

IDENTIDAD TERRITORIAL Y NUEVAS MOVILIDADES TURÍSTICAS

*Mayra Antonieta Sandoval Quintero**

Palabras clave: Interculturalidad; Economía rural; Desarrollo comunitario; Cultura; Turismo rural.

Resumen

El turismo rural aprovecha el patrimonio cultural y el patrimonio natural para su desarrollo. Las tradiciones, danzas y música son símbolos culturales que propician el retorno temporal de la población, esto funciona para la movilidad de visitantes en zonas rurales. El objetivo de esta investigación fue contrastar la teoría de la identidad territorial, planteada por Giménez, con la complejidad sistémica de la realidad rural Latinoamericana desde la mirada del turismo. El enfoque sociocultural ayudó a responder la construcción identitaria, de la cual el turismo hace uso, y que, en algunos casos, es cuestionado por la mercantilización del territorio.

Abstract

Rural tourism takes advantage of cultural heritage and natural heritage for its development. Traditions, dances and music are cultural symbols that promote the temporary return of the population, this works for the mobility of visitors to rural areas. The objective of this research was to contrast the theory of territorial identity, proposed by Giménez, with the systemic complexity of the Latinoamerican rural reality from the perspective of rural tourism. The socio-cultural approach helped to respond to the identity construction, which tourism makes use of, and which, in some cases, is questioned by the commercialization of the territory.

Introducción

Soloaga et al. (2021) abordan el concepto de espacios rurales lejos de la dicotomía del número de habitantes y la presencia del productivismo agrario de Latinoamérica. A lo cual integran la caracterización de un espacio territorial complejo, donde la pluralidad en actividades laborales esta presente. La diversidad de fuentes de

* Investigadora en formación en el Instituto Universitario de Investigación en Estudios Latinoamericanos IELAT-UAH, (España). Maestría en Ciencias en Socioeconomía, Estadística e Informática – Desarrollo Rural. Licenciatura en Turismo por la Universidad Autónoma del Estado de México (México). Diplomado en Patrimonio y Cultura por el Instituto Nacional de Antropología e Historia. mayrasq@hotmail.com



ingresos agudiza la interacción e “interdependencia” entre la urbe y lo rural, dando certeza de una brecha divisoria, tan mimetizada en ambos territorios, que encuentran en sus propias variables interacciones de un espacio en constante movimiento.

La idea de la nueva ruralidad Latinoamericana, como paradigma de análisis complejo, considera el régimen de la globalización neoliberal del modelo económico que categoriza al espacio rural desde la revalorización de su propia estructura del comunitarismo. La configuración espacial tiende a responder a las condiciones de vida, en donde, el productivismo agrícola rige a la población en su organización tradicional. El aprovechamiento del espacio se liga a la valoración de los recursos naturales y culturales, lo que resulta en la implementación asistida (estado o comunitario) de actividades de conservación adicionales a las agropecuarias (Palafox y Martínez, 2015).

Dentro de las actividades económicas complementarias a las tradicionales, el turismo se desarrolla en la ruralidad, donde, a diferencia del turismo convencional, aprovecha el patrimonio cultural (tangible e intangible) por medio de potencializar el valor simbólico ya atribuido por la misma población; esto último para impulsar atractivos que generen el interés en los turistas. A partir de este punto, los paradigmas debaten desde dos extremos para las poblaciones rurales: la conservación y la generación de empleos agregados que aprovechan su espacio; y la mercantilización y el despojo de un territorio confeccionado por el patrimonio (Ávila, 2015; Sandoval et al, 2017).

En Latinoamérica, el turismo se ha desarrollado en el medio rural con un fuerte impulso en los últimos años, esto respaldado en los planes y acciones de la política que busca incidir en las problemáticas de pobreza, marginación y ordenamiento territorial (Palafox y Martínez, 2015; Sandoval et al, 2017). El principal objetivo de fomentar el turismo en espacios rurales, por las acciones gubernamentales, tiene un enfoque meramente economicista a través de incentivar el uso territorial aledaño a las ciudades; lo que resulta en una cara distinta al positivismo rural desde el sector de los servicios que encuentra cabida en la formulación de proyectos turísticos en el campo Latinoamericano.

El presente artículo se compone de antecedentes, problemática, resultados y conclusiones de un análisis sociocultural que busca responder a la idea de como el



turismo rural interviene en la construcción identitaria. Se plantea la problemática desde el concepto de las nuevas movilidades. Con lo cual, se busca ir más allá de la mercantilización del territorio contextualizado por el aprovechamiento del patrimonio cultural y natural para el desarrollo turístico. Para alcanzar el objetivo de esta investigación se contrastaron los supuestos antes demarcados con la teoría de la identidad territorial, planteada por Giménez (1996). Este texto da las primeras pinceladas de una realidad en constante cambio tras las emergentes consecuencias de la pandemia por el COVID-19.

Desarrollo

Antecedentes

El territorio debe ser entendido desde el imaginario del conocimiento de la realidad pre-existente, en donde se involucra la práctica humana que concibe al espacio original con todos los elementos que constituyen el desarrollo de una persona (Giménez, 1999). Al comprender al territorio como un todo de lo material e inmaterial, de lo cultural y lo natural, y de lo presente y pasado, se responde a la realidad compleja de lo que rodea a la población. Por lo tanto, el territorio es comprendido como una zona donde se producen sistemas de subsistencia humana que se rige por simbolismos de apropiación y valorización del espacio.

Desde esa postura, Giménez (1996) cuestiona la estructura funcional que precisaba al territorio como área olvidada por los movimientos poblacionales, como es el caso de la ruralidad en la Unión Europea. En otras palabras, Giménez planea que términos como el nacionalismo patrio, el apego, el localismo y el regionalismo son obsoletos ante una globalización inminente. Para sustentar la teoría, el autor demarca tres aristas que re conceptualizan el territorio desde una disrupción: clarificación del territorio y cultura; confrontación del pensamiento desarrollista territorial; y precisión de la desterritorialización de la cultura como punto para redescubrir el territorio.

El concepto del territorio pasa de solo contemplar el paisaje en lo geopolítico a incluir la funcionalidad, las relaciones y redes poblacionales, lo administrativo, lo ecológico, lo afectivo y lo simbólico. La percepción del territorio deja de lado la unidimensión espacial, para contemplar la dimensión cultural que repiensa a la cultura como un elemento estático, lo que da como resultado un fenómeno en movimiento que



deja de encontrarse en un tiempo y espacio determinado (Giménez, 1996; 1999). Es decir, la cultura no tiene fronteras, son las personas quienes plasman su realidad en cualquier lugar en el que se encuentran.

La identidad territorial se configura de la comunicación de conocimientos y creencias que constituyen a una población como un sistema que se rige por valores indisociables de una visión construida del mundo. Esta última responde a la memoria del territorio, imaginario que se transforma con la globalización y el intercambio cultural entre personas y territorios, ya sea por proximidad o migración. Giménez (1999) señala a los pueblos, las ciudades y las provincias como sitios que, por su cercanía, tienden a mimetizar la diferencia identitaria debido al desvanecimiento del límite geopolítico que separa la globalización cultural.

La desterritorialización física, producto de los desplazamientos entre un territorio y otro, crea procesos de apropiación en los que la memoria juega un papel importante de apego afectivo y de pertenencia socio-territorial que se agudizan con el cambio espacial (Giménez, 1999). Dichos procesos sostienen la construcción de un territorio que identifica a una persona por medio del imaginario, dando como resultado la inexistencia de la desterritorialización identitaria. La memoria es construida por lo inmaterial y lo material, creando simbolismos que generan lazos a distancia, lo que impulsa el retorno poblacional al lugar de origen, ya sea temporal o permanente.

La movilidad poblacional caracteriza la constante física de un espacio geográfico. Esta actividad es una necesidad básica de las personas, consiste en el desplazamiento con distinto propósito, temporalidad y distancia de un punto a otro (Obregón y Betanzo, 2015). Actualmente, la principal movilidad poblacional se da de los espacios rurales a las urbes (ya sea regional, nacional o internacional) con el objetivo de tener acceso a mayores oportunidades de desarrollo económico, de salud, de educación y de vivienda.

Problemática

Las movilidades rurales son definidas como la acción que realiza una persona en una dimensión espacio-temporal, respondiendo al desplazamiento de un origen a un destino específico. La posibilidad de acceder a los territorios rurales para alquilar casas de descanso, contemplar paisajes distintos a los propios, tener contacto con elementos



bioculturales o por el goce hedonista (Obregón, 2018). El movimiento de turistas y visitantes a los espacios rurales genera derrama de divisas a las poblaciones locales, quienes aprovechan sus recursos para la elaboración de productos turísticos que ofertan.

Las movilidades rurales, con fines turísticos, tienen en gran parte procedencia de zonas de proximidad, a lo cual Cañada (2020) demarca como la transformación actual del turismo. En donde, la vulnerabilidad del sistema turístico vuelve a quedar expuesta al fenómeno social cambiante y que encuentra en los “viajes rápidos” la posibilidad del disfrute y contacto con el medio. Otra parte de las movilidades rurales turísticas es la población de retorno, quienes reafirman su identidad cultural asistiendo a festividades, buscan reencontrarse con sus raíces en el descanso o crean redes de su memoria comunitaria al disfrutar del territorio (Sandoval et al, 2021).

Tras el parón abrupto del turismo en el año 2020, producto de la pandemia del COVID-19, se plantea a las nuevas movilidades turísticas de proximidad como las que volverán a reactivar al turismo (Cañada, 2020). Lo que denota la gran capacidad regenerativa de un fenómeno que ha pasado por diversas olas o *booms* a lo largo de la historia. Las empresas de turismo rural, en su mayoría PyMes y de carácter comunitario, tras un año de complicaciones y sobrevivencia, serán las principales captadoras del turismo nacional (Sandoval et al, 2021). La tendencia del disfrute turístico en lugares apartados para evitar posibles contagios por el SARS-CoV2 puede ser una alternativa turística de proximidad territorial y por el retorno poblacional.

Resultado del análisis

En las líneas anteriores se encuentra la conexión de la identidad territorial con el espacio rural. Es la complejidad de la ruralidad la que sustenta la teoría de Giménez (1996), en donde las movilidades poblacionales son confeccionadas por diversos elementos que se crean en un plano que integra lo material y lo inmaterial. Cuando se promueve el movimiento de poblaciones como producto de la globalización, sin perder su propia identidad territorial, podemos encontrar las movilidades turísticas, tanto de proximidad como de retorno pese a la homogeneización cultural fomentada por los gobiernos.

En la movilidad por retorno es donde podemos contrastar la singularidad de la identidad territorial teorizada por Giménez (1996), donde la complejidad sistémica de la



realidad rural de Latinoamérica puede concentrar puntos de análisis. La construcción identitaria, como producto turístico, se vuelve atractiva para motivar el desplazamiento de turistas o visitantes. Sin embargo, es la población que migró del punto de origen la que tiende a regresar para vivir desde fuera parte de los elementos de la identidad que le reconstruyen.

Como lo señala Giménez, la globalización erosiona la identidad de las comunidades, en donde los imaginarios territoriales se desgastan por los intentos nacionalistas de la homogeneización espacial. La construcción cultural ingiere en las esferas económicas, políticas y sociales. Por otro lado, el renacimiento de lo local como resultado de la identidad territorial puede hacer frente a los impulsos globalizadores que se desprenden del turismo. La construcción de nuevos imaginarios desde la comunidad revaloriza las tradiciones locales, las cuales son aprovechadas por el turismo por su singularidad.

La participación activa desde lo comunitario es fundamental en la identidad territorial que encuentra en las movilidades turísticas una posibilidad económica. Los impactos socioculturales negativos para la identidad territorial siguen siendo los mismos a los que se enfrenta cualquier población que integra el turismo a sus actividades. La posibilidad de la pérdida de la identidad local como consecuencia de las culturas de los turistas, así como de las nuevas tradiciones traídas por la población de retorno, son peligros latentes en la transformación identitaria. Por lo cual, no se debe olvidar que la identidad territorial se encuentra en constante movimiento y cambio.

Conclusión

El turismo en el medio rural moviliza a diversas personas, ya sean turistas, propios locales o personas de retorno, quienes también generan un gasto económico a la población y quienes hacen uso de la estructura de restauración, hospedaje y actividades turísticas. La dinamización de la cultura puede contribuir a la conservación del patrimonio natural y cultural, así como a la revalorización de los espacios por la misma población local. Por otro lado, la integración participativa de la población de retorno refuerza los lazos imaginarios de un territorio en constante cambio y reconstrucción.

Es aquí donde podemos encontrar la relación entre turismo e identidad territorial



que se reconstruye con la memoria, en donde se resguardan elementos atemporales y sin espacio real, pero que promueven las movilidades turísticas. Las estrategias para impulsar el turismo rural pueden concentrarse a través de la promoción de sentimientos que reafirmen la identidad territorial y, para los turistas externos a la población receptora, puede crear emociones donde se intercambia la identidad de dos territorios distintos reconfigurando y enriqueciendo la propia identidad territorial de los turistas.

La fragmentación de la lógica identitaria para un aprendizaje puede ser la alternativa a la tan señalada mercantilización de la cultura en función del turismo. Así mismo, el fortalecimiento identitario del propio territorio cultural puede hacer frente a la venta y despojo del espacio geográfico, tácticas de las que se hacen valer empresas transnacionales que encuentran en el turismo una actividad económica invasiva y con posibilidades de sobre explotación. El reforzamiento de la identidad territorial tiene el objetivo de responder a los intereses colectivos, para hacer frente a la opción economicista, depredadora y aniquiladora de los territorios culturales.

Fuentes consultadas

- Ávila Romero, A. Análisis del Turismo alternativo en comunidades indígenas de Chiapas, México. *Études caribéennes*, 31-32. 2015.
- Cañada, E. Turismos de proximidad, un plural en disputa. (2020). En línea en: <http://www.albasud.org/noticia/1236/turismos-de-proximidad-un-plural-en-disputa>
- Giménez, G. Territorio y cultura. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 2(4), 9-30. 1996.
- Giménez, G. Territorio, cultura e identidades. La región socio-cultural. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 5(9), 25-57. 1999.
- Obregón Biosca, S. A. Características de movilidad de la población residente entre el medio urbano y rural de una zona metropolitana. *Economía, sociedad y territorio*, 24(97), 145-172. 2018.
- Obregón Biosca, S. A. Betanzo Quezada, E. Análisis de la movilidad urbana de una



ciudad media mexicana, caso de estudio: Santiago de Querétaro. *Economía, sociedad y territorio*, 15(47), 61-98. 2015.

Palafox Muñoz, A. y María Martínez Perezchica. Turismo y Nueva Ruralidad: Camino a la sustentabilidad social. *Letras Verdes. Revista latinoamericana de estudios socioambientales*, 18, 137-158. 2015.

Sandoval Quintero, M. A. Pimentel Aguilar, S. Pérez Vázquez, A., Escalona Maurice, M. J. Sancho Comíns, J. El turismo rural en México: una aproximación conceptual al debate suscitado sobre las políticas públicas desarrolladas, la irrupción de agentes externos y las nuevas metodologías de acción endógena y participativa. *Estudios Geográficos*, 78(282), 373-382. 2017.

Sandoval Quintero, M. A. Sancho Comíns, J. Escalona Maurice, M. J. Pimentel Aguilar, S. Pérez Vázquez, A. Festividades como estimulantes del turismo rural en España y México. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(3), 722-744. 2021.

Soloaga, I. Plassot, T. Reyes, M. *Caracterización de los espacios rurale en México a partir de estadísticas nacionales*. Ciudad de México: CEPAL, 2021.