

Fundamentos teórico – metodológicos de la identidad: Una introspección categorial para los estudios turísticos

Luis Angel Soto de Anda* Graciela Cruz Jiménez**

Elva Ester Vargas Martínez***

Universidad Autónoma del Estado de México (México)

Resumen: El presente artículo presenta una propuesta teórico-metodológica que responde al vacío de conocimiento sobre aproximaciones empíricas al tema de la identidad desde la disciplina turística. Para ello analiza tanto los aportes teórico-conceptuales, como los acercamientos metodológicos en torno al tema. Con base en una profunda revisión de material bibliográfico especializado en ciencias sociales y humanidades, se deconstruyen las aportaciones teóricas sobre la identidad; el propósito fue conocer las subcategorías e indicadores que la conforman, para retomarlas como soporte de esta propuesta de carácter científico. Entre los principales hallazgos se encuentra que la identidad desde los estudios turísticos presenta un vínculo directo con la cultura y sus representaciones patrimoniales. Se concluye que este objeto de estudio presenta una dinámica estructural y funcional que exige redimensionar los paradigmas metodológicos existentes para analizar y comprender la naturaleza de un fenómeno dinámico y complejo.

Palabras clave: Identidad; Turismo; Cultura; Metodología; Estudios turísticos.

Theoretical-methodological foundations of identity: A categorial introspection for tourism studies

Abstract: The present article presents a theoretical-methodological proposal that responds to the emptiness of knowledge about empirical approaches to the theme of identity from the tourist discipline. In order to do so, it analyzes both theoretical and conceptual contributions, as well as methodological approaches to the issue of identity. Based on a thorough review of bibliographic material specialized in social sciences, the theoretical contributions on identity are deconstructed; the purpose was to know the subcategories and indicators that comprise it, to take them back as support for this proposal. Into the principal findings it is showed that the identity of tourist research presents a direct link with culture and its patrimonial representations. The conclusion is that the object of study presents a structural and functional dynamic that demands to resize the existing methodological paradigms to analysed and understand the nature of a dynamic and complex phenomenon.

Keywords: Identity; Tourism; Culture; Methodology; Tourist Studies.

1. Introducción

La identidad es una característica que únicamente el hombre puede generar por el simple hecho de ser un sujeto racional; ante esto, Ramírez concibe al individuo como: “Ser biopsicosociocultural, agente consciente intencional que incorpora organizativamente un proceso de vida en continuo desarrollo, en un contexto local y sociohistórico concreto” (2011, 81). En este sentido, vale la pena reconocer a la identidad como un proceso inacabado que va desde lo individual (interiorización) hasta lo colectivo (consenso), es decir, se incorporan elementos que son de utilidad, y se desechan aquellos que ya no cumplen su función. La crisis identitaria que enfrentan las sociedades del siglo XXI, permiten reconocer a la identidad como una necesidad psico-social orientada a conocer ¿quién es el hombre? y ¿qué lo diferencia de los demás?

* Universidad Autónoma del Estado de México (México); E-mail: angel.s.k@hotmail.com

** Universidad Autónoma del Estado de México (México); E-mail: gracij@hotmial.com

*** Universidad Autónoma del Estado de México (México); E-mail: elvacolegio@gmail.com

Esta categoría como expresión máxima de la cultura refiere a las identidades como procesos cambiantes, refiriéndose a que día con día se nutre y aprende del contexto, de las vivencias, de las necesidades e incluso de las imposiciones sociales, aludiendo a que en algunas ocasiones el hombre no hace lo que quiere, sino lo que la sociedad le impone. Por su parte, Grimson (2011) formula una distinción entre cultura e identidad; relaciona la primera con prácticas, creencias y significados, mientras que a la segunda con un sentimiento de pertenencia a un colectivo. De esta forma, se entiende que la identidad se conforma de procesos sociales que anteceden una historia colectiva que define una dimensión diacrónica de continuidad físico-temporal.

En otras palabras, aunque el individuo posea la “libertad” de elegir qué elementos formarán parte de su referente identitario, esta selección se fundamenta en las bases funcionales y estructurales que un grupo¹ ha reconocido socialmente como elemento distintivo; lo anterior significa que el sujeto se encuentra inmerso en un campo colectivo que limita su capacidad de elegir qué desea, en contraposición a lo que se le confiere contextualmente.

Grupos e individuos han posicionado sus referentes identitarios² mediante la interacción con otros sujetos y colectividades. Ante ello, se identifican dos tipos de contacto: lo endógeno, que implica aventurarse a conocer lo que existe en el entorno de residencia (reconocimiento en sus propios términos); y, lo exógeno que implica explorar elementos o rasgos de zonas diferentes a las habituales (reconocimiento en términos de la población que se visita).

Entonces, la creación de relaciones al interior de los grupos está vinculada con reconocer las similitudes entre los integrantes del colectivo, donde se genera un sentido de afinidad que los posiciona como una unidad ante un mundo heterogéneo. La identidad se refuerza cuando sus miembros comparten los mismos referentes identitarios; por el contrario, tiende a diluirse cuando las diferencias entre los sujetos cobran fuerza, propiciando conflictos internos que diversifican los rasgos colectivos de adscripción, volviéndose elementos perceptibles en lo individual, al responder a gustos, necesidades y perfiles únicos entre los sujetos que conforman el grupo.

A pesar de que cada cultura es única en su tipo, es posible encontrar diferencias y semejanzas alrededor del mundo, lo cual no significa que posean el mismo significado, ni que tengan la misma función; al contrario, el hombre se ha valido de estas características para diferenciarse y compararse con la otredad. La cultura, al igual que las identidades, se desarrollan en la medida que se transforman; el hombre y los grupos sociales adhieren rasgos que les son de utilidad y desechan aquellos que no satisfacen las expectativas.

La globalización, las migraciones, las nuevas tecnologías e incluso el turismo, son fenómenos socio-culturales de alto impacto, al fomentar el intercambio de información en tiempos y espacios que han reducido las fronteras geográficas y simbólicas del planeta. Paralelamente, la fluctuación de personas alrededor del mundo, fomenta el contacto desmedido entre grupos e individuos, complejizando los encuentros sociales, culturales e identitarios de la población que ha encontrado en la industria turística una alternativa para subsistir. En tal sentido, Aguirre (1999) afirma que existe una permanente interacción cultural (mestizaje) que despierta una falsa ilusión de las identidades, ya que los grupos populares han tenido que adentrarse a lo que el autor denomina “cosmopolitismo”.

Actualmente, sociedades tradicionales y modernas convergen dentro de territorios delimitados física y simbólicamente, cuyas fronteras y particularidades socioculturales han permitido diferenciar una zona de otra; los miembros que conforman estos colectivos tienen la oportunidad de elegir con qué grupo crear afinidad, según objetivos y metas personales. Escobar plantea que: “Las identidades son dialógicas y relacionales; surgen de, pero no pueden ser reducidas a la articulación de la diferencia, a través de encuentros con otros; implican el trazo de fronteras, la identificación selectiva de algunos aspectos y de la concomitante exclusión o marginación de otros” (2010:234).

El objetivo de este artículo es analizar y debatir sobre los aportes teóricos, conceptuales y metodológicos que se han desarrollado en torno al tema de la identidad, vislumbrando un nuevo horizonte analítico desde los estudios del turismo y de la cultura. Metodológicamente el artículo fue estructurado a partir de la consulta, sistematización y análisis de material bibliográfico especializado en disciplinas humanísticas y sociales.

El primer apartado esboza el tema de la identidad como concepto, para lo cual se retoman definiciones clásicas y actuales, a fin que el lector identifique cómo se han enriquecido dicha categoría según las disciplinas y perspectivas analíticas desde las cuales ha sido objeto de estudio. En segunda instancia se presentan las subcategorías analíticas que fueron retomadas para el estudio de la identidad, seguido de la propuesta metodológica; posteriormente, un apartado donde se enlistan los indicadores emanados de las subcategorías que conforman al trinomio de estudio. Por último, se formula una serie de reflexiones que entre otros aspectos hacen referencia a las fortalezas y debilidades detectadas en torno al abordaje de la identidad desde los estudios turísticos.

2. Evolución conceptual de la identidad

Aunque existen diferentes maneras de abordar científicamente la identidad, las ciencias sociales han emprendido la ardua tarea de abordarla y desarrollar un discurso en torno a ella desde distintos enfoques disciplinares, facilitando su estudio desde lo individual, pero sin consolidar aun su análisis desde lo inter, multi y transdisciplinario.

Una amplia variedad de autores (Melucci, 1985; Habermas, 1987; Bauman, 1996; Hall, 1996; Morín, 2001; Giménez, 2002; Restrepo, 2007) han emprendido el difícil reto de identificar y además conceptualizar una serie de supuestos sobre la identidad, lo cual la confirma como una categoría compleja y dinámica por excelencia. Argumentan que no debe estudiarse solo desde un aspecto narrativo, pues por su naturaleza exige articular las diferentes dimensiones que se vinculan a ella, pues se le ha catalogado como: sentimiento, emoción, rasgo, proceso, sistema, atributo o herramienta; viéndola así como una cualidad única del ser humano.

A continuación se expone la visión analítica de tres disciplinas inmersas en la construcción del discurso de la identidad (antropología, sociología y psicología social), estas se eligieron tomando en cuenta representatividad y prestigio en la producción de material especializado, asimismo, se esbozan algunas definiciones clásicas de autores reconocidos en la área de ciencias sociales, así como nuevas propuestas conceptuales que permiten apreciar la multidimensionalidad de la categoría, además de su evolución estructural.

Desde la perspectiva antropológica se han generado supuestos teórico/conceptuales que han nutrido el tema de la identidad; sin embargo, su estudio ha estado orientado a conocer la forma en que sujetos y grupos crean su cultura, refiriéndose a la identidad como un elemento distintivo de esta. Se hace alusión a las identidades colectivas e individuales; a las representaciones culturales y simbólicas de los rasgos que la sociedad selecciona para que represente al grupo.

Por otro lado, la psicología social trabaja entre otras cuestiones sobre el supuesto de las organizaciones sociales y representaciones colectivas e individuales de pertenencia; este enfoque entiende que los referentes identitarios deben tener congruencia con el actuar de un individuo al entrar en contacto con otros sujetos. El reconocimiento que esta acción genera permite que la identidad se reconozca y cobre fuerza en comparación con otras que se diluyen dentro de grupos sólidos, pues son estos grupos los que utilizan su bagaje cultural para identificarse con lo que lo representa y lo integra.

Por su parte, la perspectiva sociológica retoma la construcción identitaria como un proceso en que los individuos socializan con otros sujetos la concepción que tienen de sí mismos, a la vez que construyen un referente colectivo de distinción. De forma paralela, la Sociología se interesa en las alteraciones y/o transformaciones de este rasgo en los distintos contextos; también en su connotación social (rol y estatus), integración de elementos que dotan de representatividad a un sujeto frente a un supuesto colectivo (no existen agentes aislados sino seres sociales). También se ocupa de la multidimensionalidad de esta característica. A su vez, Martínez (2006) sostiene que la visión sociológica de la identidad debe estudiar cómo los procesos de modernización han afectado la estructura medular de las identidades.

De estos planteamientos queda claro que la antropología, sociología y psicología entienden el tema de la identidad desde dos vertientes analíticas: la primera retoma lo individual o personal, mientras la segunda lo social o colectivo. Por su parte, Giménez (2016) argumenta que la identidad contiene elementos socialmente compartidos e individualmente únicos. En lo individual se articulan referentes sociales (religión, étnica, género, entre otros) y personales (¿quién es?, ¿cómo se llama?, ¿de dónde viene?, ¿qué estudia?, etcétera) que enmarcan atributos personalizados de distinción entre los sujetos que conforman las sociedades, convirtiendo a la identidad en un rasgo multidimensional dada su estructura.

Estos rasgos enmarcan la personalidad que un sujeto forja a través de la experiencia y la realidad contextual en que se ve inmerso. Cabe aclarar que cuando un sujeto se suma a una identidad colectiva, no pierde la esencia de su identidad personal, al contrario, se complementa con las particularidades del grupo, al mismo tiempo que refuerza la unidad entre sus integrantes, mientras afianza la imagen interna del colectivo hacia el exterior.

En lo colectivo, las identidades se edifican gracias al encuentro de referentes de afinidad; éstos se adaptan a estructuras socialmente establecidas (legitimadas), en cuanto consensan la representatividad que congrega una serie de elementos testimoniales que resguardan su riqueza sociocultural. La réplica de este bagaje se difunde a partir de la interacción con otros colectivos, así como del arraigo de lo heredado en tiempos y espacios concretos.

Por otro lado, abordar la identidad desde un enfoque lineal, implicaría afirmar que dicha categoría es estática e inmutable; sin embargo, la naturaleza de esta categoría precisa conocer su complejidad en los términos propios del contexto donde se retoma, además de reconocer que los referentes identitarios y sus

combinaciones, tanto individuales como colectivas son infinitas, aludiendo a la multidimensionalidad que le caracteriza.

En tal sentido, la figura 1 muestra a los autores y los años en que han formulado contribuciones en torno al tema de la identidad; también las ramificaciones derivadas del concepto original, lo que en su conjunto permite apreciar los contrastes entre las posturas clásicas con las más recientes.

Figura 1: Contribuciones conceptuales sobre identidad

Autor	Año	Concepto
Identidad		
Giménez	2002	Conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos), a través de los cuales los actores sociales (individuales o colectivos) demarcan sus fronteras y se distinguen de los demás actores en una situación determinada, todo ello dentro de un espacio históricamente específico y socialmente estructurado.
Molano	2007	Supone un reconocimiento y apropiación de la memoria histórica, del pasado. Un pasado que puede ser reconstruido o reinventado, pero que es conocido y apropiado por todos.
Identidad Colectiva		
Piqueras	1996	Definición que los actores sociales hacen de sí mismos en cuanto que grupo, etnia, nación, etcétera, en términos de un conjunto de rasgos que supuestamente comparten todos sus miembros, y que se presentan por tanto, objetivados. Tales rasgos son concebidos además como distintivos, debido a que uno de los procesos de formación y perpetuación de la identidad colectiva radica precisamente en que se expresa en contraposición a otro u otros grupos con respecto a los cuales se marcan las diferencias.
Cabrera	2004	Conjunto de creencias compartidas por una sociedad que implican una visión de sí misma como “nosotros”.
Hormigos y Oda	2014	Expresión del sentimiento de pertenencia a un grupo que contiene elementos de diferenciación étnica, histórica, cultural, religiosa, política, etc.
Identidad Social		
Giménez	1994	Autopercepción de un nosotros relativamente homogéneo en contraposición con los ‘otros’, con base en atributos o rasgos distintivos subjetivamente seleccionados y valorizados, que a la vez funcionan como símbolos que delimitan el espacio de la ‘mismidad’ identitaria.
Canto y Moral	2005	Constituida por aquellos aspectos de la autoimagen de un individuo que proceden de las categorías sociales a las que pertenece.
Mercado y Hernández	2010	Producto del binomio pertenencia-comparación que implica dos distinciones, aquella en la cual el grupo se autodefine a partir de las características que los hacen comunes y la que resulta de sus diferencias con los otros.
Identidad Cultural		
Molano	2006	Sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias [...] La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro.
Reynosa	2015	Proceso humano de retroalimentación constante basado en la conciencia, es un espacio dialéctico que fusiona la naturaleza, la cultura y la historia de los seres humanos en un mismo crisol.

Fuente: Elaboración propia con base en Giménez (1994); Piqueras (1996); Giménez (2002); Cabrera (2004); Canto y Moral (2005); Molano (2006) y (2007); Mercado y Hernández (2010); Hormigos y Oda (2014); Reynosa (2015).

Como se puede apreciar en esta tabla, decenas de definiciones han delimitado los alcances de la identidad desde sus diferentes modalidades; esto significa que cada concepto responde a una diferenciación sobre los elementos que enmarcan la cultura y la personalidad de los individuos como unidad y a su vez como colectivo.

De la revisión bibliográfica se infiere que aun cuando en los conceptos y en debates teóricos no aparece el término “turismo”, una parte de los fundamentos expuestos hace alusión al patrimonio tangible e intangible de las sociedades, recursos que utiliza el turismo para hacer una distinción entre destinos que ofertan sus particularidades, orientadas a un sector que desea experimentar lo auténtico.

En tal sentido, los bienes culturales al igual que la identidad, son elementos que tradicionalmente el turismo ha promocionado y difundido para su consumo; es decir, existe un proceso de reconocimiento recíproco donde la comunidad receptora y los visitantes intercambian experiencias y vivencias ante contextos e ideologías nuevas que alteran estructuras endógenas (endogrupo) y exógenas (exogrupo).

Por tanto, los marcos conceptuales de referencia y sus implicaciones científicas exigen analizar la identidad a partir un modelo que entrelace las dimensiones del objeto de estudio en colaboración con disciplinas consolidadas, para de esta forma nutrir al turismo con abordajes novedosos que mantengan la rigurosidad que exige este tipo de acercamientos. Es bajo tal perspectiva que se inscribe la presente aproximación.

3. Integración subcategorial de la identidad como objeto de estudio

A pesar que la identidad presenta características bien definidas, representa un reto analítico para los estudios turísticos, pues en la mayoría de casos aborda elementos inobservables e intangibles. En respuesta a ello, este modelo metodológico fue adaptado a la naturaleza propia del fenómeno, incorporando en la medida de lo posible una serie de elementos que permitieran reconstruir la identidad de los grupos a partir de los bienes culturales materiales e inmateriales que los representan y a su vez les dan un sentido de pertenencia geográfico, social e incluso simbólico.

Como se ha argumentado, la conformación de la identidad implica retomar elementos de la cultura para internalizarlos como parte de una estructura mental que confiere significados que más tarde serán compartidos en lo social, donde las particularidades de estos rasgos perdurarán en la medida que se difunden y apliquen a las formas y estilos de vida de la población que decide adoptarlos.

Para el caso de la identidad se retomaron tres subcategorías:

- 1) *Memoria colectiva*: Legado histórico del destino turístico y de sus residentes.
- 2) *Sentido de pertenencia*: Referentes identitarios que los miembros de un grupo utilizan para afianzar su apego a un espacio geográfico o social.
- 3) *Reconocimiento social*: Valoración social de los referentes identitarios que caracterizan a un grupo o destino turístico.

Primeramente, abordar las identidades representa conocer el papel que ha tenido el hombre a partir de hechos históricos que denotan la lucha y el sacrificio de los antepasados (¿qué somos? y ¿quiénes fuimos?). Las identidades se conforman por esquemas culturales que delimitan el espacio y el tiempo; en tanto, la representatividad de un lugar se aprecia en primera instancia mediante el legado histórico de cada generación.

La identidad se refiere a la asociación de significados, ordenados a partir de una secuencia histórica que relata cómo se han suscitado los hechos sociales de un grupo (Bustos 2001). En tal sentido, esta categoría cobra fuerza cuando se cultiva la memoria socio-histórica de los espacios; recordar el legado que los antepasados han creado con el paso de los años refuerza los referentes identitarios que se crearon para distinguir los grupos sociales (si no recordamos, no existimos)⁴.

El espacio geográfico hace referencia a la apropiación del territorio mediante la asignación de códigos, símbolos y normas culturales. El contenido sociocultural se deposita para delimitar las fronteras de un territorio dado; la personalización del espacio ayuda a que los individuos se apropien y se identifiquen con lo que se encuentra a su alrededor. Para Pimentel (2001) el espacio no es solo un ornamento, sino una postura ideológica compleja que se transforma.

El territorio ha guardado una inminente relación espiritual con el hombre desde tiempo inmemorables; espacios cargados de significado gracias a símbolos y códigos que distinguen una cultura de otra. El vínculo existente ha solidificado elementos colectivamente construidos y socialmente resguardados frente a otros grupos. Ante esto, según Hiroaka (1996), el territorio contiene la historia, los ritos, los mitos, el lenguaje y cualquier otro elemento que pueda designar las contribuciones identitarias del pasado compartido.

Esta autora argumenta que el territorio mantiene una relación nodal con la identidad; el depósito de significados, símbolos y representaciones culturales conserva vigente la relación hombre-naturaleza.

En tal sentido, el espacio resguarda los hechos que han marcado la historia del hombre, convirtiéndose en un legado social que trasciende. Esto quiere decir que en la medida que los significados se concentran en otros espacios, los territorios agrupan no sólo pautas culturales del grupo que reside en el lugar, también albergan elementos que se incorporan por medio de la socialización que tuvieron y tienen los actores sociales que conforman el colectivo. En este contexto, vale aclarar que aun cuando tengan referentes identitarios en común, no implica que compartan la misma identidad, por lo cual este distintivo es único, incluso entre grupos.

En dicho marco, la memoria colectiva permite que las nuevas generaciones conozcan los antecedentes del grupo al que pertenecen, del espacio donde residen, y de la cultura que representan (la pérdida de memoria es la pérdida de identidad). En su análisis, Obregón (1999) sostiene que las sociedades incluyen únicamente aquellos elementos de su historia que son útiles, lo cual permite revalorizar la cultura desde múltiples escenarios.

Por otro lado, consolidar los lazos afectivos entre los integrantes de un grupo e identificar las cualidades que ofrece el contexto de su residencia, permite que un sujeto se reconozca como parte de un colectivo. Sentimientos, emociones y reacciones se hacen presentes al momento en que un individuo desarrolla su sentido de pertenencia. Hormigos y Oda (2014) reconocen que la pertenencia es una característica que contiene elementos de diferenciación étnica, cultural, histórica, religiosa y política, entre otros; por ello, los autores plantean que la identidad forma parte de un imaginario colectivo (conjunto de símbolos socialmente compartidos) que funge como ente unificador de los aspectos culturales (rasgos que permiten distinguir a grupos e identidades).

El hombre es un ser social por naturaleza; conocer su cultura, el significado de los elementos que la conforman, así como su representación dentro de las estructuras sociales, implica relacionarla con un número infinito de identidades individuales dentro de un espacio física y simbólicamente delimitado donde el sujeto aporta y comparte sus particularidades para la conformación de identidades colectivas, sociales o culturales.

Por otro lado, la identidad se construye de manera colectiva; es decir, la socialización fundamenta atributos o expresiones que denotan la compatibilidad de un individuo con el grupo al cual se adscribe, lo cual significa que los referentes identitarios se vuelven una estrategia social de inclusión o exclusión de rasgos. Ante tal afirmación, Aviña reconoce que: “La identidad de un individuo o de un grupo social está en continua construcción, misma que se logra a partir de su relación con el otro, al que necesariamente se entrega” (Aviña, 2000: 52). La postura del autor retoma el hecho de socializar la identidad como una propiedad integral de la categoría, la cual cumple la función de difundir y reconocer las especificidades dentro de las generalidades.

Formar parte de un colectivo implica perseguir objetivos similares, consensuarlos y cohesionarlos para un fin común, lo que permite la trascendencia de ese tipo de referentes con el paso de las generaciones; en otras palabras, las normas culturales se transmiten en primera instancia mediante un proceso endoculturativo (entre lo local), mientras que la hibridación de estos rasgos se liga a la aculturación (entre lo local y lo global). Fenómenos como la globalización, la migración y el turismo han potencializado la difusión, el intercambio y la hibridación de las identidades. Arenas (1997) argumenta que los fenómenos sociales operan como mecanismo de desterritorialización y deshistorización, ya que afectan la estructura de toda identidad.

Aunque el hombre genera la cultura como un mecanismo de distinción de grupos sociales, es necesario reconocer la existencia de identidades fuertes y débiles que coexisten dentro de espacios y/o territorios delimitados por elementos de origen ancestral. La lucha por el reconocimiento de las características socioculturales ha llevado a que los grupos seleccionen los rasgos con que se sienten identificados, que representan lo que fueron, lo que son, y lo que desean ser.

La lucha por el reconocimiento no promueve una interacción respetuosa de las diferencias, debido a que se vive dentro de contextos multiculturales (González 2010). En consecuencia, el reconocimiento de otros grupos e individuos genera ideas u opiniones tanto positivas como negativas acerca del colectivo; la concepción social de la otredad se da a partir de la diferenciación, acto donde se comparan aspectos propios del endogrupo (residentes) en relación con exogrupos (visitantes).

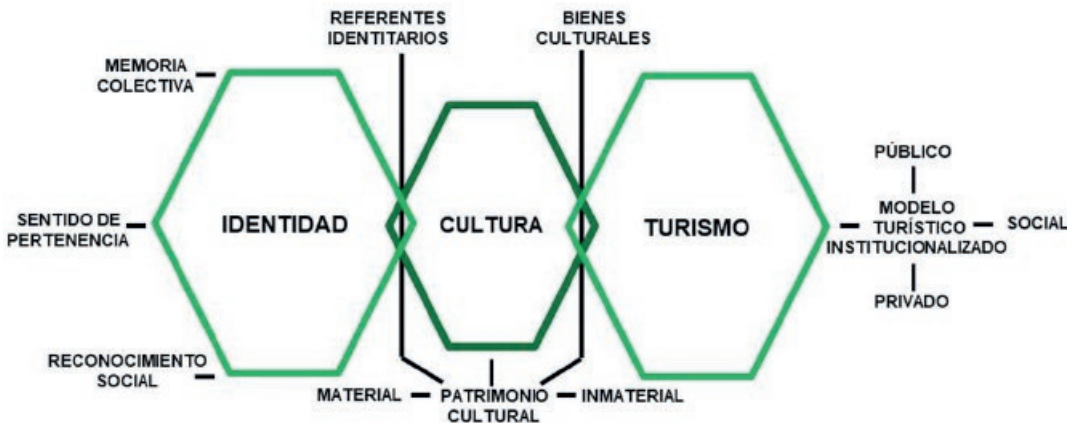
Grupos e individuos se autodefinen y comparan con otros para que estos grupos reconozcan sus diferencias, convirtiendo la confrontación de rasgos en un elemento intrínseco de la identidad que consolida su reconocimiento; en este marco, la identidad se integra y unifica mediante referentes comunes que evidencian la particularidad de un grupo frente a otro. Respecto a la diversidad conceptual a que

se viene haciendo referencia, se retoma la frase de Hegel utilizada en Giménez (2016): “Luchamos para que los otros nos reconozcan tal como nosotros queremos definirnos, mientras que los otros tratan de imponernos su propia definición de lo que somos”. Para el caso internacional, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) desarrolló un discurso que promueve el rescate del patrimonio material e inmaterial mediante el reconocimiento de los bienes naturales y culturales de un destino. Por otro lado, la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) ha implementado modelos turísticos que responden a imágenes preconcebidas de la cultura, como el caso del programa federal Pueblos Mágicos.

4. Propuesta metodológica desde los estudios turísticos para el análisis de la identidad

Para integrar este apartado fue retomada una serie de postulados teóricos especializados en antropología, sociología y de la psicología social, cuyas contribuciones se adecuaron a las necesidades de la disciplina turística. A partir de este planteamiento, se resalta que esta propuesta metodológica vincula al trinomio categorial mediante un estudio correlacional entre la identidad, el turismo y la cultura, su análisis, según se comprueba en la literatura consultada, se ha realizado de manera independiente, no articulada como aquí se plantea.

Figura 2: Vinculación categorial de la identidad con el turismo y la cultura



Fuente: Elaboración propia a partir del análisis de la literatura especializada, 2017.

La figura 2 muestra al turismo y a la identidad como las dos principales categorías que dan soporte a esta metodología⁵. Las subcategorías que conforman a la identidad son: memoria colectiva, sentido de pertenencia y reconocimiento social⁶; para el turismo se retoma el modelo institucionalizado de la actividad turística a partir de tres sectores: público, social y privado. Aunado a esto, la cultura⁷ como categoría nodal retoma al patrimonio cultural⁸ material (construcciones arquitectónicas, sitios arqueológicos, producciones artísticas, bienes y riquezas naturales, entre otras) y, al inmaterial (tradiciones, creencias, celebraciones, conocimientos, lugares simbólicos, entre algunas), para identificar aquellos bienes culturales que denotan un sentido de pertenencia y a su vez construyen la identidad de los grupos sociales que residen en estos lugares.

La contribución con esta propuesta metodológica es la reconstrucción de identidades colectivas, mediante la identificación de rasgos que caracterizan a los grupos que residen en un destino turístico, retomando aquellos elementos del patrimonio cultural tangible e intangible que han sido utilizados como factores de distinción entre la población local frente a la visitante.

5. Estudio y análisis de la identidad en el campo turístico

Desde su óptica analítica, el estudio de la identidad representa seguir una metodología orientada a lo cualitativo; es decir, observar y describir qué sucede en el entorno seleccionado, las relaciones entre sujetos, así como el vínculo entre el hombre, el ambiente y su cultura. Asimismo, las metodológicas tradicionalmente utilizadas optan por el análisis documental para conocer la historia del entorno que se desea estudiar, conocer los hechos o acontecimientos que han marcado el rumbo de los grupos que residen en esos sitios, así como los cambios ocurridos a lo largo del tiempo que reconoce la población local.

Las técnicas convencionales que estudian a la identidad se apoyan de la antropología para sustraer la esencia del fenómeno: observación participante, entrevistas e historias de vida, son algunas de las más utilizadas para este tipo de investigaciones, todas ellas apoyadas del trabajo de campo. Ello evidencia que métodos y técnicas no funcionan de manera aislada, por el contrario, cada uno complementa los resultados del otro para facilitar el análisis e interpretación de los resultados, enfatizando que las interpretaciones del investigador representan visiones subjetivas de la realidad.

La propuesta metodológica aquí presentada tiene como objetivo reconstruir identidades a partir del reconocimiento de las concepciones locales sobre el patrimonio cultural material e inmaterial de los destinos turísticos. El contenido de la figura 3 propone algunos indicadores orientados a contribuir al análisis del trinomio desde los estudios turísticos. Esta propuesta también sirve de base para el diseño de instrumentos de investigación como: entrevistas, encuestas y cuestionarios, entre otros.

Figura 3: Indicadores para el estudio del trinomio turismo, identidad y cultura⁹

Categoría	Subcategoría	Indicadores
Identidad	Memoria colectiva	<ul style="list-style-type: none"> • Transmisión intergeneracional de la historia • Reconocimiento de la historia local • Significado de los hechos históricos • Preservación del legado histórico
	Sentido de pertenencia	<ul style="list-style-type: none"> • Afinidad con el espacio geográfico y el grupo social • Objetivos y metas compartidos con el grupo • Asignación de roles y funciones al interior del grupo • Apropiación de los bienes culturales
	Reconocimiento social	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de rasgos que caracterizan el lugar y la población local • Distinción social • Asignación de etiquetas sociales • Comparación social
Turismo	Modelo turístico institucionalizado (público, social y privado)	<ul style="list-style-type: none"> • Injerencia de los organismos públicos, sociales y privados • Reconocimiento de los bienes culturales por parte de las instituciones sociales • Importancia histórica, social y cultural de los bienes culturales dentro del destino turístico • Función de los bienes culturales para el modelo turístico institucionalizado • Medidas de preservación del patrimonio cultural
Cultura	Patrimonio cultural material e inmaterial	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento del patrimonio cultural • Significado de los bienes culturales • Implementación del patrimonio cultural • Relevancia social del bagaje heredado

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de búsqueda, 2017.

Para el diseño de los instrumentos de investigación es necesario identificar categorías, subcategorías e indicadores del objeto de estudio, seguido de la perspectiva teórica o disciplinar desde donde se

deseo abordar el trabajo. En tal sentido, se detectaron tres principales aproximaciones metodológicas que han regido este tipo de estudios: la primera pretende retomar constructos previamente aplicados y/o consolidados; la segunda corresponde a la creación de nuevos instrumentos que se apeguen a las necesidades del estudio; la tercera se refiere a propuestas que adapten los instrumentos existentes, incorporando alguna otra contribución según lo exija la naturaleza del fenómeno.

6. Conclusiones

Las ciencias sociales han comenzado a integrar a su análisis, novedosos tópicos de interés científico, social y académico. En tal contexto, la disciplina turística exige conocer los alcances y repercusiones que esta actividad puede generar en la cultura y las identidades de las comunidades receptoras, ante lo cual los estudiosos en la materia tienen ante sí un reto complejo, pues sus aportaciones permitirán que esta disciplina avance para consolidarse junto a otras áreas del conocimiento.

La actual producción científica en ciencias humanísticas y sociales, pero en particular desde el turismo, no evidencia contribución alguna sobre cómo ha sido construida o abordada metodológicamente a la identidad. Pese a la existencia de trabajos que retoman esta categoría analítica, hacen reiterada referencia a los autores clásicos, sin hacer contribuciones significativas a la consolidación epistémica y ontológica de esta línea de investigación que retome a la cultura y a la identidad desde los estudios turísticos. Ello significa un vacío de conocimiento que va desde lo conceptual y lo teórico, hasta lo metodológico, por lo cual el propósito de esta propuesta es contribuir en tal sentido.

La importancia de abordar su estudio, radica entre otros aspectos en que al momento de que el ser humano crea una identidad al interior de un grupo, la aculturación y el contacto con culturas distintas a la suya no refiere una pérdida de identidad, sino una hibridación o transformación de la misma, asumiendo que las identidades son constructos que poseen un ciclo de vida (nacen, crecen, se reproducen y mueren) y permiten la organización de los grupos sociales. Por tanto, el turismo y otras disciplinas del área de ciencias sociales deberán sumar esfuerzos para documentar los procesos de transformación de las identidades, cuyo estudio y análisis son fundamentales para reforzar los sentidos de pertenencia, al mismo tiempo en que se reconoce la multiculturalidad de las sociedades del siglo XXI.

La identidad se manifiesta de múltiples formas y dimensiones, pues no existe un solo tipo de ella que exponga cómo debe de ser un sujeto o un grupo; por el contrario, este atributo se construye a partir de decisiones propias y negociables dentro de contextos específicos que expresan la multiculturalidad de las sociedades.

A pesar de que la literatura especializada en esta categoría no es abundante, los planteamientos teórico-conceptuales son lo suficientemente sustanciales para entender la complejidad de este tema que es vigente. Al mismo tiempo, dichos constructos sirven de fundamento científico para las investigaciones del presente y lo deseable es que también para las del futuro; sin embargo, es preciso consolidar nuevas líneas temáticas que enriquezcan y consoliden el bagaje de una disciplina en crecimiento.

La cultura y todo aquello que la integra (religión, costumbres, rituales, tradiciones) representa un conjunto de elementos caracterológicos que diferencian a un sujeto de otro, o a un grupo de otro. En este sentido, la identidad se entiende como un proceso inacabado que se moldea o transforma a partir de condicionantes psicológicas, sociales, culturales y geográficas.

La propuesta metodológica que concentra este documento permite redimensionar la identidad como paradigma cognitivo dentro de los estudios turísticos; su aportación concentra un modelo analítico que facilita conocer la dinámica estructural y funcional de las identidades, acentuando la reorganización, negociación y disputa de referentes que distinguen tanto a individuos como a grupos y/o colectivos. En este sentido, dicha propuesta fue diseñada para atender objetivos particulares de un proyecto de investigación; se espera que su uso y adaptación apoye el avance de líneas de investigación vinculadas al estudio del hombre y de la cultura, en cuyo marco la identidad es uno de los complejos temas a tratar.

Estudiar una categoría como la identidad desde la disciplina turística requiere emprender una nueva mirada analítica que vincule los estudios del hombre y la cultura (antropología, sociología y psicología) para atender los requerimientos que demanda un objeto de estudio tan complejo. Frente a este panorama es necesario incentivar el trabajo inter y transdisciplinario entre especialistas de estas ramas del conocimiento, lo cual aumentaría de forma considerable la producción científica orientada a la formulación de postulados teórico-metodológicos, así como la comprensión de este tema relativamente nuevo dentro del campo turístico.

Bibliografía

- Aguirre Baztán, Á. 1999. La identidad cultural. *Anthropologica. Revista de Etnopsicología y Etnopsiquiatría* 3: 1-77.
- Arenas, Y. 1997. Globalización e identidad latinoamericana. *Nueva Sociedad* 11 (3): 120-131.
- Aviña Cerecer, G. 2000. “Antropología, identificación e identidad cultural”. En Pérez Taylor, Rafael et al. *Aprender - comprender la antropología*, 45-66. México: CECSA.
- Bustos Cara, R. 2001. Identidad, turismo y territorios locales. La permanente construcción de valores territoriales. *Aportes y transferencias* 5 (1): 11-28. Disponible en <http://nulan.mdp.edu.ar/244/1/Apo2001a5v1pp11-28.pdf>
- Cabrera, D. 2004. “Imaginario social, comunicación e identidad colectiva”. En ponencia en el Diálogo: comunicación y diversidad cultural del “Forum Barcelona”. Universidad de Navarra. Disponible en http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/143_cabrera.pdf
- Canto Ortiz, J. y Moral Toranzo, F. 2005. El sí mismo desde la teoría de la identidad social. *Escritos de Psicología - Psychological Writings*, (7), 59-70. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=271020873006>
- Escobar, A. 2010. *Territorios de diferencia: Lugar, movimientos, vida, redes*. Colombia: Envión.
- Giménez, G. 1994. “Comunidades primordiales y modernización en México”. En *Modernización e identidades sociales*, 1-34. México: UNAM.
- Giménez, G. 2002. “La identidad: Una concepción relacional y situacional”. En *La sociedad mexicana frente al tercer milenio. Tomo III*. México: UNAM.
- Giménez, G. 2016. *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. México: Secretaría de la Cultura, Universidad Iberoamericana, ITESO, Universidad Veracruzana y Universidad de Guadalajara.
- González, M. 2010. La disolución de la categoría de identidad: la aproximación deconstructiva del pensamiento de Nancy Fraser. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, 10 (18), 65-74. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=100220339005>
- Grimson, A. 2011. *Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Hiraoka, J. 1996. “La identidad y su contexto dimensional”. En *Identidad: análisis y teoría, simbolismo, sociedades complejas, nacionalismo y etnicidad. III coloquio Paul Kirshhoff*, 38-50. México: IIA/UNAM.
- Hormigos Ruiz, J., & Oda Ángel, F. 2014. Identidades culturales en un mundo en movimiento. *Reflexiones desde la sociología. methaodos.revista de ciencias sociales*, 2 (2), 244-255. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441542972007>
- Larraín, J. 2001. *Identidad chilena*. Santiago: Lom Ediciones.
- Martínez, Irene. 2006. La identidad como problema social y sociológico. *Arbor. Ciencia, pensamiento y cultura*, 82 (722), 811-824.
- Melucci, Alberto. 1985. *Identità e azione collettiva, in: L. Balbo et alii, Complessità sociale e identità*, 150-163. Milán: Franco Angeli.
- Mercado Maldonado, A., & Hernández Oliva, A. 2010. El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 17 (53), 229-251. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10513135010>
- Molano L., O. 2006. La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial. *Territorios con identidad cultural*. 1-24.
- Molano L., O. 2007. Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, (7), 69-84. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500705>
- Obregón Rodríguez, M. 1999. Turismo: Globalización y creación de identidades locales. En *Memorias. Jornada Académica: Dimensión social del patrimonio cultural y natural del mundo maya*, 177-188. México: INAH.
- Pimentel, L. 2001. *El espacio en la ficción*. México: Siglo XXI.
- Piqueras Infante, A. 1996. *La identidad valenciana: La difícil construcción de una identidad colectiva (Vol. 5)*. Madrid: Escuela Libre Editorial.
- Pimentel, L. 2001. *El espacio en la ficción*. México: Siglo XXI.
- Ramírez Goicoechea, E. 2011. *Etnicidad, identidad y migraciones, teorías, conceptos y experiencias*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Reynosa Navarro, E. 2015. *Patrimonio cultural e identidad. Argumentos teóricos (Ensayo)*. Disponible en <https://people.safecreative.org/patrimonio-cultural-e-identidad-argumentos-teoricos/w1605207808696>

Notas

- ¹ Visibles y tangibles: conjunto de individuos que interactúan cara a cara dentro de espacios que se rigen por reglas socialmente construidas. Argumento planteado por el Dr. Gilberto Giménez (2017) en la cátedra “Debates teórico - metodológicos sobre la pareja conceptual cultura identidad” impartida en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).
- ² Elementos culturales propios de un grupo, entre los que se encuentran: etnohistoria, creencias, valores y normas, lengua, productos materiales y prácticas colectivas (Mercado y Hernández, 2010).
- ³ Invisibles e intangibles: conjunto de individuos que aun en ausencia de toda interacción con espacios próximos, experimentan un sentimiento de solidaridad (comunidades imaginadas). Argumento planteado por el Dr. Gilberto Giménez (2017) en la cátedra “Debates teórico - metodológicos sobre la pareja conceptual cultura identidad” impartida en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).
- ⁴ Argumento planteado por el Dr. Gilberto Giménez (2017) en la cátedra “Debates teórico - metodológicos sobre la pareja conceptual cultura identidad” impartida en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).
- ⁵ La identidad utiliza las representaciones patrimoniales como el conjunto de rasgos que distinguen el *baggage* sociocultural que posee un grupo frente a otro; mientras que el turismo se vale de los bienes culturales para generar expectativas dentro de un mercado que difunde y consume la autenticidad de las sociedades.
- ⁶ Postulados retomados de Melucci, 1997; Larraín, 2001; Giménez, 2017.
- ⁷ Es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones (Molano, 2007).
- ⁸ El patrimonio cultural está conformado por los bienes culturales que se encuentran en una región determinada y que presentan una importancia histórica, científica, simbólica, estética y natural. Es la herencia recibida por nuestros antepasados, que se expresa a través de testimonios, formas de vida, costumbres y creencias que encontramos día a día en el ámbito sociocultural (Reynosa, 2015).
- ⁹ El diseño de reactivos deberá adecuarse al propósito de cada investigación, atender el contexto particular del sitio elegido y de su población.

Recibido: 13/02/2018
Reenviado: 15/02/2019
Aceptado: 06/05/2019
Sometido a evaluación por pares anónimos