

Turismo e Identidad en Iberoamérica: Estado del Arte desde los Estudios Turísticos

Tourism and Identity in Ibero-America: State of Art from Tourism Studies

LUIS ANGEL SOTO DE ANDA¹, GRACIELA CRUZ JIMÉNEZ²

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v9i4p569>

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo exponer a través de un estado del arte las aportaciones y limitaciones de trabajos especializados en materia de turismo e identidad. Engloba un estudio bibliométrico sobre la producción científica en revistas Iberoamericanas entre 2000 y 2016. La base metodológica del estudio se desarrolla a partir de un análisis documental de literatura especializada. Entre los principales hallazgos destaca que Brasil y España encabezan la lista de países con mayor número de artículos publicados en revistas iberoamericanas indizadas en DOAJ, SciELO y Redalyc. Se concluye que las aportaciones académicas y científicas alrededor del binomio ‘turismo-identidad’ son limitadas, lo cual abre la posibilidad de retomar estudios turísticos y culturales para consolidar una línea de investigación con variables correlacionales y no independientes.

PALABRAS CLAVE

Turismo. Identidad. Iberoamérica.

¹ **Luis Angel Soto de Anda** - Maestrante en Estudios Turísticos, Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, Estado de México, México. Currículo: <http://uaemex.academia.edu/LuisAngelSotodeAnda>. E-mal: angel.s.k@hotmail.com

² **Graciela Cruz Jiménez** – Doctora. Profesora investigadora de la Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, Estado de México, México. Integrante del Consejo editorial Revista El Periplo sustentable. Currículo: http://web.uaemex.mx/cietur/nucleo_academico_maestria/graciela_cruz_jimenez_uaemex.html e https://www.researchgate.net/profile/Graciela_Jimenez2. E-mal: gracicj@hotmail.com



ABSTRACT

The articles objective is to expose through an art perspective, the contributions and limitations on tourism and identity specialized written works. Cover a gap in bibliometric study about scientific production in iberoamerican magazines between 2000 and 2016. Methodology fundament of this investigation is developed from documentary analysis from a specialized literature. Just to mention some of the principal findings, Brazil and Spain are on the top of the list of countries which have more number of published articles in iberoamerican professional magazines, e.g. DOAJ, ScELO and Redalyc. We can conclude that academic and scientific contributions around 'tourism-identity' binomial are limited and created the possibility to retake touristic and cultural studies to consolidate an investigation line with relation and dependent variables.

KEYWORDS

Tourism. Identity. Iberoamerica.

INTRODUCCIÓN

Este artículo se fundamenta en la identidad, entendiéndola como un elemento de la cultura que permite distinguir a individuos y grupos mediante características forjadas en contextos históricos y sociales únicos; donde la cultura y la identidad se transforman de manera constante a partir del contacto intercultural que promueven entre otros factores la migración, los medios de comunicación y el turismo.

La historia de la humanidad se ha desarrollado en contextos diversos; los grupos sociales se han conformado a lo largo del tiempo con base en referentes comunes, por lo que no es válido sostener que algunas culturas son mejores que otras; más bien son culturas diferentes que construyen su historia a base de esfuerzo y lucha, una lucha que ha sido peleada por muchos ante la imposición de la unicidad por parte de los países occidentales [caso latinoamericano]. Kravzov (2003) asume que la vía más rápida y eficaz de imponerse ha sido la aniquilación del otro, ejemplo de ello es la colonización de gran parte de América Latina, donde existió una imposición religiosa que provocó el exterminio de culturas vírgenes, desencadenando un sincretismo que fusionó las peculiaridades de cada grupo, dando paso a nuevas y complejas formas de ver y entender al hombre y las colectividades.

La Segunda Guerra Mundial [1939-1945] y la Guerra Fría [1945-1985] desencadenaron una crisis de identidad a partir de conflictos que conformaron un nuevo sistema que afectó principalmente a los países en desarrollo, derivado de la disolución de elementos tradicionales que fueron suplidos por la modernización, diluyendo identidades políticas y religiosas para proliferar la unificación ideológica de los grupos sociales de aquella época. Actualmente fenómenos como la migración, la globalización y el turismo han permitido la interacción entre grupos, potencializando la fluctuación



de rasgos culturales y complejizando la manera de estudiar y entender las identidades. García (2016) se refirió en su momento a culturas híbridas, pues aseguraba que los grupos sociales se encontraban en un proceso de cambio en estructuras y prácticas que alteraban la forma de concebir a la cultura y a la identidad, resultado de procesos migratorios, turísticos y de intercambio económico o comunicacional.

La complejidad que rodea a este último concepto reside en el dinamismo social, pues la identidad es parte de la cultura y por ende del ser humano; es decir, *no existe cultura sin sujeto, ni sujeto sin cultura* (Giménez, 2005), refiriendo a que la identidad, ya sea como individuo o como parte de un colectivo, se genera a partir de un constructo histórico que constituye una autoconcepción cultural a través del tiempo y del espacio.

El estudio de la identidad como categoría ha ganado un nicho importante en las últimas décadas entre las ciencias sociales; Antropología, Sociología, Psicología y Política, son algunas disciplinas que han emprendido el difícil reto de estudiar la complejidad de esa categoría multidimensional, que ante dicha característica ha sido analizada desde una perspectiva inter y multidisciplinaria. Al mismo tiempo, la comunidad científica ha realizado estudios de corte positivista [cuantitativo], fenomenológico [cualitativo] y crítico [reflexivo], cuyo bagaje teórico, técnico y metodológico ha tenido que sufrir una serie de modificaciones, con el propósito de capturar la esencia de la identidad desde sus distintos planos, entre ellos el turístico.

Restrepo (2007) plantea la posibilidad de formular acercamientos epistémicos que observen y analicen a la identidad desde las siguientes teorías sociales contemporáneas: postestructuralismo, teoría feminista, teoría poscolonial y teoría *queer*. Por otro lado, en los estudios transdisciplinarios figuran enfoques desde estudios culturales, étnicos, de género y de subalternidad. Con relación a ello, Briones (2007) asegura que la etnografía ha llenado los huecos teóricos en torno al análisis de la identidad y refiere que: “Si en definitiva ninguna teoría logra agotar lo que las etnografías nos pueden enseñar o hacer pensar, parece que para calibrar entonces nuestros campos de visión antropológicos es mejor apostar a la performatividad de las etnografías que a la de las teorías” (p.78). A pesar que la identidad ha sido objeto de análisis desde teorías y metodologías diversas, su estudio desde la óptica turística ha sido limitado, a pesar del indiscutible vínculo entre ambas categorías. Escasos especialistas han realizado aportaciones significativas al estudio de la identidad en el contexto turístico, ya sea como un indicador o detonador de la fluctuación de identidades en contextos donde esta actividad repercute sobre las concepciones individuales y colectivas de pertenencia a un destino turístico determinado.

Este artículo representa una aproximación inicial a la investigación ‘*Turismo en San Miguel de Allende, México. Un análisis de la identidad en el contexto de la globalización*’, en la cual está basada su contenido. Este primer acercamiento consistió en identificar la producción científica en torno al binomio turismo-identidad, a fin de fortalecer el objeto de estudio; de ahí el interés por las aportaciones en el tema, quiénes lo han abordado y bajo qué enfoques. Con base en ello se

evidencian en primera instancia los alcances y limitantes de la producción científica; de igual manera, esta revisión puede servir de base a estudios de corte similar que actualicen o discutan respecto a lo planteado en el presente estado del arte. Para atender el propósito de este documento, el primer apartado corresponde al constructo metodológico de selección y evaluación del universo de estudio; el segundo al estudio bibliométrico sobre el binomio desde los trabajos iberoamericanos; el tercer apartado presenta la compilación de publicaciones, sus generalidades y particularidades en torno a cómo han abordado el tema del turismo y la identidad en este contexto geográfico. Finalmente, se formula una serie de argumentos y propuestas respecto a las tendencias temáticas y posibles líneas de investigación emergentes en relación al turismo y a la identidad.

CONSTRUCTO METODOLÓGICO: SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DEL UNIVERSO DE ESTUDIO

El presente estado del arte retoma los artículos publicados en revistas indizadas de los 22 países que conforman Iberoamérica. Según la Real Academia Española [RAE] esta región se encuentra conformada por un bloque de naciones que comprende 22 países de dos continentes, 20 pertenecientes al americano y dos al europeo. De ahí que el análisis haya incluido textos en español y portugués; el primer idioma tiene mayor presencia respecto al número de hablantes de lengua portuguesa. En cuanto a producción científica, el inglés se ha convertido en el idioma por excelencia para la publicación de artículos especializados; por esta razón, la búsqueda incluyó documentos publicados en esa lengua; además, algunas revistas aceptan contribuciones en español, portugués o inglés.

Asimismo este análisis se nutrió de 43 materiales [41 artículos, un ensayo y una entrevista] contenidos en el Directory of Open Access Journals [DOAJ], la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal [REDALYC] y, el Scientific Electronic Library Online [SciELO]. Esta selección de repositorios obedeció a que los tres son de acceso abierto (open access) y concentran un significativo número de revistas iberoamericanas de consulta abierta y descarga gratuita. DOAJ cuenta con un número mayor de revistas registradas en su repositorio con 9,448; SciELO, 1249 y, Redalyc, 1200. Una vez definidos estos aspectos, se realizó la búsqueda de artículos en los tres repositorios mediante las palabras clave <turismo e identidad> [español]; <turismo e identidade> [portugués] y <tourism and identity> [inglés]. Un primer criterio fue que ambos términos, sin importar el orden en que apareciera, estuvieran reflejados en el título del artículo; otro fue que se ajustaran a los criterios temporales, y un tercer criterio fue la delimitación geográfica; en cada uno de ellos se fue realizando la depuración correspondiente.

Metodológicamente esta investigación se apoyó del método de análisis documental, que consistió en revisar los artículos de manera sistemática e integradora mediante un enfoque cualitativo que identificara en su contenido las siguientes variables: objetivo, metodología, enfoque teórico,



resultados y aportaciones, que en su conjunto permitieran develar la forma en que ha sido abordada la identidad desde los estudios turísticos. Con base en ello se realizó un estudio bibliométrico como se describe en el siguiente apartado, que incluyó la selección de documentos, prioritariamente artículos de distintos campos disciplinares [Antropología, Sociológica, Política, Mercadotecnia, Educación, Economía, entre otros].

Como parte de dicho estudio, las contribuciones de la comunidad científica fueron objeto de una cuidadosa depuración a fin de que las seleccionadas atendieran los propósitos de la investigación respecto a incluir al binomio de interés y haber sido publicadas en el periodo de estudio en alguna revista iberoamericana contenida en los tres repositorios consultados. En términos cuantitativos este proceso posibilitó identificar las revistas iberoamericanas y el número de documentos que publicaron sobre turismo e identidad; los artículos contenidos por repositorios, en qué idioma y la periodicidad de publicación; los países líderes en producción científica, así como la formación disciplinar de los autores. Cualitativamente permitió ampliar el panorama sobre las contribuciones y limitaciones en el estudio del binomio abordado.

ESTUDIO BIBLIOMETRICO: TURISMO E IDENTIDAD EN EL CONTEXTO IBEROAMERICANO

Los estudios bibliométricos tienen como propósito cuantificar el número de documentos contenidos en repositorios, las revistas que los publican y los países e instituciones a que corresponde dicha producción. En suma, cuantifican los esfuerzos de la comunidad científica en cuanto a la generación de material especializado en distintas ramas del conocimiento; de ahí la pertinencia de este tipo de estudios para el análisis que se realiza en este artículo. Se precisa que la muestra no se limitó a revistas especializadas en turismo, sino que abarcó todas aquellas que desde diferentes disciplinas abordaran de manera conjunta al turismo y la identidad. En un primer momento la búsqueda general en DOAJ, REDALYC y SciELO arrojó un total de 71 artículos que cumplieran con los criterios de haber sido publicados entre 2000 y 2016 e incluyeran en su título al binomio turismo-identidad. Esos 71 documentos correspondieron a todas las regiones, no sólo la iberoamericana; además, 18 de ellos aparecían en dos o más repositorios, por lo cual solo se contabilizaron en uno; con ello, la cifra se redujo a 53, como refleja la tabla 1, según el repositorio e idioma:



Tabla 1: Artículos por repositorio e idioma [2000-2016]

REPOSITORIO	IDIOMA		
	Español	Inglés	Portugués
SciELO	9	0	1
DOAJ	13	11	9
REDALYC	17	0	11
Total por idioma	39	11	21
Total general	71 artículos		
Total final	53 artículos		

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

Para atender los propósitos del presente artículo se realizó una segunda depuración, ya que de los 53 artículos a que se hizo referencia, uno correspondía a una revista asiática, seis a europeas y 25 a iberoamericanas. En la tabla 2 se muestran las revistas por su origen geográfico, región, número de artículos que publicaron y en qué idioma:

Tabla 2: Origen de revistas, número, artículos e idioma

Origen geográfico	Número de revistas	Número de artículos	Idioma	%
Revistas asiáticas	1	1	Inglés	100
Revistas iberoamericanas	25	25	Español	58
		17	Inglés	2
		1	Portugués	40
Revistas europeas	6	9	Inglés	100
Total	32	53	Español	47
			Inglés	21
			Portugués	32

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

El *journal* asiático y los seis europeos publicaron uno y nueve artículos respectivamente (Tabla 3). Por tanto, esos 10 documentos fueron excluidos del análisis final que se efectuó sobre los 43 artículos correspondientes exclusivamente a 25 revistas iberoamericanas.

Tabla 3: Revistas asiáticas y europeas con publicaciones sobre turismo e identidad, 2000-2016

No.	Nombre de la revista	País de origen de la revista	Idioma de publicación	Número de artículos publicados	Año de publicación
1	Almatourism	Italia	Inglés	1	2016
2	E-Journal of Tourism	Indonesia	Inglés	1	2016
3	Folklore: Electronic Journal of Folklore	Estonia	Inglés	2	2012 (2)
4	Il Capitale Culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage	Italia	Inglés	1	2016
5	Journal of Ethnology and Folkloristics	Estonia	Inglés	1	2009
6	Journal of Tourism	Rumania	Inglés	2	2011, 2009
7	Theoretical and Applied Economics	Rumania	Inglés	2	2013, 2011
Total de artículos excluidos				10	

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

La tabla 4 concentra el listado de las 25 revistas iberoamericanas que contienen los 43 artículos de turismo e identidad sobre los que se realizó el estado del arte; el país de origen del *journal*, el idioma y el año de publicación:

Tabla 4: Revistas iberoamericanas con artículos sobre turismo e identidad, 2000-2016

No.	Nombre de la revista	País de origen de la revista	Idioma de publicación	Número de artículos publicados	Año (s) de publicación
1	Anthropologica	Perú	Español	1	2006
2	Atenea	Chile	Español	1	2015
3	Boletim Goiano de Geografia	Brasil	Portugués	1	2012
4	Caderno Virtual de Turismo	Brasil	Portugués	3	2016, 2007, 2005
5	Cuadernos de Turismo	España	Español	2	2016, 2011
6	Culturales	México	Español	1	2014
7	El Periplo Sustentable	México	Español	1	2012
8	Estudios y Perspectivas en Turismo	Argentina	Español	5	2013, 2012, 2010, 2009, 2007
9	Gestión Turística	Chile	Portugués	1	2013
10	Ibérica	España	Inglés	1	2016
11	Identidades	Argentina	Español	1	2014

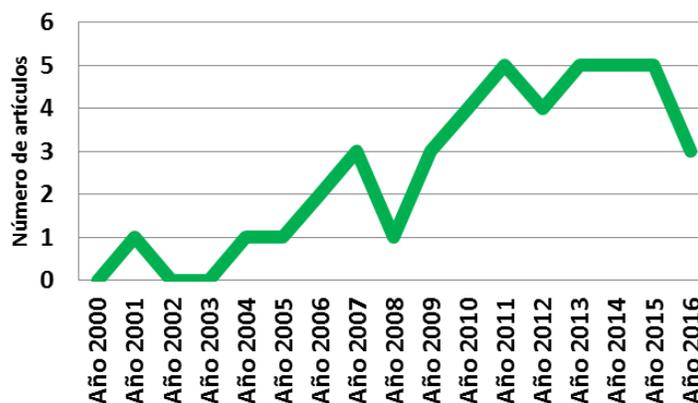
12	Memorias. Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe	Colombia	Español	1	2008
13	Organizações Rurais & Agroindustriais	Brasil	Portugués	1	2014
14	Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural	España	Español	6	2015, 2014, 2013, 2010 (2), 2004
			Portugués	2	2011, 2009
15	Perfiles Educativos	México	Español	1	2015
16	Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local	España	Portugués	1	2013
17	Revista Diacrítica	Portugal	Portugués	1	2013
18	Revista Escuela de Administración de Negocios	Colombia	Español	1	2007
19	Revista Geográfica de América Central	Costa Rica	Portugués	2	2011(2)
20	Revista Iberoamericana de Turismo	Brasil	Portugués	1	2012
21	Revista Latina de Comunicación Social	España	Español	1	2015
22	Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade	Brasil	Portugués	4	2015,2014, 2011, 2010
23	Tabula Rasa	Colombia	Español	1	2006
24	Turismo y Sociedad	Colombia	Español	1	2009
25	Urbano	Chile	Español	1	2001
Total				43	

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

Esta tabla muestra que la revista española *Pasos* concentra el mayor número de artículos (ocho) publicados en materia de turismo e identidad, seguida del *journal* argentino *Estudios y Perspectivas en Turismo* con cinco; la revista brasileña *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade* con cuatro, mientras que las restantes difundieron uno cada una. De los 22 países iberoamericanos, solo nueve se encuentran presentes en el estudio con al menos una revista indizada en los repositorios de consulta; resalta el caso de Brasil y España con cinco ejemplares cada uno; Colombia con cuatro, Chile y México con tres revistas, Argentina con dos y finalmente, Costa Rica, Perú y Portugal con una cada uno. La consulta de artículos en Iberoamérica permitió identificar que desde inicios del siglo XXI el tema de turismo e identidad ha cobrado importancia científica para los estudiosos de estas categorías. El gráfico 1 expone un análisis diacrónico [2000-2016] con la periodicidad de aparición de los artículos.



Gráfico 1: Periodicidad en la publicación de artículos



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

La búsqueda arrojó que en 2000, 2002 y 2003 no se registró ninguna publicación en torno al tema. No obstante, a partir de 2004 no se ha dejado de estudiarlo. El mayor número de artículos se registró en 2011, 2013, 2014 y 2015; en cada uno de esos años el promedio fue de cinco documentos. Sin embargo, a partir de 2016 se identificó un descenso en la producción, ya que ese año los materiales de consulta promediaron 2.5 en DOAJ, SciELO y REDALYC.

Este estudio bibliométrico permitió vislumbrar que la producción científica sobre el binomio analizado es inconstante, lo cual contribuye al vacío del conocimiento en la temática, que a su vez impide se consolide esta línea de investigación, pues se crea un círculo vicioso en los siguientes términos: al no existir suficiente material que pueda ser puesto a consideración de la comunidad científica por la vía de un artículo, los autores no reciben críticas, realimentación o reconocimiento a su producción, que por tanto no se valida, particularmente en el área de turismo. Al respecto destaca que los estudiosos del turismo han abordado el binomio desde enfoques inter y multidisciplinares que han enriquecido el bagaje temático en su área, pues ya no se le aprecia únicamente como una actividad económica; también se reconocen sus dimensiones ambiental, educativa, política, administrativa y sociocultural, entre otras, como se plantea a continuación.

ESTUDIOS IBEROAMERICANOS SOBRE TURISMO E IDENTIDAD

En este apartado se plasma la contribución científica de 43 documentos de los que se enlista lo siguiente: país donde se realizaron las investigaciones, instituciones académicas que encabezan la producción científica del binomio, formación educativa de los autores, enfoques teórico-metodológicos utilizados, categorías de análisis empleadas en las investigaciones y perspectivas disciplinares desde las que fueron abordados los estudios entre los aspectos. El análisis

metodológico arrojó que desde inicios de siglo XXI y hasta 2016, el enfoque cualitativo predominó en 93% de los 43 artículos consultados, lo que coincide con la perspectiva con que tradicionalmente ha sido abordada la identidad. Le siguen aquellos (5%) publicados en 2012 bajo una modalidad mixta o de triangulación; en 2013 se identificó el análisis de la identidad en los estudios turísticos desde un abordaje cuantitativo, con 2% de la producción.

En estos documentos destaca el uso de los métodos etnográfico e histórico para el análisis del binomio, lo cual evidencia que la metodología cualitativa ha permanecido vigente a través de los años; sin embargo, se identificó que algunos especialistas particularmente del campo de las ciencias sociales, han tenido que adaptar los enfoques etnográfico, histórico y comparativo para coadyuvar a la generación de conocimiento. Es decir, la metodología que atiende el estudio del turismo y la identidad como unidad ha tenido que flexibilizarse para que tanto enfoques mixtos como cuantitativos se sumen al análisis de estas categorías a fin de enlazar al sujeto con el objeto de estudio, sin que ello signifique perder rigurosidad científica, ni afecte el propósito de la investigación.

El método comparativo es otro de los recursos metodológicos que los científicos sociales utilizan con frecuencia en este tipo de trabajos, lo cual les ha permitido confrontar realidades desde distintas aristas [sociales, culturales, económicas, políticas, turísticas, entre otras], a fin de identificar diferencias y semejanzas en esos contextos. Dentro del enfoque cualitativo destaca el uso de técnicas de investigación, como entrevistas, observación participante y no participante; por otro lado, desde la postura cuantitativa resalta la encuesta y el análisis de resultados con ayuda de software especializado como el *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*. A estas técnicas se suman la consulta bibliográfica y la estancia en campo; además, los estudios de triangulación utilizan métodos y técnicas de ambos enfoques, para atender la complejidad y dinamismo del binomio analizado.

Derivado de la revisión, se visualizaron cuatro posturas que fijaron los autores en sus estudios; en orden descendente respecto al número de investigaciones, estas son: negativa, ambigua, positiva y positiva-negativa. En la primera de ellas se aprecia que la mayor parte de los autores reconoce que el turismo contribuye a la pérdida, reconfiguración y adhesión de concepciones ajenas al destino, lo cual genera un proceso de hibridación cultural. Lo anterior, como resultado de que promueve la interacción social entre grupos distintos y a su vez potencializa el flujo de elementos culturales en diferentes contextos.

Al respecto, Nunes (2012) asegura que la turistificación de los destinos promueve nuevas formas y funciones que afectan las dimensiones materiales y simbólicas de la cultura; por su parte Diniz (2011) afirma que las manifestaciones culturales se han convertido en bienes de consumo turístico ante la fusión de elementos tradicionales y globales. Destaca que un número considerable de autores tiene una postura ambigua al analizar el turismo respecto a la identidad o viceversa. Un tercer grupo afirma que esta actividad es un elemento positivo que permite el desarrollo y la

preservación del patrimonio. Entre ellas, Evangelista y Badaró (2012) retoman el tema del turismo comunitario como un modelo que favorece la participación social, así como la administración de recursos de pequeñas comunidades, que garantizan la autogestión y preservación del patrimonio. En sintonía con este planteamiento, Marcantonio y Alves (2011) testifican cómo se vuelve una herramienta para el desarrollo social, político y económico de los espacios donde tiene lugar.

Finalmente, el menor número de trabajos se inclinan hacia una perspectiva positiva-negativa del turismo, al plantear que los beneficios o perjuicios que genere en un destino dependen en gran medida de cómo se manejen el discurso y la práctica de esta actividad. Como ejemplo de dicha postura resalta el caso de estudio descrito por Caetano, Benedini y de Brito (2013); plantean que aun cuando el turismo puede degradar los bienes patrimoniales, estos daños pueden minimizarse si se incorpora a las sociedades receptoras a la gestión turística.

Independientemente de las posturas presentes en los documentos analizados, se corrobora que las disciplinas que integran las ciencias sociales han realizado el mayor número de aportaciones al estudio del turismo y de la identidad en comparación con otras áreas del conocimiento. Esta situación se entiende por el estrecho vínculo entre las comunidades receptoras con la identidad y la cultura, elementos presentes en las sociedades. También fue posible identificar nuevas propuestas desde las cuales se ha abordado el complejo análisis de estas dos variables, entre ellas la visión arqueológica de Forero (2007), la cinematográfica de Esteves (2013) y, la histórica de Ramón y García (2016), entre otras que abonan a la producción científica desde una perspectiva no convencional.

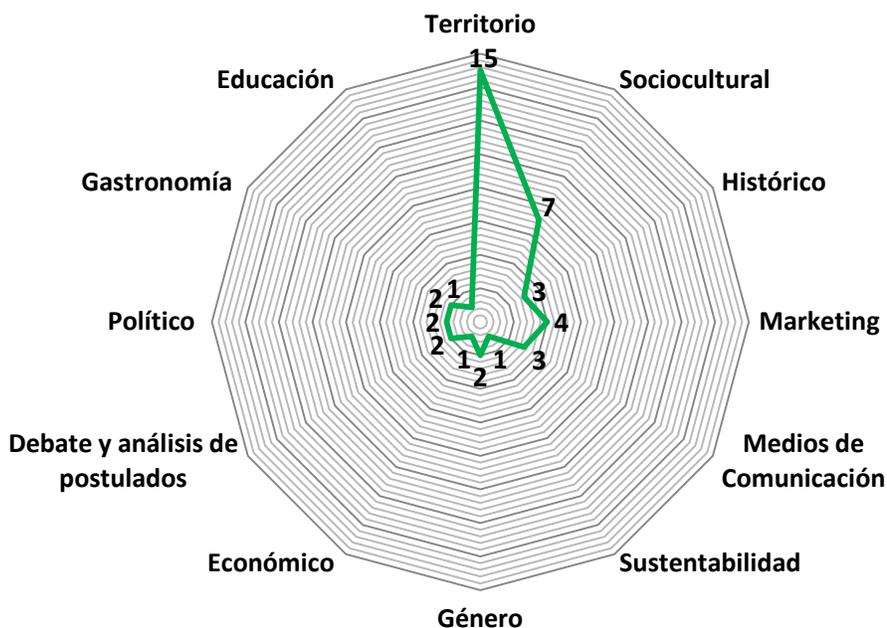
Aun así, el enfoque antropológico sigue siendo el sustento por excelencia de las investigaciones que abordan el binomio de referencia, tal y como lo ha venido haciendo la antropología del turismo desde la década de los 60's. Desde dicha orientación, Siqueira (2015) realizó un estudio sobre las representaciones simbólicas que conforman las atracciones turísticas; el autor rechaza la idea de que un destino sea naturalmente dotado de atributos socialmente construidos, pues asegura que los colectivos depositan significados a las atracciones turísticas y éstas a su vez son las que diferencian e identifican a un grupo de otro. Otro enfoque recurrente para el análisis de binomio se desprende de la visión de marketing; uno de los estudios más recientes corresponde a la sociolingüista y filóloga Dolón (2016), para quien el turismo juega un papel poderoso al momento de reformar las prácticas culturales de la sociedad moderna; es decir, que la construcción social de la identidad turística se moldea a partir de un discurso que crea la experiencia de un destino.

Aunque el objetivo de selección de la muestra giró en torno a los artículos publicados en revistas iberoamericanas, se detectó que un par de documentos hacía referencia a países como Holanda e Inglaterra. Retomando la delimitación geográfica del estado del arte, destaca que el estudio del turismo y la identidad en Iberoamérica se encuentra ampliamente liderado por Brasil, pues

concentra el mayor número de investigaciones realizadas en su territorio; le siguen en forma descendente México, Chile, Colombia, Venezuela, Belice, Cuba, España, Paraguay y Perú.

El vínculo del binomio de referencia con otras áreas del conocimiento, permite apreciar la pluralidad temática que observa el análisis de la identidad desde los estudios turísticos. La literatura especializada sobre el tema fue categorizada en los siguientes ejes temáticos (Gráfico 2):

Gráfico 2: Diversidad temática en el estudio del turismo y la identidad



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

Este gráfico permite apreciar que los temas más cercanos al centro tienen escasa producción en comparación a los más próximos a la periferia, como es el caso de las investigaciones sobre territorio y cultura que encabezan el análisis del binomio. Asimismo, en la literatura especializada se identificaron una serie de categorías de análisis que se han ligado continuamente con los estudios del turismo y la identidad en diferentes temáticas (Tabla 5):

Tabla 5: Temática, categorías de análisis y autores

TEMÁTICA	CATEGORÍAS DE ANÁLISIS	AUTORES
Territorio	Espacio y fronteras	Lima de Meira, 2016; Parker y Moreno, 2015; Barbosa, 2014; Baños, 2014; Ferras et. al., 2014; Rodríguez, 2014; Evangelista y Badaró, 2012; Nunes, 2012; Banducci, 2011; Marcantonio y Alves, 2011; Uña y Villarino, 2011; Diniz y Netto, 2010; Rêgo, Ferreira y Tupinambá, 2010; Monterroso, Zizumbo y Pérez, 2009; Rivas, 2001.
Sociocultural	Patrimonio cultural, gestión, memoria, etnicidad, religión y festividades	Siqueira, 2015; Caetano, Benedini y de Brito, 2013; Gámez y Sauvage, 2013; Diniz, 2011; Gomes y Oliveira, 2011; Cássia, 2007; Magalhães, 2005.
Histórico	Desarrollo y fotografía	Ramón y García, 2016; Guerrero, 2015; Barbosa y Melo, 2009.
Marketing	Paisaje, imagen y discurso turístico	Dolón, 2016; Bueno, de Azevedo y Gomes, 2013; Sales y Alencar, 2013; Rivas, Anato y González, 2010.
Medios de Comunicación	Tecnología	Cárdenas, Rodríguez y Castillo, 2015; Esteves, 2013; Piva, 2012.
Sustentabilidad	Preservación	Oyarzún et al., 2009.
Género	Migración, sexualidad	García y Marín, 2014; Padilla, 2008.
Económico	Política, recursos y consumo	Pérez, 2010.
Debate y análisis de postulados	Complejidad, cultura y poder	Forero, 2007; Salazar, 2006.
Político	Política, desarrollo	Pérez, 2006; Ascanio, 2004.
Gastronomía	Alimentación, hábitos alimentarios y consumo	Ramírez y Güemes, 2012; Nunes, 2007.
Educación	Identidad profesional	Cruz y Romo, 2015.

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

El análisis muestra la producción científica sobre el binomio de más de 40 instituciones de educación superior a que están adscritos los autores. Según el número de éstas, los principales países por orden de importancia, fueron: Brasil, México, España, Chile, Colombia, Portugal, Venezuela y Argentina; a ello se suma el artículo escrito de un autor estadounidense de la Universidad de Pensilvania; su documento fue recuperado de los repositorios, ya que cumplía el requisito de haber sido publicado en una revista iberoamericana. Estas cifras posicionan a Brasil como la nación con el mayor número de instituciones que han publicado respecto al turismo y la identidad. Resalta la Universidad Estadual de Santa Cruz con seis investigadores; la Universidad Federal de Rio de Janeiro, la Universidad Federal de Viçosa, la Universidad Federal de Santa Cruz y la Universidad Federal de Pernambuco, con dos estudiosos del binomio; el resto de universidades

e institutos que participaron en la producción de material especializado, contaban al menos con un autor.

Otro aspecto derivado del análisis fue que 51% de los trabajos revisados se publicaron en coautoría y 49% fueron redactados por un solo autor. Esto permite apreciar que si bien todavía es significativa la producción en solitario, empieza a ganar terreno el trabajo colaborativo, resultado de la participación interinstitucional con pares adscritos a instituciones académicas de diferentes contextos geográficos, que en algunos casos también pertenecen a distintas áreas de especialidad.

El estudio realizado también muestra que la tendencia disciplinar en estos documentos se inclina hacia enfoques tradicionales por excelencia como la antropología y la sociología, que se nutren de ópticas emergentes que incorporan nuevas formas de abordar y entender el tópico de referencia; en forma descendente destacan: administración, gestión, medio ambiente, filosofía, educación, geografía, literatura, política, economía y periodismo, lo que pone de manifiesto la diversidad temática y analítica en el tema de la identidad.

REFLEXIONES FINALES

El análisis de 43 documentos contenidos en los tres repositorios consultados posibilita afirmar que la literatura especializada de países iberoamericanos ha contribuido a generar un significativo bagaje en la producción científica sobre la identidad dentro de los estudios turísticos. Al mismo tiempo muestra que estos trabajos se han desarrollado bajo enfoques inter y multidisciplinarios, valiéndose de metodologías cualitativas, cuantitativas y de triangulación [mixtas] que referencian una realidad particular. En este mismo tenor, el turismo como disciplina ha redoblando esfuerzos para abordar dentro de sus líneas de investigación a la identidad como parte del bagaje de los estudios de la cultura; a partir de esta premisa, se identifica que la identidad ha ganado terreno en el campo de la investigación hasta convertirse en un tópico relevante que apoya comprender los impactos que la actividad turística desencadena, derivado de la interacción entre turistas y la comunidad receptora.

Como parte de los hallazgos figura la escasez de estudios de corte epistemológico que incorporen las categorías analíticas identidad/turismo, lo cual ha impedido consolidar teórica y metodológicamente el tema de la identidad en disciplinas distintas a las convencionales, situación a la que el turismo no es ajeno. Una posible explicación a tal condición es que los investigadores consolidados no han incentivado entre las nuevas generaciones este tipo de aproximaciones y las continúan centrando en la visión tradicional del turismo desde una perspectiva económico-administrativa. Aun así, algunos artículos incluyen la participación de becarios de investigación, lo que se vislumbra como una posibilidad de que los jóvenes se adentren al estudio de la temática en referencia.

A pesar de la producción científica sobre el binomio que no es tan amplia en comparación con otras áreas, es posible afirmar que los estudios turísticos han marcado una tendencia en aquellos de corte sociocultural, que incorporan la categoría identidad. Prueba de ello son las investigaciones realizadas a partir de las categorías espacio y territorio, las cuales ocupan un lugar significativo a partir de la segunda década del presente siglo. Asimismo, la visión sociocultural, histórica, marketing, entre otras han surgido de la necesidad de explorar cada arista de la identidad desde sus distintas connotaciones contextuales y disciplinares, al igual que de la diferentes perspectivas teórico- metodológicas que exige el estudio de esta categoría analítica.

Aun así, la comunidad científica ha centrado sus esfuerzos en analizar al turismo y a la identidad bajo un enfoque que limita la confrontación teórico-metodológica de otras áreas del conocimiento con el estudio del binomio; esto significa que la producción académico/científica ha restringido sus trabajos a la descripción de contextos, más que experimentar desde nuevas ópticas la explicación de la identidad desde el turismo apoyado en otras disciplinas que sumen y complementan el abordaje de este complejo y dinámico tópico.

Mediante el análisis del contenido de los artículos también se identificó que aun cuando los títulos incluían los términos turismo e identidad, éstos fueron desplazados en algunos casos a un segundo plano; es decir, el documento hacía énfasis en alguna otra categoría vinculada al tema, por lo cual la desarrollaba a mayor profundidad que las correspondientes al binomio de estudio; o, era mínima la discusión sobre el turismo y su relación con la identidad. Aunque geográficamente no correspondió a la delimitación de este estudio, se reconoce la contribución al tema de revistas de Estonia, Italia, Indonesia y Rumania, países que desde 2009 han comenzado a entender y a construir nuevos postulados; a su vez, han construido un nuevo nicho de estudio sobre el binomio analizado, dentro de los estudios disciplinarios, multidisciplinarios y transdisciplinarios.

El panorama expuesto mueve a la reflexión sobre la necesidad de redoblar esfuerzos que impulsen el análisis de temas vinculados a la cultura dentro de los estudios turísticos. Los trabajos de corte antropológico y sociológico tendrían que orientar una línea de investigación que retome y analice la complejidad turística, no sólo desde esferas económico-políticas. Las investigaciones de corte sociocultural podrían ser una prioridad analítica para los científicos sociales interesados en descifrar los beneficios e impactos que genera el turismo, por ser una de las actividades más importante del mundo. Resalta la pertinencia de que estas líneas de investigación incorporen el análisis de la cultura en todas sus expresiones (simbólicas y materiales) porque ésta tiene un vínculo innegable con las comunidades receptoras y sus visitantes; esto posibilitaría conocer los impactos, secuelas y beneficios del turismo en esos territorios.

Derivado de este análisis se plantea también la conveniencia de que futuras investigaciones adopten enfoques multidisciplinarios que articulen y deconstruyan el fenómeno analizado desde sus distintas aristas. Determinar los objetos de estudio precisa de una construcción seria y rigurosa del conocimiento; es decir, clasificarlo, estructurarlo y orientarlo hacia una nueva era de

conocimiento donde se ataquen los problemas de raíz y no desde la superficie como se ha venido haciendo en la mayor parte de las investigaciones.

REFERENCIAS

- Ascanio, A. (2004). [Turismo y desarrollo de la comunidad: un primer paso para rescatar la identidad cultural](#). *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(2), 155-161.
- Banducci Júnior, Á. (2011). [Turismo e fronteira: integração cultural e tensões identitárias na divisa do Brasil com o Paraguai](#). *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(3), 7-18.
- Baños Francia, J A. (2014). [Turismo, identidad y espacio público en Puerto Vallarta, México. Apuntes sobre tres intervenciones recientes](#). *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 491-498.
- Barbosa Angelo, E R; (2014). [Identidades, festas e espaços dos imigrantes em Petrópolis, RJ, e suas relações com a história do turismo e da cidade](#). *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 6(2), 263-279.
- Barbosa Neves, J A. & Melo Silva, G. (2009). [Turismo e indústria criativa artesanal têxtil: expansão comercial e perda de identidade cultural no Brasil no final do século XX](#). *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(3), 461-473.
- Briones, C. (2007). [Teorías performativas de la identidad y performatividad de las teorías](#). *Tabula Rasa*, 6, 55-83.
- Bueno de Andrade, M.; de Azevedo Barbosa, M d. L. & Gomes de Souza, A. (2013). [A sustentabilidade socioambiental presente na composição da identidade do Arquipélago de Fernando de Noronha e sua Influência como fator de promoção turística](#). *Turismo y Desarrollo Local*, 6 (14), 1-16.
- Caetano de Souza, M; de Brito Antonucci Benatti Braga, C. & Benedini Brusadin, L. (2013). [Identidade cultural e gestão participativa na ótica do turismo](#). *Gestão Turística*, 19, 57-84.
- Cárdenas, G.; Rodríguez, H. & Castillo Murillejo, N. C. (2015). [Turismo on line, identidad virtual y explotación sexual](#). *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 381-402.
- Cássia Noia, A. (2007). [História, identidade local e turismo: reflexões sobre a cidade de Ilhéus - BA a partir da segunda metade do século XIX](#). *Caderno Virtual de Turismo*, 7(2), 64-72.
- Cruz Barba, E. & Romo Beltrán, R M. (2015). [Identidades profesionales e historia heredada en académicos universitarios: la Psicología y el Turismo en la Universidad de Guadalajara](#). *Perfiles Educativos*, 37(149), 42-59.



- Diniz Carvalho, K. (2011). [Identidade, turismo e tradução cultural: análise da dinâmica dos eventos juninos no Maranhão](#). *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 3(1), 62-72.
- Diniz Carvalho, K. & Netto Simões, M.L. (2010). [Memoria e identidad en la feria de Praia Grande \(Brasil\). Potencial para el turismo cultural](#). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(6), 866-887.
- Dolón Herrero, R. (2016). [A twofold commodification of “place” in hotel websites and its consequences for the discursive creation of a tourist identity](#). *Ibérica*, 31, 63-81.
- Evangelista da Silva, R. & Badaró Midlej, M.M. (2012). [Tierras de Preto de Filipa \(MA\) - Brasil. Identidad, territorialidad y turismo comunitario en la lucha por el reconocimiento](#). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(1), 180-202.
- Ferraz do Nascimento, P.; de Carvalho Fiuza, A. L.; Marques Ferreira, M. A. & de Almeida Pinto, N. M. (2014). [O turismo rural e as reconfigurações territoriais em questão: a força da identidade cultural para o desenvolvimento nas montanhas capixabas](#). *Organizações Rurais & Agroais*, 16(2), 178-191.
- Forero Lloreda, E. (2007). [Turismo cultural: patrimonio, identidad, territorios y sustentabilidad. Una mirada desde las ciencias de la complejidad](#). *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 60, 165-182.
- Gámez, A E. & Sauvage, A. (2013). [Desarrollo, identidad cultural y turismo en los oasis de Baja California Sur, México](#). *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(1), 159-172.
- García Canclini, N. (2016). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Debolsillo.
- García Ortega, M. & Marín Poot, H. M. (2014). [Creación y apropiación de espacios sociales en el turismo gay: Identidad, consumo y mercado en el Caribe mexicano](#). *Culturales*, 21(1), 71-94.
- Giménez, G. (2005). [La cultura como identidad y la identidad como cultura](#). Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. México.
- Gomes Monteiro, E. M. & Oliveira Lima, E. (2011). [Turismo e identidade cultural: A participação comunitária no desenvolvimento local da Serra do Tepequém, Amajari, Roraima](#). *Revista Geográfica de América Central*, 2, 1-15.
- Guerrero Rodriguez, R. (2015). [La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México](#). *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(5), 1019-1036.

- Kravzov Appel, E. (2003). [Globalización e identidad cultural](#). *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 46(187), 237-245.
- Lima de Meira Barbosa, J. (2016). [O turismo cultural e gastronômico para o fortalecimento da identidade e competitividade dos destinos](#). Entrevista Jordi Tresserras. *Caderno Virtual de Turismo*, 16(2), 9-14.
- Magalhães Batista, C. (2005). [Memória e Identidade: Aspectos relevantes para o desenvolvimento do turismo cultural](#). *Caderno Virtual de Turismo*, 5(3), 27-33.
- Marcantonio Dias, I. & Alves Ramiro Ramiro, P. (2011). [Identidade e turismo nos espaços rurais dos assentamentos de reforma agrária no Brasil](#). *Revista Geográfica de América Central*, 2(47E), 1-16.
- Monterroso-Salvatierra, N.; Zizumbo-Villarreal, L. & Pérez-Ramírez, C. (2009). [Turismo e identidad de resistencia: La oposición local a proyectos turísticos en el Parque Nacional Nevado de Toluca, México](#). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18(1), 36-52.
- Nunes dos Santos, C. (2007). [Somos lo que comemos. Identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo](#). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16(2), 234-242.
- Nunes Martins de Lima, L. (2012). [A procissão do fogaréu na cidade de Goiás - identidade, cultura e território: O turismo e as novas tendências](#). *Boletim Goiano de Geografia*, 32(1), 121-133.
- Oyarzún Méndez, E.; Henríquez, C.; Lion, V. & Ciocce Sampaio, C. A. (2009). [Acciones de turismo comunitario y sustentabilidad en Tralcao, Mariquina \(Chile\): interconectando preservación ambiental, gestión ecoturística y fortalecimiento de la identidad cultural en el contexto de una experiencia de Agenda Local 21](#). *Turismo y Sociedad*, 10, 17-29.
- Padilla Díaz, K. (2008). [Apuntes sobre migraciones internas e identidad Caribe: Caso del turismo y cruceros en Cartagena](#). *Memorias*, 2(9), 86-93.
- Parker G., C. & Moreno P., A. (2015). [Turismo indígena urbano, ¿innovación identitaria?](#) *Atenea (Concepción)*, 512, 231-246.
- Pereira, M. E. (2013). [This is England?: projeções da Inglaterra e da sua identidade a partir do Heritage Film no panorama do turismo cultural](#). *Revista Diacrítica*, 27(3), 301-318.
- Pérez Amores, G; (2010). [Orishas, turistas y practicantes. La comercialización del patrimonio religioso en Cuba: Un ejemplo de estrategia de revitalización identitaria y económica](#). *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(1), 167-184.

- Pérez, B. (2006). [Turismo y representación de la cultura: identidad cultural y resistencia en comunidades andinas del Cusco](#). *Anthropologica*, 24(24), 29-49.
- Piva de Carvalho, A. L. (2012). [Quadros sedutores no campo do turismo e mídia: a construção da identidade paraibana pela mídia turística](#). *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, 2(1), 36-57.
- Ramírez Cordero, B. & Güemes Ricalde, F. J. (2012). [Identidad en la gastronomía de la frontera México-Belice ¿Producto turístico?](#). *El Periplo Sustentable*, 22, 103-144.
- Ramón Gabriel, M. & García Álvarez, J; (2016). [Fotografía, turismo e identidad nacional en el primer franquismo \(1939-1959\): Rafael Calleja y la apología turística de España](#). *Cuadernos de Turismo*, 38, 385-410.
- Rêgo Aragão, I; Tupinambá, K. & Ferreira Abadia, B. (2010). [Paradoxos entre Taipu de Fora e Taipu de Dentro/APA de Maraú-Bahia: Turismo e identidade local](#). *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 2(2), 80-88.
- Restrepo, E. (2007). [Identidades: planteamientos teóricos y sugerencias metodológicas para su estudio](#). *Jangwa Pana*, 5(1), 24-35.
- Rivas Alfonso, B; Anato Martínez, M. & González Agra, M. A. (2010). [Paisaje e identidad cultural en la promoción de la imagen de Isla Margarita como destino turístico](#). *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(1), 113-124.
- Rivas Ortega, H. (2001). [La identidad del territorio turístico: un desafío para la gestión del desarrollo regional y local](#). *Urbano*, 4(4), 66-70.
- Rodríguez, M. D. (2014). [Territorio, identidad y etnicidad el caso de la comunidad mapuche Puel mediatizada por el turismo](#). *Identidades*, 6(4), 90-109.
- Salazar, N.B. (2006). [Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo](#). *Tabula Rasa*, 5, 99-128.
- Sales Melo, F.V. & Alencar de Farias, S. (2013). [Identidad de los destinos turísticos en los sitios web. Su relación con las evaluaciones y actitudes del consumidor](#). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(5), 893-907.
- Siqueira, E.D. (2015). [A Nova Maravilha do Turismo: práticas simbólicas e narrativas identitárias na eleição do Cristo Redentor como Nova Maravilha do Mundo Moderno](#). *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 7(3), 392-410.

Uña Álvarez, E. de & Villarino Pérez, M. (2011). [Configuraciones de identidad en territorios del turismo. Condiciones generales en Galicia](#). *Cuadernos de Turismo*, 27, 259-272.

Recibido: 04 MAR 2017

Avaliado: MAI-JUN.

Aceito: 11 AGO 2017

