



## La Preservación de la Cultura Mexicana a Través de la Identidad

Nancy Raquel Ramírez Moreno  
Alumna de la Lic. En Administración de Recursos Turísticos. Universidad de  
Guanajuato  
Mónica Pérez Sánchez  
Asesora/Profesora adscrita al Departamento de Gestión y Dirección de  
Empresas. Universidad de Guanajuato

### Resumen

Este trabajo se realizó en la Ciudad de Guanajuato, capital del estado homónimo, ciudad Patrimonio de la Humanidad y de naturaleza turística, para conocer si es la identidad sirve como escudo para lograr la preservación de la cultura mexicana. La preservación de la cultura debe estudiarse, pues derivado de la interacción entre la sociedad guanajuatense como comunidad receptora del turismo internacional y los turistas extranjeros provenientes de los Estados Unidos, podrían generarse modificaciones en la cultura.

Para evitar cambios culturales en este trabajo se estudió como la identidad podría preservar la cultura mexicana, específicamente a nivel individual se observó cómo es que la identidad a través del orgullo y sentido de pertenencia protegen el quehacer cultural individual que luego en conjunto da lugar a la cultura mexicana. Se realizaron las siguientes acciones: revisión de la literatura relacionada a los constructos: cultura, cultura mexicana, identidad, para luego observarlos en el sector turístico de la ciudad de Guanajuato.



La investigación realizada es de corte cuantitativo, se aplicó una encuesta personal y auto administrada de manera virtual. Los resultados indicaron que la identidad sí permite la preservación de la cultura, al menos a nivel perceptual, la actividad turística no causa modificaciones.

## **Introducción**

En todo el mundo, la cultura e identidad de México es reconocida por su originalidad. Esta nación ocupa el cuarto país del mundo en mega diversidad según la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO, 2017), ocupa uno de los diez primeros lugares en densidad cultural. México es una nación mega cultural debido a la recepción de diversas culturas “de todos los puntos cardinales: del este de Asia, del oeste de Europa y del suroeste de África, sur, centro y norte de América” (Arizpe, 2011, p.70).

Suma a este entretrejido cultural, la ubicación geográfica, pues ésta determina las características del país, que a su vez influyen en el quehacer cotidiano de sus habitantes. En el Continente Americano, según INEGI y la Dirección General de Geografía y Medio Ambiente (2019) México tiene una superficie continental de 1,960,189 Km<sup>2</sup> con una zona económica exclusiva (incluyendo islas y mar territorial) de 3,149,920 Km<sup>2</sup>, su Plataforma continental de 10,570 km<sup>2</sup> se extiende en el Polígono Occidental del Golfo de México; por su territorio nacional de 5,120,679 km<sup>2</sup> ocupa 14° lugar a nivel mundial y 6° lugar a nivel continental.

La diversidad cultural en México es derivada de su historia pre-hispánica y ésta aún se conserva en ciertos sectores de la población. Sin embargo, esta diversidad cultural actualmente podría estar siendo influenciada, principalmente por Estados Unidos, determinada por tres características principales; la cercanía, el tratado comercial y por ser potencia industrial y tecnológica (Márquez, 2017). De aquí la preocupación de la conservación de



estadounidense como lo son la cultura europea, asiática y latinoamericana podrían provocar la pérdida de valores culturales, sociales, que propician el desvanecimiento de actitudes, tradiciones y costumbres (Pérez, 2004).

El decaimiento cultural se agudiza a través del consumo de la industria del espectáculo y musical con productos fílmicos, musicales, estéticos, alimenticios, entre otros (Egg, 2014), lo que provoca una imposición de vestimentas, formas de hablar, creencias, e incluso la adopción de festejos como: halloween, navidad con Santa Claus, el super bowl y entre otros. Además, según Jiménez (2015), las grandes franquicias como: McDonald's, Adidas, Coca-Cola, Walmart, 7-eleven, Subway, Domino's Pizza, Starbucks, Burger King, Kentucky Fried Chicken, Carl's Jr, Pizza Hut, etc. Influyen las formas de consumo a través de la distribución de sus productos en el país.

No sólo a través de consumo de productos se viven influencias, es posible que éstas también sean provocadas a través de la actividad turística. Nos referiremos ahora específicamente al Estado de Guanajuato, que cuenta con 853,677 habitantes (INEGI, 2014). La tasa media de crecimiento real anual del PIB es 2.5 (STPS, 2019). Al estado llegan visitantes internacionales cuyo objetivo de viaje varía entre ocio, negocios, descanso y visita a familiares; estos visitantes generan un gasto superior al turismo doméstico durante su estancia. Según el INEGI (mayo, 2019) el acumulado de visitantes internacionales que ingresaron al país fue de 9,236,744, que se distingue entre turistas y excursionistas, y cuyo arribo sucedió de la siguiente forma:

- Turistas de Internación: Por vía aérea se registraron 1,534,811 visitantes; Por vía terrestre 800,254.
- Turistas fronterizos: Peatones 807,496; En Automóviles 1,820,677.
- Excursionistas Fronterizos: Peatones 885,665; En automóviles 2,870,900.



Al referirnos a los visitantes de Guanajuato, éstos se pueden clasificar en turistas de carácter: nacional (71%), estatal (21%), y, turistas internacionales (8%), de los cuales 60% son mujeres y 40 % hombres, edad promedio 35 años, solo el 47 % con grado universitario. La mayor cantidad de llegadas se observan en el Aeropuerto Internacional de Guanajuato (93%), un menor número llega por el Aeropuerto Intercontinental de Querétaro (7%). Respecto al turismo internacional, los Estados Unidos ocupan el 1er lugar como mercado emisor (OTEG,2018).

Una vez observados los datos derivados de la actividad turística, se debe reflexionar sobre la preservación de la cultura, pese a esta actividad y sus tantas interacciones entre personas de distintas culturas.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Conocer la identidad y los cambios psicológicos y socioculturales que podría sufrir el residente de un área turística de la ciudad de Guanajuato.

### **Objetivos Específicos**

1. Estudiar la literatura relacionada a la cultura, específicamente la cultura en la ciudad de Guanajuato Capital, y, al concepto identidad.
2. Realizar un estudio cuantitativo que permita conocer si la identidad permite disminuir los efectos de culturas extranjeras sobre la cultura de la ciudad de Guanajuato Capital.
3. Analizar los resultados estadísticos para generar reflexión
4. Emitir comentarios e ideas que permitan confirmar si la identidad disminuye o anula las influencias en la cultura específicamente en la ciudad de Guanajuato Capital.



## **Justificación**

La actividad turística puede generar consecuencias sociales y culturales, tales como cambio en costumbres o festividades, lo que sutilmente modifica la cultura local, debido a las interacciones entre turistas extranjeros y la población residente. La preservación de las tradiciones y las costumbres, de la cultura, es imprescindible, sobre todo en temas relacionado al quehacer turístico, pues la cultura en sí se convierte en un producto único y genuino generador de afluencias turísticas. La preservación de la cultura es imprescindible para conservar la posición atractiva turística hablando. Se estudiarán la cultura, y la identidad, que al ser conceptos muy amplios deben estudiarse de forma individual para luego observarse en conjunto y su influencia mutua (Tubino, 2005), dentro del contexto de la nación.

## **Metodología**

Este trabajo es de carácter explorativo. La población objeto de estudio son los residentes de la ciudad de Guanajuato que tienen contacto con turistas extranjeros, quienes además cumplieron con los siguientes criterios: ciudadanos mexicanos mayores de edad, que viven o trabajan en áreas turísticas de la ciudad de Guanajuato. Se eligió Guanajuato por ser uno de los principales destinos turísticos del país; según datos acumulados de enero a abril del 2019, la derrama económica fue de \$24 mil 780 millones de pesos mexicanos, y se recibieron 385,912 visitantes internacionales (OTEG,2019).

Trabajo de corte cuantitativo a través de la aplicación de una encuesta, cuyos reactivos propuestos utilizan la escala de Likert de cinco puntos. Se optó por el muestreo aleatorio simple. La recogida de datos se llevó a cabo todos los días de la tercera y la cuarta semana de julio de 2019. La encuesta se aplicó de forma individual para conocer la identidad y los cambios psicológicos y socioculturales que podría sufrir el residente de un área turística de la ciudad de Guanajuato.



### Criterios para la aplicación de la encuesta

1. Mayores de edad
2. Ciudadanos mexicanos
3. Personas que viven dentro o alrededor de áreas turísticas
4. La encuesta será aplicada en la ciudad de Guanajuato, Guanajuato.
5. La aplicación de la encuesta se llevó a cabo en la tercera y cuarta semana del mes de julio. Se trató de que sea de lunes a lunes, ya que los fines de semana suele a ver demasiados turistas en los destinos turísticos y los encuestados requeridos para esta encuesta necesitan ser residentes de la ciudad.

### Resultados

Se obtuvieron 400 encuestas validadas. Participaron 60% mujeres y 40% hombres. El rango predominante de edad es entre 18 y 25 años (65.1%) seguido del rango 26 a 33 años (12.1%). La mayoría de los encuestados son estudiantes (56.1%) y empleados (31.3%). Del total de los encuestados 71.4% hablan un idioma adicional al español; sólo 12% de ellos señala viajar continuamente, mientras que 65% de los encuestados dice que, aunque no es de forma frecuente sí tienen la oportunidad de viajar al extranjero, lo que significa que en algún momento han intercambiado experiencias con personas de otras culturas.

La mayoría de los encuestados estuvieron de acuerdo de que la cultura es fundamental para formar a los individuos de una sociedad (84%). 49% de los encuestados han tenido alguna interacción con alguna persona de una cultura diferente a la suya, seguidos del 26% que tienen contacto con extranjeros constantemente. Esto demuestra que se ha realizado en el lugar donde habitan y no tanto cuando viajan. A partir de la interacción con una persona de una cultura diferente a la propia, los encuestados pocas veces llegan a adoptar alguna costumbre o tradición de otro país de manera individual, es decir, fortalece su identidad, aunque es un hecho que en



se llega a practicar tradiciones de otros países (34% ocasionalmente y 30% casi nunca, y 26% nunca).

En algún momento los encuestados han sido influenciados por interactuar con una persona de una cultura diferente a la suya, su forma de pensar y sus valores cambia Ocasionalmente 43%, nunca 25%. Se observó influencia sobre los encuestados: 40.9% en la forma de pensar, 21.9% en la comida, 18.1 en la forma de hablar, 21.1% en la vestimenta. No obstante, a pesar de que México como destino turístico es visitado por extranjeros no se han percibido cambios en la cultura, de manera genérica la identidad sigue intacta, ya que adoptar tradiciones externas, no es perder identidad propia.

México ha perdido parte de sus costumbres y tradiciones por estar en contacto con otras culturas; 28% de los encuestados está de acuerdo, 33% mantiene una postura neutral, 25% en desacuerdo; los encuestados están conscientes respecto a los cambios culturales en el país, al momento en que personas de otros países visitan el territorio.

Guanajuato, como destinos turísticos ha sufrido también algún tipo de cambio en su cultura: 42% de acuerdo, 31% neutral, 16% en desacuerdo. Los encuestados han notado cambios tanto en la práctica de costumbres y de tradiciones, por la interacción y llegada de turistas internacionales. Consideran que estos cambios se deben a la diversidad cultural: 43.9% sí, 39.3 tal vez, 16.8% no. Los cambios observados son considerados como positivos (83.1%), son percibidos como negativos por 16% de los encuestados.

La cultura cree de mayor influencia sobre México es la norteamericana (87%), europea (8%), asiática (4%). La cultura norteamericana es la que tiene más 52.1% refuerza su identidad étnica, es decir, practica las tradiciones de su lugar de origen 27.4% algunas veces, mientras que 20.5%



Además, 65% se considera una persona algo de influenciar por otras culturas, mientras que 28.5% opina que es difícil de influenciar. Cada individuo es diferente y decide que adoptar de su interacción con una persona de una cultura diferente a la suya. La mayoría de los encuestados opinan que México no podría perder su formación cultural, pues sus costumbres y tradiciones son tan fuertes, que creen poco probable que se pierda la cultura, la identidad juega un papel importante, ya que, gracias a ella, la preservación de la cultura es realmente notoria, puesto que, sin una identidad definida, la preservación no podría ser posible.

Al ser Estados Unidos es el país más cercano a México, 75.8% considera que integramos más fácilmente su cultura, 15.3% opina que tal vez sea cierto, mientras que 8.8% está en desacuerdo. Esto puede ser por la publicidad y programas de entretenimiento, entre otros, importados de la cultura norteamericana. La influencia norteamericana sobre la cultura mexicana destaca en: la forma de consumir (50.2%), en la vestimenta (18.6%), en la forma de pensar (13%), en la comida (9.8%), en la forma de hablar (8.4%). la influencia norteamericana tiene el mayor efecto en la forma de consumir que en otros aspectos.

En sentido opuesto, la cultura mexicana llega a influenciar a otras culturas, 73.5% sí, 23.3% tal vez y una mínima parte dice no la mayoría de los encuestados están de acuerdo de que México llega a ser un país que influye a otros. Esto por ser un país rico en cultura y además llamativo turísticamente para los extranjeros. La influencia sobre otras culturas, según los encuestados: 54% en la comida, ya que la gastronomía es un factor representativo de la cultura mexicana; 30.2% señalan todas las alternativas: comida, vestimenta, pensamiento, consumo, 7% dice en la vestimenta. México es un país cultural que puede influir a otros países.





## Conclusiones

Al observar los resultados conocimos la perspectiva de los habitantes de Guanajuato Capital y su opinión acerca de lo que puede tener un destino turístico. Los perfiles predominantes fueron estudiantes y empleados, quienes viajan ocasionalmente a otro destino, sea en el ámbito nacional o internacional; los entrevistados mostraron consciencia respecto al turismo, la cultura propia y las diferentes culturas que visitan la ciudad. La cultura es parte fundamental para la conformación de una sociedad y es la integración de un producto atractivo para culturas diferentes. Las otras culturas, predominantemente la estadounidense, ha modificado la forma de pensar de los habitantes de zonas turísticas, sus valores, lo cual se refleja en sus cambios en forma de actuar, su postura de acuerdo al medio ambiente y al trato de las demás personas.

Los residentes guanajuatenses se consideran en un rango intermedio de vulnerabilidad ante los cambios e influencias que otras culturas pudieran tener sobre la suya, además creen firmemente que México no perderá totalmente su cultura, la identidad mexicana es fuerte y sus raíces están bien arraigadas, por lo que la sociedad guanajuatense conservará de manera general su cultura.

La cultura norteamericana es la que más ha afectado en la ciudad de Guanajuato y lo haya hecho afectando elementos individuales que hasta ahora son percibidos como positivos. En sentido opuesto, se debe reconocer que la cultura mexicana al ser una de las más populares si han afectado a otras culturas y que lo hacen en la comida donde lo podemos confirmar con las amplias fusiones que ha tenido la comida mexicana en otros países.

Como conclusión general podemos afirmar que la cultura norteamericana ha sido la cultura que más influencia ha tenido en México y Guanajuato por diversas razones como su cercanía con el país, su posición como potencia mundial y el interés que ha tenido ese país para visitar el nuestro, influencia que de manera general es bien aceptada por los residentes de Guanajuato,



diversas razones como su cercanía con el país, su posición como potencia mundial y el interés que ha tenido ese país para visitar el nuestro, influencia que de manera general es bien aceptada por los residentes de Guanajuato, aceptan bien los cambios que perciben, los aceptan como efectos de la interculturalidad generada por el turismo, conscientes de ello tienen firme convicción de que México nunca perderá su formación cultural por estas interacciones. Cabe destacar entonces la importancia de la identidad como elemento individual de reconocimiento que, en suma, dan lugar a la identidad nacional con sus matices y demás. Como se mencionó anteriormente, la preservación de la cultura no sería posible sin identidad ya que esta es única y específica diferenciándola de las demás, y sin ella no estaría bien definida ni estructurada, desbordándose y mezclándose fácilmente sin rasgos definidos.

## Referencias

- Arizpe, L. (2013). *Mexicanos en la era global*. Revista de la universidad (UNAM), 70-81.
- CONABIO (2017), *Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad*. “Ocupa México el cuarto lugar mundial en megadiversidad” Publicado en la Jornada en la Ciencia el 20 de Mayo de 2017. Obtenido de:  
<http://ciencias.jornada.com.mx/2017/05/20/ocupa-mexico-cuarto-lugar-mundial-en-megadiversidad-509.html>
- Egg, E. (2014). *El proceso de globalización en la cultura*. Obtenido de <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf13/articulo14.pdf>
- INEGI. (2015). *INEGI Encuesta Intercensal*. Obtenido de <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/habitantes.aspx?tema=P>
- Jiménez, I. (6 de Noviembre de 2015). *FORBES*. *Recuperado el 4 de Agosto de 2018, de*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/las-15-mejores-franquicias-en-mexico/>
- Márquez, L. (2017). *México frente a la globalización: políticas audiovisuales para promover y proteger su diversidad cultural*, publicado el 27 de Abril de 2017). Obtenido de:  
[https://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/quaderns\\_cac/Q14marquez\\_ES.pdf](https://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q14marquez_ES.pdf)
- Observatorio Turístico (2018). Guanajuato capital Perfil del Visitante. Obtenido de:  
[http://www.observatorioturistico.org/publicaciones/ver\\_todos/6](http://www.observatorioturistico.org/publicaciones/ver_todos/6)



- Pérez, C. (2004). La muerte de las culturas locales y el renacimiento de las culturas políticas. *El cotidiano*, 20(127), 40-45.
- Tubino, F. (2005). La interculturalidad crítica como proyecto ético-político. *Encuentro continental de educadores agustinos*, 24-28.