



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEMASCALTEPEC
LICENCIATURA EN TURISMO

**“LA CULTURA POPULAR MEXICANA: MOVILIZACIÓN DEL
DISCURSO Y DIFUSIÓN DE LA IDENTIDAD NACIONAL”**

ENSAYO

Que como requisito para obtener el título de Licenciada en Turismo

PRESENTA:

P.L.T. Mayraana Suárez Arroyo

ASESOR:

Dr. en C.A. y R.N. Daniel De Jesús Contreras

Temascaltepec, Estado de México, octubre de 2025

Resumen

El ensayo analiza el papel de los mexicanos como portavoces de la cultura popular en el extranjero, a partir de una experiencia profesional en la Embajada de México en Italia. Partiendo de la proyección a nivel mundial de la cultura popular como una herramienta viva de identidad nacional, que fortalece el sentido de pertenencia y el orgullo de ser mexicano. A través de la participación en eventos diplomáticos y culturales, se reconoce que la música, la gastronomía, las tradiciones y las costumbres se convierten en vehículos de representación de México ante el mundo. La estructura del presente ensayo consta de tres capítulos, donde se expone la importancia de la identidad cultural desde la perspectiva de los profesionales en turismo, destacando cómo la cultura popular permite una conexión emocional con el país, incluso en contextos internacionales, recordándole a la población la importancia que tiene difundir los valores y lazos que unen a los mexicanos con su conexión con el pasado, donde hoy en día se vislumbran los efectos de una nación regida por la mezcla; lo que hace de México un país con color, sabor y lleno de un sinfín de contextos que a futuro se espera que nuevas generaciones sigan cuidando y fomentando el amor a la cultura y sus raíces, con trabajo colaborativo de las comunidades y las autoridades para preservar el patrimonio, apoyados en la globalización como un canal de difusión y en los medios digitales como herramientas para revalorizar la cultura y así evitar una banalización de los contextos. Porque ser mexicano, más que una nacionalidad, es un estilo de vida de quienes deciden unirse a la lucha constante por el rescate de la cultura, que debe asumirse con responsabilidad y llevar con orgullo en todos los contextos nacionales e internacionales.

Palabras clave: identidad nacional, cultura popular mexicana, turismo, México.

Agradecimientos

Agradezco profundamente a la Universidad Autónoma del Estado de México y CU Temascaltepec por haberme brindado las herramientas, conocimientos y espacios necesarios para mi formación profesional.

A mis profesores que fueron pieza clave en mi vida universitaria que a más de uno le agradezco el amor que demuestran por su profesión y la humildad con la que comparten sus conocimientos y pasión por el turismo.

A mis padres, por ser mi mayor ejemplo de amor, esfuerzo y dedicación. Gracias por acompañarme en cada paso, por sus palabras de aliento en los momentos difíciles y por celebrar conmigo cada logro, por pequeño que fuera. Su apoyo incondicional, su fe en mí y el amor con el que me han formado fue la base sobre la que he construido este camino. Este logro también es suyo, porque sin ustedes, nada de esto hubiera sido posible.

A mi asesor, el Dr. en C.A.R.N. Daniel de Jesús Contreras, por su orientación, paciencia y compromiso durante el desarrollo de este ensayo, cuya guía fue fundamental para consolidar este trabajo.

Índice

Capítulo I. Introducción.....	5
Capítulo II. Desarrollo.....	12
2.1. Cultura mexicana y orgullo nacional	12
2.2. La necesaria dicotomía cultura popular/cultura de masas.....	18
2.3. La proyección de la cultura popular en el extranjero: medios de comunicación y turismo	25
Capítulo III. Conclusión.....	35
Referencias	39

Capítulo I. Introducción

En este ensayo se aborda un tema de gran importancia en la formación de las licenciadas y los licenciados en turismo; esto es, el papel de la comunidad mexicana como embajadora y promotora de la cultura nacional. Las reflexiones que aquí se presentan derivan de una experiencia académica, a través de la figura de la Estancia Profesional, en la Embajada de México en Italia. En efecto, durante la formación universitaria de la Licenciatura en Turismo se reconoce la importancia de vincular al estudiantado con los sectores públicos, privados y sociales, cuya injerencia en el turismo sea directa o transversal.

La idea de incursionar en una embajada nace del interés de poder aplicar los conocimientos, habilidades, aptitudes y actitudes adquiridos a lo largo de los estudios profesionales, pero en un ámbito que supone un grado de responsabilidad y dificultad mayor, al tratarse de una representación de México en el extranjero. En este contexto, inicialmente se tenía la idea de que la participación se limitaría a actividades de asistencia al personal de las diferentes áreas que componen la sección consular. Sin embargo, al iniciar la estancia se pudo visualizar que el nivel de injerencia trascendía las responsabilidades iniciales, conforme a las tareas previamente asignadas y contempladas para los practicantes de la embajada.

Así, la participación se fue extendiendo hacia otras actividades no necesariamente vinculadas con el turismo, pero sí con el desarrollo de capacidades y habilidades para la atención de los connacionales en asuntos de protección consular. Lo anterior se relaciona con el perfil del profesional del turismo, en el sentido de:

- Aplicar estrategias de aprendizaje autónomo para la toma de decisiones.
- Emplear pensamiento lógico, crítico y propositivo en su ámbito personal y profesional.

- Ejercitar una actitud humana y responsable con la sociedad (Facultad de Turismo y Gastronomía, 2015: p.123).

Por otra parte, cabe mencionar que, en paralelo se participó en la organización y logística de eventos de la cultura popular mexicana, como el Día de Muertos o la Conmemoración de la Independencia Mexicana. Igualmente, se incidió en el desarrollo de eventos empresariales e institucionales relacionados con la promoción de la cultura mexicana. A partir de estas experiencias, se observó que existe una oportunidad para promocionar la cultura mexicana en el extranjero desde el interior y generando un proceso de interlocución en el que el mexicano funge como medio vivo de difusión.

Por lo anterior, el presente ensayo tiene como finalidad explorar cómo la cultura popular mexicana es un estandarte de identidad en el extranjero, analizando el impacto de la música, gastronomía, arte y muchos otros elementos representativos de la nación, que dan identidad frente a otras nacionalidades en el extranjero y contribuyen a la formación sociocultural del mexicano. Se pretende hacer una exploración de los diferentes escenarios que se observaron durante la estancia en Italia, considerando que se trata de un país multicultural y con un bagaje histórico en el que podrían no tener cabida otras culturas. No obstante, se constató que la comunidad mexicana tiene la peculiaridad de difundir la identidad y el apego a su país, a través de expresiones de la cultura popular, como la comida, la música, sus fiestas o sus manifestaciones cotidianas de vida.

La población de México se estima en 126,014,024 habitantes, lo cual posiciona al país dentro del lugar 11 de los países más poblados en el mundo (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI],2020). Además, se registran 68 pueblos indígenas de los cuales se hablan distintas lenguas que juntas reúnen 364 variantes. En el caso específico de población de tres años en adelante, se tiene que el 6.1% es hablante de alguna lengua indígena, una población cercana a los 7.36 millones de personas (INEGI, 2020).

La vastedad de los pueblos originarios ofrece numerosos elementos representativos, como sus tradiciones, expresiones musicales, cocinas y patrimonios gastronómicos, conocimientos acerca del mundo, vestimenta, entre otros, que al integrarse generan un efecto en cadena que puede definirse como cultura popular.

Para Bejar (2019), la cultura popular se define gracias a la identidad y la memoria colectiva por la cual se atraviesa un proceso dinámico que se debe regir mediante la resistencia de los sectores oprimidos. Mientras que para Zapata (2016) la cultura es el constante acercamiento a la diversidad y la autenticidad, aunque este término en ocasiones signifique poner en riesgo los derechos de los pueblos al entrar en juego la política, anteponiéndose como amenaza para las diferentes estructuras sociales, cuando la cultura debe de persibirse como la conservación del folclore y de la vida antes de una evolución al mundo moderno.

Este término hace referencia a los elementos identitarios y hereditarios que, con el paso de la historia hasta hoy, dan sentido a la forma de ser y actuar. Así, el término “mexicanidad” se plantea como la esencia y las particularidades que forman el orgullo nacional, resaltando la idea principal de los mexicanos como voceros de su cultura, ya que no sólo se trata de la manera en la que los mexicanos viven cotidianamente, sino que también hace referencia al intercambio cultural resultante de interactuar con personas de otras nacionalidades.

Por otra parte, México se ha posicionado como un referente internacional gracias a su riqueza natural y cultural; sus 35 sitios considerados Patrimonio Cultural de la Humanidad, sus 195 zonas arqueológicas, 177 Pueblos Mágicos y su gastronomía reconocida mundialmente son un ejemplo de la importancia que tiene en la actualidad, por lo cual el presente ensayo permitirá al lector descubrir y analizar un fenómeno que se presenta cuando un mexicano sale al extranjero, siendo un referente de la cultura y un medio vivo de promoción. Según un artículo publicado en la Revista Forbes sobre la identidad mexicana menciona que “ser mexicano no

es una condición, es una decisión continua que se refleja en nuestra forma de actuar en cada momento de nuestras vidas” (Murillo, 2022, párr.1).

Por lo cual ser mexicano implica una construcción sociocultural compleja que no se limita a una nacionalidad, abarcando factores que configuran un sentido de pertenencia. Es esta condición no estática, sino dinámica y se redefine constantemente a través de la interacción con otros contextos sociales, históricos y culturales. En este sentido, la mexicanidad se convierte en una vía para la exploración del concepto de identidad, entendida como el resultado de procesos colectivos de reconocimiento, memoria y representación. Analizar qué significa ser mexicanos, permitiendo adentrarse en una reflexión sobre como se conforma y expresa la identidad individual dentro y fuera del país.

Para Mercado y Hernández (2010), la identidad es un proceso de autor reflexión que no puede entenderse sin la integración social. En palabras de los autores:

la identidad supone un ejercicio de autorreflexión, a través del cual el individuo pondera sus capacidades y potencialidades, tiene conciencia de lo que es como persona; sin embargo, como el individuo no está solo, sino que convive con otros, el autoconocimiento implica reconocerse como miembro de un grupo, lo cual, a su vez, le permite diferenciarse de los miembros de otros grupos. Por ello, el concepto de identidad aparece relacionado con el individuo, siendo las perspectivas filosófica y psicológica las que predominan en los primeros trabajos sobre identidad social. (Mercado & Hernández, 2010, ps. 231-232)

Por lo anterior es necesario reconocer la importancia de formar parte de una sociedad que proporciona sentido de pertenencia y define identidades a partir del arraigo cultural de los individuos a un territorio, en el que existe un idioma, creencias religiosas y un mosaico de tradiciones que complementan las características vitales y humanas de una sociedad.

Hablar de identidad social implica confirmar que el ser humano se remonta a una adopción de su cultura que data desde que nace, por el territorio, condiciones económicas, sociales y psicológicas que conllevan al actuar de una persona, pero al tratarse de una temática colectiva, como lo son los mexicanos, automáticamente el individuo pasa a ser parte de una población que se distingue por su lenguaje, tradiciones y todos esos elementos representativos e identitarios que caracterizan a una población.

La cultura popular dentro y fuera de México, se expresa de diversas formas, los mexicanos tienen la peculiaridad de honrar a la muerte como una celebración y no como algo triste, llenando de colores las calles para celebrar a los héroes que dieron independencia, danzando en representación de todas esas culturas que, hasta el día de hoy otorgan sentido e identidad, y exhibiendo todas las bellezas naturales que rodean el entorno. Todo ello forma parte del territorio en el que un mexicano se desenvuelve, pues existe una tendencia a resaltar todo lo positivo que se posee. No existen revistas, programas, televisivos o cualquier otro medio de difusión más efectivo para que personas extranjeras conozcan el país que un mexicano dando su propio testimonio.

Por todo lo anterior, en este ensayo se parte de la tesis de que los canales convencionales de promoción de la cultura mexicana tienden a ignorar su carácter subjetivo e inmersivo, por lo que en ocasiones se transforman en acciones distorsionadas de la realidad, presentándolas como mercancías dispuestas al consumo de masas. En este sentido, el argumento del que se parte para iniciar con la discusión es que la movilización de los mexicanos al extranjero se convierte en un medio para exportar la cultura mexicana, ofreciendo un marco completo y vivo en el que quedan implicados aspectos históricos, sociales y políticos que transmiten un enfoque holístico para apreciar la mexicanidad como una estimación rica y matizada del contexto global en el que un mexicano crece y se desarrolla.

En términos metodológicos, el presente ensayo adopta la técnica de argumentación conocida como, fundamentación estructural de lo real, que, en palabras de

Villanueva (2021), consiste en fundamentar una realidad a partir de un caso particular, así como la comparación con otro caso similar, de donde derivaría un principio de generalización. En este escrito el caso particular está referido a las experiencias adquiridas durante mi estancia profesional en la Embajada de México en Italia, mientras que los casos para contrastar están referidos a lo documentado en la literatura. Así, más que refutar o validar argumentos, este ensayo adopta una postura narrativa de plausibilidad.

Este ensayo se compone de tres secciones principales. Además de este apartado introductorio, se presenta el desarrollo, en el que se discuten temas de índole cultural, donde se busca que el lector comprenda la importancia, a lo largo de los años, de esos elementos que conforman la identidad y el sentido de pertenencia del mexicano. Por ende, se abarcan distintas investigaciones de autores que trabajan con la cultura popular como una forma de vida y un fenómeno que ocurre gracias a las costumbres y tradiciones que adquiere una persona dependiendo del territorio de su nacimiento, sosteniendo que se trata de una suma colectiva de elementos representativos y de índole histórica.

A su vez se pretende que el lector conozca el escenario vivido por una licenciada en formación, generando interés e invitando a la reflexión sobre la importancia que tienen los mexicanos como representantes de un legado histórico que influye en su actuar y en su desarrollo en medios distintos al lugar de origen. Se destaca que una persona se rige según sus costumbres y el medio en el que se desenvuelve, observando los procesos históricos que México ha atravesado y como, con ello, intrínsecamente se adoptaron nuevos regímenes sociales. Desde los aportes realizados por los primeros asentamientos indígenas, hasta el descubrimiento de América, dando una mirada a la importancia de cada una de las etapas que abrieron paso al desarrollo social y colectivo.

No obstante, también se plantea el panorama de las problemáticas actuales a las que podría enfrentarse una persona mexicana al fungir como comunicador de la cultura. Se abordan temas como la imagen, que tiene México ante otros países,

analizando tanto las percepciones positivas como las negativas, así como los factores de riesgo en los que la cultura popular mexicana podría verse inmersa.

Por lo tanto, algunos de los elementos característicos del presente trabajo se enfocan en el análisis de la música, gastronomía y festividades como un caso a reflexionar, examinando el orgullo nacional como una forma de vida adoptada por los mexicanos y visibilizando los factores que motivan a sus pobladores a defender y realzar los aspectos positivos que posee el país. Lo anterior se convierte en un fenómeno digno de estudio, por la forma de vida y el desenvolvimiento que tienen los mexicanos dentro y fuera de su país. Se expone la idea de que ser mexicano no solo representa una nacionalidad, sino una forma de vida y una manera de relacionarse con los demás, tratándose de una convicción y no de una imposición para, así poder llegar a la tercera parte del trabajo, donde se concluyen las ideas antes mencionadas. Se espera que el lector lleve consigo el compromiso de preservar e invitar al diálogo sobre la importancia que tiene nacer en este territorio y poder ser un portavoz que represente a la nación frente a distintos escenarios, fomentando una conversación asertiva que exalte el empoderamiento mexicano y su importante imagen a nivel mundial.

La cultura será el principal impulsor para estudiar este fenómeno nacionalista, destacando el orgullo mexicano como una de las principales manifestaciones del visible desarrollo social y del avance generacional. Así, las manifestaciones de mexicanidad tanto dentro como fuera del entorno nacional, son útiles para sensibilizar y empoderar las acciones que identifican a una persona en su actuar como vocera de la cultura popular mexicana en el extranjero.

Capítulo II. Desarrollo

2.1. Cultura mexicana y orgullo nacional

La cultura es una construcción social que emerge y se desarrolla en un grupo humano. El ser humano otorga significado a las acciones que realiza, forjando su desarrollo conductual con normas y pautas aceptadas y/o validadas dentro de dicho grupo. Lo anterior significa que la cultura cumple un papel fundamental para la vida humana, ya que proporciona un sentido de pertenencia y una forma de relacionarse con los demás. Genera un proceso social en el que se construyen los nacionalismos, las instituciones religiosas, las creencias y las tradiciones, además de la vinculación afectiva tanto en términos materiales como simbólicos, por representar el espacio donde se nace y, probablemente, se muere.

En este contexto, Margulis (2009), comenta que el término “cultura” puede explicarse desde diferentes perspectivas, lo cual evidencia su complejidad y lo convierte en una especie de “relación histórico-conceptual”. Para comprenderla, es necesario adentrarse en los elementos materiales e inmateriales en los que se manifiesta, por ejemplo, las artes, la educación, los libros y toda clase de manifestaciones y características que representen a un grupo humano. La cultura, por lo tanto, sería un continuum intermediado por las acciones de las sociedades en un horizonte temporal determinado.

Por ello, para Durán (1986, p. 22), la recuperación de la memoria histórica conlleva la toma de conciencia de la propia identidad. Mediante la reconstrucción del pasado podemos comprender el presente y construir el futuro con mayor seguridad y alcanzando así un desarrollo regional integral en lo económico, lo social y lo cultural.

Y es que la cultura también puede concebirse desde la noción de recurso, ya que genera una utilidad, no necesariamente económica, cuyos impactos o relevancia pueden definirse en función de lo que los distintos grupos sociales proyecten para sí mismos. Pensemos en el caso del turismo y el uso que hace del patrimonio cultural; si bien se destaca su utilidad para el desarrollo local, también se priorizan los principios de conservación, salvaguarda y perpetuidad.

Para poder ahondar más en el tema de la cultura, es importante analizar la raíz que lleva a los grupos humanos a formar parte de patrones culturales, concebidos antropológicamente como un fenómeno natural, siendo la reproducción humana el principal punto de partida. Así lo explicaba el antropólogo Grimson (2008), en un estudio sobre la diversidad y cultura, en el que señala que se trata de un concepto complejo, alejado de la idea de que una persona culta es aquella que estudia y adquiere conocimientos académicos. Grimson se refiere a una concepción amplia de la cultura, entendida desde el comportamiento humano desde de un colectivo y las distintas condiciones en las que un individuo se desenvuelve, las cuales influyen en su manera de actuar. Estos contextos se organizan en torno a cuatro pilares fundamentales: la sociedad, la economía, la política y la comunidad.

Los elementos sobre los que se construye un orden social son los que guían y rigen el comportamiento humano; si alguno de esos componentes falla, afecta a los demás, desencadenando una desestabilización del funcionamiento social. Por ello la cultura adopta un papel fundamental, analizado desde la raíz del ser humano. La cultura pasa a ser la protagonista del comportamiento individual y colectivo, que, en efecto, tienen que ver con aspectos históricos y con la manera en las personas se relaciona en su cotidianidad. Con lo anterior, se trata de explicar que la cultura es fundamental para el desarrollo humano, dando una visión que construye un panorama, por lo que se puede afirmar que tiene una función integradora que da coherencia y cohesión al establecer conductas sociales y adopta una perspectiva del mundo transmitida de generación en generación mediante prácticas colectivas que controlan el comportamiento humano.

Por lo cual es muy importante abordar la importancia del individuo, como parte de la colectividad, ya que su exclusión implicaría privarlo de elementos que forman seres únicos y otorgan un factor de diferenciación respecto a otros grupos sociales. Es aquí donde se trata de analizar cómo la cultura tiene injerencia en todos esos elementos que dan identidad. Desde la perspectiva de Zapata (2016) etimológicamente, en el latín “populares”, que deriva del sustantivo “populus”, que significa “pueblo” o “gente”, término que hoy en día tiene una importancia fundamental social porque la cultura no puede desligarse de las personas, ni de sus intereses, gustos y valores, los cuales pueden llegar a ser difundidos de maneras inimaginables, es por eso que la cultura popular contempla todos esos elementos que le otorgan a una sociedad identidad, por lo cual los principales protagonistas son los símbolos, prácticas, tradiciones, el arte y entretenimiento que generan un actuar colectivo. Por ello, para Durán (1986) “hablar de cultura popular es hablar de los procesos de creación y de la producción cultural que emana directamente de las clases populares, tanto en los medios urbanos como en las diversas regiones rurales, mestizas y étnicas del país” (p. 20).

México posee una infinidad de patrimonios que lo convierten en uno de los países con más riqueza natural y cultural, empezando por todos los hechos históricos que han marcado al país a lo largo de los años, siendo un lugar que conserva creencias de las distintas culturas dominantes como lo fueron los mayas con grandes aportes a la astronomía, matemáticas y escritura, desarrollando grandes ciudades que fueron un referente de la agricultura y la medicina con influencia en todo Latinoamérica. O bien, los Zapotecas que en Oaxaca construyeron un imperio con sus sistemas de escritura y metalurgia que perduran hasta la actualidad. A esto se le llama herencia cultural; es decir, la capacidad de las sociedades para nutrir su cultura y después legarla a las futuras generaciones.

Cuando se habla de cultura -retrocediendo algunos párrafos arriba- varios autores explican que todo se desencadena gracias a la colectividad y la homogeneización de una nación donde permite una profunda apreciación de los hechos históricos. México no es la excepción, siguiendo las líneas de investigación de Wade (2003),

destaca que el multiculturalismo en América Latina ha sido un tema de gran interés alrededor del mundo por los procesos sociales que este conllevó. Gracias al mestizaje, viéndolo como una ideología y un sentido nacionalista, se llegó a un proceso de amalgamaje entre diferentes culturas, ninguna se superpone o subordina a la otra, sino que se complementan para crear una nueva.

Es bien sabido que en 1519 ocurrió uno de los hechos históricos que marcó al país hacia una era de conquista y un sometimiento del imperio azteca por parte de los españoles, sin embargo, no todo fue negativo: en cierto sentido se observan indicios de lo que actualmente conocemos como la globalización, esto es, la circulación de información, cultura, ideas, entre otras, que es posible gracias al desplazamiento de personas. Sólo que en la época referida la circulación no era tan acelerada como ahora, debido a la ausencia de tecnologías de la información y comunicación. En el intercambio cultural es prácticamente imposible deshacerse de las capacidades de gestión de la vida y el mundo natural, ya que al fusionarse se producen cambios significativos que plantean nuevas formas de ser y habitar el espacio. Es por ello que cuando el mexicano se traslada fuera del espacio nacional puede llegar a experimentar lo que coloquialmente se conoce como el síndrome del jamaicón; esto es, la nostalgia por el lugar de nacimiento o en el que se desarrollan habitualmente las actividades.

En palabras de Cruz et al. (2017), es entonces a partir de este nivel de cambio cuando se puede comenzar la mención del nacimiento de una nueva nación con una identidad diferente, basada en la mezcla de estilos de vida europeos y americanos, en la mezcla de conocimientos, de tradiciones, de lenguajes y de un sinnúmero de aspectos, aunque los autores lo plantean en un sentido literal, se puede vislumbrar también en un sentido metafórico, pues la presencia del mexicano en otro contexto (país) distinto al suyo plantea la disyuntiva de reinvención o, si se prefiere, de renacimiento, lo cual implica su capacidad de resiliencia y de adopción de los elementos de una cultura para fusionarlos con la propia.

En otro orden de ideas Pérez-Brignoli (2017), señala que ocurre un fenómeno muy importante llamado “aculturación” y “transculturación”, lo que podría definirse como la manera en la que una cultura dominante o fuerte refleja y transmite nuevas ideas a una civilización antes organizada para generar un híbrido entre culturas y paulatinamente lograr una reorganización social unificada. “En estos y muchísimos otros ejemplos a lo largo del tiempo resulta más que obvio que la aculturación (o la transculturación) es un fenómeno asimétrico y que implica relaciones recíprocas que van en múltiples direcciones” (Pérez-Brignoli, 2017, p.101).

Por lo tanto, se puede aseverar que estos cambios sociales reformaron la cosmovisión social ya sea de una manera adaptada o impuesta, que dio paso a la adopción de la música, religión, festividad, gastronomía, entre otros elementos que hasta el día de hoy fusionados dan lugar a la apología de “visiones folclóricas”, término acuñado en la investigación de Tena Núñez (2013), donde analiza las fiestas populares y ritos tradicionales como el resultado de la alianza con la iglesia católica, donde los indígenas mostraron capacidad para asimilar símbolos religiosos y lograr una compaginación con los calendarios de fiestas tradicionales. Esta concepción del mundo y de la vida, la representación del tiempo y las formas de relación social, son algunos de los elementos que hacen de México un país multicultural.

Sin embargo, es importante resaltar que el presente ensayo viene desde la motivación de generar una unificación como sociedad, es decir que el ser mexicano no es sólo una nacionalidad, sino que el ser mexicano tiene un cúmulo de actitudes que destacan todos esos elementos positivos que ponen a los mexicanos ante otras nacionalidades como personas cálidas, con un sentido de la generosidad y amabilidad con los extranjeros que visitan su país, así también como con una adopción de todo aquel individuo que quiera formar parte de esta sociedad que ama y respeta sus raíces. Actualmente se puede observar que muchos extranjeros deciden vivir en México por las muchas facilidades que les pueden ofrecer, así como también es bien sabido que el mexicano es una persona que disfruta que terceros se vean inmersos en sus tradiciones y formas de vida. No obstante, en este ámbito pueden entrar muchas problemáticas que se observan hoy en día y son latentes,

pero el presente ensayo tiene la finalidad de apoyar, críticamente, lo que socialmente se ha construido de México como país y destino turístico, más allá de los estereotipos y clasismos presentes en los medios de comunicación masiva.

En la investigación de Ramírez Losada (2009), cuya obra se titula *El amor a la patria en México. Antropología de una pasión*, en la que basó su investigación de campo en entrevistas aleatorias a ciudadanos, para hablar del amor a México, es importante mencionar que las respuestas reflejan una de las primeras partes del estudio; es decir, la motivada por un sentimiento que es el amor, una palabra que se usa todos los días y que, sin embargo, puede caer en la ambigüedad. No obstante, se puede comprender desde una perspectiva sociológica que refleje cómo es el mexicano y, sobre todo, cómo se manifiesta su amor a la patria. El amor, según la autora, es uno de los sentimientos más puros que puede tener el ser humano. En este caso, el amor que sienten los mexicanos por su patria puede interpretarse como un sentimiento desinteresado, único e intransferible.

Explica que en el centro de este sentimiento existen diferentes motivantes, lo que se puede interpretar como una metáfora del amor de la madre a sus hijos, el amor más puro que se puede experimentar desde el nacimiento. Trasladando esta idea, se puede aseverar que el nacimiento en el territorio mexicano provee uno de los elementos más importantes en la identidad de las personas, esto es, la nacionalidad. Se considera trascendental porque uno de los principales símbolos de identidad es precisamente la nacionalidad, especialmente cuando se incursiona en el extranjero.

La patria te regala una nacionalidad, un sentido de pertenencia y una cultura de la cual estar orgulloso, es por eso que a lo largo de la investigación se habla de que la patria puede llegar a ser la madre de un ser humano, por ser el primer elemento que acoge a una persona dándole no sólo sentido de pertenencia, sino que un sentido a su vida y la motivación principal. Las presentes reflexiones pueden llegar a tomarse como un caso banal y de propaganda nacionalista, sin embargo, es importante analizar que, quienes conforman una nación, son todos los mexicanos y

es únicamente la responsabilidad de todos ellos ser una sociedad con valores, con respeto a los demás que generen una seguridad para todos, ya que como se ha mencionado anteriormente, México es lo que es gracias a sus habitantes.

Por lo anterior, es necesario realizar una introspección, si como sociedad estamos siendo recíprocos con la patria, es decir, México no siempre fue peligroso, México, no siempre fue corrupto, y es por eso que, al hablar de orgullo nacional se tiene una idea equivocada de que por el solo hecho de pertenecer a una nacionalidad se le encaja a una sociedad entera en un cliché con aspectos negativos. La investigación de la autora ayuda a analizar una problemática que se vive actualmente, pero el problema no es el país, sino la sociedad que lo conforma es por eso que al hablar de amor a la patria se abordan todos esos elementos que abrazan a un ser humano desde su nacimiento y lo dotan de todas esas características identitarias de las que se deben de estar orgullosos, al menos en teoría.

2.2. La necesaria dicotomía cultura popular/cultura de masas

En este apartado es importante recalcar el papel que tiene la cultura en la actualidad, por ello, se parte del análisis de la cultura de masas y sus implicaciones en el contexto del turismo, destacando los factores positivos y negativos. El abordaje profundo de la cultura de masas posibilita el redescubrimiento de las temáticas culturales inmersas y sus efectos en el futuro, aunque con una clara referencia al pasado y al presente. La intención es que el lector desarrolle un juicio crítico personal sobre la presencia de esta cultura en el turismo y la manera en que contrasta con las culturas populares. Se considera pertinente por las múltiples implicaciones concentradas en relación con la conservación y el fomento de la cultura, así como una diferenciación de los elementos que generan un particular acercamiento hacia la interpretación de los componentes y referentes culturales.

Para Morín (1966):

diversas clases de vivencias culturales actúan en nuestro tiempo: la religión (o las religiones), el Estado nacional y la tradición humanista enfrentan o conjugan sus morales, sus mitos y sus modelos en el seno de la enseñanza y fuera de ella. A estas diferentes culturas es necesario añadir la cultura de masas (p.22).

Partiendo de estas ideas, la cultura de masas no surge de la espontaneidad, hay actores y factores que lo explican, por ejemplo, el mercado, el estado y los medios de comunicación, los cuales influyen en la percepción de la cultura como algo impuesto y carente de contenido; es decir, algo superficial.

Para el filósofo, Edgar Morín, la cultura de masas se remonta a la industrialización que se llevó a cabo en Estados Unidos gracias a la Segunda Guerra Mundial, que dio pie a un avance tecnológico e industrial que conllevó a una evolución total de las formas de vida. Gracias a la invención de diferentes medios de comunicación masiva, como lo fue el cine, radio, televisión, entre otros, que, cabe mencionar que no eran de fácil acceso para todos los sectores de la población, se pudieron conocer las primeras causas y consecuencias de la masificación. Con la ayuda de estos medios se empezaron a crear productos seriados carentes de algún sello distintivo que los hiciera diferenciarse entre sí, lo que llevó a como lo cita el autor a crear sueños colectivos, a través de lo imaginario

Abbruzzese (2004), explica que se trata de una temática difícil de comprender por el extenso campo de teorías y prácticas que existen, haciendo que se tenga que lograr una reconstrucción de los procesos de industrialización y urbanización que se viven en la actualidad, es decir que se necesita comprender el fenómeno de la progresiva decadencia de la cultura. Según el autor se corre el riesgo de sufrir una banalización y decadencia a causa de los productos culturales masificados, con lo anterior es importante destacar que el autor empieza dando una explicación sobre la masificación como un fenómeno con connotaciones negativas, poniendo en tela de juicio que la cultura de masas funge como factor de igualdad social causando una amenaza entre los vínculos sociales y formando así una distinción entre alta

cultura y baja cultura. En suma, el consumismo cultural afecta, principalmente, la estratificación social.

Lo que la cultura de masas pretende lograr es una estandarización, lo cual significa que quiere hacerla modificable y adaptable para cualquier persona que esté dispuesta a adentrarse en esta temática. Pero esto es complejo y puede carecer de alguna razón social, ya que al ser promovida desde una perspectiva lineal y moldeable genera que sea visto como un producto, sin el conocimiento de las bases, y de la manera en la que su población la percibe creando un consumo desmedido e irresponsable. Por lo anterior, es necesario analizar los medios de difusión para llevar a cabo una comunicación asertiva desde el respeto y llegar a percibir la cultura como forma de vida, y no como algo que puede llegar a ser consumido de manera inmoderada.

La masificación, tradicionalmente, ha sido estudiada desde la perspectiva de un producto y no como un elemento que puede suscitar la reflexión histórica, estética e, incluso, patrimonial. El estigma que prevalece alrededor de este concepto casi siempre lo presenta como algo peyorativo e indigno de atención por parte de la academia, especialmente en los tiempos recientes en los que los estudios culturales y turísticos destacan la singularidad, la especificidad y lo local, por encima de lo masificado y homogéneo. Ello es especialmente visible en la dicotomía turismo de masas /turismo alternativo o local; o la cultura de masas/cultura local, tradicional, popular.

Por lo tanto, Domaccin, (2016, p.13), expone que “la cultura de masas consigue fabricar a gran escala, técnicas y procedimientos industriales, ideas, sueños e ilusiones, estilos personales y hasta una vida privada en gran parte producto de una técnica, subordinada a una rentabilidad y a la tensión permanente entre la creatividad y la estandarización, apta para poder ser asimilada por el ciudadano de clase media.”

Por su parte, Bourdieu (1998), en su icónica obra *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, menciona que se debe realizar un psicoanálisis social que

explique cómo la cultura no sigue un esquema piramidal, siendo abordado desde una perspectiva sociológica que posiciona a la cultura como una forma de pensamiento contemporánea con un auge estructuralista, buscando así replantear el materialismo histórico con su principal punto de partida: el consumo.

Un contrasentido de la cultura de masas es que parece no tomar en cuenta las necesidades sociales de las personas, entendiendo por necesidad algo que va más allá de la sola satisfacción con elementos materiales. Se enfatizan, también, aquellas necesidades psicológicas, afectivas o culturales. En este sentido, los análisis de la cultura mexicana tienen la tendencia de realizar homogeneizaciones carentes de análisis y empatía, donde se plantea que la cultura es una cualidad que pertenece a toda la sociedad y previamente percibida de la misma manera, obviando las diferencias económicas, o, en la perspectiva de Bourdieu (1998), las asimetrías de capitales económicos y sociales que regulan el acceso a los bienes culturales. Es aquí donde el tema de masificación toma un rumbo negativo, privando de criterio y de visibilidad a ese estrato social vulnerado del que forma gran parte de la población, cuando en este caso es esa misma sociedad la que construye la cultura como una forma de vida y no como un producto diseñado para el consumo.

Por lo anterior, cobra relevancia la sentencia de McLuhan y McLuhan (2009), quienes afirman que “la caída y decadencia de un mundo cultural nos pone a todos en la misma papelera arquetípica, generando nostalgia hacia las situaciones anteriores” (p. 294). Cabe destacar que el texto relata la añoranza y la percepción de la vida en épocas pasadas, así como esta captaba una atención prioritaria y tenía un gran significado en comparación con el presente, viéndolo como una situación en constante decadencia y carente de ese factor sorpresa que caracterizaba al mundo cultural como un panorama distintivo de historia y respeto.

Dicho lo anterior, es importante analizar el panorama en el que se encuentra hoy en día el turismo ya que debería de ser un tema de suma importancia para los profesionales de esta área, especialmente cuando su intervención demanda que se generen estrategias que cuiden en su manera más pura la cultura popular.

Para poder comprender y definir los contextos turísticos es vital distinguir y ver más allá del consumo como lo describe Tzanelli (2019) en su texto: *Turismo y cultura popular: consideraciones socio culturales*, se destaca más allá de ver o concebir al turismo ya que al ser un acto económico y de entretenimiento puede prestarse a que se convierta en una negociación de identidades y una experimentación de las formas de vida. Los profesionales del turismo no solo deben promover el consumo sino la comprensión, respeto y preservación, destacando que mucho turistas buscan vivencias auténticas que propicien espacios de participación cultural donde el respeto sea el principal atractivo y evitar la apropiación indebida de los diferentes elementos culturales. Para ello, se debe subrayar que el turismo puede convertirse en una herramienta para visibilizar, proteger y revitalizar el patrimonio de los pueblos originarios gracias al dialogo y la colaboración intercultural. En palabras de Tzanelli (2017): “una variedad de nuevas prácticas socioculturales, así como la aparición de nuevos estilos de vida y rituales de consumo, productos y experiencias, han conducido a una redefinición radical de lo que se entiende por ‘turismo’” (p. 24, traducción propia).

Como se ha mencionado, es necesario profundizar en la relevancia de los pueblos originarios ya que, según investigaciones de Rodriguez(1991), los factores de cambio han logrado un retroceso en la cultura popular por lo cual son conocidos como atenuantes de los cambios y, en algunos casos, promotores de las continuidades. Por ejemplo, la migración es un hecho muy recurrente que sucede dentro y fuera del país, provocando un desprendimiento del lugar de origen, y, si se observa desde la perspectiva de las personas que viven en pequeños pueblos originarios, este fenómeno impacta directamente en la forma en cómo sus costumbres y tradiciones son percibidas como parte de una cotidianidad normalizada, pero ahora, ante la movilización humana, se convierten en elementos transitorios fácilmente adaptables a las condiciones de otro contexto.

Sin embargo, cuando se desarrolla el fenómeno migratorio, emerge un proceso de readaptación a la cultura que antes se desconocía, desprendiéndose de las ideologías que se tenían presentes desde el nacimiento y observando que no sólo el fenómeno de la globalización banaliza los hechos culturales, sino que el paso del tiempo y el ritmo de vida genera un desprendimiento que es inevitable por el simple factor de supervivencia humana en un medio desconocido. Así, se puede decir que “la cultura de masas convierte a los productores de la cultura popular en consumidores pasivos de su propia tradicionalidad expropiada y fragmentada” (Rodríguez, 1991, p.159).

La idea de cultura fragmentada, en los términos planteados por el autor, se refiere a esos hechos que están intrínsecos en la cotidianeidad, por lo cual, una población puede verse modificada culturalmente hablando en el momento en el que se priorizan factores cotidianos como es el sobrevivir en un entorno desconocido, donde al migrar la sociedad se encarga más de integrar a los individuos a un mundo colectivo que se mueve velozmente para poder cubrir las necesidades humanas primordiales. En este escenario, la cultura y sus tradiciones pasan a segundo plano, modificando los estilos de vida, de manera que la pertenencia a un grupo social satisface más y enriquece al ser humano, que defender los propios ideales arraigados desde la infancia.

Es esta movilidad la que abre un panorama hacia una diversificación cultural que es adaptable y moldeable, con los riesgos que esto implica al desconocer realmente cuáles son esas costumbres y tradiciones que forman a un individuo, siendo un referente para las siguientes generaciones que crecen en un ambiente totalmente normalizado y con un desconocimiento total de las formas de vida de sus antecesores. Es por eso que en la actualidad se observa que en las grandes urbes no se llevan a cabo las mismas actividades culturales que se realizan en pequeños pueblos de provincia, que, aunque son lugares pequeños, la conservación de sus ideologías forman parte de un estilo de vida que es difícil de modificar, así mismo, las nuevas generaciones se encargan de adaptarse a esos estilos de vida sin sufrir

grandes cambios dentro de estas estructuras sociales. Es por eso que la cultura de masas significa diversificar y llegar a percibir lo cultural, más que como una forma de vida como un producto que se ofrece desconociendo las extintas bases que lo componen.

Una vez analizada la importancia que tiene la cultura popular y algunos de los factores de riesgo que se pueden tener generados por una cultura de masas, es pertinente plantear el papel que ocupa el turismo. Los profesionales del turismo deben reconocer que la actividad turística se manifiesta de múltiples formas que requieren de estrategias diferenciadas para, por ejemplo, focalizar la importancia de trabajar con la cultura popular mexicana, es decir, que desde la formación deben de tomar en cuenta que el turismo al ser un fenómeno, con impactos positivos o negativos, siempre debe de respetar el lugar que se visita, ser responsables con lo que se le comparte al turista y empezar a generar un turismo más respetuoso, empezando con las personas originarias del destino.

Hay que tomar en cuenta que se tiene una gran responsabilidad si se trabajan con turistas extranjeros, ya que se debe difundir la cultura de la manera más pura, e informar que México no es sólo un destino de playa, descanso, gastronómico, sino que se trata del país más visitado, en parte, por la cultura receptora que se caracteriza por ser amable, cálida y solidaria. Los medios de comunicación masiva y las redes sociales han construido una imagen falsa que refuerza los estereotipos nacionales, como el hecho de pensar que en todo el país se consume picante, gastronomía basada en taco y gente usando sombrero. El futuro para el turismo en México debe de ser motivado principalmente por su cultura, la calidez de sus habitantes y el respeto, ya que el cambio inicia desde la población, de adentro hacia afuera para fomentar que México es un país lleno de historia y cultura, pero donde el principal elemento es su población que se jacta de sus raíces, y de todos esos elementos que forman mexicanos que defienden y difunden su estilo de vida como un orgullo nacional.

2.3. La proyección de la cultura popular en el extranjero: medios de comunicación y turismo

La globalización es uno de los fenómenos que en la actualidad tiene una gran influencia en todos los procesos relevantes para los países, los cuales van desde los aspectos económicos, culturales, políticos y sociales, por ello es importante analizar este término para conocer cuáles son esos elementos que tienen injerencia en los sistemas mundiales y así poder determinar la situación social a la que se enfrentan actualmente; es decir, al hablar de globalización se hace referencia a la evolución humana y a la adopción de políticas y organismos internacionales que favorecen el desarrollo e intercambio económico y cultural. Estos sirven como los principales exportadores de formas de vida, así como de difusión ideológica, y aquí, los medios de comunicación tienen un papel muy importante en la evolución de la sociedad moderna.

Para Fanjul (2021), la globalización no es un fenómeno reciente o que sólo tenga que ver con la actualidad, sino que ha sido un rasgo de la evolución humana desde la antigüedad y que siempre ha tenido grandes impactos que se deben de analizar para conocer en qué posición se encuentran esos aspectos que favorecen la expansión y apertura de relaciones entre países, para la adopción de políticas que impulsen la integración social.

La globalización en México ha impactado de diversas maneras llevando a la exposición mundial diversos aspectos y formas de vida que no sólo son adoptadas por el país, sino que ponen a México en el ojo público, generando intercambios de comportamientos y actitudes que se pueden observar en distintos medios de comunicación y en internet. Estos logran captar los intensos procesos culturales que

no solo se viven en México, si no que, además, en Latinoamérica se observa un fenómeno que influye en la política y la economía.

Por ejemplo, los patrones de consumo fuertemente establecidos por los constantes cambios del mundo hacen complicado redefinir las propias identidades, por lo que se suscita una ambigüedad por el orden de factores de importancia, ya que en la actualidad, priorizar los aspectos económicos para la satisfacción de las necesidades básicas es una situación que prevalece ante la identidad cultural que se normaliza y construye mediante practicas cotidianas que se reproducen y transforman con el pasar del tiempo, siendo el sentido de pertenencia uno de los redundantes conceptos que pretenden unir las nociones de identidad y raíz cultural.

Para Mac Gregor (2012), lograr una cultura globalizada embiste lo local por una ambigüedad, donde los mecanismos de supervivencia abaten la virtud de que la gente acentúe sus valores locales y sus identidades particulares, viéndose reducidas a solo ser estereotipadas y exterminar el factor de lo tradicional. Lo anterior es un breve acercamiento de lo que hoy en día se considera la globalización en América Latina, ya que es imposible negar que esta misma genera irregularidades para el fomento y conservación de la cultura popular, sin embargo, es importante analizar los medios de comunicación que hoy en día se suman en una prolongada lucha de propaganda carente de sentido fundamental de las percepciones locales. Ello significa que la exposición desmedida de las formas de vida tradicionales puede poner en peligro las estructuras sociales y los sistemas de vida para convertirse en complejos sistemas propagandistas de la identidad cultural no solo en México, sino que también en el mundo.

Sin embargo, es importante analizar lo antes mencionado que no siempre debe de reflejarse con connotaciones negativas, más bien debería de ser una manera en la que México logra una exposición ante el mundo y una percepción en la cual se tiene que trabajar para que no vulnere a la sociedad o se encasille en un aspecto negativo. Lo importante es generar medios de comunicación que trabajen con la asertividad y la importancia que tiene la cultura, reproduciendo de manera

responsable la modernidad para generar una comunicación que trascienda. Es importante generar procesos solidarios en materia de mundialización, vinculando y reivindicando la conversación hacia un panorama amplio donde se valoren a las comunidades indígenas y todos esos grupos que construyen y generan día con día, un cuidado y desarrollo de la memoria colectiva, trabajando con orgullo y fortaleza estrechando lazos y generando alternativas con opciones para el crecimiento, ya que la identidad es fundamental para los mexicanos.

La familia y la comunidad son la base que todo individuo requiere para garantizar el acceso a condiciones no solo de sobrevivencia, sino también un crecimiento humano y sentido de vida, donde los procesos históricos construidos con el tiempo generen un colectivo que puede compartir y ayudar a que la sociedad mexicana, tanto como personas interesadas en ella generen un vínculo para vivir momentos de fortaleza y crecimiento humano, es aquí donde el turismo toma un papel de suma importancia ya que es uno de los principales puentes que conectan naciones, por lo que es necesario analizar en qué situación se encuentra el país y la modernidad. (Mac Gregor, 2012, p. 11).

A su vez, el fenómeno conocido como globalización cultural, apoyada por los medios de comunicación, que se encargan de la difusión constante y masiva de propaganda publicitaria, facilita la comunicación de masas, formando una nueva ola llamada explosión informativa. Ander Egg (2005), afirma que hoy en día la sociedad moderna se ha encargado de crear medios de comunicación generalizados donde se carece de objetividad, ya que ni la misma ciencia es objetiva, por lo que es imposible eliminar la subjetividad al tratarse de algo con tanta difusión donde los intereses definen la manera en la que la información se reproduce, siendo el internet el principal medio del cual carece la crítica asertiva y se observa una carga de sobre información que hace imposible la sistematización de la misma y su aprovechamiento satisfactorio.

En la actualidad México vive el reflejo de los cambios que se han visto a lo largo de la historia y la manera en la que los medios de comunicación han sido vitales para

el desarrollo humano y tecnológico. Analizar la importancia de los medios de comunicación con el paso del tiempo, y en la actualidad puede volverse una temática caótica por el sinfín de contextos que estos abarcan, sin embargo, para poder crear una relación entre el mexicano como vocero, es imprescindible hacer un estudio de todos esos elementos que tienen que ver con la difusión cultural, que va muy de la mano hoy en día con el turismo, que es uno de los principales motores económicos, políticos y culturales que generan la necesidad del traslado de un ser humano, hacia un cambio fuera de su contexto local.

Viéndolo desde un punto crítico, es muy importante contemplar las vivencias de un mexicano desde su niñez, ya que, si tomamos en cuenta el contexto de cada individuo desde sus ojos, México, tiene diferentes facetas. Es imposible olvidar que México vive situaciones que, ante el panorama de sus propios habitantes, generan una de las peores publicidades que pueden existir, por lo cual es imposible olvidar las formas de vida de cada individuo para poder contar su historia y poder fungir como un vocero. En los términos planteados por Osorio (2004), un vocero es una persona que al hablar trata hechos trascendentales de un tema y su trabajo cobra relevancia al poder que este tiene para lograr alguna labor de convencimiento, positiva o negativa, que los receptores interpretarán de una manera en la que su toma de decisiones tenga que ver con la postura que el vocero toma al hablar de algún tema, circunstancia o de alguna entidad.

Por lo mismo, al tomar en cuenta que los mexicanos son portavoces de su cultura es muy trascendental hablar de los elementos que forman mexicanos libres, independientes y consientes del discernimiento que se debe de tener al hablar de la importancia de un país. Tratándose de México, es claro que su “gente” es la portadora de los valores de la cultura popular, ciertamente amalgamada con elementos de otras culturas, pero enfatizando los valores construidos y arraigados en la idiosincrasia mexicana, como el respeto, la solidaridad o la empatía.

No obstante, es necesario trascender los análisis de los elementos que no sólo hacen a un mexicano ser vocero de su cultura, sino de aquellos que indirectamente

generan una difusión masiva, como lo son los medios audiovisuales en México, los cuales tienen la tarea de servir como un reflejo de los contextos que se viven actualmente. Estos medios, al ser de difusión masiva, pueden llegar a ser percibidos de diferentes maneras por personas extranjeras, por eso es importante conocer cómo llegan los mensajes al exterior.

México se ha posicionado como uno de los países con gran relevancia al momento de hablar de producciones visuales, siendo considerado como uno de los que produce y exporta contenido a todo el mundo. En algunos medios de comunicación, por ejemplo, se ha destacado como este sector, el de la producción de los bienes creativos, representa el 3% del PIB de México. Ello ha sido motivo para que algunas organizaciones supranacionales, como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, consideren al país como uno de los principales lugares para la producción de bienes creativos a nivel mundial (Notimex, 2014).

Asimismo, al tratarse de temáticas tan mediáticas, como puede llegar a ser el caso de la globalización en los medios audiovisuales mexicanos, se puede observar que estos están altamente influenciados a que el televidente o el consumidor de este tipo de productos, creen una imagen y puedan darse una idea de cómo se manejan los diferentes estilos de vida de un país. Es mundialmente sabido que México se da conocer por las telenovelas y series que tratan temáticas de índole polémica y controversial que no proporcionan un contexto completo de cómo la sociedad mexicana vive actualmente. Al visibilizar contenidos carentes de realismo, encaminando el estilo de vida de un mexicano hacia una postura negativa y poco amigable, siendo este uno de los primeros acercamientos que una persona extranjera puede tener con un país como lo es México, puede entonces pensarse que el país está permeado por la violencia.

Sin embargo, también mucho del contenido cinematográfico que se exporta aborda temáticas y vivencias reales del día a día de un sector muy importante de la población, tratando siempre de representar los ideales y la cultura de un mexicano, en sus costumbres y tradiciones de una manera más real y cercana a la gente. Por

lo mismo, encasillar a un país por los contenidos de entretenimiento que causan inquietud en personas ajenas al contexto vivencial puede lograr que con el paso del tiempo la imagen de un país se vea influenciada por contenidos, no muy favorecedores, cuando en este se viven contextos muy diversos.

En efecto, este tipo de producciones pueden llegar a tratar vivencias de un pequeño sector expuestas a la máxima potencia para lograr el objetivo que es entretener al espectador, sin olvidar que también existen trasfondos muy diversos y temáticas, que son más cercanas a las formas de vida de un mexicano. Por eso la importancia de analizar que los medios audiovisuales desempeñan actualmente un papel significativo en la promoción de los destinos turísticos, construyendo imágenes y reforzando los estereotipos que se tienen sobre ciertos lugares. En esto, el turismo contribuye, precisamente, a romper esos paradigmas y, sobre todo, los mexicanos que se desplazan al extranjero, pues son los portavoces de la cultura y el patrimonio, al menos en un sentido inmaterial o metafórico.

En el entendido de que los medios de comunicación son un puente global que funge como parteaguas para generar un acercamiento a los contextos de un país, para Juárez (2015), los medios de comunicación generan un impacto en la demanda turística de un destino por las noticias que si bien, influyen en la vida cotidiana de un local, también tienen mucho que ver con la manera en la que presentan a un país a nivel global. Es aquí donde la persuasión pasa a ser un elemento de gran relevancia ya que es una herramienta de la comunicación para transformar ideas, creencias y aptitudes que no son del todo positivas, pero que logran convencer y cautivar a los turistas extranjeros. Los contenidos audiovisuales logran generar una comunicación efectiva para que el receptor ponga en una balanza lo positivo ante lo negativo, creando una mayor aceptación y credibilidad de las vivencias de los mexicanos en sus ciudades de origen.

Como se puede observar, hoy en día las bases de la comunicación están sentadas en los impactos que estas pueden tener en la sociedad como una herramienta que acerca a la población a verse inmersa e informada en aspectos ambientales,

políticos y económicos que logran ayudar a generar lazos que vinculan al turismo y a los medios de comunicación. La cobertura mediática refuerza la importancia que tiene el internet no solo para el turismo, sino que a la población en general da acceso a información ilimitada que garantiza una difusión cultural o la promoción de destinos. Las actuales formas de promoción rompen el esquema tradicional, abriendo paso a que las redes sociales impulsen de una manera más personal las perspectivas y vivencias que tiene un turista, por ejemplo, a través de fotografías, videos y reseñas que dan objetividad a la manera de realizar actividades turísticas viralizando destinos y llegando a compartirse de manera global.

Para Feitosa et al. (2019), la presencia bien organizada y constante de un destino, hablese de un buen manejo de redes apoyándose de la promoción en diferentes gestores web, potencializa la toma de decisión de los turistas lo cual podría considerarse como marketing digital que promueve y estimula la oferta y demanda de los visitantes, donde la construcción de una imagen sólida ayuda a la buena reputación del destino, generando un resultado favorable en temas económicos y sociales.

Según Buhalis (2000), el marketing de destinos debe apoyarse de un plan estratégico que considere todos los aspectos para un desarrollo regional bien organizado, que permita la optimización de los servicios interna y externamente para beneficio de las regiones, así como una contribución que anteponga sus antecedentes culturales para lograr una comercialización del destino sin invadir o afectar las formas de vida.

Hoy en día estos aspectos se relacionan con las diferentes maneras en las que las personas pueden percibir la información, ya que diferentes redes sociales han sido impulsores y detractores de diferentes destinos, donde se puede observar que redes sociales, como lo son TikTok, Instagram y Facebook, con el acceso a videos cortos, tratan de retratar un panorama de un destino turístico, logrando ser los principales canales de persuasión para la captación de turismo, nacional y extranjero. En estos medios se comparte un poco sobre las formas de vida fáciles de digerir para los

receptores, por la manera en la que la información es compartida, ya que basta con ingresar a alguna de estas redes sociales y buscar contenidos relacionados a algún destino que se desea visitar, donde lo primero que se adquiere son videos de corta duración que mantienen al espectador entretenido donde puede obtener la información deseada o bien estar alerta de lo que otros usuarios comparten para llevar a cabo un turismo responsable y seguro para todos, por lo cual al ser plataformas de libre acceso donde cualquiera puede compartir su experiencia podría llegar a ser abrumador por la gran cantidad de experiencias que se comparten siendo el mismo turista el que debería de tomar en cuenta lo antes visto pero ser consiente que la manera de vivirlo puede ser diferente para cada persona y hasta no estar inmerso en ese destino turístico y empaparse de su cultura se puede dar una opinión objetiva de la experiencia obtenida.

Sin embargo, el acceso a este tipo de información conlleva el riesgo de conocer parcialmente lo que sucede en un destino. No se logra captar realmente la esencia del lugar que se visita culturalmente, es decir, a partir de la experiencia, las personas pueden dar una opinión certera de las formas de vida y de la percepción de los servicios turísticos, que a la larga puede dañar un poco las temáticas culturales, basándose en la superficialidad del destino, y no en la esencia cultural, ni las tradiciones o formas de vida en que tienen los habitantes locales. Por ello, es necesario crear conciencia de que la globalización y la tecnología hoy nos ha acercado a tener acceso a la información de una manera más sencilla, siendo intrínsecamente parte de una simplificación cultural que logra una persuasión para futuros visitantes.

Las redes sociales son, inevitablemente, el punto de partida para llevar a cabo lo estudios de los diferentes elementos que han sido beneficiosos para el turismo, sin embargo, no se debe de pasar en alto la importancia que tiene el análisis de los fenómenos de las redes sociales y los medios de comunicación en general. El turismo es una actividad que implica el disfrute del ocio, este impulsa a la gente a trasladarse de su lugar de residencia, con la finalidad de vivir experiencias que garanticen el acercamiento al destino de una manera respetuosa y responsable con

la cultura. Pero, con el paso del tiempo, los medios de comunicación y las redes sociales podrían influir en la sobrevaloración de los destinos y en la negación de las realidades presentes en estos. Un claro ejemplo es Cancún, Quintana Roo, que, si bien ha sido uno de los destinos turísticos más visitados por extranjeros, viéndolo desde una perspectiva social, hoy en día muchas personas que visitan ese destino desconocen de la historia, tradiciones, y la cultura que llegó a posicionar a Cancún como uno de los destinos más famosos del país.

En realidad, esto no es una problemática reciente, pues la negación del contexto sociocultural en el que viven los habitantes locales es una de las consecuencias de un turismo mal planificado. El extremo sería la teatralización de los modos de vida para el consumo turístico cuya consecuencia en los turistas es la vivencia de una experiencia inorgánica. En este sentido, cobra relevancia lo dicho por Barba et al. (2007): “la acción cultural de México en el exterior, a través de su participación en exposiciones artísticas y culturales, fue un elemento importante para proyectar su cultura con la finalidad de que fuera atractiva y tendiera puentes de comunicación con el mundo” (p. 238).

La proyección cultural mexicana es la prueba de que más allá de las problemáticas sociales, económicas e ideológicas de un país, su herencia y sus formas de vida invitan a una reflexión donde se traspasan fronteras y generaciones, permitiendo que sus habitantes sean ejemplos y vehículos de conexión para la apreciación global.

Actualmente, en un mundo como en el que se vive, la cultura popular no solo beneficia a sectores como el turismo y la imagen de un país, ahora va más allá, generando un sentido de pertenencia para sus habitantes y sirviendo como un puente que articula los diferentes valores sobre los que se finca la identidad nacional, expresada en las diversas manifestaciones del patrimonio cultural. Un desafío contemporáneo es la constante lucha para motivar a las nuevas generaciones a rescatar y fomentar todos esos elementos de la identidad nacional, respetando la idea de que la cultura popular es lo que ha forjado la imagen que

tenemos como país. Si bien la evolución de la cultura popular es una característica intrínseca, ello no significa que deba desprenderse de sus significados más elementales.

Tal como lo expone Sánchez-Miranda et al. (2022), mucho del trabajo sobre la preservación y conservación va a depender de la intervención humana, ya que la reflexión es uno de los principales y más simbólicos elementos que facilitan la protección patrimonial, en este caso el pensamiento debe generar un refuerzo estructural para la reparación y valoración de riesgos a los que la cultura pueda estar comprometida, así como también una participación activa de las autoridades públicas que lleven a cabo estrategias de fortalecimiento para la participación constante de las comunidades.

Es por lo anterior que se debe de tomar en cuenta que la conservación y difusión de la cultura popular es un trabajo que se debe llevar conjuntamente desde las comunidades, que son los medios vivos de difusión, y las autoridades, que apoyen e incentiven actividades que trasciendan la visión turística. Son formas de vida y expresiones del desarrollo humano inmersas en los avances científicos y tecnológicos que ayudan a crear oportunidades de crecimiento para todos y no simplemente para banalizar las expresiones de la cultura popular, carentes de todo sentido humano, como ocurre en diferentes contextos. Por ello, trabajar de la mano con las tecnologías debería de ser de manera paulatina, respetuosa y como una herramienta que fomente la protección del patrimonio creando acervos culturales, archivos, museos y estrategias de gestión histórico/cultural para todas aquellas comunidades mexicanas que están en riesgo de que nuevas generaciones no tengan la oportunidad de realizar y recrear esa conexión al pasado para darle el valor merecido al legado cultural.

Capítulo III. Conclusión

Los hallazgos de la presente investigación destacan elementos donde la construcción social es principal factor para que se lleve a cabo una narrativa donde la identidad y la cohesión son los elementos que otorgan un sentido de pertenencia. Hoy en día la población refleja la imagen de las formas de vida de una nación, la conducta y la visión folclórica que este representa haciendo énfasis en que el mensaje final se entiende, pero también se tiene que analizar el contexto, profundizando en la importancia que tiene la identidad cultural para todos los mexicanos. Como se discutió anteriormente, la identidad es uno de los factores más importantes para el análisis de la conducta porque al analizarse de la mano con la cultura lleva al planteamiento de que el ser humano se rige según las formas de vida experimentadas, así como el entorno.

La cultura es uno de los principales factores que moldean la conducta, pues gracias a esta, algunos elementos como valores y creencias determinan las formas de ser y de conducirse. Las normas sociales guían la conducta, el idioma y la comunicación influye en las formas de expresión, la historia y el contexto social; esto marca la identidad e influye en las experiencias colectivas, para que las artes y expresiones culturales impulsen la percepción del mundo con el impacto de las múltiples influencias. Para un mexicano son parte de su rutina, pero al darse a conocer globalmente, estos aspectos crean una imagen internacional, donde los mexicanos tienen que vivir y experimentar con todos estos elementos que influyen en el proceso interiorizado de la conducta. Ello permite que a partir de esos conceptos se construya el sentimiento de identidad y orgullo hacia la propia nación, reforzando las creencias del pueblo mexicano que lo diferencia de otros países por la reafirmación de una necesidad de reflexión sobre el papel que se desempeña dentro de la sociedad.

Por otra parte, se puede concluir que se vislumbra el compromiso de realzar todos esos puntos importantes que, aunque para otras personas son solo distintivos de un mexicano, como la música ranchera, las festividades, la bandera, entre otros que pasan de ser elementos característicos, se preservan por los cambios culturales a lo largo de la historia. Así, la población mexicana se asume como una cultura rica y vibrante que expresa su identidad más allá de la acepción de producto turístico o comercial; más bien, es el reflejo de las formas de vida y el arraigo que se le tiene a algo cotidiano. Llama la atención el papel de los contrastes implícitos entre la identidad y la puesta en valor de la cultura mexicana como producto turístico; por ejemplo, en México se celebra la muerte como una forma de recordar a los seres queridos siendo algo representativo de la cultura popular mexicana, pero al mismo tiempo esa expresión constituye un atractivo que genera turismo para el país.

Es en este contexto donde los mexicanos exaltan sus costumbres y reflejan el amor a su terruño, porque, aunque en un contexto social, político y religioso siempre hay diferencias y se plantean distintas formas de separación de ideas, llegando a causar discrepancias, en términos reales hay un punto de convergencia al considerar los aspectos identitarios. Desde luego, esta condición influye en la concepción del nacionalismo como una forma de resistencia y lucha simbólica, pero también cultural.

La cultura popular es el principal motor del turismo en México, una actividad que mueve la economía y que genera múltiples empleos para poder ofrecer servicios de calidad para los turistas extranjeros que quieren conocer las playas, monumentos históricos y los muchos pueblos mágicos donde la atracción principal es su gente, las tradiciones y costumbres. El desarrollo del turismo para los mexicanos ha tenido muchas implicaciones tanto positivas como negativas, que con el transcurso del tiempo pueden llegar a representar algunas de las dificultades propias del turismo.

Una mala gestión, por ejemplo, puede desencadenar problemáticas de índole social, lo que para los receptores puede ser una fuente de empleo y una oportunidad de compartir las formas de vida, para otros puede ser un factor que propicie

conflictos sociales. Por lo anterior se abordan temas de masificación que exponen una potencial problemática por manifestar la manera en la que el turismo puede poner en riesgo la cultura al ser observada como un producto y no como un elemento característico de una población. Hoy en día en México se puede observar que la inapropiada gestión del turismo ha creado un desplazamiento de la población local para la creación de destinos turísticos donde grandes empresas extranjeras se preocupan por recibir turistas de todo el mundo, viendo a la población como empleados y generando una exponencial explotación, suscitando potenciales amenazas sobre el bienestar de la comunidad local, el encarecimiento de la vivienda, la sobre explotación de ecosistemas y la congestión urbana, por mencionar algunas.

Si bien México es un país que se distingue por la calidez de su gente es importante abordar los lazos tan estrechos que con el paso del tiempo se han construido por los innegables cambios en la tecnología, por lo que la proyección cultural pasa a tener mayor relevancia por la facilidad que hay para la obtención de información gracias a los medios de comunicación digitales. Si bien facilitan muchas áreas de la vida para poder simplificar tareas, o la obtención de información, debe de observarse como una oportunidad a futuro para que la comunicación digital se convierta en una herramienta para el beneficio de la cultura popular, es decir, que con todo ese acceso ilimitado a la información, México pueda lograr que los turistas y su comunidad local generen un vínculo positivo.

Ante todo, se trata de compartir los conocimientos de las personas que se comprometen a que los turistas aprendan una experiencia positiva y, en consecuencia, se genere una atmósfera más propicia para redefinir la identidad local y también la externa. Esto se plantea así porque la experiencia no solo afecta al mexicano, en realidad cabe la posibilidad de que los turistas redefinan y replanteen su propia identidad. El encuentro de culturas a través del turismo representa un punto de convergencia para estos propósitos. El diálogo intercultural ha generado en relación al visitante- anfitrión por la oportunidad que se tiene en el fortalecimiento de la identidad viva, lo que ha generado que con los años las nuevas

tecnologías, actúen como un componente base para el reconocimiento mundial de los diversos impactos económicos, sociales y simbólicos del turismo en México.

No debe olvidarse la importancia que principalmente debe de implicar para sus habitantes y así poder transmitirlo al exterior, tratando de mantener una autenticidad tanto en los servicios como en las realidades culturales, por lo cual la tecnología debe de ser el principal propulsor para que las autoridades competentes trabajen en conjunto para que la proyección de la cultura popular en el extranjero sea percibida como una manifestación cotidiana que se comparte reforzando y transmitiendo los elementos culturales.

México tiene la posibilidad de ser impulsado en un escenario internacional, sin embargo, el verdadero reto es para los profesionales en el turismo que trabajan con las comunidades locales y en otros ámbitos, donde no solo es visibilizar los destinos, sino propiciar verdaderos ambientes para la comprensión del otro, verdaderos espacios de diálogo intercultural. Esto, en definitiva, es imprescindible para minimizar los impactos o efectos negativos de los que hemos hablado con anterioridad. Por ello, existe el reto colectivo de consolidar un país más seguro, con oportunidades para todos, con una mirada interna que cuestione las acciones para asumir roles y llevar a cabo acciones encaminadas a fortalecer la cultura y el turismo nacional.

La cultura popular en el ámbito global solamente dependerá de la capacidad individual y colectiva para poder combinar las tradiciones, formas de vida y avances tecnológicos con el constante rescate a las raíces. Esto sería la principal carta de presentación hacia el mundo, la calidad humana y el respeto profundo a la cultura que abraza y caracteriza mexicanos con un alto sentido del entendimiento entre culturas y naciones. Indudablemente, ello representa un serio desafío en la formación de los profesionales del turismo y, desde ahí, se justifica la necesidad de que expandan sus fronteras culturales, intelectuales y sociales.

Referencias:

Ander-Egg, E. (2005). El proceso de la globalización en la cultura. En Patrimonio Cultural y Turismo. *Cuadernos* (núm. 13, pp. 143-164). *Secretaría de Cultura*. <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf13/articulo14.pdf>

Béjar Navarro, R. (2019). ¿Qué es la cultura popular? *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 25(95-96). <https://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/72474>

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)

Cruz Tolentino, N., Olvera Baltazar, M., Rodríguez Segura, E., Tapia Serrano, M. Á., & De León Vázquez, I. I. (2017). Cultura, una vista hacia el pasado y su reflejo en la sociedad actual. *Boletín Científico de la Escuela Superior de Tlahuelilpan*, 9(3). <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n9/e3.html>

Domaccin Aros, E. O. (2016). La cultura de masas y los medios de comunicación: su incidencia en la sociedad. *Cognosis: Revista de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación*, 1(2), 13-22. <https://doi.org/10.33936/cognosis.v1i2.236>

Dúran, L. (1986). La cultura popular y su recuperación (pp. 19-20). *Universidad Veracruzana*. <https://cdigital.uv.mx/server/api/core/bitstreams/f1f7cacd-bb97-4213-99d2-792bed416778/content>

Fanjul, E. (2021). ¿Qué es la globalización? *Escuela de Comercio Exterior* (pp. 01-18). https://iberglobal.com/files/2021/que_es_la_globalizacion_B.pdf

Feitosa, W. R., Tolentino, D., Pedroso, M., & Gianocário, G. (2019). El uso de las redes sociales para posicionar un destino turístico: el caso de la ciudad de Guararema y sus visitantes del día. *Turismo: Visão e Ação*, 21(3), 398-422. <https://doi.org/10.14210/rtva.v21n3.p398-422>

Grimson, A. (2008). Diversidad y cultura. *Reificación y situacionalidad. Tabula Rasa*, (8), 45-67. <https://www.redalyc.org/pdf/396/39600803.pdf>

INEGI. (2020). Censo de Población y Vivienda 2020. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>

Juárez Rojas, M. D. (2015). El impacto de los medios de comunicación en los turistas internacionales en México [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de México]. <https://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/62583>

MacGregor, J. A. (2012). Identidad y globalización en turismo cultural. En *Cuadernos* (n.º 11, pp. 112-119). Secretaría de Cultura. <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf11/articulo7.pdf>

Margulis, M. (2009). Sociología de la cultura: conceptos y problemas (2.ª ed.). Editorial Biblos. https://www.academia.edu/41967300/Mario_Margulis_Sociolog%C3%ADa_de_la_cultura_Conceptos_y_problemas

McLuhan, M., & McLuhan, E. (2009). Las leyes de los medios. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 14, 285-316. <https://www.redalyc.org/pdf/935/93512977017.pdf>

Mercado Maldonado, A., & Hernández Oliva, A. V. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 17(53), 229-251. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352010000200010

Murillo, J. (2022, marzo 1). La identidad del mexicano. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/la-identidad-del-mexicano/>

Notimex. (2014, abril 8). México destaca en producción audiovisual mundial. *El Economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Mexico-destaca-en-produccion-audiovisual-mundial-20140407-0066.html>

Osorio, J. J. (2004). El arte de hablar por otro. Los voceros: Historias, nociones e ideas. *Anagramas: Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 2(4), 87-98. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5234340.pdf>

Pérez-Brignoli, H. (2017). Aculturación, transculturación, mestizaje: metáforas y espejos en la historiografía latinoamericana. *Cuadernos de Literatura*, 21(41), 96-113. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cl21-41.atmm>

Rodríguez, F. (2007). De la misión cultural a la proyección internacional de la cultura: la diplomacia cultural de México (1900–2000). *Tzintzun. Revista de Estudios Históricos*, (77), 215-248. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-719X2023000100215

Rodriguez, M. (1991). Cultura popular-cultura de masas: espacio para las identidades. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 4(12), 151-163. <https://www.redalyc.org/pdf/316/31641208.pdf>

Sánchez-Miranda, N. A., Ramírez Julca, M., Rosas-Prado, C. E., & Ramírez Cerna, J. M. (2022). Conservation and Preservation of Cultural Heritage: A Review from the Latin American Identity. *Revista de Filosofía*, (39), 157-168. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7297801>

Tena Núñez, R. A. (2013). Fiestas populares y ritos tradicionales a propósito de la Santa Cruz. *Revista Esencia y Espacio*, (36), 1-10. <https://www.repositoriodigital.ipn.mx/handle/123456789/25372>

Tzanelli, R. (2017). Tourism and popular culture: Socio-cultural considerations. En C. Lundberg & V. Ziakas (Eds.), *The Routledge handbook of popular culture and tourism* (pp. 19-31). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315559018>

Villanueva, M. E. (2021). Estructuras y técnicas argumentativas en el discurso escolar. *Boletín de la Academia Peruana de la Lengua*, 69(69), 335-363. <https://revistas.apl.org.pe/index.php/boletinapl/article/view/800>

Zapata, J. (2016). La cultura popular: una discusión inacabada. *Razón y Palabra*, 20(95), 788-802. <http://revistas.comunicacionudlh.edu.ec/index.php/ryp>