así que también es la mejor meta para iniciar la revolución. Durante la revolución hay más muertos entre los pueblos que entre sus opositores. Aunque los pueblos castigan a varios de manera cruel, esto se aprende del gobierno y la monarquía.

Al final de la primera parte, el libro presenta el desarrollo de la Revolución Francesa para explicitar su entorno. En aquel entonces, el espíritu de la libertad aparece en las obras de los filósofos franceses, como Montesquieu y su obra magistral *El espíritu de las leyes* que estimula la crítica amplia sobre el gobierno absolutista; las obras de Voltaire influyen profundamente en derrotar la persecución religiosa; el *Contrato Social de Rousseau* que cimienta el liberalismo clásico por su visión filosófica del individuo como fundamental, que luego decide vivir en sociedad por lo que necesita del Estado de Derecho que asegure las libertades para poder convivir... Todo esto arma a la Revolución Francesa mentalmente.

Después de la guerra de independencia de los Estados Unidos y a medida que regresan los soldados franceses, la causa de la libertad se extiende por toda Francia. La práctica y la teoría se combinan y solo falta la oportunidad para realizarlas en este país. Cuando surge la ocasión, la gente es capaz de captarla. El despilfarro del gobierno y el fracaso de subir los impuestos resultan en la revolución.

Tras dispersar la conspiración antirrevolucionaria, uno de los trabajos de la Asamblea Nacional, en lugar de proclamar vengativas como las de otros gobiernos, publica una declaración de los derechos del hombre como la base de la nueva constitución; la declaración se titula *Declaración de los derechos del hombre y de los ciudadanos por la Asamblea Nacional de Francia*.

Este documento es de suma importancia y cuenta con muchos sentidos progresivos: se admite la igualdad y la libertad innata y permanente de la gente en cuanto a los derechos; la soberanía pertenece a los pueblos; la ley tiene la prioridad; cada ciudadano tiene la libertad de la expresión y la prensa; siempre que su opinión no disturbe el orden público, cualquiera no puede ser estorbado, aunque sea la opinión religiosa, por el estilo. Paine elogia la fundación del nuevo gobierno porque afronta la corrupción. Frente a las oposiciones, la Revolución Francés obtendrá más admiraciones, es decir, más críticas que recibe, se ilumina más la Revolución.

2. El origen y la definición de los derechos humanos Una de las argumentaciones más maravillosas trata de los derechos del hombre. Para saber el origen de los derechos, hay que remontarse al momento de la creación del ser humano. En aquel entonces, un ser humano es solo un ser humano sin algún título más alto. Por eso, todo el mundo pertenece a la misma clase y consecuentemente nace igualmente con derechos naturales iguales.

El hombre no entra en la sociedad para volverse peor que antes, tampoco para poseer menos derechos, sino para garantizarlos. Sus derechos naturales son el fundamento de sus derechos civiles. Los derechos naturales se refieren a los que pertenecen a él debido a su existencia, por ejemplo, los derechos intelectuales, los de pensar y los de actuar para obtener la felicidad sin hacer daños a los demás. Los derechos civiles se refieren a los que existen por su identidad como un miembro de la sociedad. Cada derecho civil viene de uno natural; los derechos civiles se pueden considerar como el agregado de los derechos naturales, por una parte, su derecho de actuar ya no depende del individual (por ejemplo, el derecho de reparar); por otra parte el agregado es competente en cumplir el propósito de cada uno, es decir, solo funciona a nivel colectivo, no a nivel individual.

3. No existe un derecho eterno.

Con base de lo anterior, Paine hace violentas críticas hacia el sistema hereditario. En cualquier país, nunca ha habido y nunca habrá un parlamento o gente que tenga el poder de limitar las generaciones futuras para siempre. En cualquier caso, cada generación, como las anteriores, tiene la libertad. El parlamento de esta época no tiene el poder de controlar o limitar a la gente de cien años después. El mundo está cambiando, así como las opiniones de la gente. El gobierno existe para los seres vivos, no para los muertos. Lo que parece adecuado y correcto en una época se considerará inadecuado y falso en otra época.

#### 4. El origen del gobierno y la constitución

Como el ser humano precede al gobierno, existirá un tiempo cuando no haya gobierno. La verdad es que la gente, con sus derechos autónomos, llega a un acuerdo para formar un gobierno. En cuanto a la constitución, precede al gobierno también. La constitución de un país no es el comportamiento de su gobierno, sino el de la gente que forma el gobierno. La constitución para el gobierno es como la ley para el tribunal, es decir, el gobierno se restringe por la constitución y funciona de acuerdo con ella. Si un gobierno se establece según los principios de los constitucionales producidos por la sociedad, no tiene el derecho a cambiarse, en caso de que lo tenga y pueda transformarlo / bueno en lo malo o al revés arbitrariamente, es despótico.

Luego, el libro hace una comparación entre la Constitución francesa y la inglesa para sostener el argumento de que la precedente es mejor y más justa que la posterior. Por ejemplo, la Constitución francesa dice que el derecho de la guerra y la paz pertenece a la nación. “¿A quién pertenece excepto a la gente que las paga?; no obstante, para Gran Bretaña la guerra es un medio para aumentar los ingresos del gobierno.

#### 5. Problemas sociales

La nobleza es el tumor de la sociedad que proviene del gobierno establecido por la conquista. Es una jerarquía que está en apoyo del gobierno militar y para

mantenerla se elabora el mayorazgo, el cual priva la herencia de otros hijos menores. El mayorazgo inhumano destruye la justicia familiar.

Científicamente, la aristocracia es contranatural porque la inteligencia degenera debido a la separación con la sociedad y al matrimonio interior, lo cual choca con la “elegancia” de la nobleza. La gente que no es responsable a nadie no puede poseer la confianza de cualquiera. La aristocracia pasa de moda.

Económicamente hay una enorme distribución mala de riqueza; por ejemplo, el salario de los obispos es mucho más alto que el de los sacerdotes, casi trescientas veces más.

En cuanto a la religión, el autor suplica el derecho universal de conciencia. Lo que la gente adorna no es la misma, sino su creador. Nadie tiene derecho de estorbar la relación entre la gente y el creador. Por ejemplo, es atrevido estipular que el Dios puede aceptar la misa de los judíos o no porque eso limita la libertad del Dios.

La combinación del estado y la religión hace daños a la esencia religiosa, la cual es la misericordia. La inquisición es un buen ejemplo de la inmoralidad. Todas las religiones se basan en la benevolencia, y si propongan cualquiera cosa cruel o inhumana, no serán persuasible. Así que tanto Francia como los Estados Unidos han establecido el derecho universal de conciencia.

La soberanía está en las manos de los pueblos, no del rey. La constitución francesa pone la legislación ante la ejecución, la ley ante el rey, lo cual es la naturaleza porque la ley solo se puede ejecutar después de que exista. Paine critica tajantemente la monarquía y dice lo que menosprecia realmente al rey es exactamente los cortesanos. Por un lado saben que el rey es incapaz de hacer nada; por otro lado, tienen que disimular la obediencia para mantener sus intereses.

## **La segunda parte**

En esta parte se profundiza la argumentación sobre el gobierno.

### 1. El viejo y nuevo gobierno

El gobierno viejo, que es la monarquía, se deriva de la conquista, la fuerza y el saqueo. La crueldad forma la esencia de la monarquía. En este tipo de gobierno la guerra es la fuente de los impuestos y los pueblos son sacrificios.

El gobierno viejo posee el poder para expandir su propia posición mediante la guerra y el nuevo lo usa para el beneficio común de la sociedad a través de la paz. El viejo demuestra su prosperidad con el gran volumen de impuesto y el nuevo presenta su distinción con la reducción de impuesto. El viejo es hereditario parcialmente o por completo y el nuevo es enteramente representativo. El gobierno hereditario es una imposición al ser humano porque limita el derecho de las generaciones futuras.

En la época antigua como en Grecia, los pueblos participan personalmente en las conferencias y estipulan las leyes. Aun así, a medida que aumenta la población y se extiende la región, la forma simple de democracia se vuelve imposible. Poco a poco ella bien se abandona o bien se convierte en la monarquía.

La república no es una forma particular de gobierno, sino que se caracteriza por los propósitos, asuntos u objetivos según los cuales el gobierno debe ser institucionalizado. *Res-Publica*, significa los asuntos públicos o los beneficios públicos. Cada gobierno que no considere los asuntos públicos como su entero y único objeto no es bueno. Ahora surge el problema: cuando la democracia simple es imposible debido a la superpoblación y el súper territorio, ¿qué es la mejor forma gubernamental para tratar los asuntos públicos?

La monarquía es incapaz porque una persona no puede enfrentarse a tantos sectores como la agricultura, la industria, el comercio, etc. Se requiere diferentes

conocimientos y así que se demanda el personal diverso. Ni hablar del sistema hereditario porque el gobierno hereditario, como el agua muerta, quiere la ignorancia y nunca puede movilizar al genio. La aristocracia se parece a la monarquía, aunque funciona mejor por el aumento de miembros, no garantiza el uso correcto del poder. Con base del análisis anterior, se puede llegar a la conclusión de que el sistema representativo es el más pertinente. Conserva la esencia del sistema antiguo, que es la democracia, y su agilidad supera el problema de superpoblación. Además, junta los intelectuales diversos para evitar la ignorancia. En el sistema representativo, la razón de cada asunto debe aparecer al público y cada uno es el propietario del gobierno. En conclusión, el sistema hereditario es un insulto hacia los principios y un pisoteo hacia la sociedad dado que se niega la inteligencia y la virtud. Se puede imaginar que si el campo literario también fuera hereditario, sería bastante ridículo. El sistema representativo, al contrario, está cimentado en la sociedad y la civilización y se gula por la naturaleza, la experiencia y la sensatez.

## 2. El gobierno y la civilización

El orden principalmente proviene de la ley social y la estructura natural humana, no del gobierno. El beneficio común regula la atención de la gente y forma la norma. Cada individuo social tiene tanta necesidad que supera su habilidad personal, así que hace falta la ayuda mutua dentro de la sociedad. Paine cree que la sociedad misma es capaz de hacer lo mayoritario partiendo de la base del ejemplo de los dos años antes de la guerra de independencia en los Estados Unidos cuando la armonía funcionó muy bien sin algún gobierno concreto. El gobierno es solo una parte pequeña de la civilización. Cuanto más completa la civilización, menos se necesita el gobierno. En Gran Bretaña el gobierno es el motivo de los caos mientras tanto el gobierno americano constituido por la ley social impide muchos disturbios. El gobierno es nada más que una asociación nacional de acuerdo con los principios sociales y no debe contar con demasiado poder.

## 3. El gobierno y la reforma

En el último capítulo, Paine propone la reforma fiscal y financiera cuyo objetivo primordial es cambiar la desigualdad de riqueza y ofrecer más ayudas a la gente pobre. Según él, la rebaja en los impuestos es el medio recomendable y se debe aprovechar este dinero ahorrado como la subvención en otros sectores, pongamos por caso, la educación y la pensión. Sugiere la tasación progresiva como el sustituto del impuesto de conmutación, la cual alcanzará el punto de prohibición mediante una operación regular y por este medio se suprime el mayorazgo. Su innovación consiste en que toca el beneficio nuclear de la aristocracia. Se usa lo más interesado, el dinero, para imponerla abandonar el mayorazgo, puesto que, si no lo abandona, su ingreso disminuirá en gran medida. Se ve obligado a dividir su finca entre sus hijos.

### **Conclusión: significados y limitaciones**

En este libro, a través de criticar a Burke, Paine alaba tanto la Revolución Francesa como la República de los Estados Unidos. Por lo demás, Paine explica el origen y la definición de los derechos humanos, del gobierno y de la constitución insistiendo en descartar la monarquía y el sistema hereditario, lo cual influye mucho en las revoluciones posteriores en otros países, puesto que les proporciona una poderosa arma mental. Es verdad que cada individuo tiene los derechos naturales iguales y no se pueden privar. Sin embargo, a mi parecer, ni el Dios ni otras fuerzas pueden concederlos a la gente. Si nos remontamos al origen del ser humano, supongo que todavía no tuvo el concepto de "los derechos del hombre", es decir, los derechos humanos junto con otros valores generales como la libertad y la igualdad solo aparecen en las épocas posteriores. Se forman a medida que se desarrolla la sociedad y se desarrollan a lo largo del gradual progreso social.

En total, cada etapa de sociedad posee distintos valores y diferentes explicaciones sobre los derechos del hombre, El concepto "los derechos del hombre" se completa por los esfuerzos de todas las generaciones, de modo que al mismo tiempo Paine

elogia la República de América, no necesita criticar tanto la monarquía, la cual representó también el progreso dentro de mucho tiempo. El derecho humano es igual moral e idealmente, pero no hay ningún momento en la historia cuando él existe en realidad. En cualquier rincón del mundo, podemos ver la desigualdad y la discrepancia de la gente de acuerdo con la riqueza, el poder, el conocimiento, etc, por lo que sea consciente o no. Es triste que no podamos decidir nuestro origen y eso determina que algunos nacen con muchos recursos y algunos no, los cuales no cuentan con la fuerza para mantener la igualdad. Paine exagera el sentido progresivo de la fundación de la república y sobreestima su futuro. En este sentido, es idealista.

### **Bibliografía**

1. <http://www.historyguide.org/intellect/paine.html>, The History Guide, Thomas Paine, 1737-1809
2. <http://www.letrug.ni/usa/documents/1786-1800/thomas-paine-the-rights-of-man/text.php> Text - The Rights of Man (1791-1792)
3. Thomas Paine (2013), "Rights of Man" traducido por Dai Bingran, China, Shanghái: Editorial La Universidad de Fudan. ISBN: 9787309095968

## RESEÑAS

**“El Cantar Persiste Antología Poética  
En Honor al Poeta Javier España Novelo”**  
Xinruo Ding y Juan Manuel Espinosa Sánchez  
Universidad de Shandong, China /UAEQROO

“Pierre-Auguste Renoir,  
Le Moulin de la Galette, 1876

el sol esplende en tu cabello  
    es el sol Homero sobre las armas de Aquiles,  
    quien amò a Patroclo con fiereza  
-----ante ti no encuentro palabras, mi pluma divaga  
    y balbucea; sueño con dioses paganos, en mi  
    nación que rinde culto a la Santa Muerte  
pero no voy hablar aquí de la muerte (,,,)”

Saul Ordoñez, *Museo Vivo*, 2009, 58

El pasado 7 de enero de 2023 en el Museo de la Maqueta de Chetumal a las 18 horas, se llevo a efecto el homenaje al poeta Javier España Novelo quien lo acompañó la directora del Instituto de Cultura y las Arte Lic. Lilian Villanueva quien dedico palabras a en su honor, para posteriormente pasar añ estrado y leer poesías de parte de algunos de los poetas que escribieron el `presente libro *El Cantar Persiste*, y posteriormente Javier España dio gracias por el detalle de homenajearlo entregándole una placa en su honor parte del organizador Miguel Ángel Morales Beiza. Después España hizo una conferencia magistral sobre el quehacer del poeta y leyó un poemario de su autoría.

Inicia el libro con un poemario de Javier España que lleva por título el Oficio

“Sagar aquel instante entre las manos,  
aquella sed extraña en movimiento



Ramón Iván Suárez Caamal ya en otros de sus poemas ha mencionado a Ulises en su escrito “De Varia Invención de 2016” con el subtema “El reino de las esencias”, parte XX y dice:

¿Cómo acercarnos a la música sin que nos devore?  
¿Cómo tocar lo sublime sin que nos arranque una oreja?  
El mar suele esconder creaturas en islas de espanto  
O en abismo de vértigo.  
Entiendo la sal por las escamas,  
lo divino por la carroña.  
Ulises apedreada el eco cuando era niño.  
Años más tarde, se puso ataduras que no lo ataran  
Y desde el mástil escucho a los angeles.  
Pero Ulises es Nadie.  
Y nadie es Ulises.” (Suárez, 2018, 357)

Suárez Caamal, ya maneja esos temas desde el año 2016 sobre el mar y Ulises, como el quehacer de un vasto poeta en su desarrollo intelectual al entregarnos a los lectores referencias que unen a Ulises y el mar como un guerrero navegante para viajar a otras latitudes, con una visión poética.

De un repertorio de poemas regionales de Quintana Roo ubicaremos a dos mujeres poetas una de ellas joven como Meztly Vianey Suárez Mcliberty con su poema “el Jardín de Monet”, que para con un epígrafe de Alejandra Pizarnik, para dar paso a su poesía:

(Fragmento)

“Cierra los ojos y el vacío te persigue  
La noche se funda en el espesor de tus huesos  
cuando sientes saliva o tierra húmeda

Las calles despiertan después de la lluvia  
Y las hojas gotean verdes memorias

Te encuentras perturbado sobre un puente  
donde sólo zarpan visiones pastosas del tiempo  
mientras los sueños se arrugan  
y torturan con agujas tu carne enfermiza de vanidad

Somos ficción

Bajo un ajedrez desnudo

qspiramos residuos de un Dios que inflama

(los pulmones de dicha

Como un confuso mundo poblado de espejos  
te busco entre las flores inmortales de Monet  
Entre aromas que estallan en los poros del pintor  
que imita juegos inhabitables de la mente

Creas mi desesperación idéntica al relámpago  
Desconocen las manos este follaje infinito  
donde mil veces imaginé el mundo impresionista  
condenado al letargo (...)

De niña casi sueños para volar el paraíso  
a descubrir la esencia del lenguaje que enciende soledades  
Pero las alas nunca me dirigieron a tu sombra  
esperaré en la simplicidad de los ecos que la casa emitía

En el jardín de Monet imagino frágiles azules  
Ríos se diluyen con la sangre de los ángeles  
Débiles orquídeas (...)

La tierra late desquiciada  
la pintura es tu arrecife interior  
la piel se desprende sin excusas  
y permanezco obstinada en el paraíso mientras llueve

Tu voz secuestra mi cuerpo  
Produces desidia y complicas las pasiones humanas (...)

Desconozco la esencia entre colores opacos

Porque eres un instrumento que no se acostumbra

(a las estaciones del silencio

Un tren que rebasa voluntades y llena vagones

(de espejismos (...)). (Suárez Mcliberty, 2020, 49-

51).

El presente poemario lo podemos relacionar con el de Javier España dedicado a Van Gogh, como influencias que tienen los nuevos escritores de Quintana Roo como Suárez Mcliberty al escribir sobre el impresionismo de Monet, a continuación el poemario de España:

“Van Gogh, autorretarto”

“Un acercamiento sobrecoge al oleo.

En la mirada crece el sol para olvidarse:

mil amarillos donde el mundo es otro.

Van Gogh, autorretrato, desafío.

En el declive de la llama abdica

el pardo humor y sin costado

de un rostro y ceniza, el sobreimagen.

Entre el azul no hay blanco en cercanía,

porque conmueve al ojo de la aguja

ser el recinto de locura constelada.

Un brillo entonces, y el espejo centellea

a la silueta, entre su espuma y tinta.

Otra sustancia afila en los biseles

lo que se ignora bajo el párpado del fuego:

un llamador sin nadie oculta su acertijo,

incrustación de sangre que no existe

en el mirara del acto cotidiano.

Van Gogh: ahora rima el rojo en su cabello  
Casi no cabello, con el pulso lúcido  
Que emerge contra el blanco racional y turbio.

El trazo es un esguince entre las sienes". (España, 2001, 72-73).

Con este nivel de estética de la poesía se desarrolla análisis de pintores de la escuela impresionista como Monet y Vincent Van Gogh, para dar una creación de la palabra a niveles de intelectualidad para hacer una descripción de pinturas mediante la literatura teniendo como marco de personajes relacionados con el arte pictórico.

Y para cerrar esta parte tenemos a la poetisa Leticia Flores Delfín, con su poesía titulada "Mujeres" que nos invita a reflexionar la vida cotidiana de ellas en su hogar atendiendo los quehaceres de la vivienda dando como resultado un poemario a la vida familiar al interior de la casa.

### "Mujeres"

"Hoy que soy pequeña  
Disfrute que mi abuela me enseñe a zurcir los calcetines  
Mientras cantamos los corridos del cancionero picot,  
Que mi madre me enseñe a picar tomates,  
Juntar flores del campo para adornar el jarrón de la mesa,  
Ir a bañarse al río,  
Jugar con mis amigas a la hora del recreo,  
Que Juana me muestre como brincar el elástico,  
Ir con mi madre a cantarle las mañanitas a la Virgen,  
Copiar algunas palabras del periódico  
(para mejorar la ortografía,  
Saborear con la mirada un panel con miel,  
Alumbrarnos con luciérnagas durante la merienda  
(y liberarlas más tarde,  
Dibujar en las charolitas donde viene  
(la carne del supermercado,

Como buñuelos calientitos,  
Oler el café con mi madrina Mujercitas. (...)." (Flores, 2020, 123).

Es un poema dedicado a la vida, al amor del núcleo familiar entre ellas a la madre al abuela como un mundo de valores de respeto hacia los mayores, en un mundo deshumanizado, pero eso es otro tema solo recordar que debemos cuidar a nuestros seres queridos en tiempos difíciles de la pandemia del Covid-19, es lo que nos hace reflexionar este hermoso poema de Flores Delfín.

En esta parte nos acordamos de dos excelsos escritores para relacionar la poesía de Flores Delfín una de ellas es Virginia Woolf, en su obra una *Habitación Propia*, donde narra a las mujeres cantando en el desayuno inclusive en épocas difíciles como en una guerra y ayuda a los poetas a crear este mundo con su poesía en la siguiente parte:

¿Era esto lo que los hombres y mujeres canturreaban en los almuerzos antes de la guerra? ¿y las mujeres?

"Mi corazón es como un pájaro que canta, cuyo nido se halla sobre un brote rociado, mi corazón es como un manzano cuyos brazos están cargados de frutos apiñados, mi corazón es como una cáscara de arco iris que chapotea en un mar serena; mi corazón es más feliz que todos ellos porque mi amor ha venido a mí".

¿Era esto lo que las mujeres canturreaban en los almuerzos antes de la guerra? Resultaba tan absurdo imaginar a alguien canturreando esas cosas, aun por lo bajo, en los almuerzos de antes de la guerra que me eché a reír y tuve que explicar mi risa señalando al gato, que efectivamente tenía un aire un poco absurdo, pobre bicho, sin cola, en medio del césped. (Woolf, 2021, 21-22).

Una relación en donde nos muestra la fortaleza de la mujer para estar unidas y llevar una vida donde ellas en un momento estén felices, teniendo a su alrededor los dramas de la historia una guerra o una epidemia global.

La segunda relación es con el poeta Eliseo Diego donde habló de la cocina donde están los trastos y los alimentos para preparar los alimentos y en ello las mujeres son expertas en llevar con su arte de cocinar y sazón las delicias del sagrado alimento al paladar de su familia. Como veremos a continuación:

### “En la Cocina”

“Enrosca el gato su delicia  
de sí sobre sí mismo, duerme  
de su principio a fin, secreto.

En tanto

esboza la penumbra disidencias  
de cazuelas y potes, resistentes  
al imperio del sueño

Cae el mundo

por el filo del agua, gruñe  
para sí el fuego, pero el gato lo ignora:

Permanece

sencillamente, inmune  
a memoria y olvido, a salvo  
en la delicia de su ser

---perfecto.” (Eliseo Diego, 1993, 19).

Cerramos esta parte de una manera crítica literaria a una obra dedicada a Javier España donde reúne a muchos poetas jóvenes regionales que tienen influencia del propio España y de Ramón Iván Suárez Caamal,

### **Bibliografía**

Diego, Eliseo, *Los Días de tu Vida*, La Habana, Cuba, Editorial Letras Cubanas, 1993.

España Novelo, Javier, “El Oficio”, en Miguel Ángel Morales Beiza (Compilador), *El Cantar Persiste Antología Poética. En honor al poeta Javier España Novelo*, México, Rotación, 2022, p. 13.

España Novelo, Javier, “Sobre Arte Poética”, en Rogelio Guedea y Jair Cortés, *A contraluz Poéticas y Reflexiones de la Poesía Mexicana Reciente*, México, Tierra Adentro, 2005, pp. 131-140.

España Novelo, Javier, *Tras el Biombo*, México, Tierra Adentro, 2001.

Flores Delfín, Leticia, “Mujer”, en Miguel Ángel Morales Beiza (Compilador), *El Cantar Persiste Antología Poética. En honor al poeta Javier España Novelo*, México, Rotación, 2022, pp. 123-125.

Ordoñez, Saúl, *Museo Vivo*, México, Tierra Adentro, 2009.

Suárez Caamal, Ramón Iván, “Dereck Walcott ve ballenas en el cielo”, en Miguel Ángel Morales Beiza (Compilador), *El Cantar Persiste Antología Poética. En honor al poeta Javier España Novelo*, México, Rotación, 2022, p. 20.

Suárez Caamal, Ramón Iván, “De Varia Invención de 2016” con el subtema “El reino de las esencias”, parte XX, en *Poesía Reunida, II*, (Quintana Roo, Nave de Papel, (2018).

Suárez Mcliberty, Meztly Vianey, “El Jardín de Monet”, en Miguel Ángel Morales Beiza (Compilador), *El Cantar Persiste Antología Poética. En honor al poeta Javier España Novelo*, México, Rotación, 2022, pp. 49-51.

Woolf, Virginia, *Una Habitación Propia*, México, Austral, 2021.

La Sociedad Medieval en el *Quijote de la Mancha* de Miguel de Cervantes en una visión crítica en el libro de *El Secreto del Hombre-Lobo, Antología de Textos sobre lectura, literatura y educación*. De José Castillo Baeza

Juan Manuel Espinosa Sánchez

“Bajo el sol del atardecer se les ofrecía a los habitantes de Damiera un cuadro grandioso. Hasta donde alcanzaba la vista veían el mar cubierto de naves. Mientras los grandes veleros recogían aún las velas, las barcas rápidas y largas transportaban continuamente nuevos grupos de caballeros con sus caballos en la orilla. Ya empezaban a ser levantados sus tiendas a lo largo de la costa y encenderse las primeras hogueras.”

Peter Berling

*Sangre de Reyes* (1997, 337).

La última obra de José Castillo Baeza *El Secreto del Hombre-Lobo*, tiene una diversidad de temas relacionados con su quehacer como profesor de la Universidad Modelo de Mérida, Yucatán. Asimismo como sus puntos de vista sobre diversos temas de literatura, por lo que daremos un ejemplo de sus reflexiones en la vida cotidiana de la época de Miguel de Cervantes de Saavedra cuando hace mención de su magna obra *El Quijote de la Mancha*, al introducir una serie de relatos de diversidad de historias; al construir una realidad del mundo que ve, se identifica con ese mundo lleno de peripecias que van de lo sagrado, en cuanto a la religión cristiana, el mundo caballeresco medieval, en reflexiones sobre la muerte de la época. (Castillo Baeza, 2021, 38).

Cervantes en *El Quijote* mencionó lo siguiente:

“----- Pues lo mismo, dijo Don Quijote, acontece en la comedia y trato desde el mundo, donde unos hacen los emperadores, otros los pontífices y finalmente todas cuantas figuras se pueden introducir en una comedia; pero en llegando al fin, que es cuando se acaba la vida, a todos les quita la muerte las ropas que los diferenciales, y quedan iguales en la sepultura”. (Cervantes, s.a. 275)

Un tema relacionado con la existencia de las personas en el mundo donde hay bien, como la bondad y amor de Dios, pero también existe el mal, la mentira y la barbarie donde esta Satanás.

José Castillo Baeza en esta parte mencionó la “historia de doña Rodríguez y su hija ... que llega al reino de Aragón para servir a la duquesa. Es ahí en donde, entre lágrimas y lamentos, le cuenta a Don Quijote que su hija ha sido deshonrada por el hijo de un labrador riquísimo. A través de las palabras de doña Rodríguez se nos revela el duque, encargado de vigilar que se haga justicia en sus tierras, se niega a ello porque existen intereses económicos de por medio. Como si se tratara de la hoy conocida relación entre empresarios y políticos, donde los segundos responden a los intereses de los primeros. Y ante el peso brutal de la realidad y ante la impotencia, doña Rodríguez recurre a don Quijote para vengar sus agravios, porque la misión del caballero andante es enderezar tuertos y amparar miserables’.

Es así que el duque decide organizar un duelo entre don Quijote (defensor de la víctima) y el hijo del labrador (el agravante) para resolver el conflicto.” (Castillo Baeza, 2021, 38).

Cervantes en el *Quijote de la Mancha* nos narró en la Segunda Parte, en el capítulo LVI, que llevó por título “De la descomunal y nunca vista batalla que pasó entre Don Quijote de la Mancha y el lacayo Tosilos, en defensa de la hija de la dueña doña Rodríguez”. En un fragmento se mencionó lo siguiente:

“ .... Partiéoles el maestro de las ceremonias el sol, puso á los dos, cada uno en el puesto donde habían de estar. Sonaron los atambores, llenó el aire el son de las trompetas; temblaba debajo de los pies la tierra; estaban suspensos los corazones de la mirada turba, temiendo unos, y esperando otros, el bueno o el mal suceso de aquel caso. Finalmente, Don Quijote, encomendándose de todo corazón a Dios, nuestro Señor, y a la señora Dulcinea de Tobos, estaba aguardando que se les diese señal precisa de la arremetida; empero nuestro lacayo tenía diferentes pensamientos: no pensaba él sino en lo ágora diré...” (Cervantes, s.a. 443)

Una cultura distinta a la de nosotros, la del juego de una manera de expresar su racionalidad jurídica pero también una sociabilización, como una especie de torneo entre dos personas montados a caballo, con su equipo como lanzas en cada competidor, sus armaduras con música en una competición, que nos llevan a la seriedad del juego llevando a expresiones conceptuales de acercarnos a la Edad

Media; con esta descripción del propio Cervantes que nos lleva a una síntesis de la sociedad con menesteres históricos del feudalismo, nos lleva al contraste de la verdad y falsedad con ello a la bondad y la maldad en una función moral de la virtud, y el pecado en la sociedad cervantina. (Huizinga, 1984, 18-19).

Nos lleva a parámetros de la literatura caballerescas medieval, de los caballeros nobles y justos que hacen frente a las injusticias, como héroes y vistos de una manera romántica de defensores de los necesitados o humildes, que serían los vasallos o agricultores que nos llevan al mundo maravilloso del acercamiento de Dios, por parte de los caballeros guerreros que combatieron en las cruzadas a los infieles y son seguidores de Dios y defensores del cristianismo en su afán de cristianizar, al mundo con los preceptos de la fe de Cristo. (Le Goff, 2013, 378-379.)

Con sus memorias de un pasado de guerras y combatir a nombre de Dios tiene su “pasado legendario” los caballeros, que ellos mismos concibieron su retorno a tierras santas. Después de combatir a los sarracenos, de soldados victoriosos y defender a la humanidad ante las injusticias y esperar el regreso de Jesús y el Juicio Final, en una categoría de conceptos divinos medievales. En una historia concebida en el mundo occidental que nos llevan a recuerdos de la Edad Media de lo divino al plano terrenal, para esclarecer cómo era la vida cotidiana en la época cervantina en los reinos de Aragón y Castilla, en la repercusión de los personajes de Sancho Panza y el Quijote de la Mancha, en la presencia de la literatura con influencia del medioevo. (Le Goff, 2013, 378-379).

Que nos lleva a parámetros de la sociedad medieval en su origen y estructura. A una historia de la civilización europea de reyes, príncipes, nobles, caballeros, religiosos, vasallos, estos últimos que vivían en aldeas; con caminos de terracería y evitar estar cerca del bosque, donde está el mal, el Diablo. En un mundo real e imaginario en un mundo en guerra, de conquistas, de culto a Dios, en el misterio de Cristo y el Santo Grial; en la búsqueda del reino de Dios y la felicidad del hombre en la tierra y en el cielo. (Le Goff, 2013, 376-377).

En donde el hombre y la justicia pueden estar en los relatos populares, en revueltas, conflictos religiosos o defender el honor de una dama representan una sociedad injusta y el caballero justiciero defensor el pueblo, que en su andar viaja prácticamente solo o con un escudero en los caminos solitarios que serpentea los bosques europeos y nos induce a una actividad heroica ante una realidad histórica y relatos literarios dando una dimensión política, social, económica en las narraciones de desaires amorosos en el mundo imaginario del héroe caballero medieval. (Le Goff, 2013, 405-406).

El caballero defiende a los débiles haciendo juramento ante Dios, mediante su fe, por lo general lo hacían de pie, pero también hincados con un libro Sagrado o un relicario, ser fiel a los principios morales del cristianismo feudal teniendo un compromiso de fidelidad, prometer y defender en ello la fe católica de los caballeros; con estos juramentos para ser impuestos en una sociedad civil que constituyeron las reglas de la época. (Ganshof, 1985, 119-124).

Lo interesante para los lectores al leer el libro de José Baeza Castillo, *El Secreto del hombre-lobo*, el capítulo referente “Un lunar escrito al margen: don Quijote y el caso de doña Rodríguez”, es una análisis literario-histórico sobre la justicia en la época del feudalismo en Aragón en época de Miguel de Cervantes al momento de escribir al *Quijote de la Mancha* defender el honor de una mujer en una justa de caballería recordando los torneos medievales en una Europa, que pasó las cruzadas y los caballeros regresaban a sus lugares de origen incluso solos o con acompañantes en esos caminos solitarios, cargando su armadura montados en sus caballos, donde vieron la vida cotidiana de los aldeanos agricultores principalmente, y quizás sus sufrimientos en un mundo de hambrunas, epidemias y cercanos con la fe al Creador.

### **Bibliografía**

Berling, Peter, (1997). *Sangre de Reyes*, Barcelona, Plaza & Janes.

Castillo, Baeza José, (2021). *El Secreto del Hombre-Lobo. Antología de textos sobre lectura, literatura y educación*, Bogotá, Catedra, Pedagógica.

Cervantes, Saavedra Miguel de, (s.a.). *El Ingenioso Hidalgo Don Quijote de la Mancha*, t. 2, México, Editorial del Valle de México.

Ganshof, Louis Francois, (1985). *El Feudalismo*, Barcelona, Ariel.

Huizinga, Johan, (1984). *Homo Ledus*, Buenos Aires, Alianza Editorial.

Le Goff, Jacques, (2013). *Hombres y Mujeres de la Edad Media*, México. Fondo de Cultura Económica.

## Nota Editorial

La Revista digital *Vita et Tempus* de la Universidad de Quintana Roo diseñada como un espacio de encuentro desde las humanidades, la historia, la literatura, la filosofía, las ciencias sociales, sobre México, el mundo, desde los estudios interculturales, lengua maya, los estudios sobre la lengua latina y la cultura clásica en nuestro territorio, hace cordial invitación a la comunidad de investigadores, profesores, estudiantes de posgrado y licenciados a participar en la presente revista, con la finalidad de divulgar artículos inéditos, reseñas de libros y obras relacionados a las siguientes temáticas:

### Historia:

Ciencia durante la Colonia Española, siglos XVII-XVIII.

Economía regional durante el Porfiriato.

### Filosofía:

Filosofía y la participación ciudadana en la democracia.

Replanteamientos de la ética desde Auschwitz.

### Interculturalidad:

Los desafíos actuales de la interculturalidad en las políticas educativas de México y de Latinoamérica.

Mujeres indígenas y migración en México.

### Latín:

La enseñanza del latín en la Colonia Española en la historia de México, con especial atención a Quintana Roo y la tradición clásica en México.

### Literatura:

Temas sobre teoría de la literatura.

La literatura como medio de desarrollo educativo.

Arte y Cultura:

La globalización en el arte.

Arte y neopaganismo.

Reseñas de libros

### **Normas Editoriales**

Los manuscritos deberán constar de una extensión de 15 a 30 cuartillas y de las reseñas de 5 a 7 cuartillas, en el que se incluirá un resumen de quince líneas, seis palabras clave en español e inglés, un campo de datos personales que se basará en una síntesis curricular del autor o autores con el grado académico, especialidad, institución de procedencia, correo electrónico y teléfonos de contacto.

Los artículos deberán enviarse en formato \*.doc en Arial a 12 puntos, espaciado a 1.5 y las citas de pie de página a 10 puntos. Elementos adicionados como gráficas y tablas serán enviados por separado en las plataformas de Excel o Word, y las fotografías e imágenes serán recibidas también por separado en la resolución mínima de 300 dpi (\*.jpg o \*.tiff). El autor tendrá que señalar la ubicación del material adicional para su inserción en el texto. Si estos complementos no son originales deberán indicar la fuente de procedencia. Las referencias bibliográficas y hemerográficas deberán señalar el apellido del autor, año de la publicación, y las hojas citadas en el texto, ejemplo:

(Matos y Lujan, 2012: 19)

Las referencias de archivo deberán citarse en nota de pie de página, ejemplos:

AGN, *Indiferente Virreinal*, caja, 12, exp. 20, fs. 12r.

AGN, *Inquisición*, vol. 390, fs. 120v.

Al final del texto el autor aludirá todas las referencias citadas incluyendo sólo el nombre completo de las siglas de archivo:

#### Bibliografía

Loyo, Engracia, “La difusión del marxismo y la educación socialista en México, 1930-1940”, en *Cincuenta años de historia en México*, vol. 2, COLMEX, México, 1991.

Matos Moctezuma, Eduardo y Leonardo López Luján, *Escultura monumental Mexica*, Fondo de Cultura Económica, México, 2012.

#### Hemerografía:

Valencia Rivera, Rogelio y Octavio Q. Esparza Olguín, “La conformación política de Calakmul durante el Clásico Temprano”, en *Arqueología Mexicana*, núm. 133, 2014, pp. 36-40.

#### Referencias electrónicas:

Devesa, Patricia. “Teatro comunitario. Resistencia y transformación social por Marcela Bidegain”, La revista del CCC, mayo / agosto 2008, n° 3. Actualizado: 2008-10-16 Disponible en: <http://www.centrocultural.coop/revista/articulo/61/> [Acceso 30 de noviembre 2014].

#### Archivos consultados

AGN, Archivo General de la Nación, México.

Todos los trabajos serán dictaminado por un comité “a ciego”, por pares internos o externos según sea el caso, los trabajos pueden ser enviados a [vitaettempus2016@gmail.com](mailto:vitaettempus2016@gmail.com)

Facebook: [vitaettempus](#)

Twitter: [@vitatempus](#)