

ppi 201502ZU4645

Publicación científica en formato digital

ISSN-Versión Impresa 0798-1406 / ISSN-Versión on line 2542-3185

Depósito legal pp 197402ZU34



CUESTIONES POLÍTICAS

Instituto de Estudios Políticos y Derecho Público "Dr. Humberto J. La Roche"
de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas de la Universidad del Zulia
Maracaibo, Venezuela



Vol.40

Nº 75

2022

Repensar la promoción del turismo rural como estrategia en las políticas de comunicación para el cambio social

DOI: <https://doi.org/10.46398/cuestpol.4075.38>

Brenda Miroslava Carrión-Ramírez *

Lizette Ivonne Lazo-Serrano **

Carmen Arlene Lazo-Serrano ***

Melva Isolda Fuentes-Rendón ****

Resumen

La industria del turismo representa un gran motor de desarrollo sostenible para los mercados del siglo XXI, de modo que, se trata de una industria prometedora donde interactúan un conjunto diferenciado de actores y factores como: el Estado, el empresario, las comunidades organizadas y los turistas. El objetivo de la investigación consiste en repensar una política pública coherente para la promoción del turismo rural en general, con especial énfasis en la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Se empleó la metodología de investigación documental y la técnica de análisis FODA como condición de posibilidad para visualizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tendría en un contexto específico la implementación de una política como la que se propone. Los autores concluyen que, en cualquier escenario imaginable, siempre entra en la ecuación para la formulación de políticas del sector turismo: (turismo rural+ desarrollo sostenible = cambio social) la comunicación política, en tanto espacio de síntesis que articula en los imaginarios colectivos, las ideas,

* Ecuatoriana, Licenciada en Comunicación Social, Magíster en Comunicación Periodística, Institucional y Empresarial. Docente Titular y miembro del equipo de investigación del Proyecto FCI Barreras Comunicacionales en los procesos de enseñanza-aprendizaje de asignaturas de praxis profesional en estudiantes con discapacidad: una experiencia empírica en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. Dirección: Av. Delta y Kennedy. Código postal: EC090514. Teléfono: (593) 2284505 2452127. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3026-8828>.

** Ecuatoriana, Licenciada en Comunicación Social, Máster en Comunicación Organizacional y Magister en Educación Superior, Docente Titular de la Carrera de Comunicación y miembro del Grupo de Investigación Comunicación de la Universidad Técnica de Machala. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9991-136X>.

*** Ecuatoriana, Licenciada en Turismo, Magister en Administración de Empresas. Coordinadora del grupo de investigación 018-El Oro Turístico y Miembro de la Red de Universidades de Turismo del Sur. Docente titular de la carrera de Turismo en la Universidad Técnica de Machala. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1420-5886>.

**** Ecuatoriana, Licenciada en Ciencias de la Educación mención: Administración y Supervisión Educativa. Diseñadora de Interiores y Master en Educación Superior. Docente de la maestría en línea en Educación Básica de la Universidad Estatal de Milagro. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7625-968X>.

conceptos, sentimientos y objetivos que crean y recrean las condiciones para el cambio social, como etapa superior del desarrollo sostenible en el siglo XXI.

Palabras clave: turismo rural; políticas públicas en América Latina; promoción del turismo rural; comunicación para el cambio social; comunicación para el desarrollo.

Rethinking the promotion of rural tourism as a strategy in communication policies for social change

Abstract

The tourism industry represents a great engine of sustainable development for the markets of the 21st century, so that it is a promising industry where a differentiated set of actors and factors interact: the State, the business sector, organized communities and tourists. The objective of the research is to rethink a coherent public policy for the promotion of rural tourism in general, with special emphasis on communication for development and social change. The documentary research methodology and the SWOT analysis technique were used as a condition of possibility to visualize the strengths, opportunities, weaknesses and threats that the implementation of a policy such as the one proposed would have in a specific context. The authors conclude that, in any imaginable scenario, political communication always enters into the equation for the formulation of tourism sector policies: (rural tourism + sustainable development = social change), as a space of synthesis that articulates in the collective imagination, ideas, concepts, feelings and objectives that create and recreate the conditions for social change, as a higher stage of sustainable development in the 21st century.

Keywords: rural tourism; public policies in Latin America; rural tourism promotion; communication for social change; communication for development.

Introducción

En la presente investigación se conjugan tres conceptos particulares que requieren de tratamiento específico por parte de los investigadores interesados en dilucidar su alcance y significación, como condición de posibilidad para entender sus relaciones dialécticas, los cuales son: promoción de turismo rural, comunicación política y cambio social.

Como se sabe, el turismo puede ser, sin duda, una herramienta de desarrollo sostenible para personas, regiones y localidades, siempre y cuando haya un marco político e institucional coherente que permita su desarrollo. No obstante, como parte de cualquier política pública surge además la necesidad de definir una estrategia de comunicación política que pueda instrumentalizar los objetivos de un programa de turismo que, por lo demás, debe trascender a sus fines económicos específicos y, lograr, por lo tanto, impulsar un proceso de cambio social que lleve a una colectividad determinada a desplegar significativamente sus capacidades multidimensionales para ser y hacer en el mundo actual (Nussbaum, 2012).

En este orden de ideas, a lo largo del artículo se desarrollan de forma relacional y dialógica los conceptos de turismo rural, comunicación política y cambio social en el marco del objetivo planteado de repensar una política pública coherente para la promoción del turismo rural en general, con especial énfasis en la comunicación para el desarrollo y el cambio social. De modo que y, como es lógico suponer, se instauró un diálogo cognitivo que permitió construir algunos puentes epistemológicos entre nociones, categoría y conceptos diferentes.

El artículo está dividido en cuatro secciones particulares, pero al mismo tiempo relacionadas: en la primera sección, se describen *grosso modo*, los aspectos teóricos que posibilitaron el desarrollo de la investigación; en la segunda, se explica la metodología empleada para procesar las fuentes recabadas y lograr el objetivo propuesto. Por su parte, la tercera sección, constituye *metafóricamente hablando* el plato fuerte de la investigación ya que buscó repensar, esto es, pensar varias veces desde diferentes perspectivas de análisis y sentidos, una política para la promoción del turismo rural con énfasis en la comunicación para el desarrollo y el cambio social; finalmente, se arriba a las conclusiones del caso sin ninguna pretensión de desarrollar un modelo teórico general aplicable a diferentes situaciones y contextos, en este particular es preferible que nuestros benévolo lectores lleguen ellos mismos a determinar la validez y confiabilidad general de este estudio.

La justificación de la investigación viene dada, desde nuestro punto de vista, por el hecho de que la industria del turismo representa un gran motor de desarrollo económico sostenible para los mercados del siglo XXI, de modo que, se trata de una industria prometedora donde interactúan un conjunto diferenciado de actores y factores como: el Estado, el empresariado, las comunidades organizadas y los turistas. En consecuencia, el desarrollo de esta industria y sus actividades contiguas no se da de forma espontánea, ni mucho menos, por la inercia de los actores involucrados, requiere, en contraste, de la conjunción de un conjunto de fuerzas sinérgicas y actividades particulares entre las que destacan las investigaciones científicas de alto impacto que puedan aportar propuestas y estrategias en beneficio del turismo rural, que, como se argumentará en las páginas que siguen, es un fenómeno immanente al cambio social.

1. Aspectos teóricos de la investigación

Nuestra comprensión del turismo en general y del turismo rural en particular fue posible por la lectura de un conjunto de artículos y monografías científicas que además hicieron viable la visualización de las posibilidades heurísticas y límites de una investigación como esta. Tal como sostiene Acerenza (2006) el turismo es un campo de estudio que admite variadas definiciones según la particularidad de la disciplina que lo trate: economía, sociología, psicología o geografía, entre otras. De cualquier modo, hay un consenso amplio al abordar este tema como: "(...) conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencias no estén motivadas por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal" (Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIST), citado por: Acerenza, 2006: 26).

Por su parte, la actividad del turismo rural ha significado una oportunidad de desarrollo sostenible para un conjunto de poblaciones periféricas que históricamente se han limitado a las actividades agro-productivas y artesanales del campo y, ahora, bajo ciertas condiciones políticas y económicas, pueden dedicarse a la prestación de servicios turísticos cada vez más demandados por una población citadina que busca huir, aunque sea momentáneamente, del estrés típico de las grandes metrópolis, en consecuencia, todo indica que:

La implementación de actividades turísticas en áreas rurales en América Latina ha depositado fuertes expectativas como promotora de un cambio, tanto a nivel social como económico y ecológico. El consenso mundial sobre el tema ha permeado las políticas públicas nacionales, y ha establecido un modelo de desarrollo en el cual se enmarca la implementación de programas e incentivos vinculados al turismo... (Kieffe, 2018: 08).

Destaca de la cita el hecho de que el turismo no se reduce únicamente a ser una industria respetable económicamente en la región, sino, además, una herramienta de desarrollo sostenible que puede elevar sistemáticamente las condiciones y el nivel de vida de poblaciones enteras, de ahí su condición de fuerza impulsora del cambio social. En este sentido, conviene destacar que entendemos por cambio social a un conjunto de transformaciones materiales y simbólicas sucedidas en una formación societal por la acción de factores internos o externos a la misma.

Entre los factores internos destacan los cambios intersubjetivos relativamente espontáneos que se dan por las variaciones de las identidades, representaciones sociales y prácticas que cohesionan a la comunidad a través del tiempo y el espacio. Entre los factores externos que producen cambio social, resaltan la ejecución de políticas públicas que, como el

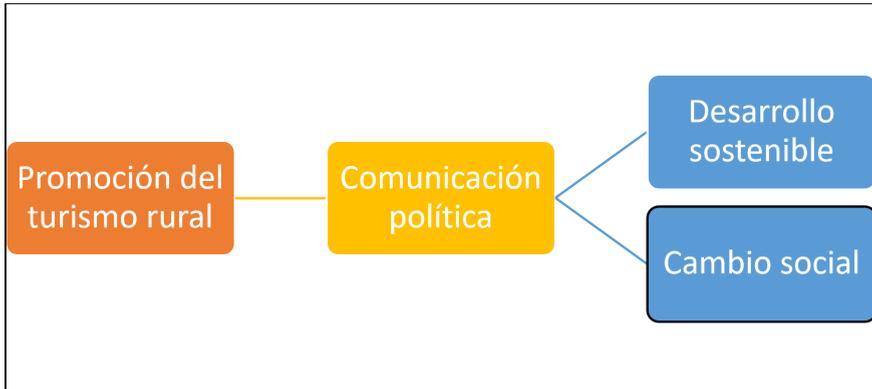
desarrollo sostenible, intentan apalancar las capacidades de la comunidad en diferentes ámbitos de desempeño (Gómez y Álvarez, 2013; Nussbaum, 2012), con resultados disímiles.

En este hilo conductor, queda claro entonces que el turismo rural puede ser una estrategia para el cambio social bajo determinadas condiciones objetivas y subjetivas y lógicas políticas, pero en cualquier escenario imaginable, siempre entra en la ecuación (turismo rural+ desarrollo sostenible = cambio social) la comunicación política en tanto espacio de síntesis que articula en los imaginarios colectivos que configura a los climas de opinión, las ideas, conceptos, sentimientos y objetivos que crean y recrean en cada momento las condiciones para el cambio. En palabras de Villasmil:

Por comunicación política se quiere significar a un campo del saber inter y trans disciplinario en el que confluyen dialécticamente distintas herramientas teóricas y metodológicas de áreas como: la semiótica, la pragmática, la neo-retórica, el análisis del discurso, la filosofía del lenguaje, la comunicación social, la antropología cultural y la ciencia política, entre otras. Con el propósito de justificar --en cada momento-- las acciones y decisiones de los agentes del poder, en las representaciones sociales y, más específicamente, en los dominios de la opinión pública (2022: 02).

Desde esta perspectiva, una buena política no es suficiente para el logro de sus objetivos programáticos porque siempre hace falta por parte de los agentes de poder la capacidad manifiesta de comunicar de forma clara y coherente, en la comunidad o comunidades receptoras de políticas, los propósitos de esta y los mecanismos de participación que permiten a la sociedad civil organizada crear, en lo materialmente posible, sus propios espacios de convivencias y; asimismo, estructurar sus propias realidades junto con los instrumentos participativos a su disposición. En contraste, una buena estrategia de comunicación política puede hacer también que una *política no exitosa* sea percibida de forma positiva en la opinión pública o que, al menos, no sea descartada por completo.

Figura No. 01: Articulación conceptual.



Fuente: elaboración propia con base a los conceptos abordados en la investigación.

Finalmente, en la figura No. 01 queda claro gráficamente que la promoción del turismo en general y del turismo rural en particular, que tiene en las zonas rurales caracterizadas tendencialmente por poseer exuberantes paisajes naturales de amplia biodiversidad, adquiere en la comunicación política su máxima expresión. Sin embargo, como se verá más adelante, la estrategia de comunicación política que se propone desarrollar logra su legitimidad social en la medida que relaciona de forma concreta al turismo rural con el binomio conceptual: desarrollo sostenible y cambio social, bajo la hipótesis que postula axiomáticamente que toda manifestación de desarrollo sostenible produce, a su vez, experiencias satisfactorias de cambio social que conjugan crecimiento económico con equidad y capital social.

2. Metodología

Básicamente el diseño de investigación instrumentalizado para el logro del objetivo planteado en este artículo se sustentó en dos factores metodológico particulares; por un lado, la investigación documental que implica en cada momento el arqueo de fuentes documentales escritas o incluso audiovisuales, de probada veracidad en cuanto a su origen científico o académico como condición de posibilidad para recabar información que permita entender la esencia o ser del tema turismo y sus sujetos protagónicos. En este orden de ideas, no es del todo incorrecto suponer entonces que la investigación documental se aproxima a los estudios hermenéuticos que tienen en la correcta interpretación de textos –entendiendo el texto en

sentido amplio, como toda cadena de símbolos que pueden ser interpretado para fijar su significado verdadero— su función científica primordial, aunque los autores de una investigación dada sin formación epistemológica no sean conscientes de ello.

Por el otro, al análisis FODA muy empleado en el estudio de las políticas públicas por su versatilidad para mostrar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una premisa, propuesta, idea o planteamiento, que busca incidir en una realidad determinada. Estos cuatro elementos son fundamentales para formular y, posteriormente, evaluar a una política pública, ya que, sin la visualización de sus puntos fuertes en términos de capacidades instrumentales, recursos y ventajas; de las oportunidades que permiten el logro de sus objetivos o de las debilidades o amenazas que se deben gestionar para su efectiva realización, estaría *a priori* en buena medida condena al fracaso o, por lo menos, al logro de niveles parciales de éxito.

Figura No. 02: Síntesis de matriz FODA



Fuente: Bolivia emprende (2021).

Tal como indican Dymchenko *et al.* (2022), el análisis FODA es un componente inmanente de la política para la promoción del turismo rural con énfasis en la comunicación para el desarrollo y el cambio social, que se propone a continuación como un ejercicio de creatividad y reflexión teórica que permita aportar luces en el desarrollo del turismo rural en diferentes comunidades del Ecuador, con amplio potencial turístico y con capacidades importantes para el desarrollo de este negocio, pero con carencias en términos de una propuesta política y comunicativa coherente con sus necesidades, aspiraciones y requerimientos de desarrollo sostenible.

3. Políticas para la promoción del turismo rural con énfasis en la comunicación para el desarrollo y el cambio social

En principio en este punto conviene revisar el alcance semántico y límites del concepto *política*, usado por nosotros como contracción de la noción de políticas públicas, las cuales se pueden expresar por lo demás y, al mismo tiempo, no solo en decisiones ejecutivas de una instancia de poder vinculante a nivel local, regional o nacional, sino también mediante programas, leyes planes, omisiones y proyectos a ejecutarse en un tiempo y espacio previamente delimitado. Para los fines concretos de esta investigación, nos concentramos en una política de comunicación para la promoción del turismo rural. En palabras de Aguilar y Lima queda claro que:

Las políticas son el diseño de una acción colectiva intencional; el curso que toma la acción como resultado de las decisiones e interacciones que comporta son los hechos reales que la acción produce. En este sentido, las políticas son “el curso de acción que sigue un actor o un conjunto de actores al tratar un problema o asunto de interés. El concepto de políticas presta atención a lo que de hecho se efectúa y lleva a cabo, más que a lo que se propone y quiere. Las políticas se conforman mediante un conjunto de decisión, y la elección entre alternativas” (...) (2009: 02).

En efecto, todas las políticas incluidas las que se definen en cada momento para el sector turismo son el resultado de un diseño colectivo de tipo intencional y racional que producen resultados tangibles en la realidad, resultados que no solo son valorados por personas y comunidades mediante sus modelos interpretativos de la realidad de franco carácter subjetivo, sino que además, son susceptibles a la investigación científica por campos de estudio como la evaluación de políticas públicas de la ciencia política contemporánea.

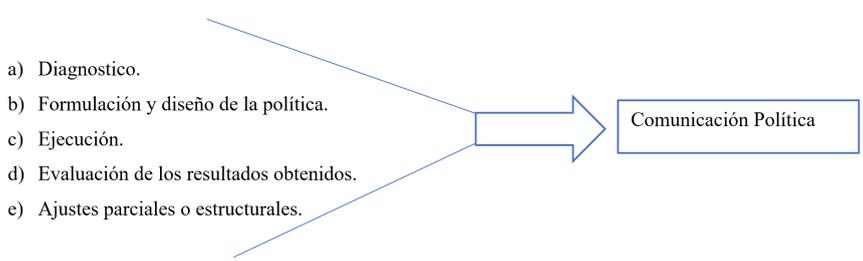
La intencionalidad de una política pública es determinada entonces por el objetivo que busca lograr, normalmente relacionado a la resolución de un problema social, de modo que es vital que exista –desde un primer momento– en el diseño de una política pública mucha claridad sobre sus

fines, propósitos y objetivos programáticos, como condición de posibilidad para determinar los resultados que se quieren lograr.

En cuanto la racionalidad de una política (esto es, su carácter racional-instrumental) viene dada porque su diseño, formulación, aplicación y posterior evaluación, estas, no son en ninguna caso conocido fenómenos aleatorios o espontáneos en la vida de las comunidades humanas, sino el resultado de un ardua proceso científico de carácter gerencial que se sirve de instrumento de diagnóstico y evaluación de la realidad que se busca intervenir y, conjuntamente, de variables contraladas al menos teóricamente (financiera, logísticas, materiales y legales), medibles y cuantificables, que en su agregación dialéctica promueven la transformación de las realidades problemáticas y, en último término, el cambio social asumido como el salto cuántico a una fase cualitativamente superior en la vida de una colectividad humana.

Simplificando las cosas las etapas del proceso gerencial de elaboración de políticas públicas son cuatro:

Figura No. 2. Simplificación del proceso gerencial de elaboración de políticas públicas



Fuente: elaboración propia.

Como se aprecia en el la figura No. 02 la comunicación política es el marco general o eje trasversal que puede acompaña a todas y cada una de las etapas de elaboración de las políticas públicas aplicadas, en este caso, a la promoción del turismo rural, todo dependerá de los intereses de comunicación que identifican a los agentes promotores de la política en términos de lo que se quiere comunicar, en que momento y bajo que estrategia y medios. Por ejemplo, quizá a una alcaldía determinada la interese comunicar su política de promoción de turismo desde el momento de diseño y formulación de la misma, pero a otra, de otro lugar distinto y con otras dinámicas, identidades y características, solo le interese comunicar los resultados obtenidos mediante esta.

De cualquier modo, clarificado el objetivo de la política en cuestión que en nuestro caso no es otro que impulsar el logro del cambio social mediante una estrategia de desarrollo sostenible en la prestación de servicios de turismo rural, el análisis FODA es crucial para efectuar el diagnóstico, esto es, determinar científicamente las necesidades, aspiración y problemáticas que muestra política vendría a gestionar como condición de posibilidad para su éxito. Por su puesto, mediante la herramienta analítica FODA se puede revelar: ¿Qué fortalezas hay para el impulso de la política imaginada? ¿Qué oportunidades se pueden aprovechar para el logro de los objetivos planteados en la política de promoción del turismo? ¿Qué debilidades identifican la esencia o el ser de la política diseñada e implementada? ¿Qué amenazas reales impiden o dificultan su desarrollo?

Las oportunidades se manifiestan normalmente en la visualización de las capacidades que posee la comunidad en la cual se piensa aplicar la política y de su posible uso estratégico para el negocio turístico, normalmente estas oportunidades se relacionan con muchos aspectos como recursos turísticos naturales y culturales; capital social, infraestructura hotelera, servicios públicos, gastronomía, empresariado local, empatía de la ciudadanía por los turistas, población proactiva, es decir, las oportunidades implican la comprensión objetiva de los recursos materiales y simbólicos a disposición y, además, de la estrategia más adecuada y racional para emplearlos satisfactoriamente en un marco político y estratégico coherente con su realidad.

De la mano con las oportunidades, la etapa de diagnóstico, de diseño y de aplicación de la política, aunque sea simplemente un ejercicio de imaginación constructiva, se presentan las fortalezas en dos dimensiones particulares a saber: por un lado, emergen las fortalezas de la comunidad en la que se aplica la política muy conectadas al reconocimiento de sus capacidades y oportunidades de desarrollo sostenible mediante el turismo rural y; por el otro, se da la visualización de las fortalezas de la política misma como dispositivo para la transformación de la realidad. Aunque ambas cosas están relacionadas realmente no son lo mismo.

Por su parte y como es lógico suponer las amenazas y debilidades están íntimamente relacionadas y tendencialmente se manifiestan en dos momentos particulares: o bien en la etapa del diagnóstico, si los hacedores de políticas tienen el potencial prospectivo para visualizar desde un primer momento las posibles debilidades o amenazas de su política, programa o proyecto –que siempre los hay en mayor o menor medida–, o en la etapa de evaluación donde se puede valorar *post facto* cuales fueron los actores y factores, individuales o colectivos, abstractos o concretos, generales o específicos que debilitaron las fuerzas que convergen en el logro de los objetivos planteados, o como factores de oposición o contradictores amenazaron el desarrollo y consecución de la política en cuestión en su esencia y existencia.

De cualquier modo, las políticas para la promoción del turismo rural con énfasis en la comunicación para el desarrollo y el cambio social que se propone no pretende en ninguna caso ser el resultado de diseño de un equipo tecnocrático distanciado de la realidad, sino un ejercicio dialógico y consensuado en el cual las personas y comunidades involucradas, pueden manifestar abiertamente sus ideas, sentimientos, prácticas, intereses y visiones de lo que esperan lograr mediante el turismo rural en sus propios mundos de vida, mundos que normalmente han sido subordinados, marginados e invisibilizados por el Estado nación y sus burócratas, razón por la cual algunas personas pueden mostrarse legítimamente reacios a cualquier propuesta para el desarrollo sostenible y el cambio social, si previamente no se gana su confianza.

Conclusiones

Todo intento fructífero por repensar una política pública coherente para la promoción del turismo rural en general, con especial énfasis en la comunicación para el desarrollo y el cambio social, requiere, como condición de posibilidad para su éxito, de un conjunto de reflexiones epistemológicas, esto es, sobre el sentido y relaciones de los conceptos utilizados y, más aún, de su impacto en la realidad concreta. En consecuencia, todo indica que el turismo rural puede ser una herramienta de desarrollo sostenible y de cambio social en completa sintonía con la constitución vigente del Ecuador, la cual establece taxativamente en su artículo tres (03) lo que sigue:

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado: 1. **Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos** establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, **en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social** y el agua para sus habitantes...

6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización (Asamblea Nacional, 2008).

Queda claro que, en el texto constitucional ecuatoriano el desarrollo sostenible se asume como una suerte de eje transversal, que de nuevo entiende que el crecimiento económico sin justicia social ni equidad, en la relaciones hombre-hombre y hombre-madre tierra, no tienen ningún sentido si no se garantiza inexorablemente la dignidad de la persona humana junto a la dignidad de todas las formas de vida superior, asumiendo a la naturaleza –espacio primordial para el desenlace del turismo rural– como sujeto activo de derechos.

En este sentido, en el plano jurídico el desarrollo sostenible busca articular las condiciones suficientes y necesarias para materializar el derecho a la salud, a la educación, a la alimentación y a la seguridad

social, entre otros, de personas y comunidades enteras, derechos que solo pueden ser efectivos cuando se da una *experiencia general de desarrollo equitativo de todo el territorio nacional*. En consecuencia, los hacedores de políticas deben poder responder entonces a la pregunta ¿Cómo hacer que el turismo rural sea una herramienta efectiva para el goce y disfrute de los derechos fundamentales de las comunidades involucradas? Obviamente todo dependerá de su creatividad y de un concepto supra-capitalista de este negocio, es decir, que no se restrinja al lucro económico solamente.

No obstante, es bien sabido que la proclamación de un catálogo de derechos de avanzada no es suficiente, por sí solo, para generar cambio social, entendido por nosotros como conjunto dialéctico de transformaciones materiales y simbólicas sucedidas en una formación societal por la acción de factores internos o externos a la misma que, en último término, mejoran la calidad de vida de la comunidad en general en términos de justicia social y bienestar inclusivo. En cualquier circunstancia, para construir cambio social hace falta la participación activa de las comunidades para la superación definitiva de las trabas que dificultan su desarrollo y suprimen el ejercicio de sus derechos fundamentales, incluso a contravía en algunos casos de los intereses hegemónicos en lo político y económico.

En este hilo conductor se debe, además, precisar entonces como se revela el ser, en la teoría y en la realidad concreta, de la relación turismo rural, comunicación política y cambio social en el marco de la política que hemos propuesto en el apartado tercero del artículo, esto, conociendo *a priori* que en cualquier escenario imaginable, siempre entra en la ecuación para la formulación de políticas del sector turismo: (turismo rural+ desarrollo sostenible = cambio social) la comunicación política, en tanto espacio direccional de síntesis que articula en los imaginarios colectivos, las políticas, ideas, conceptos, sentimientos y objetivos que crean y recrean las condiciones para el cambio social, como etapa superior del desarrollo sostenible en el siglo XXI.

Referencias Bibliográficas

- ACCIONA. 2020. ¿Qué es el desarrollo sostenible? Disponible en línea. En: https://www.accionacom.es/desarrollo-sostenible/?_adi. Fecha de consulta: 12/07/2022.
- ACERENZA, Miguel Ángel. 2006. Conceptualización, origen y evolución del turismo. Trillas. México DF., México.
- AGUILAR, Astorga; LIMA Facio. 2009. “¿Qué son y para qué sirven las Políticas Públicas?” En: Contribuciones a las Ciencias Sociales. Disponible en línea. En: www.eumed.net/rev/ccss/05/aalf.htm. Fecha de consulta: 12/05/2022.

- ASAMBLEA CONSTITUYENTE. 2008. Constitución de la república del Ecuador. Disponible en línea. En: https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf. Fecha de consulta: 10/08/22.
- BOLIVIA EMPRENDE. 2021. La importancia del análisis FODA para una empresa. Disponible en línea. En: <https://boliviaemprende.com/tips/la-importancia-del-analisis-foda-para-una-empresa>. Fecha de consulta: 12/05/2022.
- COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (CEPAL). 2018. La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe. Disponible en línea. En: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf. Fecha de consulta: 10/08/22.
- DYMCHENKO, Olena; UHODNIKOVA, Olena; OLIINYK, Olga; KRAVTSOVA, Sofía; HURBYK, Yurii; IOVCHEVA, Alina. 2022. “Marketing público en el turismo y su impacto en el desarrollo empresarial” En: *Cuestiones Políticas*. Vol. 40, No. 72, pp. 23-37.
- GÓMEZ, María Victoria; ÁLVAREZ DORRONSORO, Javier. 2013. El cambio social en la era de la incertidumbre Una reflexión sobre teoría social. *Ágora*. Madrid, España.
- KIEFFE, Maxime. 2018. “Conceptos claves para el estudio del Turismo Rural Comunitario” En: *Revista el periplo sustentable*. No. 33, pp. 08-43.
- NUSSBAUM, Martha. 2012. *Crear capacidades Propuesta para el desarrollo humano*. Paidós. Barcelona, España.
- VILLASMIL ESPINOZA, Jorge J. 2022. “De la comunicación política a la comunicación científica en perspectiva comparada” En: *Fundación Difusión Científica*. Disponible en línea. En: <https://fundacientifica.com/inicio/wp-content/uploads/2022/11/De-la-comunicacion-politica-a-la-comunicacion-cientifica-en-perspectiva-comparada-Final.pdf>. Fecha de consulta: 12/09/22.



UNIVERSIDAD
DEL ZULIA

CUESTIONES POLÍTICAS

Vol.40 N° 75

*Esta revista fue editada en formato digital y publicada en diciembre de 2022, por el **Fondo Editorial Serbiluz**, Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela*

www.luz.edu.ve
www.serbi.luz.edu.ve
www.produccioncientificaluz.org