



RTEP  
**REVISTA** ISSN: 2316-1493  
**TURISMO**  
**ESTUDOS & PRÁCTICAS**

**ANÁLISIS Y COMPRENSIÓN DEL VALOR DEL PAISAJE  
AGAVERO Y SU RELACIÓN CON LA IMAGEN TURÍSTICA**

*ANALYSIS AND UNDERSTANDING OF THE VALUE OF THE AGAVE LANDSCAPE AND ITS  
RELATIONSHIP WITH THE TOURIST IMAGE*

Karla Gómez-Cuevas<sup>1</sup>  
Yanelli Daniela Palmas Castrejón<sup>2</sup>  
Rocío del Carmen Serrano-Barquín<sup>3</sup>

**RESUMEN:** A través de la aplicación de la hermenéutica y análisis de la literatura, es posible dilucidar, con mayor precisión, la relación que guarda la valorización vista desde diferentes perspectivas e interpretaciones, con la imagen turística de Tequila, Jalisco, México, creada sobre la observación, la interpretación y la capacidad de juicio. Por tanto, el objetivo de este documento es analizar teóricamente la relación que guarda el valor del paisaje agavero con la imagen turística a través de la corriente hermenéutica. De acuerdo con el estudio, dicha valorización está ligada a la imagen turística al compartir cada uno de los componentes que la conforman e influir en su desarrollo, donde la hermenéutica crea una relación intrincada entre los dos, mostrando su comprensión a través del turista y la noción de la realidad en este paradigma interpretativo. **Palabras clave:** Valorización, imagen turística, paisaje agavero, hermenéutica.

<sup>1</sup> Maestrante en estudios Turísticos, Profesora de Asignatura, Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México

<sup>2</sup> Doctora en estudios Turísticos, Profesora de Tiempo Completo, Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México. Investigadora SNI Nivel 1 (CONACYT).

<sup>3</sup> Doctora en Ciencias Ambientales, Profesora de Tiempo Completo, Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México. Investigadora SNI Nivel 2 (CONACYT).



**ABSTRACT:** Through the application of hermeneutics and literature analysis, it is possible to elucidate, with greater precision, the relationship between the valorization seen from different perspectives and interpretations, with the tourist image of Tequila, Jalisco, Mexico, created on observation, interpretation, and judgment capacity. Therefore, the objective of this paper is to analyze theoretically the relationship between the value of the agave landscape and the tourist image through the hermeneutic current. According to the study, such valorization is linked to the tourist image by sharing each of the components that make it up and influence its development, where hermeneutics creates an intricate relationship between the two, showing its understanding through the tourist and the notion of reality in this interpretative paradigm.  
**Keywords:** Valorization, tourist image, agave landscape, hermeneutics.

## INTRODUCCIÓN

El paisaje agavero es considerado como un importante atractivo turístico, ya que representa un bien natural y cultural reconocido como factor clave para las actividades que se van desarrollando en torno al turismo y ocio (Arnandis-i-Agramunt et al., 2020). Recibe su valor a través de la composición de sus diferentes elementos, donde interviene su creación y transformación basada en diversas aristas que permiten su apreciación como un todo coherente y vital (Gómez, 2018; Ponce, 2015); lo que se ha producido y transmitido a través de diversas generaciones, pero además permanece por el sentido de la identidad social, traducida en símbolos y significados que se van destacando y generando una riqueza inigualable (Ponce, 2015; Gómez, 2018).

Se considera que la valorización del bien patrimonial está estrechamente vinculada con la imagen turística, un ejemplo es Tequila, Jalisco, ubicado en México, ya que, al intervenir la creación de un constructo imaginario relacionado con los atributos auténticos del panorama, su historia, tradición, percepciones y sensaciones, el individuo establece involucramiento y acercamiento afectivo con el destino de procedencia (Maia et al., 2020). Por tanto, se considera relevante desarrollar un estudio sobre la valorización del paisaje agavero y la imagen turística, debido a que constituye uno de los factores más influyentes en los visitantes al momento de elegir un destino, además, se estima que con base en ella se determina la probabilidad de éxito o fracaso comercial (Ferreira, 2011).

De acuerdo con Panosso y Castillo (2014), la hermenéutica es una metodología crítica en la interpretación del turismo, debido a que proporciona elementos para poder abordar una comprensión de los hechos relacionados con el tiempo libre y el ocio, con la finalidad de evitar enfoques descriptivos. Asimismo, cuenta con un fin conceptual que permite un acercamiento certero sobre los temas de este sector. Sin embargo, a pesar de las ventajas que esta corriente representa para el estudio del turismo, el nivel de dificultad que significa para los investigadores frena la motivación e interés para llevar a cabo un análisis donde ambos constructos se relacionen (Nguyen, 2000; VanLeeuwen et al., 2017).

En este tenor, se pretende romper el mito de que el uso de la corriente hermenéutica es complicado y enfocarse en las bondades que ofrece, entre ellas un amplio marco conceptual donde se incluyen nociones como la interpretación, explicación, comprensión, verdad, formación, sentido común, capacidad de juicio y razón práctica (Conde, 2008; Flores, 2018). Se considera que a través de su aplicación es



posible comprender cómo se valora el paisaje agavero, a través de qué perspectivas e interpretaciones se le otorga un sentido de valor, y cómo a su vez, este valor influye en la formación y desarrollo de la imagen turística que se crea a partir de la observación, la interpretación y la capacidad de juicio.

El estudio estuvo guiado a partir de la necesidad de dar respuesta a la pregunta de investigación: ¿cómo es la relación entre el valor del paisaje agavero y la imagen turística cuando se toma en cuenta a éste como puente conector a la hermenéutica? En este sentido, el objetivo marcado es analizar teóricamente la relación que guarda el valor del paisaje agavero con la imagen turística a través de la corriente hermenéutica.

El documento consta de una primera sección donde se aborda la introducción, en la cual se contextualiza al lector sobre lo reseñado. Posteriormente, se aborda el tema de manera general describiendo la relación que guarda la hermenéutica con el turismo, la valorización y la imagen turística. Como tercer apartado, el trabajo profundiza en los usos que ofrece la teoría con respecto a sus usos epistemológicos y metodológicos. Por último, dentro de las consideraciones finales, se reconocen las fortalezas y las debilidades del análisis. Asimismo, se describen y señalan algunas particularidades y líneas de investigación.

## REVISIÓN DE LITERATURA

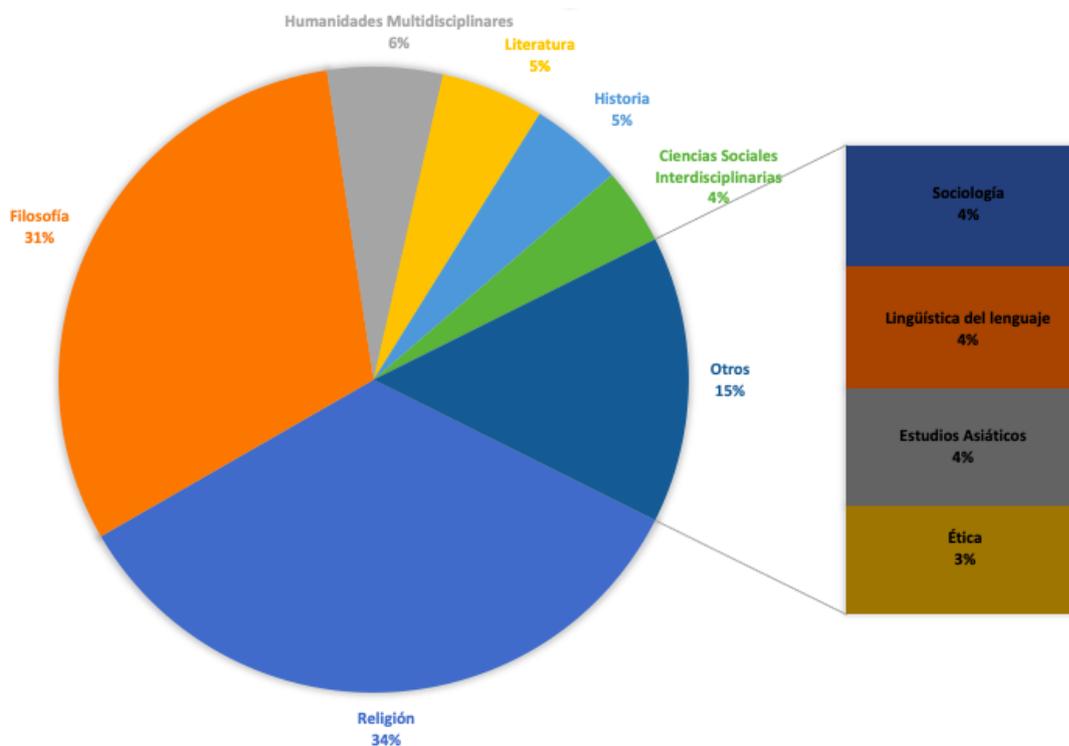
### *Hermenéutica y turismo*

La hermenéutica, originada por el filósofo alemán Martin Heidegger y desarrollada por Hans Georg Gadamer (Rodríguez et al., 2020), es un método de comprensión donde la interpretación es la herramienta principal que permite conocer a las personas (Husni & Setiawan, 2018; Pérez et al., 2020; Rodríguez, 2020), es decir, a través de él se develan los significados no manifiestos de las cosas, sin que se desvinculen del contexto inicial (Paredes, 2009), partiendo de un proceso que fusiona reflexión, conocimiento y análisis (Pérez et al., 2020; Rodríguez, 2020).

A partir de sus diferentes aplicaciones, este procedimiento ha sido analizado multidisciplinariamente, ocupando un lugar central en los informes, hallazgos y productos de investigación (Paterson & Higgs, 2005; Fuster, 2019) convirtiéndose en una de las metodologías utilizadas durante varias épocas a través de los siglos a nivel mundial en diferentes campos como la educación, ciencias sociales y humanidades, destacando contextos culturales, sociales, históricos, entre otros (VanLeeuwen et al., 2017).

La multidisciplinariedad de la hermenéutica y su vasto marco conceptual ha permitido que sea aplicada en textos filosóficos clásicos que hablan de comprensión e interpretación (Aristoteles, 1980), experiencia y aplicación (Gadamer, 1984, 1992, 1997) y, tradición y procedimientos (Creswell, 1998). Por ejemplo, la religión ha sido el principal tema relacionado con este sistema (figura 1), representando el 34% del total del ranking 10 de acuerdo con datos de la Web of Science (Clarivate Analytics, 2021), seguida por la filosofía con el 31%, humanidades representa una amplia brecha con 6% y literatura e historia con un 5%.

Figura 1. Áreas de investigación de la Hermenéutica



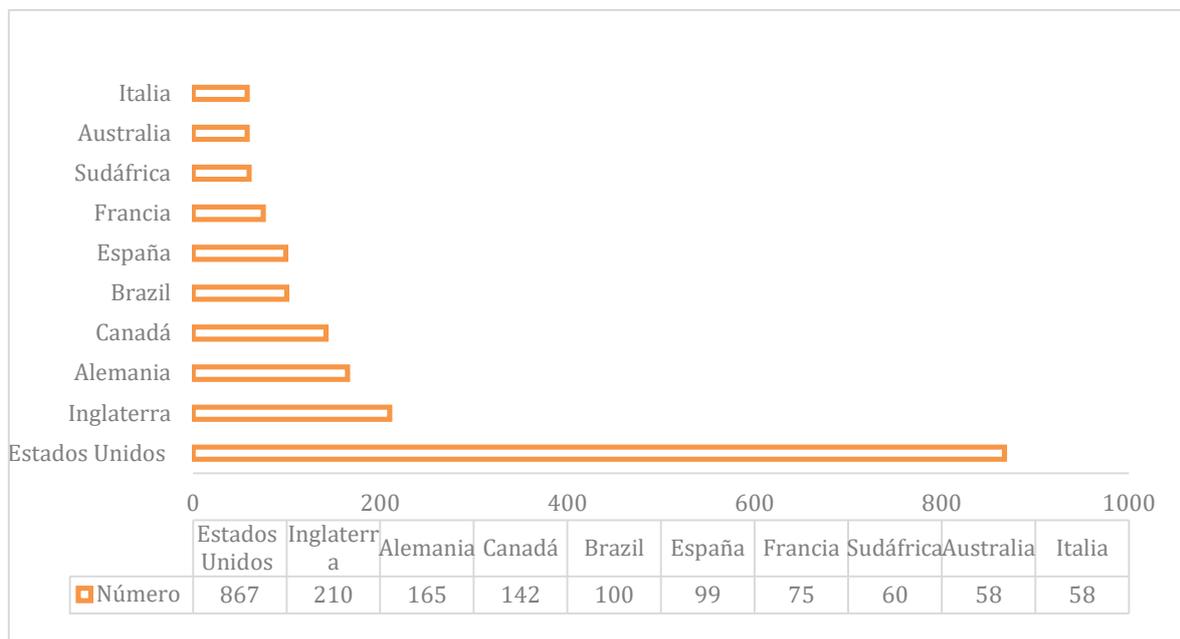
Fuente: Elaboración propia con base en datos de Web of Science.

La actividad turística se encuentra dentro del área de las ciencias sociales, representando tan sólo el 4% del total de las que más abordan a la hermenéutica como método o instrumento de investigación, demostrando que, a nivel mundial, el estudio de ambos en relación es insuficiente, trayendo como consecuencia preguntas relacionadas con los obstáculos que se presentan, dificultades, barreras e inconvenientes sobre el estudio de ambos.

La respuesta gira en torno a la complejidad que implica llevar a cabo un análisis e interpretación de datos con base en el método hermenéutico (Nguyen, 2000; VanLeeuwen et al., 2017), pues a pesar de la historia que demuestran los estudios de esta corriente en relación con diferentes áreas, no ha sido un proceso fácil (VanLeeuwen et al., 2017), especialmente tomando en cuenta las barreras que el investigador debe enfrentar con respecto al acceso a información, las diferencias lingüísticas, culturales y sociales, así como las condiciones de una comprensión más profunda de los significados y símbolos influenciados por las tradiciones filosóficas e interpretativas de la hermenéutica (Nguyen, 2000; VanLeeuwen et al., 2017).

Un ejemplo claro de ello es Vietnam, en donde hasta hace unos pocos años se conoció esta metodología y se ha ido aplicando en relación con el conocimiento de sus competencias (Nguyen, 2000). En la siguiente gráfica (Figura 2) se muestra como sólo algunos países se caracterizan por el uso de la hermenéutica en sus investigaciones, adoptándola como un enfoque de investigación cualitativa principalmente (VanLeeuwen et al., 2017) para estudios sobre exploración e interpretación (Paterson & Higgs, 2005; Fuster, 2019).

Figura 2. Países del mundo líderes en publicaciones sobre hermenéutica



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Web of Science.

Los datos sobre los países que más publican acerca de hermenéutica y las disciplinas que más lo abordan se obtuvieron de la base de datos Web of Science con base en la lista de la Core Collection.

Estados Unidos es, por mucho, el primer país que hace uso del método hermenéutico representando el 47.2% en una escala de los 10 principales países del mundo de acuerdo con datos de la Web of Science (Clarivate Analytics, 2021), seguido de Inglaterra con el 11.4%, Alemania con 9%, Canadá con 7.7% y Brasil con 5.4%. Pero ¿qué pasa con el resto del mundo?, considerando que este proceso filosófico e interpretativo es particularmente valioso en las ciencias humanas y sociales (Pérez et al., 2020).

En primera instancia se puede apreciar que cada uno de los países presentados en la Figura 1, son desarrollados y cuentan con facilidades para derribar las barreras que la aplicación del método hermenéutico supone, especialmente las de lenguaje, estilos de escritura, métodos y procedimientos (VanLeeuwen et al., 2017), que los países subdesarrollados no pueden superar con facilidad debido a factores como la capacitación y el financiamiento (Cisneros, 2013).

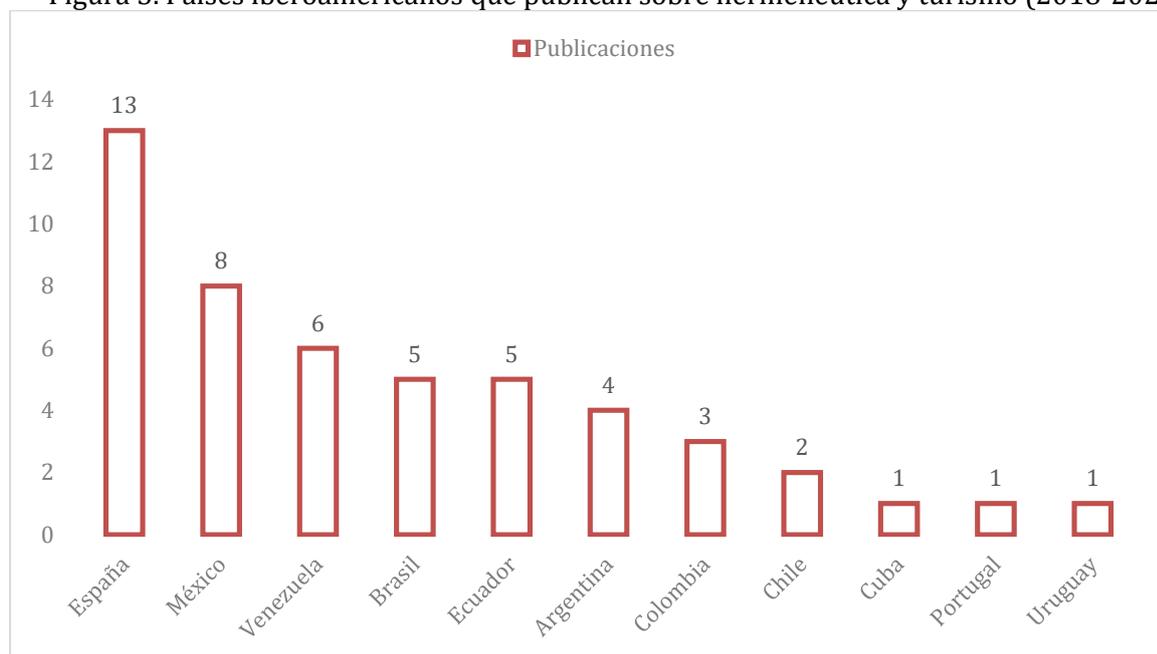
Por otra parte, se considera que la cuestión de culturas, prejuicios, religiones y educación originarios de cada país, principalmente en los profesionales y las organizaciones, influyen sus formas de actuar y de percibir el contexto constituyendo otro dilema para la implementación del método en otros países (Rodríguez et al., 2020), además de influir en el objeto de estudio detonando “curvas” de aprendizaje empinadas para los investigadores en cuestión del funcionamiento del enfoque en territorio extranjero (VanLeeuwen et al., 2017)

En este sentido, el conocimiento sobre la aplicación del enfoque hermenéutico ocurre de forma no lineal, identificando así, una disyuntiva que involucra al desarrollo (Rodríguez et al., 2020) dentro de un contexto global. Sin embargo, hablando específicamente de la región iberoamericana, y volviendo a la aplicación del método

hermenéutico en la actividad turística, los retos y desafíos no son menores. La Figura 3 evidencia a los países pertenecientes a este territorio que ocupan los primeros lugares en publicaciones sobre la relación de la corriente con el sector turístico.

En Iberoamérica se ha investigado en los últimos cinco años acerca de la hermenéutica y el turismo desde perspectivas que buscan nuevas tendencias, prácticas, valores (Dos Santos, 2019) que se desarrollan entre el anfitrión y el destino desde perspectivas que dan como resultado consecuencias del tiempo libre y ocio (Chen et al., 2020). España ocupa el puesto número uno con un porcentaje del 26.5% y también ocupa un lugar importante en la escala mundial (Figura 2). Como país desarrollado, tiene la oportunidad de destinar recursos necesarios para potenciar los estudios turísticos en relación con la hermenéutica. Brasil (10.2%) y Argentina (8.2%) se encuentran en una situación similar a la de España.

Figura 3. Países iberoamericanos que publican sobre hermenéutica y turismo (2018-2022)



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Web of Science, ResearchGate, Dianlet, Redalyc y Scielo.

Por otro lado, el resto de los países no entran en la escala mundial (Figura 2), pero sí desempeñan un papel importante en la escala de Iberoamérica (Figura 3), principalmente México (16.3%), Venezuela (12.2%) y Ecuador (10.2%) con respecto a estudios de hermenéutica y turismo, derribando las barreras que este enfoque presenta, dando luz a sobre los legados que cada parte de la región tiene acumulados a través de la interpretación de sus contextos y realidades y así poder comprender lo que representan, su intencionalidad y originalidad (Cisneros, 2013; Brey, 2016; Pérez et al., 2020).

Sobre este particular, los datos analizados constatan que el proceso hermenéutico en investigación dependerá de diversos factores, iniciando por el país, sus costumbres, cultura, idioma, financiamiento, religión, etcétera (Petit, 2018; VanLeeuwen et al., 2017), y a partir de ello, se obtendrá un horizonte de interpretación sometido a la situación hermenéutica perteneciente, es decir, la oportunidad de conocer y discutir al hombre como un sujeto que atiende a una realidad y está condicionado por agentes que residen en una región particular del mundo (Petit, 2018; Brey, 2016; Cisneros, 2013).



En este tenor, la noción hermenéutica se relaciona con la reflexión humana en un contexto turístico (Caton, 2013) cuando los saberes sobre las actividades de ocio y tiempo libre dependen de la interpretación y comprensión de las relaciones entre individuos, cultura y sociedad y con base en sus desplazamientos o ubicación dentro de un tiempo específico (Conde, 2008).

Para poder comprender las modalidades específicas del sector turístico, es necesario involucrar un método interpretativo sobre las motivaciones que crean un sentido en el turista, las formas cognitivas, emocionales y performativas en que dichos actores interactúan entre ellos, con los destinos y como parte de una comunidad, otorgándole un significado al lugar o espacio (Caton, 2013; Husni & Setiawan, 2018).

El turismo está relacionado a la hermenéutica desde la forma en la que el turista le está dando sentido a sus viajes de manera constante a partir de experiencias cognitivas, emocionales y comunicativas basadas en la interpretación de actitudes, acciones y expresiones que llevan al investigador a descubrir significados (Fuster, 2019; Caton, 2013).

### *Hermenéutica e imagen turística*

La imagen turística es considerada como un constructo actitudinal, creado por una persona mediante la representación mental, basado en conocimientos, creencias, ideas o impresiones que se tienen sobre un objeto o destino turístico (Baloglu & McCleary, 1999). Es la expresión de cualquier juicio que integre a la imaginación, sentimientos y emociones, además de algunos prejuicios, que cualquier individuo o persona crea sobre algún lugar en particular (Camprubí et al., 2009).

Actualmente, es considerada como un aspecto importante para la gestión y desarrollo del sector (Khasawneh & Alfandi, 2019), asimismo, como un factor decisivo para la competitividad de un destino (Al-Ansi & Han, 2019), puesto que juega un papel clave en el marketing con respecto a la atracción de llegadas, el efecto de satisfacción y la intención de recomendar (Afshardoost & Eshaghi, 2020; Chaulagain et al., 2019). Por esta razón, es fundamental analizar la forma en la que un turista crea registra y comunica la imagen de un destino (Ponting, 2009).

No obstante, su estudio ha sido el detonante de un sinnúmero de debates sobre su definición, comportamiento, desarrollo y operacionalización, lo cual hace evidente su complejidad (Afshardoost & Eshaghi, 2020; Yilmaz & Yilmaz, 2020), teniendo en cuenta que algunos autores lo describen como un modelo multifacético donde intervienen elementos cognitivos, afectivos y conativos (Afshardoost & Eshaghi, 2020). En este sentido, existe una gran variación con respecto a los elementos de medición utilizados para su construcción o desarrollo (Stylidis, 2020).

A través de la hermenéutica, es posible interpretar con facilidad esta construcción social y subjetiva (Chon, 1990; Baloglu & McCleary, 1999; Camprubí, et al., 2009), tomando en cuenta que las imágenes se construyen a partir de una realidad (Caton, 2013) percibida por el turista (Moon & Han, 2018). Por tanto, esta corriente le brinda al investigador la oportunidad de explorar cómo se producen las emociones, experiencias, pensamientos, sentimientos, apreciaciones, entre otros, a partir de un contexto específico (Pernecky & Jamal, 2010; Caton, 2013). Es decir, dentro de un marco turístico, una persona puede definir su visita como algo completamente normal. Sin embargo, por otro lado, una persona distinta puede explicar la misma visita como un aspecto significativo, ambas influenciadas por sus antecedentes socioculturales e históricos (Pernecky & Jamal, 2010).



En este tenor, el método hermenéutico, en relación con el arte de la interpretación (Pérez et al., 2020), permite la comprensión y reflexión de textos, objetos, realidades, entre otros, con significados ocultos (Husni & Setiawan, 2018), como lo es la percepción del turista sobre la imagen de un destino turístico, que cambia con facilidad bajo la influencia de diversos factores (Moon & Han, 2018) y que, además, adopta multiprocesos complejos relacionados con la actividad turística (Al-Ansi & Han, 2019).

Por otra parte, una mala comprensión sobre la formación de la imagen turística provocaría una gestión y desarrollo ineficaz del destino, detonando su mala calidad y, al mismo tiempo, afectando su evaluación (Al-Ansi & Han, 2019). El círculo hermenéutico frena este supuesto, al centrarse en las cualidades situadas, dialógicas e interpretativas del ser (Pernecky & Jamal, 2010) basándose en las emociones sentimientos, razones, experiencias, entre otros, de los turistas (Chon, 1990; Baloglu & McCleary, 1999; Camprubí, et al., 2009), a partir de símbolos, signos, frases, narraciones, que funcionan como conector entre la comunicación y creación de la imagen para su comprensión (Ponting, 2009).

En otras palabras, epistemológicamente, la hermenéutica está abierta a un amplio número de interpretaciones y comprensiones, donde la imagen no se construye dejando fuera al mundo exterior, sino en una estrecha relación con él y a partir del resultado de la interacción que los seres humanos comparten, incluyendo, por tanto, a los valores formados sobre factores históricos, sociales, económicos, naturales, culturales, entre otros (Camprubí, et al., 2009).

### *Hermenéutica y valorización del paisaje agavero*

El paisaje agavero se conceptualiza como la construcción de una imagen percibida a partir de aspectos sociales e históricos sobre un cultivo peculiar, donde se valoran y aprecian ciertos artificios que en conjunto son considerados como un símbolo representativo de la región en la que yace y que permite la distinción de esta, además de manifestar una sólida identidad que se vincula con la historia de este (Hernández, 2013; Gómez, 2009).

El territorio cuenta con un aproximado de 200 especies endémicas de América, distribuidas en Canadá, Estados Unidos, México, América Central, el norte de América del Sur y las islas del Caribe (Ramírez-Malagón et al., 2008). Sin embargo, tres cuartas partes del total de estas especies existen en México, por tanto, puede decirse que la cuna de estas plantas está en él (Tena et al., 2018).

En 2006, el paisaje agavero fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad (Ramírez-Malagón et al., 2008; Tena et al., 2018; Millán et al., 2016), trayendo consigo el cuestionamiento sobre su gestión y cuidado, especialmente lo que respecta a la preservación de los valores que dieron pie a que se le otorgara esta distinción (Millán et al., 2016). En este sentido, la comprensión de la valorización de dicho bien patrimonial es clave para responder a esta situación (Tena et al., 2018).

La valorización empieza a partir del vínculo que se crea entre el paisaje, el hombre y su actividad económica (Fellner & Colmenero, 2021) y de su representación equilibrada entre el entorno natural, agrícola y urbano (Tena et al., 2018) donde intervienen diversos elementos como la tradición, identificación, reconocimiento, originalidad, significados, entre otros (Tena et al., 2018; Fellner & Colmenero, 2021; Ramírez-Malagón et al., 2008). No obstante, cada uno de estos elementos requiere de comprensión a partir de su interpretación (Pérez et al., 2020).



Una vez más, la corriente hermenéutica proporciona los factores necesarios para acercarse a una interpretación de los hechos de la valorización del paisaje agavero, analizando específicamente el punto de vista y la subjetividad (Conde, 2008) del individuo que aprecia los íconos que integran o conforman al bien patrimonial (Fellner & Colmenero, 2021) y que lo convierten en una vigorosa representación de la tradición natural y cultural en evolución a lo largo del tiempo (Tena et al., 2018). Además de centrarse en la interpretación, otra de las bondades de la hermenéutica es su tendencia al estudio de la experiencia de lo extraño, de lo inteligible y la eventualidad del diálogo (Camargo, 2009). Por tanto, a partir de esto es posible dilucidar cómo es la valorización de este bien, qué se valora específicamente y por qué razón, desde prácticas definidas por la tradición, cultura, historia e idiomas (VanLeeuwen et al., 2017).

En síntesis, a través de la comprensión de la valorización se puede conservar el patrimonio debido a que el valor se relaciona con el nivel de importancia, promoción y protección (Fellner & Colmenero, 2021), estimulando entonces el compromiso para priorizar los procesos de valorización de bienes patrimoniales, tomando en cuenta el papel que juegan en la sociedad y en la realidad (Fellner & Colmenero, 2021). De esta forma, es importante penetrar profundamente en su esencia de la mano con las perspectivas que se tienen sobre sus peculiaridades (Tena et al., 2018; VanLeeuwen et al., 2017), inferir en las experiencias de los diferentes actores involucrados (Husni & Setiawan, 2018; Tena et al., 2018), descifrar símbolos, imágenes, textos, realidades (Pérez et al., 2020) que identifican y representan al paisaje agavero (LaFevor et al., 2018).

## METODOLOGÍA

Se llevó a cabo una revisión de literatura científica siguiendo un enfoque sistemático basado en los criterios de la declaración Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analysis (PRISMA) (Moher et al., 2009) con la finalidad de conocer la relación que guarda el valor del paisaje agavero con la imagen turística a través de la corriente hermenéutica. Para ello, se respetaron las etapas de una revisión bien definida: identificación, cribado, elegibilidad e inclusión.

Se optó por realizar la búsqueda de documentos en cuatro bases de datos: Web of Science, Redalyc, Google Académico y Science Direct, para recuperar resultados de investigación que permitieran el análisis objetivo y teórico de la relación de la valorización del paisaje agavero en la imagen turística a través de la corriente hermenéutica.

### *Identificación*

Los estudios fueron seleccionados en primera instancia bajo las siguientes pautas:

**Tabla 1.** Criterios para selección de revisión

<b>CRITERIO</b>	<b>SELECCIÓN</b>
Diseño del estudio	Se incluyeron en la búsqueda datos cualitativos, cuantitativos, mixtos y de revisión originales.
Idioma	Se buscan artículos en inglés, tomando en cuenta que hay un número significativo de publicaciones en ese idioma, además se incluye el español.
Años considerados	No más de cinco años de su publicación, se eligieron estudios desde 2017 hasta 2022.
Digital Object Identifier	Se analizaron documentos que contaran con DOI (Digital Object Identifier) tomándolo, además, como validador de información.
Tipo de documento	Se identificaron únicamente artículos científicos, excluyendo ensayos, actas de congresos, libros y capítulos de libros, entre otros.

Fuente: Elaboración propia.

Además, se buscó que todos los artículos científicos informaran exclusivamente hallazgos que relacionan a la valorización del paisaje con la imagen turística y documentos que abordaran a la hermenéutica para posteriormente evaluar críticamente su función como método de comprensión dentro de la relación anteriormente expuesta.

A pesar de que existen trabajos con años anteriores que presentan calidad, se decidió limitar la búsqueda a los más recientes para presentar información actualizada y así evitar sesgos en el estudio.

### *Cribado*

Posterior a la identificación bibliográfica, los documentos fueron concentrados en una matriz con ayuda del programa Microsoft Excel (2019) en orden alfabético con la finalidad de eliminar los registros por duplicidad. El uso de esta matriz también facilitó la identificación y validación de estudios con base en el DOI (Digital Object Identifier), quedando con un total de 2,077 escritos.

Los documentos fueron revisados de forma individual con base en títulos, resúmenes y palabras clave para comprobar su consistencia en relación con el objetivo de la investigación. De esta forma fue posible hacer un reconocimiento y selección de aquellos trabajos que cumplían con el protocolo.

Se presentaron situaciones donde el título, resumen y palabras clave no eran suficientes para tomar una decisión sobre si eran apropiados o no para su inclusión, por tanto, fueron excluidos, no era posible llevar textos inciertos a la siguiente etapa. Asimismo, se eliminaron los documentos que solo tenían un pequeño componente en relación con la imagen turística y la valorización del paisaje, el total de documentos descartados al final fue de 1,244.

### *Elegibilidad*

Después de eliminar los duplicados y revisar títulos, resúmenes y palabras clave, fueron analizados 156 documentos por texto completo y evaluados de forma independiente.

En esta etapa también se encontraron estudios “poco claros”, no obstante, se generó una calificación general para cada documento con respecto a su claridad y aporte. Posteriormente se subdividieron por categorías de acuerdo con los temas más relevantes y de esta forma evaluar fácilmente el riesgo de sesgo. Los documentos con menor calificación y categoría fueron eliminados.

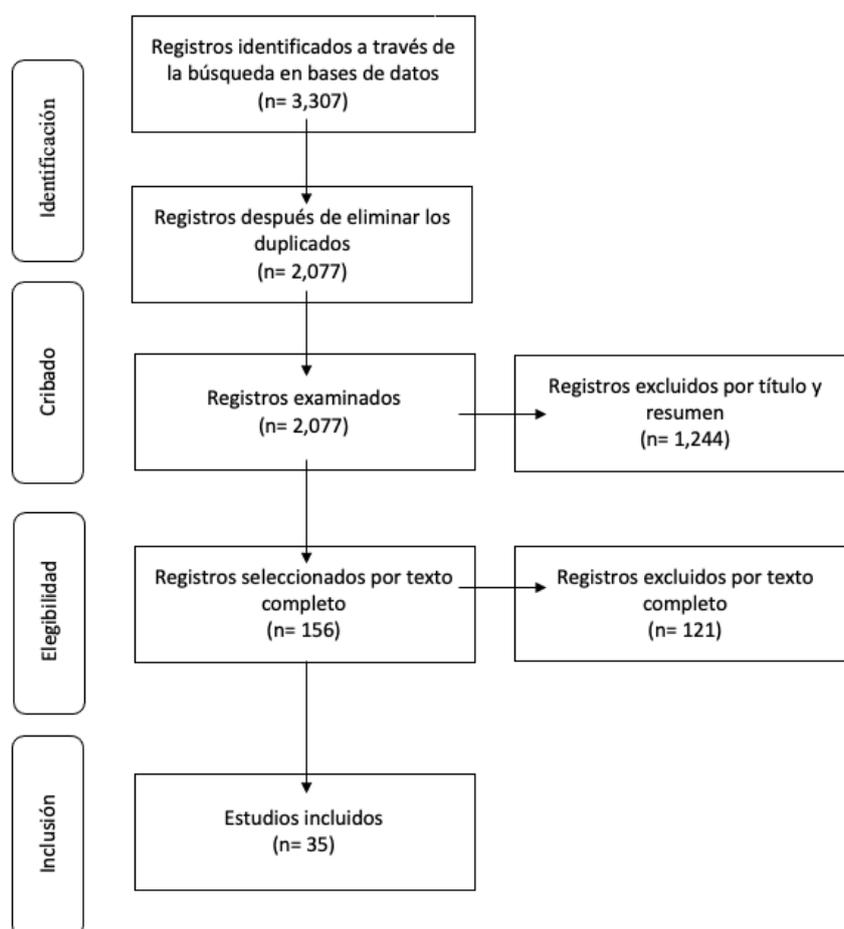
En el último paso de esta etapa se aplicó la técnica de bola de nieve, se revisaron las referencias de los documentos elegidos en busca de literatura potencialmente relevante que no se había identificado previamente. Asimismo, los autores compartieron referencias adicionales que cumplieran con los criterios establecidos.

### Inclusión

Para la última etapa, se eliminaron documentos con títulos que no fueran relevantes para el objeto de estudio, que no refirieran a ninguno de los términos que describen a la valorización del paisaje agavero y la imagen turística o la corriente hermenéutica, incluyendo 35 textos completos. Fueron divididos y examinados a profundidad de forma individual. Luego, cada uno de estos fue revisado por segunda vez para verificar la consistencia con respecto al objetivo planteado.

Todos los artículos fueron evaluados por los autores (KGC, YDPC y RCSB) y, cuando existieron diferentes opiniones o incertidumbre, se llevó a cabo una discusión activa para resolver conflictos con respecto a la selección.

**Figura 4.** PRISMA. Diagrama de flujo para revisión sistemática (inclusión-exclusión)



Fuente: Elaboración propia con base en Crowther et al. (2010) y Linares-Espinós et al. (2018).



## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### *Hermenéutica y la influencia de la valorización del paisaje agavero en la imagen turística*

La valorización del paisaje agavero puede ser comprendida con la ayuda de la hermenéutica al estudiar el valor de todo aquello que refleja historicidad en su proceso de evolución a través del tiempo, es decir, con el apoyo de esta corriente, que busca comprender los significados que los objetos tienen para el perceptor o perceptores, se puede llegar a la comprensión de las relaciones entre ellos, incluida la tradición, la cultura, la herencia, la historia y los contextos sociales (Pernecky & Jamal, 2010; Wright & Eppink, 2016; Ginzarly & Teller, 2018), donde la hermenéutica sitúa al cuerpo humano en una red de relaciones y prácticas, facilitando así una visión encarnada de las experiencias (Pernecky & Jamal, 2010) que exponen su identidad mediante características únicas que se van tejiendo desde lo antiguo hasta lo nuevo, creando una relación entre sujetos y objetos, que trae como resultado el estudio del lenguaje, el significado y la comprensión, conduciendo al final a un giro interpretativo (Pernecky & Jamal, 2010), y que a su vez, permiten la creación de recuerdos, experiencias, nuevos conocimientos y sentimientos (Wright & Eppink, 2016; Ginzarly & Teller, 2018).

Por otra parte, la imagen turística es condicionada por agentes internos y externos que intervienen en el lugar u objeto con el cual existe una interacción (Baloglu & McCleary, 1999). Por tanto, el investigador busca interpretar y comprender la experiencia vivida a través de esta relación; indaga el significado, analiza, critica y negocia entre teoría y datos, y se guía por la fenomenología hermenéutica, con la finalidad de centrar su atención en la relación entre uno mismo y los demás, en lugar de la postura subjetiva u objetiva (Pernecky & Jamal, 2010).

Estos agentes terminan moldeando y alterando las expectativas, influyendo asimismo en el concepto final que se crea sobre el destino (Chon, 1990; Baloglu & McCleary, 1999; Camprubí et al., 2009), por esto, la hermenéutica, propuesta como un enfoque valioso y poco utilizado, ayuda a la comprensión de las experiencias vividas en el turismo (Pernecky & Jamal, 2010).

Es entonces que el valor del paisaje agavero guarda una relación con la imagen turística creada de Tequila, Jalisco por el visitante, pues el valor del patrimonio cultural está estrechamente ligado a la imagen de un destino al ser formada por las percepciones que el visitante tiene del lugar y de las características que envuelven al escenario basadas en experiencias pasadas, compartidas o en información obtenida con la ayuda de otros medios (Medina, 2017; Sevilla & Rodríguez, 2019). La hermenéutica surge nuevamente en este aspecto al dedicarse a la interpretación y la comprensión sobre qué significa ser un turista que valora el paisaje agavero y cómo surge esa experiencia para después transmitirla a través de una imagen creada. Esta corriente es un proceso dialógico, y la reflexividad del investigador está fuertemente presente al interpretar la experiencia del visitante como un diálogo entre ambos actores. Por tanto, la comprensión interpretativa juega un papel clave en los enfoques hermenéuticos del estudio (Pernecky & Jamal, 2010).

A partir de la percepción, el trabajo hermenéutico sobre la interpretación del patrimonio destaca también la importancia de la tradición, la historia, el lenguaje, los contextos intersubjetivos y las dimensiones sociales de la experiencia (Pernecky & Jamal, 2010) relacionados con la valorización del paisaje agavero, donde se define el



desarrollo y curso que toma la imagen turística proyectada ante tales valores que se le otorgan al paisaje agavero y que repercuten en su reconocimiento, significación y atracción turística desprendiendo un proceso de transformación en el supuesto imaginario (Medina, 2017; Sevilla & Rodríguez, 2019). Por ende, la hermenéutica es la clave para llevar a cabo este análisis, al tomar como enfoque principal la interpretación, el contexto y el lenguaje, donde lo que cuenta como verdad se basa en la interpretación, la construcción y la participación reflexiva. Tanto el investigador como el turista que interactúa con el bien patrimonial son seres que se interpretan a sí mismos y viven en el mundo real y, por tanto, ambos juegan un papel sobresaliente en el proceso de llegar a la comprensión a través del diálogo y la interpretación (Pernecky & Jamal, 2010).

En este tenor, de acuerdo con Al-Ansi y Han (2019) el estado de los componentes del paisaje puede influir en el valor percibido por el turista, lo que a su vez afecta la satisfacción, la confianza y la lealtad al destino, impactando directamente en la imagen turística. Ahora bien, como mencionan Barragán et al. (2019) para llegar a esta conclusión, fue necesaria la intervención de la comprensión y exploración del paisaje como primera instancia para posteriormente conciliarlo, desde un juicio prudencial con el cual se pueda formar un camino, con la imagen turística, con el fin de acercarlos hacia una interpretación significativa o juicio final.

Asimismo, Chaulagain et al. (2019) y Ginzarly y Teller (2018) demuestran que el valor percibido tiene un impacto significativo en la construcción de la imagen del destino, además se ha mantenido como un factor constante en los distintos estudios sobre imagen turística; los paisajes expresan lo que el destino realmente significa para la sociedad, lo cual muestra que el valor de los paisajes no debe ser subestimado porque representa la imagen real del sitio al que pertenece. Dos Santos (2019) afirma que a partir de esta relación cambia el punto de vista de la hermenéutica y podría encontrar una nueva tendencia a través de los valores difundidos en imagen turística con nuevos significados y, por tanto, nuevos estratos sociales.

## CONSIDERACIONES FINALES

Llevar a cabo una revisión metodológica permitió demostrar que la hermenéutica es una herramienta importante para la investigación al asumir la tarea de la interpretación sobre la realidad estudiada para analizar a la experiencia, además de ofrecer un trabajo metódico y profundo que permite la obtención de significados objetivos, críticos y auténticos.

Su aplicación en la valorización del paisaje agavero exige un avance continuo en el conocimiento y descubrimiento a partir de interpretaciones y entendimientos fundamentados históricamente que dirijan al investigador a plantearse reflexiones epistemológicas en relación con el contexto, es decir, que esta concepción no se construye dejando de lado al mundo externo, sino creando una estrecha relación con él. Asimismo, su influencia en la imagen turística con respecto a la realidad que enfrenta dicho valor supone un cambio en la mercantilización y consumo de los destinos a través de la interpretación del constructo imaginario correspondiente a la forma en que el turista lo experimenta, registra y comunica.

En este tenor, la hermenéutica constituye un instrumento de apoyo útil para la creación de un puente que permita conectar a este valor sobre la imagen turística, donde la tarea del investigador, con la hermenéutica, es juntar las piezas en la comprensión de la experiencia del visitante para interpretar y comunicar las diversas relaciones,



significados y prejuicios que tiene con la imagen creada a partir de su interacción con el paisaje.

Países como E.U.A. utilizan a la hermenéutica como método de análisis; sin embargo, a nivel mundial, México aún tienen una tarea pendiente, pero no así al hablar de países iberoamericanos. En cuanto análisis del valor del paisaje agavero y la imagen turística, en esta revisión de literatura por medio de la hermenéutica, permite vislumbrar que falta mucho por hacer y sobre todo por dar a conocer, ya que al menos en las bases de datos analizadas y mostradas en las gráficas, dicha correlación todavía no aparece.

Y aunque, a partir del análisis de la literatura, se observa la falta de evidencia de estudios hermenéuticos y el valor del paisaje agavero y la imagen turística en Tequila, Jalisco, México; es posible decir que este análisis permite señalar que el valor del paisaje agavero está ligado a la imagen turística al compartir una relación con cada uno de los componentes que la conforman e influir en su desarrollo. Esta comprensión se puede dar por medio de la evaluación de la confiabilidad o credibilidad de la interpretación del investigador que obtiene de la experiencia del visitante, ofrecida por la Hermenéutica.

Llevar a cabo una revisión sistemática aportó diferentes ventajas al estudio, entre ellas la calidad de la evidencia adquirida a través de la planificación rigurosa de cada etapa que compone a la metodología. No obstante, también se presentaron ciertas desventajas que no la hicieron inmune a la intervención en los resultados y, por tanto, en las conclusiones del estudio.

Al utilizar únicamente cuatro bases de datos (Web of Science, Redalyc, Google Académico y Science Direct) la búsqueda e identificación de documentos se limitó, dejando de lado estudios potencialmente elegibles que podrían cumplir con los criterios marcados. Por otro lado, los criterios de elegibilidad establecidos, entre ellos los años de más actuales de publicación, esto detonó en que no se pudiera comparar, dentro de un período de tiempo suficiente, los cambios o avances y así poder evaluarlos.

Por otro lado, elegir únicamente trabajos en los idiomas inglés y español redujo el número de opciones, eliminando automáticamente escritos viables para su integración a la investigación. Otra de las limitaciones de la investigación refiere al momento de definir el tema inicial de investigación, esto mermaba el avance y diseño del estudio. Sin embargo, se optó por desarrollar la investigación y permitir así que se abriera el panorama del conocimiento, fue entonces que se pudo establecer el objetivo de forma estructurada y concisa.

En suma, se considera que ampliar la elección de las bases de datos habría arrojado un mayor número de las revistas, lo cual evitaría el sesgo de la información en un porcentaje mayor y se podrían haber considerado dentro de la investigación otros documentos de buen valor y aporte.

Por otra parte, el trabajo genera una nueva fuente de consulta, que permitirá a futuros autores de mayor investigación sobre herramientas de optimización de procesos tener un mayor conocimiento de los entornos más realistas para implementar. En este tenor se espera que los estudios desarrollen temas sobre la valorización del paisaje agavero profundizando en aspectos específicos como la historicidad, la estética e incluso su valor económico, con la finalidad de aplicar las bondades de la corriente hermenéutica y, a través de ella, conocer la influencia que tienen cada uno de ellos en el turista.

Finalmente, se aprecia que la información que surge como resultado del uso de la hermenéutica en la valorización y la imagen turística, también podría ser utilizada para otras partes interesadas como el sector privado, el sector público, por los residentes e



incluso por el mundo académico, ya que llevar a cabo un tratamiento hermenéutico sobre el objeto de estudio en relación con el turismo es un medio de investigación valioso que ofrece nuevas pautas para abordar el tema de una forma adecuada. Su potencial es grande si se sabe aprovechar y seguir de una manera correcta, tomando en cuenta que comprende una amplia gama de sujetos a investigar dentro de este sector como turistas, residentes, anfitriones, estudiantes, miembros de gobierno, entre otros.

## REFERENCIAS

Afshardoost, M. & Eshaghi, M.S. (2020). Destination image and tourist behavioural intentions: A meta-analysis. *Tourism Management*, 81, 104154. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104154>

Al-Ansi, A. & Han, H. (2019). Role of halal-friendly destination performances, value, satisfaction, and trust in generating destination image and loyalty. *Journal of Destination Marketing & Management* 13, 51–60. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.05.007>

Arnandis-i-Agramunt, R., Yagüe, R.M. & Pitarch, M.D. (2020). La adaptación del uso turístico del patrimonio cultural. Una propuesta metodológica de evaluación. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 66(3), 487-511. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.559>

Baloglu, S. & McCleary, K. W. (1999). A Model of Destination Image Formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.

Barragán, N., Evangelista, I. I. & Chaparro, P. M. (2019). Una interpretación desde la perspectiva de la hermenéutica analógica: la educación basada en la convivencia. *IE Revista de investigación educativa de la REDIECH*, 10 (18), 193-206. [https://doi.org/10.33010/ie\\_rie\\_rediech.v10i18.519](https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v10i18.519)

Brey, O. (2016). Una teoría de la experiencia real que es el pensar. (ENSAYO) <http://scielo.sld.cu/pdf/rnp/v12n23/rnp11116.pdf>

Camargo, A. (2009). Del positivismo a los paradigmas de la hermenéutica y el constructivismo. *Quaestiones Disputatae: Temas En Debate*, 2 (5), 29-43.

Camprubí, R., Guia, J. & Comas, J. (2009). La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual.PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2),255-270. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2009.07.018>

Chaulagain, S., Wiitala, J. & Fu, X. (2019). The impact of country image and destination image on US tourists' travel intention. *Journal of Destination Marketing & Management* 12, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.01.005>

Chen, X., Xiaoyue, C., Stone, T. & Lamba, J. (2020). Existentially understanding tourism in locale: A dwelling perspective. *Annals of Tourism Research*, 80, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102828>

Chon, K. (1990). The role of destination image in tourism: A review and discussion. *The Tourist Review*, 45(2), 2-9. <https://doi.org/10.1108/eb058040>



Cisneros, C.A. (2013). Hermenéutica e Investigación Cualitativa en Iberoamérica. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 189 (761), 1-8. <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2013.761n3001>

Conde, N. (2008). ¿Es posible una teoría hermenéutica dialéctica en el estudio del turismo? *Teoría y Praxis*, 5, 197-211.

Creswell, J. W. (1998) *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.

Crowther, M., Lim, W., & Crowther, M. A. (2010). Systematic review and meta-analysis methodology. *Blood, The Journal of the American Society of Hematology*, 116(17), 3140-3146.

Dos Santos, A. (2019). Hermeneutics of tourism scientific corpus 50 theses about the corpus of tourism. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 2 (1), 157-189.

Fellner, A.M. & Colmenero, F. (2021). Social Development and Production Processes and Innovation in Rural Itineraries: Tequila in The Natural Landscape. *EdA Esempi di Architettura*.

Ferreira, S.D. (2011). Destination image: Origins, Developments and Implications. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 305-315. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.027>

Flores, G. (2018). Metodología para la Investigación Cualitativa Fenomenológica y/o Hermenéutica. *Revista Latinoamericana de Psicoterapia Existencial un enfoque comprensivo del ser*, 17, 17-23.

Gadamer, H (1992). *Verdad y Método*. Salamanca: Sígueme.

Gadamer, H. (1984). *Fundamentos de una hermenéutica filosófica*. Salamanca: Sígueme

Gadamer, H. (1997). Texto e interpretación en *Hermenéutica*, j. Domínguez, Caparros ed, 77- 114. Madrid: Arcos y Libros.

Ginzarly, M. & Teller, J. (2018). Eliciting cultural heritage values: landscape preferences vs representative images of the city. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 3(8), 257-275. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-06-2017-0031>

Gómez, L. I. (2018). La memoria regional y el patrimonio tequilero. Un sistema territorial de interpretación del patrimonio para el paisaje agavero de Tequila. *Historia y Conservación del Patrimonio Edificado*, 1(1), 5-22.

Husni, H., & Setiawan, I. (2018). Hermeneutics Paradigm in Religious Research. *Religious Studies: an International Journal*, 6 (2).

Khasawneh, M.S. & Alfandi, A.M. (2019). Determining Behaviour Intentions from the Overall Destination Image and Risk Perception. *Tourism and Hospitality Management*, 25 (2), 355-375. <https://doi.org/10.20867/thm.25.2.6>



LaFevor, M., Cissell, J. & Misfeldt, J. (2018). Agave Cultivation, Terracing, and Conservation in Mexico. *Focus on Geography*, 62. <https://doi.org/10.21690/foge/2018.61.1f>

Linares-Espinós, E., Hernández, V., Domínguez-Escrig, J. L., Fernández-Pello, S., Hevia, V., Mayor, J., ... & Ribal, M. J. (2018). Methodology of a systematic review. *Actas Urológicas Españolas (English Edition)*, 42(8), 499-506.

Maia, L., Botelho, D. & Vieira, O. (2020). Elementos que influyen en el apego al destino por parte de los turistas en Minas Gerais (Brasil). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29(3), 905-931.

Medina, E. L. R. (2017). El paisaje agavero y las antiguas instalaciones industriales de la zona de Jalisco. *Mundo Cuervo y su propuesta turística. Diseño en Síntesis*, 55, 50-61.

Millán, M.G., Amador, L. & Arjona, J.M. (2016). The agave landscape and sustainable tourism planning. A requirement to remain as a world heritage site. *SCRIPTA NOVA-REVISTA ELECTRONICA DE GEOGRAFIA Y CIENCIAS SOCIALES*, 20 (537), 1-32.

Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & PRISMA Group\*. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. *Annals of internal medicine*, 151(4), 264-269.

Moon, H. & Han, H. (2018). Tourist experience quality and loyalty to an island destination: the moderating impact of destination image, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36 (1), 43-59. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1494083>

Nguyen, T. (2000). La Hermenéutica y su aplicación: Detección hermenéutica de errores en la comprensión e interpretación de textos clásicos (Spanish Edition). Editorial. Nuestro Conocimiento.

Panosso, A. & Castillo, M. (2014). Epistemologia do turismo: escolas teóricas e proposta crítica. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. São Paulo*, 8 (1), 120-144.

Paredes, G. (2009). Positivismo y Hermenéutica. Divergencias Ontológicas, Metodológicas y Epistemológicas. *Revista Ágora Trujillo*, 12 (23), 117-136.

Paterson, M., & Higgs, J. (2005). Using hermeneutics as a qualitative research approach in professional practice. *The Qualitative Report*, 10 (2), 339-357. <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR10-2/paterson.pdf>

Pérez, J.J., Nieto, J.A. & Santamarina, J.E. (2020). Hermeneutics and Phenomenology in Human and Social Sciences Research. *Civilizar: Ciencias Sociales y Humanas*, 20 (38), 137-144. DOI: <https://doi.org/10.22518/jour.cesh/2020.1a10>

Pernecky, T. & Jamal, T. (2010). (HERMENEUTIC) PHENOMENOLOGY IN TOURISM STUDIES. *Annals of Tourism Research*, 37 (4), 1055-1075. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.04.002>



Petit, D. (2018). La hermenéutica de Gadamer como Fundamento Teórico-Filosófico de la Historia Conceptual en Reinhart Koselleck. *Revista de la Academia*, 25, 9-26. <https://doi.org/10.25074/0196318.0.895>

Ponce Alonso, E. (2015). Hernández López, José de Jesús. Paisaje y creación de valor. La transformación de los paisajes culturales del agave y del tequila. Zamora, Michoacán, El Colegio de Michoacán/Fideicomiso "Felipe Teixidor y Monserrat Alfau de Teixidor", 2013, 349 p., ISBN 978-607-8257-49-2. *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, 2(5), 266-268.

Ponting, J. (2009). Projecting Paradise: The Surf Media and the Hermeneutic Circle in Surfing Tourism. *Tourism Analysis*, 14 (2), 175-185. <https://doi.org/10.3727/108354209789116510>

Rodríguez, A.J., Borges, M.M. & Roque, L. (2020). Flow of Knowledge in Proof-of-Concept Activities: Examining the Problem of Interpretation Using Hermeneutics. *Library and Information Science Research E-Journal*, 30 (2), 45-67. <https://dx.doi.org/10.32655/LIBRES.2020.2.1>

Rodríguez, M.E. (2020). La hermenéutica comprensiva, ecosófica y diatópica Un transmétodo rizomático en la transmodernidad. *Perspectivas Metodológicas*, 20. <https://doi.org/10.18294/pm.2020.2829>

Sevilla, J. & Rodríguez, C. (2019). Relevancia y desafíos del paisaje en la formación de una imagen turística de prestigio: la costa de Llanes (Austrias). *Cuadernos de Turismo*, 43, 435-469. <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.43.17>

Stylidis, D. (2020). Residents' destination image: a perspective article. *Tourism Review*, 75 (1), 228-231. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2019-0191>

Tena, M.P., Ávila, R. & Navarro-Cerrillo, R.M. (2018). Tequila, Heritage and Tourism: Is the Agave Landscape Sustainable? En Xavier Medina y Jordi Tresserras [eds.], "Food, Gastronomy and Tourism Social and Cultural Perspectives", (pp. 49-67), Colección Estudios del Hombre. Serie Antropología de la Alimentación.

VanLeeuwen, C.A., Guo-Brennan, L. & Weeks, L.E. (2017). Conducting Hermeneutic Research in International Settings: Philosophical, Practical, and Ethical Considerations. *Journal of Applied Hermeneutics*, 0(0). <https://doi.org/10.11575/jah.v0i0.53309>

Wright, W.C.C. & Eppink, F.V. (2016). Drivers of heritage value: A meta-analysis of monetary valuation studies of cultural heritage. *Ecological Economics*, 130, 277-284. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2016.08.001>