

## Opiniones y Ensayos

# Nuevas relaciones entre cultura, turismo y territorio en el contexto de la posmodernidad

**Florencia Viviana Moscoso\***

Universidad Nacional de La Plata (Argentina)

**Resumen:** Frente a nuevas dinámicas y nuevas miradas del contexto sociocultural, el presente ensayo busca realizar un breve análisis y reflexión sobre la relación entre identidades culturales y las visiones posmodernas de los territorios turísticos, con el objetivo de profundizar sobre la práctica social del turismo en articulación a sus actores, espacios, apropiaciones y proceso sociales mayores. Para alcanzar el propósito del presente trabajo se recurre a la revisión, lectura y análisis crítico de bibliografía pertinente en la temática, poniendo en diálogo distintas miradas y enfoques. Asimismo, se intenta poner en cuestión aquellas concepciones esencialistas en torno al concepto de identidades culturales y su relación con el territorio turístico. En tanto, dentro del campo de investigación en turismo se continúan replicando modelos donde el fenómeno turístico es catalogado como depredador y banalizador de la cultura local. De este modo, se aboga por introducir un eje de investigación incipiente entre la disciplina turística y la denominada geografía cultural, contemplando nuevas conceptualizaciones y complejidades dentro de la tríada turismo, cultura y territorio.

**Palabras Clave:** Geografía cultural; Geografía turística; Territorialización; Identidad cultural; Imaginario turístico.

### New relationships between culture, tourism and territory in the context of postmodernit

**Abstract:** Faced with new dynamics and new views of the socio-cultural context of tourism, this essay seeks to carry out a brief reflection and analysis on the relationship between cultural identities and postmodern visions of tourist territories. The aim is to study the social practice of tourism in articulation with its actors, spaces, appropriations and larger social processes. In order to achieve the purpose of this essay, revision and critical analysis of pertinent bibliography on the subject was used, confronting different perspectives and views. Basic constructs built around the concept of cultural identities and their relationship with place and tourism are likewise questioned. Meanwhile, within the field of tourism research, models continue to be replicated where tourism is classified as a predator and banalizer of the local culture. Research along the axis of tourism and cultural geography is advocated to contemplate the new complex conceptualisations within the triad of tourism, culture and territory.

**Keywords:** Cultural geography; Tourist geography; Territorialisation; Cultural identity; Tourist imaginary.

## 1. Introducción

La geografía ha constituido una de las primeras disciplinas en abordar el estudio del fenómeno turístico como manifestación social, cultural y económica. Durante los primeros años, se puede observar la primacía de un enfoque materialista, funcionalista y utilitaria en las investigaciones que se extiende hasta poco más de la mitad del siglo XX. Dicha visión catalogada como tradicionalista, se centra en explicar y describir el territorio como espacio físico integrado por flujos, atributos y cualidades, un estudio meramente estadístico y analítico (Bertoncello, 2002; Pinassi y Ercolani, 2015). Así, el recorte

\* Universidad Nacional de La Plata (Argentina); E-mail: [florencia.moscoso@econo.unlp.edu.ar](mailto:florencia.moscoso@econo.unlp.edu.ar); <https://orcid.org/0000-0002-4851-4479>

positivista y espacialmente determinista de las primeras investigaciones geográficas del turismo se vincula al desarrollo de una sociedad moderna, caracterizada por la representación cartográfica de territorios coloniales socioculturalmente delimitados, definidos y diferenciados por rasgos específicos (Cohen, 2005; Aitchison, Macleod y Shaw, 2014).

A partir del advenimiento del giro posmoderno y el giro cultural, el campo de la geografía acompaña un movimiento que atraviesa a todas las ciencias sociales. Se destacan estudios sobre movilidad, teorías poscoloniales, investigaciones sobre la geografía de la vida cotidiana, entre otros, que buscan dar respuesta a tendencias emergentes dentro de los estudios sociales (Franklin y Crang, 2001; Cohen, 2005). Bajo esta nueva orientación, el fenómeno turístico es considerado como una importante dimensión para repensar la teoría social (Minca y Oakes, 2014).

Siguiendo los lineamientos de una geografía pos-positivista, aparecen nuevas corrientes que ponen el acento en el territorio como resultado de una construcción social así como en el análisis de representaciones sociales, discursos, prácticas y significados dentro un espacio simbólico mediado por relaciones de poder. El abordaje de lo sociocultural desde referencias territoriales da inicio a nuevas vertientes dentro pensamiento geográfico, entre las cuales se destaca la geografía cultural.

De esta manera el conocimiento geográfico del turismo a través, a lo largo del tiempo, un complejo y casi permanente proceso de redefinición en cuanto a su objeto de estudio dando lugar a investigaciones más críticas y reflexivas. Sin embargo, hoy en día algunas investigaciones sobre el turismo siguen reproduciendo análisis tradicionales y ponen el foco en miradas un tanto esencialistas y sustancialistas respecto de la cultura en un espacio físico concreto.

Frente a nuevas dinámicas y nuevas miradas del contexto sociocultural, el presente ensayo busca realizar una breve análisis y reflexión sobre la relación entre identidad cultural y las visiones posmodernas de los territorios turísticos, con el objetivo de profundizar sobre la práctica social del turismo en articulación a sus actores, espacios, apropiaciones y procesos sociales mayores. Para alcanzar el propósito del presente trabajo se recurre a la revisión, lectura y análisis crítico de bibliografía pertinente en la temática, poniendo en diálogo distintas miradas y enfoques. De este modo, se aboga por introducir un eje de investigación incipiente entre la disciplina turística y la denominada geografía Cultural, contemplando nuevas conceptualizaciones y complejidades dentro de la tríada turismo, cultura y territorio.

## 2. Territorio como espacio material y simbólico

Las primeras interpretaciones sobre los procesos de relación entre medio y sujeto, que tuvieron lugar entre los años 1930-1960, sostenían sus argumentos bajo una perspectiva utilitarista y materialista del territorio (Pinassi y Ercolani, 2015). Congruentemente, la reproducción de la sociedad se ajustaba exclusivamente a la disponibilidad de recursos económicos así como al dominio y soberanía de un espacio en términos políticos y jurídicos. Si bien hubo un fuerte predominio de esta mirada sobre la reproducción del territorio, algunos autores, tales como Bertonecello (2002) y Almirón (2004), la han catalogado de reduccionista puesto que deja en segundo plano la importancia de la acción social en los procesos de territorialización.

La sociedad cumple un rol central en la configuración del territorio, ya que a partir de accionar lo define y lo recrea. Así, es posible comprender el espacio físico en correspondencia y como soporte de una estructura social coherente. Bajo esta concepción, el territorio denota un fuerte componente social a través de la apropiación y sentido que le otorga una sociedad. Representa, de este modo, un espacio físico concreto construido a partir de la apropiación e intencionalidad de distintos grupos de actores en un contexto social, político e histórico particular. Cabe destacar, que dicha intencionalidad actúa bajo la forma de un doble sentido, uno predominantemente material y de dominio político-económico mencionado al inicio, y un sentido inmaterial vinculado a la valorización y apropiación simbólica del espacio (Haesbaert, 2013; Meethan, 2001; Paes, 2009). El carácter simbólico del territorio adquiere relevancia como espacio portador de representaciones, prácticas, imaginarios, discursos y narrativas. Un territorio que construye identidad y pertenencia, producto de la materialización de sentidos conferidos por sujetos sociales e individuos históricamente localizados. Como exponen los autores, De Anda et al “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” (2019, p. 893).

Las transformaciones que trae consigo la posmodernidad y, por lo tanto, la globalización conducen a replantear la noción de territorio desde una perspectiva integradora y relacional. Haesbaert hace alusión al territorio “como experiencia integrada (...) a través de múltiples escalas que se extienden de

lo local a lo global” (2013, p.67) y como referencia a múltiples relaciones socio-históricas de poder. Por ser relacional el territorio es movimiento, fluidez e interconexión. Por ser integral es multidimensional y se (re) produce a partir de la relación entre un medio material y un sujeto social. Por tanto, el territorio es producto de prácticas sociales y espaciales que se reflejan y materializan en territorialidad.

La territorialización consiste en crear mediaciones espaciales, prácticas sociales proyectadas por el mercado, por el discurso político, por otros sujetos que ejercen un efectivo poder sobre la reproducción de la sociedad. Poder que es “siempre multiescalar y multidimensional, material e inmaterial, de dominación y apropiación al mismo tiempo” (Haesbaert, 2013, p.82-83) (Paes, 2009).

Algunos autores, tales como Haesbaert (2013) y Restrepo (2006) asocian la territorialidad tanto con la dimensión material como la simbólica. La identidad cultural dispone de un rol importante en la reproducción social del territorio, ya que en relación a un espacio físico las identidades son construcciones de pertenencia históricamente situadas en relación a un Otro, a una exterioridad. Formaciones discursivas que poseen efectos materiales sobre espacios, objetos y sujetos, es decir, se materializan en un territorio en forma de disputa o representación; y una vez territorializadas, continúan transformándose en relación al contexto geográfico, social y político de inserción (Restrepo, 2006).

### 3. Identidades territoriales, patrimonio e imaginario turístico

Las identidades culturales del territorio descansan bajo la reconocida idea de patrimonio cultural. El patrimonio conforma la herencia social, material y simbólica de una sociedad. La expresión espacial del patrimonio tiene raíz en la territorialización de la memoria colectiva, de los imaginarios, signos y significados, materialización que es producto de diferentes intereses y definiciones de lo que se considera que forma parte del acervo identitario de una sociedad.

Paes (2009) ofrece una reflexión acerca del proceso de patrimonialización de las identidades territoriales desde un abordaje geográfico. Para la autora, la patrimonialización involucra un conjunto de prácticas sociales de producción cultural, saberes simbólicos y técnicos legitimados e institucionalizados por diferentes sujetos. Rescata el concepto de lugar de memoria y plantea la re-semantización del espacio geográfico a partir de la reorganización, valorización, selección y disputa por la materialización de la memoria y de las identidades. Como resultado el espacio geográfico es intercedido a partir de múltiples imaginarios, narrativas y discursos que entran en tensión o pueden ser aceptados como representativos de una sociedad.

Ahora bien, las identidades territoriales no solo recaen en la valorización por parte de una sociedad que siente pertenencia con ese acervo cultural, sino que también son susceptibles de convertirse en “objetos de consumo valorizados en la mercantilización turística del paisaje” (traducción propia, Paes, 2009, p.167). De esta forma, la práctica turística interviene como mediadora y consumidora de un espacio simbólico territorializado.

El turismo se emplaza dentro de un espacio con connotaciones culturales, materiales y simbólicas, previamente definidas por una comunidad residente. Como práctica social involucra no solo consumo, sino también la reproducción de un espacio simbólico, en la medida que le confiere a las expresiones culturales -patrimonio, referentes, costumbres- de una sociedad de un valor de cambio y de uso. Así, el turismo constituye un proceso inscripción de significados sociales y de producción de experiencias culturales que suponen el “contacto entre otros culturales que (...) pueden incidir en las dinámicas de identificación colectiva, así como en los procesos de des y re territorialización” (Comparato, 2018, p. 270). En otras palabras, procesos de construcción de nuevas territorialidades, nuevas apropiaciones simbólicas y materiales del territorio. Por esta razón el turismo incide en la configuración del lugar de destino, como proceso de construcción social dinámico, a partir del cual la práctica turística y el territorio se transforman y recrean continuamente el uno al otro.

Asumir la resignificación de las expresiones culturales, por parte del fenómeno turístico, implica pensar una dialéctica entre un territorio presente y un territorio pasado y entre un territorio real y un territorio imaginario. Dentro de esta dialéctica la revalorización no siempre es resultado de una puesta en valor colectivo y por parte de la comunidad residente, sino que se encuentra vinculada a procesos y decisiones sociales, económicas y políticas de un pequeño grupo de actores, en muchos casos, externos a la comunidad. Esto puede conllevar a un desarrollo dicotómico entre la imagen que la sociedad anfitriona tiene de sí misma y la mirada turística.

La activación y valorización turística conducen, por lo tanto, a una reducción del discurso patrimonial, privilegiando expresiones culturales y memorias atractivas para la mirada turística, por sobre otras

identidades que conviven en un lugar. En particular, este proceso ha marcado una fuerte tendencia hacia la segregación, exclusión, desplazamiento y despojo territorial de los valores simbólicos y de la sociedad misma. De igual manera, la refuncionalización turística del patrimonio incorpora nuevas territorialidades que compiten por el espacio, entre ellas, la mercantilización cultural, el uso privado y público, los intereses sociales, entre otras (Paes, 2009).

El reconocimiento turístico del patrimonio se produce a partir de la construcción del imaginario turístico. Hiernaux (2002), Meethan (2001) y Salazar (2012) definen al imaginario turístico como el conjunto o suma total de creencias, imágenes preconcebidas, discursos, prácticas, valorizaciones en torno a lugares y sociedades. El desarrollo del imaginario toma como antecedentes otras impresiones y experiencias, sistemas de valores que forman parte de la vida cotidiana, un *ethos* cultural en palabras de Salazar (2012), que orienta la acción de la sociedad a través de la *praxis*.

El turismo opera como discurso ambivalente (Comparato, 2019) en la construcción de imaginarios, a partir de la recreación, reinención y reproducción de múltiples relatos sobre las identidades culturales de un territorio. Con un claro objetivo lucrativo extiende y sostiene esquemas de representación que circulan en las sociedades de origen y crean, negocian y transforman los sentidos y significados de las identidades territoriales de una sociedad local (Meethan, 2014; Salazar, 2012).

Para Hiernaux (2002) y Salazar (2012) el imaginario se diferencia de la ideología en el sentido que este último consiste en una lectura normativa, mientras que el imaginario es un tejido de representaciones sociales cambiantes. Si bien los imaginarios pueden no constituir dispositivos ideológicos, es posible encontrar en ellos una cierta legitimación hegemónica que se traducen en imaginarios dominantes. A modo de ejemplo, los imaginarios de la modernidad, de la etapa de expansión del capitalismo y del colonialismo en el resto del mundo, dan forma a un tipo particular de visión predominantemente etnocéntrica y eurocéntrica. Representación exótica y seductora del “mundo salvaje” y de las “culturas primitivas”, a partir de la distinción de sus expresiones culturales como esenciales y sustanciales.

Si bien este imaginario fue transformándose, aun hoy continúan reproduciendo una mirada y un relato etnocéntrico que se tornan legítimos acerca de la cultura de un destino. Entender a la cultura de un lugar como confinada, pura y por lo tanto no influenciada por otros ámbitos de la vida social, es suponer equivocadamente que las expresiones simbólicas de una sociedad, desde su origen, son prístinas, intocables e inmutables, rasgos fijos y esenciales (Comparato, 2019). Los promotores de turismo, toman como punto de referencia estas imágenes para el desarrollo de una mirada romántica sobre el destino y su cultura, considerándola homogénea y sin conflicto alguno. Particularmente, muchos turistas llegan a considerar que si no encuentran en el destino aquello que les fue presentado como imaginario a través de la promoción turística, es porque el destino perdió autenticidad. En relación a este punto Reisinger y Steiner plantean el siguiente ejemplo, “si los turistas no esperan que un adolescente en una remoto pueblo de Indonesia use un Walkman, el encuentro con dicho adolescente, puedo llevarlos a lamentar haber perdido una experiencia auténtica” (traducción propia, 2006, p. 74). Para estos autores, la mirada de los turistas hacia la cultura de un destino es un tanto teórica e idealista, ya que confían que su experiencia será acorde con su idea pautada de cómo es o era la vida en Indonesia.

En tal sentido, el proceso de valorización turística, como proceso de valorización de recursos culturales y/o naturales replica los mismos criterios que la patrimonialización, se opta por imágenes y discursos que pueden coincidir o no con el imaginario de la sociedad que habita ese destino. De acuerdo a esto, Meethan (2001) rescata el argumento de Urry (1990), que sugiere que la mirada del turista está determinada, en parte, por la existencia de narrativas que dan marco y definen qué puede y qué no puede ser mirado. Si bien hay coincidencia con Urry (1990) en esta idea, el autor rechaza su manera de comprender la mirada como universal, ya que supone una categoría ideal de turista que responde de la misma manera a los significados prescritos en imágenes.

Aun cuando el imaginario pueda inducir a un entendimiento esencialista de las identidades culturales, predicando por una única representación y relato, existen tantos imaginarios como contextos sociales. No existe un imaginario turístico ideal que refleje el modo de ver el mundo entero, como tampoco hay razón alguna, según Meethan (2001), para suponer que la mirada hacia otras culturas sean intrínsecamente la misma en todos los turistas. Cada sociedad construye sus imaginarios a partir de su historia, su experiencia social y colectiva, a partir de su vínculo con otras sociedades y con el mundo, así como con sus transformaciones internas. Diferentes miradas, situadas en diferentes culturas.

El turismo produce un encuentro y relación entre dos sociedades que se contemplan diferentes. La sociedad del destino turístico se ve influenciada por condiciones externas ajenas a ella, imaginarios de otros lugares que forman representaciones y re-interpretaciones de su identidad cultural. De esta manera, se puede observar encuentros e interacciones sostenidas entre un adentro y un afuera, entre lo interno

y lo externo, entre lo local y lo global; dicotomías que precisan ser trascendidas para profundizar el conocimiento sobre la complejidad de los espacios culturales actuales en función de continuas y múltiples movi­lidades, sentidos e imaginarios, es decir, teniendo en cuenta un abanico de territorialidades en diferentes escalas que confluyen y coexisten. En efecto, la identidades territoriales se resignifican a partir de la circulación de imaginarios, de la liminalidad que transforma dichas expresiones en híbridas, dinámicas y sin referentes estables.

En virtud de estas reflexiones cabe preguntar ¿quién determina donde una sociedad traza la línea entre lo local y el afuera? ¿Cómo circulan, interactúan y qué impactos tienen las complejas conjunciones culturales en un territorio atravesado por múltiples dimensiones, movi­lidades y escalas?.

#### 4. Identidades territoriales posmodernas

Para Meethan (2003) un abordaje interpretativo de la cultura desde una perspectiva espacial y geográfica es de importancia, no solo porque el turismo dota a un lugar de un valor de uso y un valor de cambio; sino también porque muchos de los análisis del turismo y la cultura han descansado en el éxito o no que han tenido las culturas para mantenerse y reproducirse a sí mismas, como si fueran contenedores aislados por medio de los cuales la cultura se manifiesta como específica, esencial y auténtica.

Esta concepción sobre las sociedades como terruños aislados y puros entra en tensión frente a la introducción de la globalización y de procesos posmodernos. Muñoz Arroyave (2018) y Terkenli (2002) definen a la globalización como un proceso multidimensional, en tanto involucra aspectos sociales, culturales, históricos, económicos y políticos, que inciden y renegocian permanentemente el territorio y las relaciones sociales. Como resultado se da lugar a la territorialización de fuerzas globales. Territorialización que no es uniforme y que se materializa en una doble vertiente. Por un lado, algunas investigaciones hacen hincapié en una tendencia a la homogeneización de los territorios, procesos que inciden en la eliminación de barreras geográficas y culturales, en la desdiferenciación entre la esfera del trabajo y del ocio, la comprensión del espacio por el tiempo y la propagación de patrones estandarizados de consumo que tienen consecuencia directa, para algunos autores (Terkenli, 2002), en la destrucción, antropofagia cultural y en la preeminencia de una única cultura hegemónica. Bajo esta visión, lo particular y lo microsocial se diluye, se pierden los lazos territoriales e impera la falta de sentido de lugar. Por el otro, investigadores como Muñoz Arroyave (2018) y Meethan (2014) plantean que la globalización actúa como mediadora en la reivindicación, la resignificación, la reafirmación y revalorización de aspectos simbólicos, culturales e identitarios locales. En este sentido, para estos autores, la globalización entiende la coexistencia de procesos de universalización de lo particular (homogeneizadores) como de procesos de particularización de lo universal (heterogéneos).

La movilidad constituye uno de los primeros rasgos distintivos de la posmodernidad y de la globalización, en palabras de Haesbaert la vida contemporánea “está inmersa en una constante movilidad concreta y simbólica” (2013, p.18). Cresswell (2010) conceptualiza la movilidad como una constelación de movimientos, narrativas, objetos, capitales, relaciones sociales. Movilidades que se encarnan en movimientos físicos, representaciones y prácticas que circulan, confluyen y se yuxtaponen en un territorio. De ahí que se entiende a las movi­lidades como complejos sistemas de flujos que atraviesan los límites del territorio y dan lugar a múltiples interacciones, nuevas redes sociales, nuevos lazos con el espacio, muchas veces resistidas por la sociedad local (Meethan, 2003; Franlink y Crang, 2001; Doering y Duncan, 2016; Knafou, 1996).

La movilidad, para Hiernaux (2002), posibilitó el conocimiento del Otro. El turismo como movilidad hace referencia a aquellos sujetos que, con los recursos económicos necesarios, son capaces de desligarse del espacio concreto e insertarse, al mismo tiempo, en la dinámica de la circulación global. El turismo atraviesa los destinos a través de movi­lidades y fuerzas externas a ellos, reproduce lo local a través de esquemas de consumo e imaginarios que interesan a los turistas (De Anda et al, 2019). De igual manera, se plantea la noción de movilidad turística como una dimensión transitoria, sin vínculos con el territorio y por lo tanto inauténtica. Es decir que a mayor inmovilidad en las sociedades, mayor la autenticidad de las mismas. Sin embargo, Salazar (2010) se opone a la existencia de la antinomia entre los turistas como sujetos móviles y los locales como sujetos enraizados, inmóviles, puros, no contaminados.

Se ha intentado explicar y comprender al territorio local desde una visión esencialista, circunscribiéndola a una sociedad estática, autocontenida, con prácticas socioculturales claras y fronteras delimitadas. Aún hoy, la mayor parte de las investigaciones abordan el turismo bajo un enfoque donde la movilidad es observada como transgresión e intromisión sobre un territorio impoluto. Un pensamiento un tanto



reduccionista en su reflexión y comprensión del fenómeno turístico, en tanto piensa a la sociedad de destino como una víctima sin capacidad de reacción y acción, como un mero sujeto pasivo.

Una segunda característica del fenómeno de la globalización y asociada al concepto de movilidad, consiste en la desterritorialización. Este concepto entraña la idea de pérdida y disolución de vínculos territoriales, que algunos suelen llamar el fin del territorio. Haesbaert (2013), menciona que Ortiz (1994) y Santos (1996) asocian la desterritorialización con la aculturación, el desplazamiento de relaciones sociales, el desanclaje de identidades, ideas y personas. En este sentido, y como fue dicho anteriormente, las movilidades globales como fuerzas externas a una sociedad han sido consideradas como amenaza al sentido de lugar y a los lazos culturales con el territorio, llevando al desarraigo y, por ende, a la desterritorialización de lo tradicional, de lo genuino de un lugar.

Bajo este punto de vista, el lugar y la cultura recaen en una idea convencional y tradicional. Sociedades arraigadas a un territorio, autocontenidas y cerradas, repositorios de una cultura inherente, esencial y auténtica. Sobre estos lugares el turismo se introduce como movilidad y fuerza desterritorializante, los turistas son considerados intrusos y despojadores vulgares de la autenticidad de un destino. Si bien hay consenso que el turismo constituye una influencia externa con un gran impacto en la sociedad, la crítica a este enfoque radica en la continua reproducción de una concepción de la sociedad de destino como inocente, pura, auténtica, débil y víctima sin capacidad de acción y decisión (Meethan, 2003; Cohen, 2005).

Se contempla a la posmodernidad como falta de autenticidad en las relaciones sociales, una sociedad alienada de sus vínculos. En relación a los estudios sociológicos del turismo, MacCannell (1973,1976) es el primero en introducir el concepto de autenticidad. Siendo abordado por corrientes objetivistas, constructivistas y posmodernistas, la autenticidad se vuelve un concepto ambiguo y limitado en su definición (Wang, 1999; Reisinger y Steiner, 2006). Dentro de sus argumentos, MacCannell (1973,1976) expone que los turistas persiguen la búsqueda de autenticidad en sus viajes, buscando acceder a los atributos esenciales de la cultura de un destino. No obstante, en un contexto posmoderno, la idea de que la autenticidad está ahí para ser descubierta carece de sentido y se torna cuestionable en un mundo cada vez más rizomático y de transformación constante.

En este sentido, Meethan (2003) y Franklin y Crang (2001) sostienen que es necesario alejarse de la noción dicotómica de lo primitivo e inmóvil como auténtico y lo posmoderno y móvil como inauténtico. En la misma línea, Haesbaert (2013) se opone a la idea de que la movilidad y la globalización sean planteadas como sinónimos de desterritorialización, ya que entiende la destrucción de territorios como una reconstrucción sobre nuevas bases.

En función de este marco, es preciso redefinir la manera de abordar los territorios turísticos y las identidades territoriales a partir de definir la idea de lugar como relacional y contextual. Una reproducción social a través de complejas, contradictorias y deliberadas prácticas de representación y acción (Appadurai, 1995). De este modo, en un continuo estado de transición y redefinición, lo local y global se constituyen mutuamente llevando a la configuración de lugares que no son meramente locales ni globales, sino multiterritoriales (Aitchison, MacLeod y Shaw, 2014; Salazar, 2010).

Por otro lado, se busca romper con el modelo contenedor de cultura y una visión romántica de la misma, reemplazando los territorios estáticos e inmóviles por zonas fronterizas híbridas, fluidas, donde las identidades son forjadas a través de la movilidad y la localidad, de las interacciones y la yuxtaposición de múltiples escalas y relaciones (Minca y Oakes, 2006; Doering y Duncan, 2016). Un entretejido donde conviven al mismo tiempo lo individual-colectivo, lo local-global, lo fijo-móvil; un espacio simbólico que se transforma y redefine a partir del conflicto y dinamismo continuo de estos tiempos (Massey, 2004).

El concepto de identidad cultural se replantea, se habla de identidades en plural, de identidades, como dice Restrepo (2006), polifónicas y multiacentuales. Ninguna identidad posee un sentido cerrado y compartido por una sociedad de forma homogénea, sino que es necesario comprenderlas en sus articulaciones, contradicciones, tensiones y antagonismos. Son consideradas sitios de resistencia y empoderamiento más que dominación y sometimiento (Comparato, 2019).

Dentro de la posmodernidad, las identidades se circunscriben dentro de espacios configurados por movilidad y estasis. Catalogadas como híbridas, las identidades culturales son indeterminadas y presentan múltiples conexiones entre un afuera y un adentro (Meethan, 2003; Minca y Oakes, 2006). Así, predomina una identidad cultural, social y territorial construida en el movimiento y por el movimiento. Tal como se señala “la desterritorialización no significa el fin de la localidad, sino su transformación en un espacio cultural más complejo” (Tomlinson, 1999, citado por Haesbaert, 2013, p.192).

Conforme a esto, es preciso dar cuenta que la relación entre cultura y sociedad no se encuentra únicamente restringida a un territorio, sino que implica tanto movilidad global como especificidad cultural y local. Se entiende así que cualquier forma cultural que emerge del encuentro turístico puede

ser percibida como híbrida y liminal. Consiguientemente esta postura, deja a un lado y rompe con el excesivo localismo cultural, sociedades enraizadas e inmóviles, así como también pone en cuestionamiento la noción de una desmesurada de influencia global (Clifford, 2008).

Es preciso insistir en la idea que la posmodernidad no admite sociedades “impermeables, resistentes a la movilidad, al intercambio y a la negociación de significados” (Ayora Díaz, 2017, p.99). De esta manera, cultura, identidad y territorio se encuentran atravesados por procesos dinámicos y relaciones que se dan en múltiples espacios y escalas (locales, nacionales, regionales, globales); dejando de existir un único verdadero sentido de lugar, naturalizante, consensuado y estático para pasar a un valorización incierta, heterogénea, negociada y de cambio continuo. En este sentido, el mundo contemporáneo nos impone comprender la localidad desde la movilidad, el intercambio, la negociación de sentidos y la circulación de imaginarios, personas, ideas y significados desde una perspectiva multiescalar y rizomática.

## 5. Conclusión

A modo de conclusión, el presente ensayo intentó reflexionar y constituir un espacio de apertura a nuevos interrogantes acerca de la importancia y necesidad de repensar la tríada turismo, territorio, identidades culturales en el marco de la posmodernidad. A partir de la revisión, lectura y análisis bibliográfico, se identificaron distintos abordajes sobre esta tríada. Desde aquellas posturas esencialistas, que fijan las culturas a un territorio delimitado geográficamente las cuales son consumidas por el turismo a partir de discursos e imaginarios estereotipados; hasta miradas más contemporáneas que involucran comprender las identidades culturales a partir de la movilidad, de la dislocación territorial y de complejos procesos de hibridación.

La importancia del turismo como fenómeno sociocultural radica en su rol como vector de las transformaciones territoriales en el marco de la posmodernidad, en tanto involucra flujos y movilidad de sentidos, significados e imaginarios. El mundo actual, no admite una sola versión cultural e identitaria, sino múltiples narrativas y discursos mediados por imaginarios sociales y turísticos. Considerar las identidades culturales como estáticas, inmutables y delimitadas geográficamente es reconocer la imposibilidad de reproducción y transformación social.

Las identidades culturales se construyen sobre la base de relaciones dialógicas entre sujetos individuales, colectivos sociales, diferentes escalas territoriales y mediaciones o dispositivos. Por esta razón, en un mundo globalizado e interconectado, donde son constantes los intercambios de personas e ideas entre distintos territorios, las fronteras geográficas y simbólicas se han desdibujado dando lugar a identidades culturales híbridas y en continuo movimiento. De esta manera, se plantea la necesidad de abordar un nuevo análisis del concepto de identidad cultural que interpele la complejidad que enfrentan los territorios turísticos en un contexto global signado por la movilidad y la liminalidad.

Como destacan los autores De Anda et al (2019), la producción científica en torno al tema de identidad, cultura y turismo refleja un vacío en términos teóricos, conceptuales como metodológicos. De esta manera, el propósito de este ensayo ha sido esbozar un marco de discusión conceptual y teórica sobre esta relación desde una perspectiva geográfica y territorial. En virtud de lo expuesto, se invita a los lectores e investigadores a seguir construyendo y desconstruyendo este análisis a partir de la profundización sobre dicho *corpus* de conocimiento.

## Bibliografía

- Aitchison, C., MacLeod, N. E., Macleod, N. E. & Shaw, S. J. (2014). *Leisure and Tourism Landscapes*. Taylor & Francis.
- Almirón, A. (2004) “Turismo y espacio. Aportes para otra Geografía del turismo”, GEOUSP, Espaço e Tempo, vol. 16. Departamento de Geografía, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas, Universidad de San Pablo, pp. 167- 180.
- Appadurai, A. (1995). The production of locality. En Richard Pardon, *Counterworks: Managing the diversity of knowledge*, Londres: Routledge, 204-225.
- Ayora Díaz, S. I. (2017). Translocalidad, globalización y regionalismo: cómo entender la gastronomía regional yucateca. *Anales de Antropología*, 51(2), 96-105. <https://doi.org/10.1016/j.antro.2017.03.004>
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y transferencias*, 6(2), 29-50.
- Cohen, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo. *Política y sociedad*, 42(1), 11-24.

- Comparato, G. (2018). (De)construyendo los estudios del turismo y la geografía(s). Una aproximación a las mutaciones en América Latina a partir de la segunda posguerra. *GeoGraphos. Revista Digital para Estudiantes de Geografía y Ciencias Sociales*, 9, 266-290. <https://doi.org/10.14198/geogra2018.9.111>
- Comparato, G. (2019). Entre antropología, estudios culturales y turismo: una propuesta de reflexividad disciplinar diacrónica. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 313-325.
- Clifford, J. (2008). Traveling cultures. En Oakes, T. & Prince P. L. *The Cultural Geography Reader* (pp. 328-336). Taylor & Francis.
- Cresswell, T. (2010). Towards a Politics of Mobility. *Environment and Planning D: Society and Space*, 28(1), 17-31. <https://doi.org/10.1068/d11407>
- De Anda, L. A. S., Jiménez, G. C. & Martínez, E. E. V. (2019). Fundamentos teórico-metodológicos de la identidad: Una introspección categorial para los estudios turísticos. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(5), 889-899.
- Doering, A. & Duncan, T. (2016). Mobilities for Tourism Studies and «beyond»: A Polemic. *Tourism Analysis*, 21(1), 47-59. <https://doi.org/10.3727/108354216x14537459508856>
- Franklin, A. & Crang, M. (2001). The trouble with tourism and travel theory? *Tourist Studies*, 1(1), 5-22. <https://doi.org/10.1177/146879760100100101>
- Haesbaert, R. (2013). Del mito de la desterritorialización a la multiterritorialidad. *Cultura y representaciones sociales*, 8(15), 9-42.
- Hiernaux, D. (2002). Turismo e imaginarios. *Cuaderno de Ciencias Sociales*, 123, 7-32.
- Knafl, R. (1996). Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. *Turismo e Geografia. Reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: HUCITEC*, 62-74.
- Meethan, K. (2001) *Tourism in global society: place, culture, consumption*. New York: Palgrave.
- Meethan, K. (2003). Mobile Cultures? Hybridity, Tourism and Cultural Change. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1(1), 11-28. <https://doi.org/10.1080/14766820308668157>
- Meethan, K. (2014). Mobilities, Ethnicity, and Tourism. *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*, 240-250.
- Massey, D. (2004). Lugar, identidad y geografías de la responsabilidad en un mundo en proceso de globalización. *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, 77-84.
- Minca, C. y Oakes, T.(2006). Introduction: Traveling Paradoxes. En *Travels in paradox: Remapping tourism*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Minca, C. y Oakes, T. (2014). Tourism after the postmodern turn. *The wiley blackwell companion to tourism*, 294-303.
- Muñoz Arroyave, E. A. (2018). Procesos de territorialización de la globalización a través del turismo. Análisis de las relaciones global-local que promueve este fenómeno. *Agora U.S.B.*, 18(2), 557-572. <https://doi.org/10.21500/16578031.3835>
- Paes, M. T. D. (2009). Patrimônio cultural, turismo e identidades territoriais: um olhar geográfico. *Turismo de base comunitária-diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro: Ed. Letra e Imagem, 162-176.
- Pinassi, A. y Ercolani, P. (2015). Geografía del turismo: análisis de las publicaciones científicas en revistas turísticas. El caso de Argentina. *Cuadernos de geografía: revista colombiana de geografía*, 24(1), 214-230.
- Reisinger, Y. & Steiner, C. J. (2006). Reconceptualizing object authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 65-86. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.04.003>
- Restepo, E. (2006). Identidades: planteamientos teóricos y sugerencias metodológicas para su estudio. *Jangwa pana*, 5(1), 24-35.
- Terkenli, T. S. (2002). Landscapes of tourism: Towards a global cultural economy of space? *Tourism Geographies*, 4(3), 227-254. <https://doi.org/10.1080/14616680210147409>
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370. [https://doi.org/10.1016/s0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/s0160-7383(98)00103-0)
- Salazar, N. B. (2010). Studying local-to-global tourism dynamics through glocal ethnography.
- Salazar, N. B. (2012). Tourism Imaginaries: A Conceptual Approach. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 863-882. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.10.004>

Recibido: 26/08/2020

Reenviado: 16/12/2020

Aceptado: 17/12/2020

Sometido a evaluación por pares anónimos