

Influencias de las culturas extranjeras en la cultura mexicana.

**Nancy Raquel Ramírez Moreno , Mariana Malinatzin Galván Sánchez¹, José Ma. Moreno Murillo¹,
Mónica Pérez Sánchez**

Alumna de la Lic. En Administración de Recursos Turísticos. Universidad de Guanajuato
2 Asesora/Profesora adscrita al Departamento de Gestión y Dirección de Empresas. Universidad de Guanajuato

Introducción

Generación tras generación hemos heredado un legado cultural pleno de tradiciones, festividades, costumbres y formas de hacer que genuinamente han provocado una identidad propia y única que nos distingue a los demás. No obstante, con el paso del tiempo y la evolución de la sociedad engrandeció la necesidad de tener amplia comunicación con otras sociedades, intención que dio lugar a diversas interacciones que podría dar lugar a modificaciones en las costumbres y tradiciones, en la cultura.

Este trabajo se realizó en la Ciudad de Guanajuato, capital del estado, ciudad Patrimonio de la Humanidad y de naturaleza turística, para conocer si la cultura o alguna de sus expresiones se han preservado o han sufrido alguna modificación con el paso del tiempo. La interacción observada es entre la sociedad guanajuatense como comunidad receptora del turismo internacional y turistas extranjeros provenientes de los Estados Unidos, debido a la corriente turística entre ambas naciones.

Para estudiar los efectos de la interculturalidad en la cultura mexicana, es específicamente a nivel individual, se realizaron las siguientes acciones: revisión de la literatura relacionada a los cons-

tructos: cultura, cultura mexicana, identidad, interculturalidad, aculturalidad, para luego observarlos en el sector turístico de la ciudad de Guanajuato. La investigación realizada es de corte cuantitativo, se aplicó una encuesta personal y autoadministrada de manera virtual. Los resultados mostraron que sí hay efectos de la interculturalidad a nivel individual en los residentes guanajuatenses, sobre todo en la forma de hablar y consumir. Se presentan conclusiones, limitaciones y líneas futuras de investigación.

Justificación

Como consecuencia de la actividad turística algunas costumbres o festividades ha sido influenciadas dando lugar a modificaciones sutiles sobre la cultura local, resultado de las interacciones entre turistas extranjeros y la población residente. La preservación de las tradiciones y las costumbres, de la cultura, es imprescindible, pues es la cultura la que nos hace únicos, genuinos y atractivos para la generación de afluencias turísticas. Así, el estudio, la gestión, el quehacer, la comunicación y la protección de la cultura son impostergables. Planteamos entonces una pregunta de investigación:

¿Qué cambios se han observado en la población guanajuatense a partir de la interacción con personas de cultura diferente? Para responder esta pregunta planteamos los siguientes objetivos.

Objetivo General

Conocer el impacto de las culturas extranjeras en la cultura mexicana, en el nivel individual: el residente guanajuatense.

Objetivos Específicos

1. Estudiar la literatura relacionada a la cultura, específicamente la cultura mexicana, y, al concepto interculturalidad y sus efectos sobre otras culturas.
2. Realizar un estudio cuantitativo que permita conocer si otras culturas extranjeras podrían tener efectos sobre la cultura mexicana.
3. Analizar los resultados estadísticos para generar reflexión
4. Aportar comentarios e ideas que permitan manifestar el impacto que han generado hasta ahora las culturas extranjeras en la cultura mexicana.

Marco Contextual

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

Adicionalmente, la ubicación geográfica determina las características del país, lo que a su vez influye en las acciones que la gente realiza cotidianamente. En el Continente Americano, según INEGI y la Dirección General de Geografía y Medio Ambiente (2019) México tiene una superficie continental de 1,960,189 Km² con una zona económica exclusiva (incluyendo islas y mar territorial) de 3,149,920 Km², su Plataforma continental de 10,570 km² se extiende en el Polígono Occidental del Golfo de México; por su territorio nacional de 5,120,679 km² ocupa 14° lugar a nivel mundial y 6° lugar a nivel continental.

La división política de México se compone de 32 entidades federativas, cuya capital es la Ciudad de México o CDMX, sede de los Poderes de la Unión (SRE, 2019). Las fronteras de la República Mexicana: Estados Unidos de América, Guatemala y Belice, a lo largo de 4,301 kilómetros. La forma de gobierno adopta las características de una república federal, corresponde al sistema capitalista mundial. Es habitual su inclusión en el llamado Tercer Mundo, aunque su nivel de desarrollo lo sitúa entre los más avanzados de América Latina. El idioma oficial es el español, con un marcado predominio de lenguas mestizas y aborígenes (náhuatl, mixteca, maya). Predomina la religión católica. La moneda oficial es el Peso Mexicano. Población mayormente mestiza.

El ambiente natural está formado por montañas, mesetas y llanuras localizadas mayormente en el centro del país, delimitadas las zonas llanas correspondientes a los litorales Pacífico y Atlántico (Benseny, 2007, p.13-34). Según Bassetto (1995) se distinguen tres regiones geográficas: Central o de Meseta, Occidental o del Pacífico y Oriental. La población, de acuerdo la encuesta intersensal de INEGI (2015) es de 119 millones 530 mil 753 habitantes en México, es uno de los países más poblados del mundo (ONU, 2015).

La diversidad cultural en México es derivada de su historia pre-hispánica y ésta aún se conserva en ciertos sectores de la población. Actualmente esta diversidad cultural podría estar siendo influenciada, principalmente por Estados Unidos, determinada por tres características principales; la cercanía, el tratado comercial y por ser potencia industrial y tecnológica (Márquez, 2017). Preocupa la conservación de la cultura mexicana debido a las influencias de otras culturas sobre ésta, provocando la pérdida de valores culturales, sociales, que propician el desvanecimiento de actitudes, tradiciones y costumbres (Pérez, 2004).

El decaimiento cultural se agudiza a través del consumo de la industria del espectáculo y musical con productos fílmicos, musicales, estéticos, alimenticios, entre otros (Egg, 2014), lo que provoca una imposición de vestimentas, formas de hablar, creencias, festejos como halloween, navidad con Santa Claus, el super bowl y entre otros. Según Jiménez (2015), de la misma manera influyen las grandes franquicias como: McDonald's, Adidas, Coca-Cola, Walmart,

7-eleven, Subway, Domino's Pizza, Starbucks, Burger King, Kentucky Fried Chicken, Carl's Jr, Pizza Hut, etc. A través de la distribución de sus productos en el país.

No sólo a través de consumo de productos se viven influencias, es posible que éstas también sean provocadas a través de la actividad turística. Específicamente nos referiremos ahora a al Estado de Guanajuato, que cuenta con 853,677 habitantes (INEGI, 2015). La tasa media de crecimiento real anual del PIB es 2.5 (STPS, 2019). Al estado llegan visitantes internacionales cuyo objetivo de viaje varía entre ocio, negocios, descanso, visita a familiares, y generan un gasto superior al turismo doméstico durante su estancia. Con cifras de INEGI (mayo, 2019) el número de visitantes internacionales que ingresaron al país fue de 9,236,744 clasificados así:

1. Turistas de Internación: Por vía aérea se registraron 1,534,811 visitantes; Por vía terrestre 800,254.
2. Turistas fronterizos: Peatones 807,496; En Automóviles 1,820,677.
3. Excursionistas Fronterizos: Peatones 885,665; En automóviles 2,870,900.
4. Excursionistas en cruceros: 546,941 visitantes.

Al referirnos a los visitantes de Guanajuato, se pueden dividir en turistas de carácter Nacional (71%), Estatal (21%) y turistas internacionales (8%), de los cuales 60% son mujeres y 40 % hombres, edad promedio 35 años, solo el 47 % con grado universitario. Llegando por el Aeropuerto Internacional de Guanajuato el 93 % y un 7 % por el Aeropuerto Intercontinental de Querétaro. El 1er lugar como mercado emisor lo ocupa los Estados Unidos (OTEG, 2018).

A partir de estos datos podría estudiarse la cultura, la aculturalidad, la transculturalidad, la identidad y el turismo; son conceptos muy amplios, por lo que deben estudiarse de forma individual para luego observarlo en conjunto y su influencia mutua (Tubino, 2005), dentro del contexto de la nación.

Cultura

Es tal la importancia de la Cultura y con innumerables matices que diversos estudiosos han participado en su estudio. Iniciaremos por aquellas aproximaciones realizadas a la defini-

ción del concepto cultura. Tylor (1871, p.240) establece que cultura es el "conjunto de conocimientos, normas, hábitos, costumbres, valores y aptitudes que el hombre adquiere en la sociedad". Por otro lado, Piqueras (1996, p.271) define la cultura como el "medio en el cual los individuos se forman y del cual extraen las claves y contenidos explicativos, así como el instrumental descodificador, interpretativo y valorativo que les permite interactuar con el resto de las personas que integran o comparten tal cultura".

Además de estos autores, diversas instituciones han resalado la importancia del estudio y presevación de la cultural, resalta la UNESCO, que en su Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural establece que "la cultura debe ser considerada como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias" (UNESCO., s.f.). A lo que Gómez (2007) añadió el "conjunto de sistemas simbólicos que tienen situados en primer término el lenguaje, la gastronomía, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, tradiciones".

Ninguna de las definiciones es incorrecta, ni desplaza una a la otra, al contrario, enriquecen pues se complementan entre sí, además abren nuevas brechas para el estudio del concepto. De las diversas aportaciones a la definición de la cultura destacan aspectos coincidentes en las definiciones observadas: cultura es el conjunto simbólico de acciones, reacciones y contenidos que desempeña una sociedad y la diferencia de otra. No obstante, para entender una cultura, es importante conocer las diferentes perspectivas de su estudio.

Hofstede (1991-2001) señaló que la "programación cultural relativa a las tradiciones, herencias y costumbres se constituye en la mente de los miembros de un grupo y lo diferencia de otro". Desde la perspectiva de la Antropología, Boas (1938) señaló que la cultura incluye la "totalidad de las reacciones y actividades mentales y físicas que caracterizan la conducta de los individuos componentes de un grupo social, colectiva e individualmente". Desde el punto de vista psicológico, es neces-

rio identificar los atributos centrales de la cultura, los cuales se determinan a partir de varias dimensiones (Hofstede, 1967-1973): (1) la concepción de sí mismo, (2) la relación con la autoridad, (3) el enfrentamiento de conflicto, y (4) el control de emociones y agresión.

Desde el punto de vista social, se observan distintos atributos (Hofstede, 1967-1973), que son las siguientes medidas: Individualismo (personas independientes); distancia de poder (aceptación sobre la distribución del poder); masculinidad/feminidad (uso de fuerza); la evasión de la incertidumbre (tolerancia de la sociedad); orientación a largo/corto plazo (cultura de adhesión o de cambio); cultura indulgente/restringida (niveles de libertad).

Es importante destacar que desde esta perspectiva social, cada país tiene su propio concepto en cualquiera de estas dimensiones, y México, según Durán (2018) tiene las siguientes: individualismo/colectivismo (igual que países del norte de África, Rusia, España y Francia); distancia de poder (esperamos que el poder esté distribuido en forma desigual (igual que Rusia, Emiratos Árabes, Perú, Venezuela y Colombia); masculinidad/feminidad México es una sociedad masculina. En la sociedad femenina predominan las emociones y hay simpatía por los desvalidos México. Ganar es importante para ambos géneros (como en Perú, Colombia, Venezuela, Chile, China y Rusia); orientación a largo plazo se disfruta del presente y se piensa en el futuro (como Brasil, Venezuela y al Medio Oriente); indulgencia la familia, los amigos tienen notable relevancia.

Las dimensiones de la cultura que desarrolló Hofstede (1967-1973) representan un análisis para una cultura específica, es decir, evalúa el comportamiento de un lugar determinado a partir de diversos ángulos, sea de manera individual, grupal, por género; la reacción a los cambios y su adaptación a ellos. En el contexto mexicano, la cultura es una de las más admiradas alrededor del mundo, en ella se plasman hechos históricos sucedidos desde culturas precolombinas (la Maya, la Mexica, la Tolteca, la Mixteca, Zapoteca, entre otras), conquistas Europeas, luchas de independencia, hasta situaciones actuales, que derivaron en mestizaje e intercambios culturales. De estos hecho se obtuvieron experiencias, gastronomía, pensamientos, libros, música, moda, vestimenta,

bebidas, instrumentos musicales, tecnología, técnicas, lenguaje, entre otros aspectos (mentes alternas, 2015). Por lo anterior, la cultura mexicana es vista como colectivista, masculina, con mayor distancia del poder e incertidumbre (Durán, 2018; DiazLoving & Draguns, 1999).

Según DiazLoving y Draguns (1999) la cultura mexicana subraya la importancia de las relaciones interpersonales en la vida del individuo; y ve como básicos los papeles sociales que desempeñan sus miembros y la pertenencia al grupo, pues constituyen el fundamento de la identidad personal. Por consiguiente, la mayor parte de las características destacadas de la experiencia emocional son externas e interactivas. Esto último favorece, por un lado la expresividad y sus formas de compartir y ser afectuoso y, por otro lado, evitar revelar emociones socialmente indeseables o inadecuadas (Páez, Fernández & Mayordomo, 2000).

Según Arizpe (2011, p.75) la cultura mexicana podría categorizarse de acuerdo a muchos criterios, pero destacan tres cualidades en su historia y su práctica cultural: la monumentalidad, la originalidad, la creatividad, símbolos que al ser transmitidos de generación en generación le proporcionan a una persona el sentido de pertenencia a un grupo determinado, generando identidad, concepto que no puede verse separado de la noción cultura (Giménez (1997,2004).

Identidad

Coincide con Giddens (2002), quien afirma que la formación de la identidad es posible “a partir de las diferentes culturas y subculturas a las que se pertenece o en las que se participa”, ideas que Molano (2007) complementa, al afirmar que la identidad se “recrea individual y colectivamente”. Desde la perspectiva individual, Tajfel (1981) destaca el autoconcepto, Giddens (2002) resalta el Yo, este autor manifiesta que la identidad del Yo es un proyecto distintivamente moderno, un intento del individuo por construir reflexivamente una narrativa personal que le permita comprenderse a sí mismo y tener control sobre su vida y futuro en condiciones de incertidumbre.

Mientras tanto Larrain (2003) destaca el Sí mismo, y manifiesta que la identidad es considerada un proceso de construcción en la que los individuos se definen a sí mismos en estrecha interacción simbólica con otras personas a través de la habilidad del individuo para inter-

nalizar las actitudes y expectativas de los otros, su sí mismo se convierte en el objeto de su propia reflexión.

Antropológicamente hablando la identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente, se alimenta de forma continua de la influencia exterior y surge por diferenciación o como reafirmación frente al otro creando un sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia (Molano, 2007). En este sentido, desde la perspectiva de la sociología Jenkins (2004) afirma que la identidad es la comprensión de quiénes somos y quiénes son los demás, que tienen ellos de sí mismos y de los demás.

En la misma línea, Tajfel (1981) reconoce la identidad social, que es “aquella parte del auto concepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia”. Asimismo, el autor asocia esta noción con la de movimiento social, en la que un grupo social o minoría étnica promueve el derecho a la diferencia cultural con respecto a los demás grupos y al reconocimiento de tal derecho por las autoridades estatales y los exogrupos.

El estudio de la identidad se ha realizado desde diversas perspectivas. Desde la Psicología, Lagarde (2000) reconoce las dimensiones de la Identidad: Identidad asignada, Identidad aprendida, e Identidad internalizada que constituye la auto identidad. El mismo autor argumenta que la identidad está en constante proceso constructivo, no es estática, coherente, ni corresponde con estereotipos. Cada persona reacciona de manera creativa al resolver su vida, elabora los contenidos a partir de su experiencia, sus anhelos y sus deseos. La identidad se define por semejanza o diferencia a los referentes simbólicos y ejemplares. Así, cada uno es semejante y diferente, y es su propia versión identitaria, única.

Interculturalidad

Otro elemento relacionado a la cultura es la interculturalidad. El entender que cada región puede expresar auténticamente su propia cultura, permite dimensionar que pueden existir tantas culturas como regiones hay, al reconocer la gran cantidad de regiones en el planeta y sus formas de expresión humana, reconoceremos la

diversidad cultural. Desde la década de los 90, por la diversidad étnico-cultural en América Latina y la necesidad de promover las relaciones positivas entre los distintos grupos culturales la interculturalidad ganó importancia. El término es relativamente nuevo y sus definiciones variadas.

Según Tubino (2005), la interculturalidad se enraíza en el reconocimiento de la diversidad y diferencias culturales, y desde esta perspectiva busca promover el diálogo, la convivencia y la tolerancia, la interculturalidad es “funcional” al sistema existente, no toca las causas de la asimetría y desigualdad sociales y culturales, tampoco “cuestiona las reglas del juego”, por eso “es perfectamente compatible con la lógica del modelo neo-liberal existente”. Además, la interculturalidad puede ser, según (Trujillo, 2005) estática y dinámica; estática cuando se describe una situación comunicativa entre dos (o más) individuos que se perciben el uno al otro como pertenecientes a distintas culturas; y dinámica cuando describe los mecanismos que se ponen en funcionamiento en esa interacción comunicativa y, especialmente, para que esa comunicación sea efectiva”.

Más allá de las definiciones, Alsina (1999, p.27-32) señala que “la interculturalidad es un fenómeno que ocurre de forma natural” más allá de que nosotros podamos definirlo y darle forma a través de las comunicaciones interpersonales. Walsh (2010) tampoco define la interculturalidad, sino que señala que existen tres perspectivas de su estudio: relacional (forma más básica y general de intercambio entre culturas: entre personas, prácticas, valores y tradiciones culturales distintas); funcional (no toca las causas de la asimetría y desigualdad sociales y culturales ni cuestiona el sistema); crítica, que parte del problema estructural-colonial-racial.

A partir de la interculturalidad puede surgir la transculturación que es un concepto amplio para las ciencias sociales, en algunos casos considerado conflictivo y debatible (e.g., Malinowski, 1983). Este concepto fue introducido en el campo de la antropología cultural por el cubano Ortiz (1940) como un intento de expresar de forma más exacta el término inglés “acculturation”, este autor reconoce la transculturación como un “neologismo que indica el proceso de asimilación de una cultura por otra, resultando en una nueva identidad cultural”.

La transculturación también la define Malinowsky (1983, p.27) “proceso en el cual emerge una nueva realidad, compuesta y compleja; realidad que no es una aglomeración mecánica de caracteres, ni siquiera un mosaico, sino un fenómeno nuevo, original e independiente. Para describir tal proceso, el vocablo de raíces latinas transculturación proporciona un término que no contiene la implicación de una cierta cultura hacia la cual tiene que tender la otra, sino una transición entre dos culturas, ambas activas, ambas contribuyentes con sendos aportes, y ambas cooperantes al advenimiento de una nueva realidad de civilización”.

El concepto ha evolucionado conforme al siglo XX, realidad marcada por la globalización como la "recepción por un pueblo o grupo social de formas de cultura procedentes de otro, que sustituyen de un modo más o menos completo a las propias" (RAE, 2001). Al mismo tiempo, puede suceder la aculturación, que podría vivir una persona al tratar de adaptarse a un entorno diferente al que ya está acostumbrado, con aceptación o rechazo. Estos cambios pueden ser aspectos físicos, biológicos, políticos, económicos, culturales y sociales, a partir de la visita a un país. La aculturación está condicionada por las necesidades del individuo en su nuevo entorno y de acuerdo al grado de las diferencias culturales entre las dos sociedades involucradas (país receptor y el país de origen).

La aculturación “comprende los fenómenos que se producen cuando grupos de individuos que tienen culturas diferentes entran en contacto continuo de primera mano, con cambios subsiguientes en los patrones culturales originales de cualquiera o ambos grupos” (Robert Redfield et al., citado en Spicer 1968, p.22). Desde el punto de vista antropológico, la aculturación es un “fenómeno que involucra cambios en una o varias personas como resultado del contacto entre culturas diferentes” (Redfield, Linton & Hercovitts, 1936). “Es un proceso de resocialización que involucra características psicológicas como el cambio de actitudes y valores, la adquisición de nuevas habilidades sociales y normas, así como los cambios en referencia a la afiliación con un grupo y el ajuste o adaptación a un ambiente diferente” (Berry et al., 2002; Sam & Berry, 2006).

La aculturación es un término que predomina en el campo de la psicología intercultural, por lo que Berry (1989) propuso un modelo que

explica cuatro caminos posibles de adaptación de acuerdo a la identificación del individuo con la sociedad receptora. Estas dimensiones hablan sobre las situaciones de llegada de una persona a un entorno diferente, tanto el residente, como el recién llegado obtienen cambios uno con el otro y se adaptan entre sí. Las dimensiones no se refieren a que el individuo olvide o pierda su identidad al llegar a otro lugar, sino a los cambios experimentados, nuevos aprendizajes, valores, costumbres etc.

TURISMO

La actividad turística es una actividad económica muy importante para los destinos, en México, representa una parte del producto interno bruto (PIB), 17.2 % en el año 2018 (González, 2019). Según la Organización Mundial “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos”. Padilla (1980, p.26) sentencia la siguiente definición: “El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”.

Mathieson y Wall (1982, p.63) definen al turismo como: “movimiento temporal de la gente, por periodos inferiores a un año, a destinos fuera de su lugar de residencia y de trabajo, las actividades comprendidas durante su estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas”. Estos autores coincidieron en que es una práctica que consiste en viajar y las actividades relacionadas en el traslado de personas. La actividad turística es de interés para este trabajo, debido a que existe el intercambio de personas con rasgos culturales diferentes lo que puede generar el impacto de una cultura a la otra.

Metodología

Este trabajo es de carácter explorativo. La población objeto de estudio son los residentes de la ciudad de Guanajuato que tienen contacto

con turistas extranjeros. Trabajo de corte cuantitativo a través de la aplicación de una encuesta sobre estos criterios: ciudadanos mexicanos mayores de edad que viven o trabajan en áreas turísticas de la ciudad de Guanajuato. Esta ciudad es destino turístico que según datos acumulados de enero a abril del 2019, tuvo una derrama económica de \$24 mil 780 millones de pesos mexicanos, y se recibieron 385,912 visitantes internacionales (OTEG,2019).

La elección de reactivos se desprende del artículo: "Acculturation: When Individuals and Groups of Different Cultural Backgrounds Meet" de Berry (2003), que expone un análisis teórico que reconoce dos niveles en los que se desarrolla la aculturación: individual y grupal. Los reactivos propuestos utilizan la escala de líkert de cinco puntos. Técnica de muestreo utilizada: muestreo aleatorio simple. La recogida de datos se realizó la tercera y cuarta semana de julio de 2019. Encuesta aplicada a nivel individual para conocer los cambios socioculturales que podría sufrir el residente de un área turística de la ciudad de Guanajuato.

Resultados

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

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

es un hecho que en nuestra sociedad si se llega a practicar tradiciones de otros países (34% ocasionalmente y 30% casi nunca, y 26% nunca).

En algún momento los encuestados han sido influenciados por interactuar con una persona de una cultura diferente a la suya, su forma de pensar y sus valores cambia Ocasionalmente 43%, nunca 25%. Se observó influencia sobre los encuestados: 40.9% en la forma de pensar, 21.9% en la comida, 18.1 en la forma de hablar, 21.1% en la vestimenta. No obstante, a pesar de que México como destino turístico es visitado por extranjeros no se han percibido cambios en la cultura, la mayoría de los encuestados se encuentra en estado neutral o no saben si nuestro país de verdad ha perdido tradiciones a lo largo del tiempo.

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

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

Al momento de interactuar con una persona de una cultura diferente a la suya, ¿cree que afecta su autoestima? 37% en desacuerdo, 26% neutral, 26% totalmente en desacuerdo. No se perciben complicaciones de autoestima por interactuar con una persona de una cultura diferente, lo cual se relaciona al sentido de identidad. 52.1% refuerza su identidad étnica, es decir, practica las tradiciones de su lugar de origen 27.4% algunas veces, mientras que 20.5% no lo hace. Además, 65% se considera una persona

algo de influenciar por otras culturas, mientras que 28.5% opina que es difícil de influenciar. Cada individuo es diferente y decide que adoptar de su interacción con una persona de una cultura diferente a la suya. La mayoría de los encuestados opinan que México no podría perder su formación cultural, pues sus costumbres y tradiciones son tan fuertes, que creen poco probable que se pierda la cultura.

La cultura cree de mayor influencia sobre México es la norteamericana (87%), europea (8%), asiática (4%). La cultura norteamericana es la que tiene más impacto en nuestro país, probablemente debido a su cercanía. Al ser Estados Unidos es el país más cercano a México, 75.8% considera que integramos más fácilmente su cultura, 15.3% opina que tal vez sea cierto, mientras que 8.8% está en desacuerdo. Esto puede ser por la publicidad y programas de entretenimiento, entre otros, importados de la cultura norteamericana. La influencia norteamericana sobre la cultura mexicana destaca en: la forma de consumir (50.2%) más que en el resto de aspectos como la vestimenta (18.6%), la forma de pensar (13%), la comida (9.8%), la forma de hablar (8.4%).

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

Conclusiones

Al observar los resultados conocimos la perspectiva de los habitantes de Guanajuato Capital y su opinión acerca de la interculturalidad que puede tener un destino turístico. Los perfiles predominantes fueron estudiantes y empleados, quienes viajan ocasionalmente a otro destino, sea en el ámbito nacional o internacional; los entrevistados mostraron consciencia respecto al turismo, la cultura propia y las diferentes culturas que visitan la ciudad. La cultura

es parte fundamental para la conformación de una sociedad y es la integración de un producto atractivo para culturas diferentes.

La adopción de alguna costumbre extranjera a raíz de diversas interacciones confirma lo que mencionan los autores consultados, que el proceso de aculturación sucede con las interrelaciones entre dos culturas. Adopción que interfiere en las costumbres y trastoca los valores personales. Las personas que viven estas interacciones han sido afectados en su forma de pensar. Las otras culturas, predominantemente la estadounidense, ha modificado la forma de pensar y los valores de los habitantes de zonas turísticas, lo cual se refleja en sus cambios en forma de actuar, su postura de acuerdo al medio ambiente y al trato de las demás personas.

Los habitantes señalan al turismo como causante de estas interacciones, y por lo tanto, causante del cambio en la cultura mexicana además. No obstante, es aún imposible señalar que debido a estos cambios a nivel individual se pueda señalar que México ha perdido parte de su cultura, los habitantes adoptan una posición neutral al respecto. Sin embargo, a nivel ciudad, se ha señalado que la ciudad de Guanajuato si ha sufrido cambios en su cultura a raíz de las relaciones que el turismo les trae, estos cambios son percibidos de forma positiva, ya no afectan la autoestima de los habitantes. El turista extranjero es recibido con cortesía.

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

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

Coincidimos con Acle (2018) que señala que

los nuevos hábitos adquiridos, son productos culturales, que circulan de un país a otro de manera simultánea y en tiempo real. La identidad cultural mexicana es reconocida por su originalidad entre muchos de los países del mundo, ocupa uno de los diez primeros lugares con densidad cultural (Arizpe, 2013), aún tras los efectos de la globalización y la transculturación generada. Este fenómeno permanecerá por algún tiempo, razón por la cual ha surgido la necesidad urgente de recrear en las generaciones futuras, la identidad mexicana y preservar los códigos identitarios (Acle, 2018).

Como conclusión general podemos afirmar que la cultura norteamericana ha sido la cultura que más influencia ha tenido en Guanajuato, por diversas razones como su cercanía con el país, su posición como potencia mundial y el interés que ha tenido ese país para visitar el nuestro, influencia que de manera general es bien aceptada por los residentes de Guanajuato, aceptan bien los cambios que perciben como efectos de la interculturalidad generada por el turismo, conscientes de ello tienen firme convicción de que México nunca perderá su formación cultural por estas interacciones.

Limitaciones Del Trabajo

Existen diversas problemáticas que se presentan antes, durante y después de cada proyecto, este trabajo no fue la excepción. Es corto el tiempo entre la fecha de inicio y la fecha de presentación dentro del marco de los veranos de la ciencia UG 2019, lo que dio lugar a un cronograma muy justo que impide la perfección de cada apartado. La falta de tiempo impidió el estudio cualitativo. Otra limitación es la cantidad de encuestas logradas y el alcance de la aplicación del trabajo.

Líneas Futuras De Investigación

Este trabajo sirve como punta de lanza para la aplicación de otros estudios similares, así planteamos la siguientes líneas de investigación. Se aconseja aplicar el mismo estudio en otras ciudades con características similares a la ciudad de Guanajuato del estado y de la región como San Miguel de Allende, Zacatecas, San Luis Potosí, Aguascalientes, etc. Con la finalidad de ampliar los datos y hacer un mapeo de interculturalidad basto.

Se recomienda la aplicación de una metodología cualitativa aplicada a la población que está en

constante contacto con el turismo y a los residentes mayores, para generar un panorama de los cambios culturales notables a través del tiempo y enriquecer así los resultados de la investigación. Se sugiere medir la profundidad de la interculturalidad y de la aculturación, observando no sólo la cultura estadounidense, sino también otras culturas, como: la cultura oriental y la europea; además se podrían analizar los cambios específicos que estas culturas han tenido al toparse con la cultura mexicana en Guanajuato y en otras regiones del país.

Bibliografía

- Acle, R. S. (2018). ESTADOS UNIDOS Y SU INFLUENCIA CULTURAL EN LOS ADOLESCENTES. Puebla, México.
- Arizpe, L. (2011). Cultura e identidad Mexicanos en la era global. REVISTA DE LA UNIVERSIDAD DE MÉXICO. p. 70 publicada el 28 de Septiembre de 2011. Ciudad De México, México.
- Arizpe, L. (2013). Mexicanos en la era global. Resvista de la universidad (UNAM), 70-81.
- Benseny, G. (2007). Redalyc. Aportes y Tranferencias, 13-34. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/276/27611202.pdf>
- Boas, F. (1938). The mind of primitive man.
- Burkart, A. J. (1981). Tourism: past, present and future, Heinemann, London.
- CONABIO (2017), Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. "Ocupa México el cuarto lugar mundial en megadiversidad" Publicado en la Jornada en la Ciencia el 20 de Mayo de 2017. Obtenido de: <http://ciencias.jornada.-com.mx/2017/05/20/ocupa-mexico-cuarto-lugar-mundial-en-megadiversidad-509.html>
- Durán, C. (2018). FORBES. Modelo de seis dimensiones de cultura publicado el 28 de Marzo de 2018. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/el-modelo-de-seis-dimensiones-de-la-cultura/>
- Echeverría, Capuz. (2015). América en el mundo. En S. C. María Echeverría, Geografía. América y el mundo (pág. 38). <https://issuu.-com/azeditora/docs/012-0322/35: A-Z editora>.
- Egg, E. (2014). El proceso de globalización en la cultura. Obtenido de <https://www.cultura.-gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf13/articulo14.pdf>
- Giddens, A. (2002). Modernidade e identidade.

Río de Janeiro, Brasil .

Giménez, G. (1997). Materiales para una teoría de las Identidades Sociales. Obtenido de Instituto de Investigaciones Sociales, México: UNAM: <http://www.gimenez.com.mx/index.html>

Giménez, G. (2004). Culturas e identidades. *Revista Mexicana de Sociología*, 66(n. spe.), 77-99.

Gómez, E. (2007). Universidad de Cantabria. Obtenido de <https://ocw.unican.es/humanidades/introduccion-a-la-antropologia-social-y-cultural/material-de-clase-1/pdf/Tema2-antropologia.pdf>

González, L. (2019). El economista. Sector viajes y turismo, publicado el 01 de Marzo de 2019. Obtenido de <https://www.economista.com.mx/empresas/Sector-de-viajes-y-turismo-crecio-mas-que-el-PIB--20190301-0003.html>

Hofstede, G. (1967-1973). Modelo de seis dimensiones de cultura. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/el-modelo-de-seis-dimensiones-de-la-cultura/>

INEGI (1985-2010). Censos de Población y Vivienda.

INEGI (2000, 2010). XII Censo General de Población y Vivienda 2000, Cuestionario ampliado; Censo de Población y Vivienda 2010, Cuestionario ampliado. Obtenido de http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/perfil_socio/uem/702825047610_1.pdf

INEGI (2010). Censo de Población y Vivienda, cuestionario básico. Obtenido de http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/perfil_socio/uem/702825047610_1.pdf

INEGI (2010). Censo de Población y Vivienda 2010, cuestionario ampliado. Obtenido de http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/perfil_socio/uem/702825047610_1.pdf

INEGI (2010). Cuéntame INEGI. Obtenido de <http://cuentame.inegi.org.mx/territorio/extension/default.aspx?tema=T>

INEGI (2010). Marco Geoestadístico Nacional.

INEGI (2014). Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/temas/migracion/>

INEGI (2015). INEGI Encuesta Intercensal . Obtenido de <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/habitantes.aspx?tema=P>

INEGI, SNIEG (2010). Censo de Población y Vivienda, Información de Interés Nacional.

Jenkins, R. (2004). Social identity.

Jiménez, I. (6 de Noviembre de 2015). FORBES. Recuperado el 4 de Agosto de 2018, de. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/las-15-mejores-franquicias-en-mexico/>

Lagarde, M. (2000). Claves feministas para la mejora de la autoestima.

Larrain, J. (2003). El concepto de identidad. FAMECOS(21).

Lévi, C. (1995). Antropología estructural. Paidós, Barcelona, España.

Malinowski, B. (1983). Introducción a Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar. Editorial de Ciencias Sociales. La Habana, Cuba.

Márquez, L. (2017). México frente a la globalización: políticas audiovisuales para promover y proteger su diversidad cultural, publicado el 27 de Abril de 2017). Obtenido de: https://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q14marquez_ES.pdf

Mentes alternas (2015). Cultura mexicana, publicado el 04 de 2015. Obtenido de <https://mentesalternas.com/2015/04/cultura-mexicana.html>

Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera*(7), 69-84.

Navas, M. P. (2006). Estrategias y actitudes de aculturación: la perspectiva de los inmigrantes y de los autóctonos en Almería. *Tercer Sector*, 277.

Observatorio Turístico (2018). Guanajuato capital Perfil del Visitante.

ONU (2015). World Population Prospects. The 2015 Revisión. Obtenido de: <http://esa.un.org/unpp/wpp/> (8 de septiembre de 2015).

Ortiz, F. (1940). Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar. Jesús Montero Editor, La Habana.

Padilla. (1980). El Turismo, Fenómeno social. Oscar De La Torre Padilla.

Padilla, M. (2013). Interculturalidad y multiculturalidad, publicado el 22 de Enero de 2013. SlideShare. Obtenido de <https://es.slideshare.net/maripadi/interculturalidad-y-multiculturalidad>

Pérez, C. (2004). La muerte de las culturas locales y el renacimiento de las culturas políticas. *El cotidiano*, 20(127), 40-45.

Piqueras (1996). P. 271. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/-v17n53/v17n53a10.pdf>

RAE (2001). *Diccionario de la lengua española [Dictionary of the Spanish Language]* (22nd ed.). Madrid, España.

SRE (2019). Embajada de México en Estados Unidos. Obtenido de Secretaría de Relaciones Exteriores : <https://embamex.sre.gob.mx/ea/index.php/es/enterate/391-acerca-de-mexico>

STPS (2019). Información Laboral. México.

Tajfel (1981). Obtenido de <https://www.gitanos.org/publicaciones/guiapromocionmujeres/pdf/03.pdf>

Trujillo Sáez, F. (2005). En torno a la interculturalidad: reflexiones sobre cultura y comunicación para la didáctica de la lengua.

Tylor, E. (1871). P.140. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/-v17n53/v17n53a10.pdf>

UNESCO. (s.f.). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura#cite_note-3

Walsh, C. (2010). Interculturalidad crítica y educación intercultural. *Construyendo interculturalidad crítica*, 75, 96.

Ferrer Angulo, R. D. C., Palacio Sañudo, J. E., Hoyos, O., & Madariaga, C. (2014). Proceso de aculturación y adaptación del inmigrante: características individuales y redes sociales. *Psicología desde el Caribe*, 557-576.