

ETNOGRAFÍA E INVESTIGACIÓN MULTIMÉTODO, RECURSOS POTENCIALES PARA LOS ESTUDIOS TURÍSTICOS

ETHNOGRAPHY AND MULTI-METHOD RESEARCH, POTENTIAL RESOURCES FOR TOURISM STUDIES

LUIS ANGEL SOTO DE ANDA

ORCID: 0000-0002-2639-5464

angel.s.k@hotmail.com

Universidad Autónoma del Estado de México

Resumen

El artículo reflexiona sobre el potencial metodológico que tiene la etnografía en los estudios turísticos, todo esto desde un enfoque multimétodo que rescata el quehacer antropológico para la descripción e interpretación del turismo como un hecho social total. Se reconoce la necesidad de generar trabajos etnográficos de carácter colaborativo, es decir, fortalecer la perspectiva dialógica entre investigador e investigado. Adicionalmente, dejar en claro que la (re)construcción de realidades debe contrastar lo que se hace (acciones) y lo que se dice que se hace (discursos).

Palabras clave: metodología; etnografía; antropología del turismo; estudios turísticos; investigación multimétodo.

Abstract

The article reflects on the methodological potential that ethnography has in tourism studies, all from a multi-method approach that rescues the anthropological work for the description and interpretation of tourism as a total social fact. The need to generate collaborative ethnographic works is recognized, that is, to strengthen the dialogical perspective between researcher and researched. Additionally, it is made clear that the (re)construction of realities must contrast what is done (actions) and what is said to be done (discourses).

Keywords: methodology; ethnography; anthropology of tourism; tourism studies; multi-method research.

Fecha de recepción: 22 de abril de 2024
Fecha de aceptación: 19 de junio de 2024

CÓMO CITAR: Soto de Anda, L. A. (2024). Etnografía e investigación multimétodo, recursos potenciales para los estudios turísticos. *Dimensiones Turísticas*, 8, e-878485. <https://doi.org/10.47557/OYNM8485>



1. La etnografía como recurso interpretativo de realidades turísticas

Durante décadas, la etnografía y los estudios de caso han fortalecido su contribución metodológica tanto en las ciencias sociales como en las humanidades, han dejado de ser recursos exclusivos de la antropología y la sociología para integrarse en nuevas esferas del conocimiento, siendo los estudios turísticos un ejemplo destacado con potencial de aplicación.

Pereiro (2020) asevera que las etnografías del turismo son “ejercicios académicos para académicos”, refiriendo que los trabajos han pasado de ser recursos exclusivos de los antropólogos para incursionar teórica y metodológicamente en otras áreas del conocimiento, situación que ha servido para educar y responsabilizar a los “turistas” sobre sus implicaciones en la práctica turística.

De acuerdo con Oehmichen (2013), el turismo ha llamado la atención de los científicos sociales desde inicios de los años sesenta, no obstante, para Hernández et al. (2015), la antropología del turismo es un campo de estudio que ha sumado contribuciones etnográficas desde la década de los setenta, escenario que ha promovido la institucionalización y/o legitimación de la producción académica; sumado a ello, deja entrever que trabajos que rescatan este ADN son limitados, debido a que los especialistas direccionan sus esfuerzos en temas de mayor relevancia, incluso con mayores probabilidades de financiamiento.

A ciencia cierta, aproximaciones inter, multi y transdisciplinarias responden a momentos concretos y volátiles, esto quiere decir que la dinámica turística es compleja y constante, pero a su vez multifactorial; por consiguiente, el perfeccionamiento paradigmático ha dado pauta a procesos metodológicos adaptativos e innovadores donde hombres y mujeres de ciencia suman esfuerzos por reconstruir y entender fenómenos polimorfos.

Captar la esencia de los destinos turísticos es complicada ya que cualquier escenario sucumbe ante el tránsito de personas y el flujo de capitales, por tal motivo, es imprescindible que las contribuciones científicas dejen de lado la ficcionalización y/o romantización de una industria edificada discursivamente sobre ideas de desarrollo, progreso y bienestar; empero, detalla que la interpretación de polifonías narrativas permite trastocar etnográficamente temas de una actividad depredadora e invasiva.

El quehacer antropológico realizado dentro de la dinámica turística tiene que ver con la reconstrucción de realidades multisituadas, la descripción de contextos delimitados en tiempo y espacio, así como la interpretación de discursos, actitudes y emociones sustentadas en postulados teórico-metodológicos que se adapten a circunstancias locales y garanticen la coproducción etnográfica, acciones que para Pinto (2021) tiene que ver con procesos autorreflexivos y dialógicos de problematización.

Si bien, la etnografía requiere de sensibilidad interpretativa y documentación exhaustiva de fenómenos (Peralta, 2009), las metodologías cualitativas deben neutralizar las subjetividades del investigador, además de que el acercamiento con la realidad se logra a partir de procesos de interlocución entre los que participan en el fenómeno y quienes llegan para descifrarlo (Guber, 2022).

En virtud de esto, el trabajo plantea una propuesta metodológica “multimétodo” basada en la antropología del turismo y el rescate de la etnografía como estrategia para abordar el paradigma turístico como un “*tot complex*”. Asimismo, comprende un ejercicio crítico-reflexivo de literatura especializada que conlleva explicar al turismo y sus representaciones a partir de quienes lo viven, padecen y observan.

En perspectiva, el documento discute sobre cómo la etnografía ha fortalecido las ciencias sociales, incluidos los estudios turísticos con el quehacer antropológico; además, propone una secuencia multimétodo que analiza cómo la actividad turística genera dinámicas de desigualdad, diferencia e imaginarios sobre los destinos, brindando de esta manera una perspectiva holística y correlacional que favorece el desarrollo de trabajos etnográficos colaborativos. Ello incluye visibilizar y tomar en cuenta las narrativas de residentes y visitantes, pero también de los actores que se encargan de describir y documentar el fenómeno turístico como un “hecho social total”.

2. Antropología del turismo y recursos etnográficos en los estudios turísticos

La antropología del turismo ha contribuido de manera significativa al análisis de la cultura, todo esto a partir de giros interpretativos y semióticos (Geertz, 2003) que categorizan al turismo como un “hecho social total” (supuesto enraizado en postulados de Mauss, 2009); fenómeno complejo que adquiere sentido y significado mediante múltiples dimensiones de la vida social y de la cultura (Laguna, 2006).

El papel de la antropología en los estudios sobre turismo debe “atenerse a la multiplicidad de conductas y la heterogeneidad de los actores, la variedad de cronotopos y la multiplicidad de representaciones simbólicas” (Francesch, 2016, p. 11), infiriendo que la “contextualización” es esencial para comprender particularidades y diferencias entre destinos, pero también entre aquellos que generan y dan sentido a la acción turística.

Las investigaciones turísticas precisan de visiones integradoras que rescaten la experiencia de invitados y anfitriones, es decir, apostar por recursos analíticos que alejen a investigadores y académicos de visiones reduccionistas y parciales sobre el fenómeno (Gama y Favila, 2018), después de todo, existe la necesidad inminente de consagrar narrativas auténticas y significativas con ayuda de la etnografía como ciencia y como método. En este sentido, esta área del conocimiento requiere objetos de estudio “bien delimitados”, ejercicios analíticos que conlleven a generar modelos teóricos “heurísticos” y a su vez, deriven en conceptos “precisos” y “definidos” sin negar la complejidad del fenómeno.

En este tenor, Nogués (2008) sostiene que la consolidación de conocimiento antropológico y el surgimiento de teorías requiere de la “hiperespecialización” de conceptos, es decir, el objeto de estudio debe afianzarse de manera integral y no de forma aislada, lo que para Salazar (2006) sería teorizar desde las condiciones sociales en las que surge. Ejemplo de ello, el trabajo de Vázquez et al. (2015) en la comunidad de Akumal, Quintana Roo, ejercicio etnográfico que conceptualizó la migración y el turismo desde un enfoque antropológico y geográfico, que analizó percepciones y reflexiones de 14 historias de segregación territorial.

En lo que respecta a Hernández (2015), la evolución de la antropología del turismo recae sobre: a) Profundizar temáticas existentes (maduración de postulados), b) Explorar nuevos objetos de estudio (conocimiento holístico) y c) Generar recursos teóricos que expliquen y generalicen la pluralidad empírica (superar interpretaciones apriorísticas dominantes).

La antropología del turismo investiga: efectos simbólicos generados por la actividad turística (Pinto, 2021); impactos del turismo (Comparato, 2019); procesos de enajenación cultural (López y Marín, 2010); degradación sociocultural (dos Santos, 2005); representación de las culturas en los destinos turísticos (Urry, 2002); defensa de comunidades locales (Nash y Smith, 1991), entre otras vertientes temáticas. No obstante, las aproximaciones de esta área del conocimiento han optado por visi-

bilizar los efectos irreversibles que la práctica turística ha generado en territorios, colectivos e individuos.

Si bien, Barretto y Otamendi (2015) indican que no existe un único paradigma teórico que analice los casos etnográficos, al contrario, existe una pluralidad de recursos de interpretación. Las aportaciones etnográficas, particularmente las que se desprenden de los estudios de caso centran sus esfuerzos en la profundidad y riqueza de los análisis contextuales, esto es, interpretar especificidades y subjetividades en tiempos y espacios concretos, situación que limita la capacidad de generalizar resultados; empero, permite encontrar puntos de convergencia sobre los que se puede debatir, ello incluye la ruptura paradigmática y la acreditación de enfoques multimétodo.

Los enfoques multimétodo son herramientas investigativas que abonan a la recaudación de datos y narrativas, después de todo, la (de)limitación temporal que tienen los actores en los destinos (visitas o estancias) requiere de estrategias metodológicas eficaces y confiables, mecánicas de trabajo inclusivas y empáticas que den voz a huéspedes y anfitriones (esto con base en la dicotomía propuesta por Smith, 1989), así como a sujetos que describen, interpretan y documentan las dinámicas en cuestión. En este tenor, Nogués (2009, p. 53) ratifica que:

La antropología, gracias a su perspectiva holística y comparativa, al tratamiento que hace de los procesos socio-culturales, y a la toma en consideración de las diversas conciencias intencionales que intervienen en la relación intercultural que se da en contextos turísticos, puede ayudar a encarar esta oposición que se da entre lo sensible y lo inteligible.

En lo que respecta al autor, las prácticas socioculturales dan sentido y adquieren sentido en la vida de las comunidades, refiriendo que el lenguaje permite adentrarse al entorno de una forma "científicamente inteligible". En respuesta a esto, etnógrafos e investigadores de "lo turístico" están obligados a implementar metodologías que respondan al dinamismo de los entornos, pero también a la complejidad de las relaciones entre locales y foráneos. Los discursos de propios y ajenos son elementos metodológicos valiosos que requieren interpretarse bajo un proceso etnográfico artesanal, uno que deconstruya, contextualice y reconstruya la realidad desde visiones interiorizadas que se apeguen a la realidad de los destinos.

La etnografía es una herramienta metodológica que estudia al ser humano, su cultura y su entorno; modelo epistemológico para interpretar realidades y experiencias bajo enfoques holísticos, sistémicos y críticos; y actividad artesanal mediante la cual se pueden exponer experiencias de la vida cotidiana, ello incluye percepciones sobre lo que implica describir e interpretar el fenómeno turístico (Pereiro, 2020).

A manera de ejemplo, existen pesquisas que demuestran que la etnografía es un recurso metodológico para comprender dinámicas (López et al., 2022), actitudes, comportamientos (Mendoza et al., 2018), discursos (Moraes, 2016), narrativas, construcciones simbólicas (Rocha, 2011), así como prácticas, creencias y representaciones de actores que intervienen en la práctica turística (Otamendi, 2008). La etnografía emerge como una herramienta interpretativa de notable eficacia, demostrando su versatilidad al ofrecer visiones detalladas y contextualizadas sobre múltiples dimensiones socioculturales.

Desde esta perspectiva, los métodos, técnicas y herramientas de investigación cualitativa desempeñan un papel fundamental en el análisis e interpretación de los fenómenos contemporáneos, bondades que consienten que los estudiosos del turismo diversifiquen, flexibilicen y fortalezcan la deconstrucción ontológica de los fenómenos desde lo metodológico.

Bajo esta premisa, el trabajo de Choez y Orlando (2023) ratifica la importancia de que el investigador se inmiscuya en la dinámica social (local), ejercicio que persigue fervientemente los principios etnográficos de la antropología clásica. Adicionalmente, Luna y Conde (2021) dejan entrever que el observador puede describir desde sus vivencias; asimismo, reforzar los ejercicios descriptivos con ayuda de narrativas y experiencias de los actores participantes.

En suma, la pesquisa de Gamboa (2019) refiere que los objetos de estudio deben interpretarse con ayuda de fuentes primarias y secundarias, recursos investigativos que conllevan a la comprensión subjetiva de experiencias, todo esto desde una propuesta etnográfica multisituada y comparativa. Por otro lado, Conde (2008) expone que la "etnografía dialéctica hermeneutizante" es una dinámica metodológica de interpretación histórica, esto refiere ejercicios de contextualización en donde la observación participante (prolongada) favorece la comprensión de hechos y procesos vinculados con la práctica turística.

Desde otro punto de análisis, autores destacan la relevancia de emplear técnicas de recopilación de datos como: observación participante, observación no participante, entrevistas y encuestas (Nogués, 2015; Carbonell, 2015). Se reconoce la pluralidad metodológica y la necesidad de adaptar técnicas de recolección de datos según los objetivos específicos de las investigaciones, asimismo de las características del fenómeno en cuestión.

En términos generales, los estudios turísticos destacan la necesidad urgente de aplicar y replicar propuestas multimétodo desde enfoques multisituados y críticos (Fernandes, 2015; de Jesús y Medina, 2021); los destinos son únicos, resultado de sus características temporales y espaciales, ello incluye la interconexión sistémica entre los actores sociales y el sistema turístico, después de todo, se exploran las motivaciones de los turistas, la percepción de los anfitriones, la interacción entre residentes y visitantes, así como los efectos en las comunidades receptoras (Ivanova et al., 2022).

En síntesis, la producción científica sobre turismo y sus tipologías se diversifica hacia enfoques interpretativos que exploran escenarios donde se reflexiona y discute a partir de aproximaciones narrativas entre el observador y el observado, lo anterior con intención de promover el desarrollo de trabajos colaborativos y/o coproducidos.

2.1 El estudio de caso como recurso metodológico para la investigación turística

Los destinos turísticos son un todo complejo desde el punto de vista analítico, la dificultad de su estudio radica en conocer y explorar cada uno de los campos que dan forma y sentido a su composición (política, economía, cultura, medio ambiente, comercio, etcétera), esto es, escrutar la ontología del fenómeno a partir de la concatenación y no desde el aislamiento paradigmático.

La construcción histórica por la que han atravesado los estudios de caso está anclada en la polisemia que caracteriza al término (Flyvbjerg, 2004), no obstante, Piovani et al. (2011) argumentan que los desacuerdos o contradicciones en la construcción de estrategias metodológicas está enraizada en su denominación y/o conceptualización, en su relación con los enfoques cualitativos y cuantitativos, así como en su base epistémica.

Hablar de “método de caso”, “estudio de caso sociológico” o “estudio de caso” permite entrever cómo se ha consolidado históricamente lo que hoy se conoce como

una forma de hacer investigación social, en otros términos, contemplar las particularidades de un caso no demanda el garantizar exclusividad o limitación de ciertos recursos, al contrario, exige una pluralidad colaborativa, flexible y emergente de tipologías metodológicas sobre cómo trabajar el fenómeno turístico en tiempos y espacios concretos.

El estudio de caso es una estrategia de carácter probatorio donde se valida o invalida una problemática (hipotética); tiene como propósito enriquecer las perspectivas analíticas desde donde se interpretan, además de crear nuevas conceptualizaciones en torno a los fenómenos que guardan proximidad con el ser humano y con los escenarios que transforma para habitarlos (los casos están determinados por el fenómeno y por la teoría que los analiza). En palabras de Coller (2000, p. 29):

Un caso es un objeto de estudio con unas fronteras más o menos claras que se analiza en su contexto y que se considera relevante bien sea para comprobar, ilustrar o construir una teoría o una parte de ella, bien sea por su valor intrínseco.

En este tenor, deben observarse, estudiarse y explicarse con base en referentes teóricos, esto quiere decir que el ojo analítico está guiado por una fundamentación especializada que respalda la forma en la que se recolecta la información, en el que se da voz a los actores, así como la manera en que se reconstruyen las diferentes realidades (contextos).

En la investigación turística, los estudios de caso requieren avanzar de manera inductiva a la comprensión de fenómenos sociales en sus múltiples representaciones y/o latitudes, que deben entenderse desde diferentes escalas; ello contempla, sujetos, destinos, ciudades, países y continentes, magnitudes enraizadas en criterios de comprensión, inclusive de tendencias investigativas.

Los estudios de caso se han consolidado como un método esencial en la investigación científica, capaz de registrar la conducta humana y obtener información mediante diversas técnicas. Además, adquieren una identidad propia al ser utilizados como instrumento de investigación, destacando la interpretación de relaciones causales y el significado de acciones y prácticas en el objeto de estudio.

Desde la perspectiva de Rausky (2022), comprender la singularidad de los estudios de caso es crucial para el desarrollo científico y la reproducción del conocimiento. Se subraya la necesidad de realizar estudios holísticos y en profundidad, adaptados a los objetivos de investigación tanto a nivel micro como macro.

Verd y Lozares (2016) argumentan que la elección de los casos busca la generalización de hallazgos, ya sea total o parcialmente, para comprender un paradigma o contribuir a un nivel tipológico en la disciplina. Esta postura se opone a la idea de Stake (1998), quien enfatiza la particularización de ideas para consolidar campos disciplinares.

En suma, se ratifica que los estudios de caso encarnan procesos meticulosos que distan de las investigaciones muestrales, esto se debe a que comprenden única y exclusivamente un caso concreto, un caso preseleccionado o identificado dentro de un cúmulo de opciones (el caso es el centro del estudio ya que presenta situaciones heurísticas y extraordinarias que lo definen como un sistema circunscripto), en consecuencia, la elección responde a necesidades sociales, culturales, económicas, científicas, incluso políticas, médicas y turísticas.

La connotación intersubjetiva de los fenómenos contemporáneos requiere un análisis etnográfico profundo de las polifonías narrativas que estructuran tanto a prácticas como acciones sociales; en consecuencia, el contexto turístico que circunscribe o redondea la realidad de los destinos está condicionada por el mercado, por los procesos de aculturación, por el arraigo de elementos caracterológicos, así como dinámicas insaciables por comercializar lo auténtico, lo exótico y lo paradisíaco.

La interpretación de formas de vida y sus múltiples representaciones tienen el objetivo de develar el sentido y el significado desde las cuales se conciben y aplican las prácticas sociales; movimientos migratorios, desarrollo socioeconómico, precarización del empleo, procesos de cambio y acondicionamiento territorial son algunas aristas desde las cuales se ha aplicado la etnografía en los estudios turísticos.

3. Propuesta metodológica para “etnografiar” los fenómenos turísticos

Implementar enfoques multimétodo en los trabajos etnográficos que abordan al turismo capacita al investigador para trabajar temáticas complejas con recursos metodológicos diversos. Ruiz (2008) sostiene que la investigación multimétodo refiere el uso de múltiples enfoques y métodos en un mismo estudio, lo que para Gallardo et al. (2017) sería no depender de un solo método de investigación, esto para obtener una comprensión más completa y enriquecedora del problema.

En este caso, reconstruir el fenómeno implica recabar, procesar e interpretar narrativas polifónicas, pero también observar y describir densamente el espacio y las relaciones sociales, por tal motivo, la propuesta sugiere utilizar los siguientes recursos metodológicos:

Tabla 1. Enfoques analíticos para abordar las polifonías narrativas desde lo turístico

Enfoques de investigación	Sustento metodológico	Aporte científico	Métodos
Hermenéutico	Rescate de narrativas performativas para la formulación de microetnografías.	Documentación de realidades	Inductivo Hermenéutico Histórico Fenomenológico Etnográfico
Fenomenológico	Conocer la percepción de experiencias subjetivas por parte de los actores sociales.	Generación de conocimiento	
Etnográfico	Aproximación que reconoce la polifonía narrativa a partir de la implantación del investigador en campo.	Proceso de reflexividad	

Fuente: Elaboración propia (2023).

Establecer magnitudes y dimensiones del fenómeno turístico, así como relaciones entre locales (visión endógena) y foráneos (visión exógena) implica dar voz a quienes viven el turismo, quienes viven en el turismo y quienes sobreviven el turismo; por tal motivo, la investigación propone implementar los siguientes preceptos analíticos:

Tabla 2. Diseño investigativo de aproximación etnográfica

Tipo de investigación	Objetivo	Puntos de intervención
Descriptiva	Observación sistemática de componentes que integran al fenómeno	¿Cómo se presenta?
		¿Quiénes intervienen en él?
		¿Cuáles son las características que presenta?
Explicativa	Detectar causas del comportamiento del fenómeno	¿Por qué se suscita?
		¿Cuáles son sus causas?
		¿Qué efectos ha generado o puede generar?
Longitudinal - Transversal	Situación del fenómeno en tiempo y espacio para darle seguimiento (contexto)	¿Cuándo y dónde acontece?
		¿Qué cambios se han presentado con el paso del tiempo?

Fuente: Elaboración propia (2023).

Generar condiciones metodológicas híbridas o estratégicas será posible única y exclusivamente si se concibe que métodos, técnicas y enfoques son complementarios, es decir, están interconectados y carecen de aislamiento, cada uno aporta bondades científicas y subsana deficiencias que otras alternativas podrían tener, no obstante, estas son solo algunas “opciones” dentro de un amplio catálogo.

Mostrar una cara de la moneda, o solo la más brillante en el fenómeno turístico ha sido un problema latente en estudios de esta índole, por ello, diagnosticar e interpretar a partir de narrativas, discursos o percepción de locales, foráneos, nuevos colonizadores, así como de cambios y transformaciones en el espacio, se convierten en elementos sustanciosos e integradores para la etnografía, igualmente para investigaciones inter, multi y transdisciplinarias.

Santander (2011) asegura que no existen métodos o técnicas estandarizadas para el análisis del discurso, estos varían de acuerdo con los objetivos de las investigaciones; empero, señala que pueden hacerse desde lo lingüístico (interpretación del lenguaje) o desde lo semiótico (construcción de realidades a partir de sentidos y significados), todo esto tomando en consideración que: “lo que sirve en una circunstancia, no necesariamente funciona en otra” (p. 216).

En lo que a esto se refiere, las técnicas de investigación son fundamentales para los observadores, ya que les brindan orientación y un sólido marco metodológico para la descripción densa, recursos que posibilitan la exploración de preguntas, la evaluación de hipótesis y la obtención de conclusiones válidas y fiables. Acorde con esto, la literatura especializada expone que la observación participante, la observación no participante, la entrevista y la encuesta son técnicas de investigación cualitativa de gran valor para describir e interpretar lo que sucede en el contexto turístico y, aunado a esto, profundizar sobre cómo esto repercute en la construcción y concepción de objetos de estudio:

Tabla 3. Técnicas cualitativas y su retribución etnográfica y turística.

Técnica	Características	Bondades metodológicas en la investigación etnográfica
Observación participante	El investigador se involucra activamente en la vida de la comunidad estudiada, observando directamente sus acciones, discursos e interacciones, con el objetivo de obtener información detallada y precisa (Bracamonte, 2015). Implica establecer una relación de confianza con los informantes clave, quienes son personas que tienen experiencias relevantes, capacidad de empatizar y conexiones dentro del campo de estudio (Robledo, 2009).	<ul style="list-style-type: none"> *Perspectiva emic del fenómeno. *Inmersión en campo. *Comprensión contextual y holística. *Participación activa del investigador. *Poner a prueba los sentidos. *Descripción profunda.
Observación no participante	Implica una postura de observador imparcial, donde el investigador adopta un papel pasivo, sin influir en el desarrollo de los eventos que está estudiando (Campos y Lule, 2012).	<ul style="list-style-type: none"> *Perspectiva etic del fenómeno. *Objetividad e imparcialidad por la distancia física y emocional con el objeto de estudio.
Entrevista	Indagación empírica emplea la comunicación interpersonal con uno o varios sujetos para obtener opiniones y criterios mediante cuestionarios o guías, con el objetivo de conocer perspectivas precisas sobre un tema específico (Feria et al., 2020). Recurso empírico fundamentado en la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y los sujetos de estudio, el propósito, obtener respuestas verbales a interrogantes planteadas en relación con un problema de investigación (Lanuez y Fernández, 2014). Útil en los estudios descriptivos y exploratorios, así como para diseñar instrumentos de recolección de datos (Díaz, 2013).	<ul style="list-style-type: none"> *Interacción cara a cara. *Generación de confianza entre actores. *Escucha activa y receptividad de la información. *Interiorización de narrativas. *Flexibilidad en la formulación de reactivos. *Validación de información en tiempo real. *Profundización de temas. *Selección de informantes clave.
Encuesta	Permite obtener datos rápidos y aplicables a comunidades enteras mediante el uso de preguntas estructuradas y técnicas de muestreo adecuadas (Casas et al., 2003)	<ul style="list-style-type: none"> *Amplia cobertura aplicativa. *Reducción de tiempos y costos. *Integración de muestras heterogéneas. *Confidencialidad y/o anonimato de los participantes. *Eficiencia en la recolección de datos. *Obtención de información cuantificable y cualificable. *Sistematización y agrupación de datos.

Fuente: Elaboración propia (2023).

En el ámbito de la investigación turística, las técnicas de investigación cualitativa desempeñan un papel fundamental para la recolección de datos y para la construcción de conocimiento etnográfico. Mediante una descripción densa y meticulosa, se busca revelar los significados subyacentes a las acciones y comportamientos de los actores turísticos, permitiendo de esta forma una interpretación profunda y contextualizada que haga justicia a las narrativas, pero también a los destinos.

Describir las motivaciones de los turistas, la percepción de los anfitriones, la interacción entre locales y foráneos, además de los impactos en las comunidades receptoras (Ivanova et al., 2022) son algunos objetos de estudio que precisan de la bondad etnográfica. En palabras de Geertz (2003), llegar a comprender y describir por medio de la interpretación subjetiva/contextualizada de significados, prácticas sociales y sistemas simbólicos.

El análisis interpretativo en los estudios turísticos representa una etapa crucial en el proceso de investigación cualitativa, ya que va más allá de la mera descripción de los eventos observados, al contrario, se centra en desentrañar los significados y las motivaciones que subyacen a las prácticas turísticas, explorando los valores, creencias y construcciones simbólicas que les dan sentido y significado.

La recolección de información mediante la combinación de métodos y técnicas amplía la perspectiva del investigador y enriquece el corpus narrativo desde el que se cimienta cualquier problemática; en este sentido, se puede afirmar que al emplear metodologías diversas y complementarias se logra una triangulación de datos que fortalece la validez y la confiabilidad de los hallazgos, así como contrastes “temporales” y “atemporales” de lo particularmente dicho u observado.

A manera de ejemplo, el trabajo etnográfico realizado por Cruz (2006) entre 1997 y 2003 deja entrever que los objetos de estudio son definidos a partir de las inferencias que puede o no hacer el investigador durante sus intervenciones en campo; en este sentido, son las visitas periódicas las que permiten identificar cómo se dan los cambios y qué factores son los que inciden en ellos, recursos necesarios para la descripción de entornos dinámicos y para la reformulación de discursos sobre la antropología del turismo y sobre las investigaciones etnográficas.

Los debates respecto a si los antropólogos hacen antropología o turismo en los escenarios de intervención (Nogués, 2009) están definidos intrínsecamente por los objetivos bajo los que se desarrolla cada acercamiento; no obstante, si los motivos que guían la visita son de ocio y recreación podrían comparecer a la satisfacción de una necesidad personal antes que académica y/o científica. En este tenor, Nogués (2005, p. 19) argumenta que:

El turista toma fotografías, va a lugares famosos, compra *souvenirs*, contribuye a la economía local y no entiende a la población local. El antropólogo, por su

parte, observa la sociedad nativa, explora los lugares de forma privada, está interesado en el medio ambiente, toma fotografías y no compra *souvenirs*.

Por su parte, el discurso de Crick (citado en Marujo, 2015) alude a que la diferencia entre turistas y antropólogos reside en que el primero regresa a casa para describir y/o relatar sus experiencias en el destino, mientras que el segundo vuelca sus esfuerzos en escribir relatos de carácter científico.

Los trabajos etnográficos dentro de los estudios turísticos conllevan al acercamiento íntimo de dinámicas socioculturales, vivencias personales que deben externarse desde puntos de vista críticos, pues son estos los que se nutren de la observación, así como de las narrativas emitidas por los que residen en los destinos, por los que deambulan en ellos y los que llegan para asentarse. En complemento, dejar claro que la propuesta metodológica apuesta por la reducción de violencias simbólicas (paternalismo intelectual, imposición de marcos referenciales, exclusión y estigmatización de actores, sesgo informativo, entre otros), por la dignificación de la labor etnográfica, así como por el rescate polifónico de narrativas para la coproducción de investigaciones turísticas.

Utilizar observación participante, no participante, entrevistas y encuestas en los estudios turísticos es fundamental para el acercamiento etnográfico, retomando a Guber (2011), la primera de éstas no debe entenderse como una simple técnica, sino como un modo participativo de detectar contextos, de contrastar lo que se hace y lo que se dice que se hace, así como de conceptualizar datos brutos del trabajo etnográfico; adicionalmente, advierte sobre la necesidad de no hacer observación participante, sino de que el investigador sea “observador participante” de prácticas, situaciones y concepciones *in situ*. Asimismo, sostiene que la entrevista es un artefacto técnico donde por medio de enunciados y verbalizaciones se conoce o explora la vida cotidiana del otro, o sea, “relato metacomunicativo” donde toda pregunta supone una respuesta o cierto rango de ellas; lo que para Peralta (2009) sería recoger datos sobre acontecimientos y aspectos subjetivos de la vida los actores.

En esta misma línea, Bourdieu (1999) deja entrever que las personas interrogadas utilizan lenguaje verbal y no verbal al momento de externalizar percepciones sobre determinados acontecimientos o eventualidades, por tal motivo, el investigador – etnógrafo está obligado a propiciar una comunicación no violenta por medio de una escucha activa y metódica.

En complemento, la encuesta es integrada dentro de la propuesta por cuestiones de factibilidad y practicidad al solicitar apoyo y/o participación de personas que transitan en un destino turístico por tiempo definido; según Casas et al. (2003, p. 144), “la técnica [...] puede ser utilizada tanto en los denominados métodos analíticos observacionales como en los descriptivos”; además, favorece la aplicación masiva de cuestionarios y con ello la obtención de datos de manera rápida y eficaz, esto traducido en recursos narrativos que la investigación turística debe atender y comprender.

A manera de cierre, la etnografía es una actividad interpretativa que permite captar lo que se “dice” en el discurso para plasmarlo por escrito (esto en términos geertzianos), mientras que el etnógrafo inscribe el discurso social, refiriendo que transforma los sucesos cotidianos (fugaces o transitorios) en textos indelebles que pueden ser consultados y contrastados por otros (Thompson, 1998); no obstante, serían ejercicios laxos sino se nutrieran de la pluralidad de enfoques, métodos, técnicas y herramientas existentes en el ámbito de las ciencias sociales.

4. La construcción etnográfica frente a los retos de la investigación turística

Cada destino turístico es particular si se destaca su historia, riqueza patrimonial, calidad de vida, composición sociodemográfica, etcétera. Desde esta óptica, los estudios de caso tienen como objetivo situar al lector en un contexto sincrónica y diacrónicamente delimitado; asimismo, coproducir información o aproximaciones bajo una tarea metacomunicativa entre sujetos, objetos y contextos (conocimiento profundo a partir de la descripción densa del fenómeno turístico —momento geertziano).

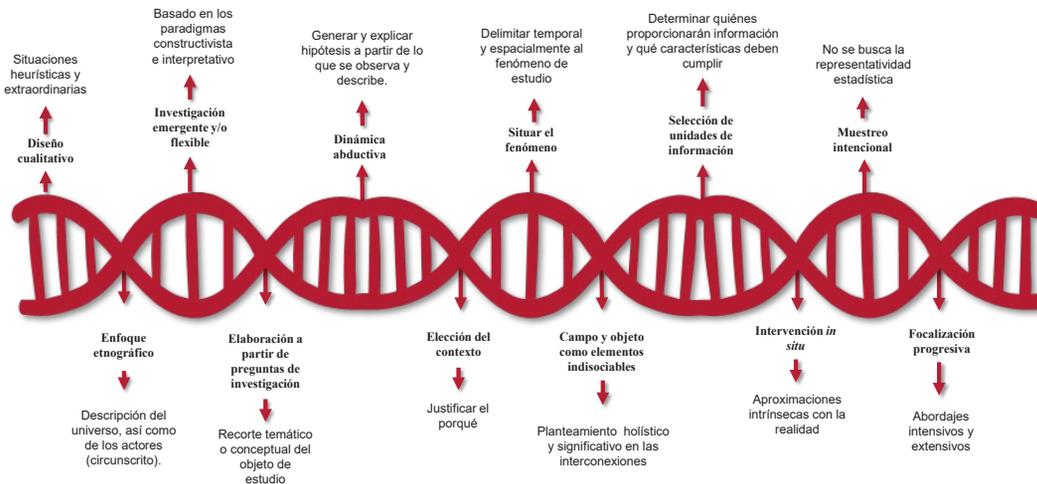
La revisión de literatura especializada en antropología, sociología, etnografía, estudios turísticos y metodología de la investigación permitió generar una propuesta metodológica para el análisis de los contextos turísticos; no obstante, es un recurso procedimental con el cual se pueden observar, describir, interpretar y visibilizar polifonías narrativas de huéspedes y anfitriones.

Aunado a lo anterior, los procesos de reflexividad e introspección en investigación turística tienen como propósito dotar de referencias críticas a los estudios, situación que deja entrever que la labor etnográfica no está peleada con los procesos

experienciales *in situ* (Valles, 1999). En síntesis, este recurso multimétodo rescata la validez de las narrativas performativas, o sea, reconstruye la realidad de los destinos turísticos apegándose a contextos contrastantes y metamórficos.

La figura 1 expone el ADN de la investigación etnográfica, recurso metodológico con etapas propositivas para analizar e interpretar desde la práctica antropológica; en otras palabras, ejercicio secuencial con el que (re)construye la realidad de un estudio de caso:

Figura 1. Abordaje etnográfico: Los destinos turísticos como casos de estudio



Fuente: Elaboración propia (2022).

El florecimiento o la detonación de problemáticas en espacios, territorios o destinos trastocados por el turismo no son algo exclusivo de la industria; al contrario, se componen de campos y subcampos entrelazados (visión bourdieuana), convirtiendo a la etnografía en un recurso analítico e interpretativo que revela cómo están compuestos los contextos, qué actores intervienen en ellos, además de reconocer vínculos y proximidades desde una cobertura holística.

Reconocer categorías y subcategorías es una tarea esencial antes de adentrarse al análisis y discusión de cualquier trabajo etnográfico, especialmente en las disciplinas de carácter social es fundamental identificar el universo donde se suscitan los

hechos, así como los sujetos que intervienen en prácticas de orden colectivo; después de todo, campo y objeto son indisociables para cualquier estudio de caso.

Desde la perspectiva bourdiana, Araya y Villena (1994) dejan entrever que los campos poseen particularidades que denotan cómo están representados y/o concebidos desde su núcleo; además, reconocen que son infinitos, dinámicos e inconmensurables (no son limitativos), por tanto, en ellos se establecen “reglas del juego” (Bourdieu, 2010) que se legitiman a partir de la práctica o naturalización de acciones sociales.

Desde el punto de vista analítico, el etnógrafo está obligado a seleccionar de manera estratégica (artesanal) aquellos campos que abonan a la interpretación y/o comprensión paradigmática, esto es, deconstruir los campos en fragmentos cada vez más especializados, la intención radica en reconstruir el fenómeno en tiempo y espacio, hecho que se traduce en concebir que los contextos pueden determinar la forma en cómo se definen o conciben las narrativas.

Analógicamente, la tabla siguiente enlista a manera de ejemplo una serie de vectores hipotéticos que guardan correspondencia con la actividad turística, campos y subcampos encausados en la interpretación de fenómenos desde su esencia ontológica.

Tabla 4. Desentramado de células etnográficas

Vectores temáticos		Posibles connotaciones turísticas
Campos	Subcampos	
Alimentación	Obesidad	Cambio de hábitos alimentarios
Cultural	Aculturación	Subyugación de culturas locales frente a las globales
Ecológico	Contaminación	Falta de conciencia ambiental
Económico	Comercio	Inserción de modelos inmobiliarios
Educativo	Deserción escolar	Rezago educativo intergeneracional
Laboral	Desigualdad	Masculinización de la oferta laboral
Migración	Inmigración	Turismo de segundas residencias
Político	Políticas públicas	Priorización de la inversión pública
Social	Distinción	Generación de estereotipos y estilos de vida
Turístico	Gentrificación	Expropiación de territorios

Fuente: Elaboración propia (2022).

La representación de campos en la tabla hace referencia a vectores que constriñen temas generales de los que provienen subcampos con fenómenos concretos y/o

específicos; con base en esto, la interpretación etnográfica debe reconocer que la reconstrucción del contexto no sólo confiere la expresión polifónica de las voces sociales, sino también las que el entorno puede expresar por cada uno de sus poros, ello implica observar y poner a prueba los sentidos del etnógrafo.

En resumen, estudiar el espacio turístico desde lo etnográfico implica retomar de manera conjunta todas las partes que intervienen en su funcionamiento; trabajar de manera aislada cada uno de los campos y subcampos permitiría conocer solo una cara del cuerpo, sesgando por completo los principios correlacionales que caracterizan el holismo desde el que idealmente deben (*d*) *escribirse* los trabajos etnográficos.

4. Retos y alcances de la etnografía en la investigación turística

A pesar de que investigadores de otras disciplinas han realizado aproximaciones etnográficas dentro del campo turístico, estos esfuerzos han sido incipientes, puesto que requieren mayor desarrollo, uno que acerque a los especialistas al quehacer antropológico, promoviendo habilidades de observación, escucha activa y descripción densa, tanto de narrativas como de realidades.

Especialistas e investigadores deben seleccionar de forma estratégica los principios etnográficos bajo los cuáles se analiza e interpreta el fenómeno turístico; conceptos, métodos, técnicas y herramientas son el ADN de toda pesquisa; empero, es preciso tener en cuenta que la hibridación epistémica y metodológica se encuentra marcada por la esencia de los fenómenos sociales y no por imposiciones.

La supremacía de métodos es una realidad científica en los estudios turísticos; no obstante, la pluralidad bajo las cuales pueden analizarse y explicarse son inmensas como la creatividad misma. Adicionalmente, es prioritario desarrollar posturas críticas sobre aquellos trabajos etnográficos que retomen al turismo y su relación con los seres humanos, la cultura y el medio ambiente.

En lo que a esto respecta, la perspectiva *etic* (visión externa del investigador) en los estudios etnográficos que hablan sobre turismo han predominado en comparación con los que rescatan la perspectiva *emic* (visión interna centrada en los participantes); sin embargo, la labor antropológica “ideal” debe combinar ambos enfoques para lograr una comprensión más profunda y matizada de los contextos, así como de las problemáticas, ello incluye la relación dialógica entre el sujeto que investiga

y el sujeto investigado, del mismo modo, plantea la necesidad inminente de incorporar las potencialidades etnográficas en los estudios turísticos, además, generar trabajos colaborativos que fortalezcan los procesos dialógicos que guían los procesos de investigación.

Desde otro punto de vista, existe una tendencia referencial para catalogar y abordar al turismo como impulsor de desarrollo, progreso y bienestar, dejando de lado temas relacionados con desigualdad, explotación, turistificación, comercialización de espacios, conflictos entre locales y foráneos, por mencionar algunos tópicos con potencial etnográfico.

El trabajo colaborativo entre disciplinas no es nuevo en los estudios turísticos; sin embargo, deben estrecharse y/o generarse vínculos para que el conocimiento siga reverdeciendo en todas direcciones. La etnografía y los estudios de caso son recursos poderosos en cuanto a descripción densa se refiere. Asimismo, observación participante, no participante, entrevistas y cuestionarios permiten reconstruir un universo donde proliferan discursos, narrativas, acciones y manifestaciones encausadas en la dinámica turística. A la par, las metodologías cualitativas son herramientas metodológicas vertiginosas para la comprensión integral de un fenómeno polimorfo, complejo e invasivo, lo cual, permite interpretar múltiples dimensiones desde el rescate polifónico de discursos, pero también desde lo que el investigador puede inferir con la observación y la interacción socioespacial (sujetos y contextos).

En síntesis, podría decirse que existe una deuda científica en la coproducción de material etnográfico en los estudios turísticos, mas esto no quiere decir que las contribuciones en el área carezcan de valor, al contrario, han servido como precedente para visibilizar la evolución y/o resiliencia que han tenido las propuestas metodológicas, particularmente de aquellas que utilizan las polifonías narrativas para describir la realidad que se vocifera, observa e interpreta sobre el turismo.

Es esencial reconocer que la pluralidad epistémica y metodológica será tan vasta como la creatividad de los investigadores que deciden abordarla. La realidad turística está imbuida de construcciones y representaciones sociales que requieren ser interpretadas desde una variedad de perspectivas, una de ellas la etnográfica. En este sentido, las investigaciones multimétodo han adquirido relevancia al explorar la compleja relación entre los hechos, los contextos y las prácticas asociadas al turismo tanto económico como socioculturalmente. La práctica turística, desde su crisol ontológico, requiere una reconsideración de los recursos etnográficos, lo que

implica una cuidadosa selección de métodos, técnicas y herramientas por parte de la comunidad científica.

5. Reflexiones finales

Esclarecer los enigmas encriptados en los destinos turísticos depende de escuchar las narrativas locales, así como de aquellos que transitan y se asientan en él, después de todo, los saberes y conductas provienen de actores dinámicos y pensantes, por tanto, investigadoras e investigadores de lo social tendrán que buscar las estrategias epistémicas y metodológicas para reconstruir lo ontológico, ello incluye establecer una relación ética y profesional que garantice la veracidad de la información.

La triangulación metodológica mediante el empleo concurrente de enfoques cualitativos y cuantitativos propicia una comprensión del turismo como un hecho social total, posibilitando explorar sus implicaciones económicas, sociales, culturales; igualmente, sus repercusiones narrativas a nivel local, todo esto con ayuda de la etnografía y los estudios de caso como recursos imperdibles para los estudios turísticos.

Si bien, los datos estadísticos son fundamentales para entender las dinámicas de la industria, existen oportunidades pendientes de ser aprovechadas al utilizar herramientas cualitativas que permitan indagar en profundidad las dimensiones humanas sobre las que se ha edificado el paradigma turístico (una de ellas la relacionada con la investigación etnográfica). Se requiere seguir explorando el potencial de los enfoques etnográficos, fenomenológicos e interpretativos que caracterizan a los estudios cualitativos, a fin de lograr una gestión turística más consciente de las realidades locales y los retos de desarrollo local ante el capitalismo, el neoliberalismo y la globalización.

Indagar sobre el turismo desde una visión etnográfica es una tarea recurrente puesto que las categorías presentan características dinámicas que se adecúan a contextos físicos y temporales específicos; asimismo, la realidad que viven los actores en contextos trastocados por la actividad turística es percibida de manera distinta a la que un agente externo puede distinguir. Por ello, es vital que el investigador o el etnógrafo interactúe activamente no sólo con sujetos, sino también con objetos y entornos.

Cada escenario turístico de observación funge como hilo conductor para la sustracción informativa y para la descripción densa; no obstante, los instrumentos de investigación deben trabajarse con indicadores particulares, esto es, elaborar interrogantes especializadas con base en las diferentes realidades, en los alcances y limitaciones que tiene el especialista, así como los objetivos académicos, científicos, profesionales y personales que se persigan con cada estudio de caso.

El rescate etnográfico de polifonías narrativas se convierte en una herramienta metodológica que los estudios turísticos deben retomar de disciplinas como la antropología, su importancia, robustecer las formas de interacción entre quienes resisten, quienes persisten y quienes llegan para interpretar cada uno de los fenómenos.

Como estrategia de investigación, los científicos sociales deben estar conscientes que la toma de decisiones y prácticas trascendentales para realizar estudios de caso recae en habilidades desarrolladas a partir de la experiencia, del conocimiento que se tenga sobre el tema, pero también de los retos que puedan enfrentar hombres y mujeres de ciencia al momento de interactuar con el universo y los sujetos de estudio.

La propuesta multimétodo planteada para los estudios de caso (específicamente los turísticos) facilita la interpretación “integral” de destinos inmersos en la vorágame de la contemporaneidad, ello incluye visibilizar/describir campos y subcampos de la realidad para coproducir la ontológica de las realidades. Desde otro punto, evidencia la necesidad latente por analizar la correlación y los vínculos entre los vectores, su intención, comprender la magnitud de los impactos en voz de quienes lo viven, experimentan o padecen.

Como se expuso previamente, la sugerencia metodológica posee un carácter adaptable y/o fluido que facilita su adecuación a diversos escenarios turísticos. Su maleabilidad constituye un elemento esencial para ajustar los recursos etnográficos e interpretativos a las exigencias intrínsecas de cada investigación, esto es, considerar objetivos y alcances, además de las particularidades de cada escenario turístico.

Esta flexibilidad metodológica confiere condiciones óptimas para enriquecer la propuesta, esto mediante una replicación multisituada de componentes conceptuales y procedimentales. Ello permite afinarla en atención a especificidades espaciales, temporales, sociales y turísticas que contextualizan y dan sentido a su aplicación

empírica, aunado a esto, se reconoce la polifonía narrativa que diferencia las realidades de un destino frente a otro.

El potencial etnográfico de la propuesta constituye un activo metodológico valioso que optimiza su aporte heurístico según las condiciones propias de cada proyecto investigativo, favoreciendo de esta forma el desarrollo de conocimiento especializado en el área turística, así como el desarrollo de posturas críticas que se apeguen a narrativas y discursos tanto de locales como de foráneos.

Referencias

- Araya, M. y Villena, S. (1994). Bourdieu: la sociología del gusto. *Convergencia, Revista de Ciencias Sociales*, (5), 225-237. <https://convergencia.uaemex.mx/article/download/10051/8245>
- Barretto, M. y Otamendi, A. (2015). Antropología y turismo en “los países del Plata” (Argentina y Uruguay). *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(2), 283-294. <https://www.redalyc.org/pdf/881/88134125002.pdf>
- Bourdieu, P. (1997). *Capital cultural, escuela y espacio social*. Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (1999). Comprender. En P. Bourdieu (Comp.), *La miseria del mundo* (pp. 527-543). Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto: elementos para una sociología de la cultura*. Siglo XXI.
- Bracamonte, R. (2015). La observación participante como técnica de recolección de información de la investigación etnográfica. *ARJÉ. Revista de Postgrado FaCE-UC*, 9(17), 132-139. <http://arje.bc.uc.edu.ve/arj17/art11.pdf>
- Campos, G. y Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Revista Xihmai*, 7(13), 45-60. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3979972.pdf>
- Carbonell, C. (2006). Narrativa etnográfica y análisis sociocultural de las relaciones entre turismo y sexualidad en Cartagena de Indias. *Turismo y Sociedad*, 7, 65-74. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576276623006>
- Casas, J., Repullo, R. y Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención primaria*, 31(8), 527-538. <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>
- Choez, G. y Orlando, S. (2023). Identidades campesinas en el turismo rural comunitario latinoamericano: Estudio etnográfico en San Miguel de Chade, Manabí, Ecuador. *Siembra*, 10(1). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8938566>
- Coller, X. (2000). *Estudio de caso*. Centro de Investigaciones Sociológicas. <https://libreria.cis.es/libros/estudio-de-casos/9788474763874/>

- Comparato, G. (2019). Entre antropología, estudios culturales y turismo: una propuesta de reflexividad disciplinar diacrónica. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 313-325. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88165873005>
- Conde, N. (2008). ¿Es posible una teoría hermenéutica dialéctica en el estudio del turismo? *Teoría y Praxis*, 5, 197-211. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145110016>
- Cruz, A. (2006). Turismo y migración entre los mayas de Yucatán: Las nuevas milpas de Chan Kom. *Revista española de antropología americana*, 36(1), 151-164. <https://core.ac.uk/download/pdf/38843617.pdf>
- De Jesús, D. y Medina, F. (2021). El papel de las empresas trasnacionales en la promoción y desarrollo del enoturismo. Estudios de caso etnográficos en México y España. *Investigaciones Turísticas*, 22, 304-326. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.22.13>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M. y Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=s2007-50572013000300009&script=sci_arttext
- Dos Santos, R. (2005). Antropología, comunicación y turismo. La mediación cultural en la construcción del espacio turístico de una comunidad de pescadores en Laguna, SC, Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 14, 293- 313. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322005000400001
- Feria, H., González, M. y Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Revista Didasc@lia: Didáctica y Educación*, XI(3), 62-63. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391>
- Fernandes, F. (2015). O estudo dos sistemas turísticos e a antropologia. Madeira: um estudo de caso. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(2), 425-434. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.030>
- Flyvbjerg, B. (2004). Cinco malentendidos acerca de la investigación mediante los estudios de caso. *REIS, Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 106(1), 33-62. https://reis.cis.es//REIS/PDF/REIS_106_041167998142322.pdf
- Francesch, A. (2016). Antropólogos, turistas, confusiones y reflexiones. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 11-21. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88143642002>

- Gallardo, H., Vergel, M. y Villamizar, F. (2017). intervención Investigación y enfoque multimétodo en Ciencias Humanas y educación matemática. *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 9(2), 85-96. <https://doi.org/10.22335/rict.v9i2.458>
- Gama, M. y Favila, H. (2018). Una aproximación a la experiencia turística desde la Antropología del Turismo: una mirada mutua al encuentro entre turistas y locales. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), 197-211. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/135895>
- Gamboa, M. (2019). Turismo místico y turismo religioso en el departamento de Lavalleja (Uruguay): Una etnografía multi-situada de los atractivos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 28, 21-37. <https://www.redalyc.org/journal/1807/180758568002/html/>
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Gedisa.
- Guber, R. (2022). Argumento planteado en la clase 7: *Etnografía y reflexividad. El investigador como herramienta de conocimiento* del Curso Internacional - Problemas metodológicos y construcción de conocimiento científico-social. CLACSO.
- Guber, R. (2011). La observación participante como sistema de contextualización de los métodos etnográficos: La investigación de campo de Esther Hermitte en los Altos de Chiapas, 1960-1961. *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales*, 1(2), 60-90. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3986640>
- Hernández, J. (2015). El turismo como objeto de estudio. Análisis de la producción bibliográfica de los antropólogos españoles del turismo. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(2), 305-331. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88134125004>
- Hernández, J., Pereiro, X. y Pinto, R. (2015). Panorama de la Antropología del Turismo desde el Sur. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(2), 277-281. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88134125001>
- Ivanova, M., Buda, D. y Burrai, E. (Eds.). (2022). *Qualitative methodologies in tourism studies: disrupting and co-creating critical research*. Routledge.
- Laguna, D. (2006). El espacio del turismo. *Alteridades*, 16(31), 119-129. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74703110>
- Lanuez, M. y Fernández, E. (2014). *Metodología de la Investigación Educativa*. IPLAC.

- López, Á. y Marín, G. (2010). Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: Una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura. *Relaciones*, 31(123), 219-258. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-39292010000300008
- López, J., Cruz, G., Ramírez, O. y Zizumbo, L. (2022). La estructuración de la danza azteca a causa del turismo entre sus grupos precursores en el Centro Histórico de la Ciudad de México. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(1), 209-220. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.014>
- Luna, Á. y Conde, L. (2021). Turismo gay y trabajo sexual en México. Una revisión bibliográfica y etnográfica. *Andamios*, 18(47), 423-446. <https://doi.org/10.29092/uacm.v18i47.883>
- Marujo, N. (2015). Antropologia e turismo: a importância da antropologia nos cursos superiores de turismo em Portugal. *RITUR, Revista Iberoamericana de Turismo*, 5(2), 44-60. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7465102>
- Mauss, M. (2009). *Ensayo sobre el don. Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas* (J. Bucci, Trad.). Katz Editores. [Obra original publicada en 1925].
- Mendoza, M., Alejo, M. y Rivera, R. (2018). La tolerancia del turismo y la transformación de una fiesta tradicional: actitudes de la población local. *Investigaciones Turísticas*, (16), 127-142. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6703154>
- Moraes, C. (2016). Turismo em favelas: notas etnográficas sobre um debate em curso. *Plural, Revista de Ciências Sociais*, 23(2), 65-93. <https://www.redalyc.org/journal/6497/649770040004/html/>
- Nash, V. y Smith, V (1991). Anthropology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 12-25. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(91\)90036-B](https://doi.org/10.1016/0160-7383(91)90036-B)
- Nogués, A, (2009). Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(1), 43-56. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88111633004>
- Nogués, A. (2015). Etnografía bajo un espacio turístico: Sus procesos de configuración. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, (13), Colección PASOS edita. www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/PSEdita13.pdf

- Nogués, M. (2008). Poder político y urbanismo en entornos turísticos. La mediación del espacio turístico en la producción de significados. *Gazeta de Antropologia*, 24(2). https://www.ugr.es/~pwlac/G24_26AntonioMiguel_Nogues_Pedregal.html
- Oehmichen, C. (2013). *Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo*. UNAM.
- Otamendi, A. (2008). El turismo místico-esotérico en la zona Uritorco (Córdoba, Argentina): síntesis de una perspectiva etnográfica. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 2(2), 20-40. www.redalyc.org/pdf/5041/504152238003.pdf
- Peralta, C. (2009). Etnografía y métodos etnográficos. *Análisis, Revista Colombiana de Humanidades*, (74), 33-52. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=515551760003>
- Pereiro, X. (2020). Antropología del turismo: ¿para qué? ¿y para quién? Crítica de la razón turística. *Disparidades, Revista de Antropología*, 75(1), e001b. <https://doi.org/10.3989/dra.2020.001b>
- Pinto, R. (2021). Antropología e turismo: abordagens e perspectivas. *RITUR, Revista Iberoamericana de Turismo*, 11, 27-57. <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/12727>
- Piovani, J., Rausky, M. y Santos, J. (2011). Definiciones metodológicas del case study en publicaciones tempranas del American Journal of Sociology (1915-1934). En C. Gallegos y R. M. Lince (Comp.), *México: Reflexiones latinoamericanas sobre metodología de las ciencias sociales* (pp. 180-205). Unison-UNAM. <https://periferiaactiva.files.wordpress.com/2014/09/piovani-rausky-santos.pdf>
- Rausky, M. (2022). *Estudios de caso* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=sFefIPDGcBw&t=1s>
- Robledo, J. (2009). Observación participante: informantes claves y rol del investigador. *Nure Investigación*, (42), 1-4. <https://www.nureinvestigacion.es/OJS/index.php/nure/article/download/461/450>
- Rocha, A. (2011). Etnografando na cidade: práticas, narrativas e construções simbólicas sobre o Turismo no Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas - RJ. *PA-SOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(3), 31-44. <https://www.redalyc.org/pdf/881/88117628004.pdf>
- Ruiz, C. (2008). El enfoque multimétodo en la investigación social y educativa: una mirada desde el paradigma de la complejidad. *Revista de Filosofía y Socio Po-*

lítica de la Educación, 4(8), 12-13. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2785456.pdf>

- Salazar, N. (2006). Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo. *Tabula Rasa*, (5), 99-128. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39600506>
- Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. *Cinta de Moebio*, (41), 207-224. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10119954006>
- Stake, R. (1998). *Investigación con estudios de casos*. Morata.
- Thompson, J. (1998). *Ideología y cultura moderna: Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Humanidades.
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze* (2a. edición). Sage Publications.
- Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Síntesis.
- Vázquez, A., Martínez, O. y Fraga, J. (2015). Pueblos de apoyo en contextos turísticos. Akumal, enclave turístico de la Riviera Maya de Quintana Roo. *Temas Antropológicos, Revista Científica de Investigaciones Regionales*, 37(2), 121-139. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=455844901005>
- Verd, J. y Lozares, C. (2016). *Introducción a la investigación cualitativa: fases, métodos y técnicas*. Síntesis.