
TEMAS EMERGENTES
PRESENTE Y FUTURO DE LA ANTROPOLOGÍA DEL TURISMO

LA ANTROPOLOGÍA DEL TURISMO SE HACE MAYOR: ¿MÁS QUE UN
MATRIMONIO DE CONVENIENCIA?*

THE ANTHROPOLOGY OF TOURISM COMING OF AGE: MORE THAN A
MARRIAGE OF CONVENIENCE?

Noel B. Salazar¹

KU Leuven

Recibido: 23 de junio de 2019; Aprobado: 10 de febrero de 2020

Cómo citar este artículo / Citation: Salazar, Noel B. 2020. «La antropología del turismo se hace mayor: ¿Más que un matrimonio de conveniencia?». *Disparidades. Revista de Antropología* 75(1): e001e. doi: <<https://doi.org/10.3989/dra.2020.001e>>.

RESUMEN: Si bien la antropología y el turismo no siempre han tenido una relación feliz, la antropología del turismo ha alcanzado la mayoría de edad, y esto en diferentes tradiciones académicas. Desde hace medio siglo, este subcampo de la antropología desempeñó un papel importante en el establecimiento de los estudios de turismo. Aquí trazo esta historia, analizando el influyente papel en los volúmenes editados de *Hosts and Guests* para dar forma a la relación entre la antropología y el turismo. Me acerco a cómo algunas ideas novedosas no fueron recogidas, mientras que otras empezaron a llevar sus propias vidas. Este ejercicio nos ayuda a comprender mejor la posición actual de la antropología del turismo dentro de los estudios de antropología y turismo, así como a identificar las direcciones futuras. Esto incluye el reconocimiento de que no hay un solo canon, sino múltiples antropologías del turismo. La antropología como disciplina tiene importantes contribuciones que hacer al estudio del turismo. Ofrece un enfoque holístico para el análisis crítico del turismo a través de su marco comparativo y la capacidad de unir varias escalas, reconociendo la interconexión intercultural de los ámbitos económico, ambiental y social. La pregunta que pide una respuesta es cómo los antropólogos deben tratar la implicación de la disciplina en el turismo contemporáneo alrededor del globo.

PALABRAS CLAVE: Estudios de turismo; Teoría; Historia; Intermediación cultural; Imaginarios; Movilidad.

ABSTRACT: While anthropology and tourism have not always enjoyed a happy relation, the anthropology of tourism has come of age, and this in different academic traditions. Having been around for half a century, this subfield of anthropology played a substantial role in the establishment of tourism studies. I trace this history here by analysing the influential role of the *Hosts and Guests* edited volumes in shaping the relationship between anthropology and tourism. I zoom in on how some novel ideas were not picked up while others started leading their own lives. This exercise helps us to better understand the current position of the anthropology of tourism within anthropology and tourism studies and to identify future directions. This includes a recognition that there is no single canon but, instead, multiple anthropologies of tourism. Anthropology as a discipline has important contributions

* Texto original en inglés, ha sido traducido por Agustín Santana.

1 Correo electrónico: noel.salazar@kuleuven.be. ORCID iD: <<https://orcid.org/0000-0002-8346-2977>>.

to make to the study of tourism. It offers a holistic approach to the critical analysis of tourism through its comparative framework and the ability to bring various scales together, by recognizing the cross-cultural interconnectedness of economic, environmental and social domains. The question that begs an answer is how anthropologists should deal with the discipline's implication in contemporary tourism around the globe.

KEYWORDS: Tourism Studies; Theory; History; Cultural Brokerage; Imaginaries; Mobility.

Copyright: © 2020 CSIC. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

Si bien la antropología y el turismo no siempre han disfrutado de una relación feliz, la antropología del turismo ciertamente ha alcanzado la mayoría de edad, y esto en diferentes tradiciones académicas. Este subcampo de la antropología, que existe desde hace medio siglo, desempeñó un papel importante en el establecimiento de los estudios de turismo como un nuevo campo de investigación. En este breve artículo, trazo esta historia analizando el influyente papel de los volúmenes editados de *Hosts and Guests*, para dar forma a la compleja relación entre antropología y turismo. Me detengo en cómo algunas ideas novedosas presentadas en estos libros no fueron recogidas mientras que otras empezaron a vivir sus propias vidas. Este ejercicio nos ayuda a comprender mejor la posición actual de la antropología del turismo dentro de los estudios de antropología y turismo y, lo que es más importante, a identificar las futuras direcciones hacia las que puede dirigirse la antropología del turismo. Esto incluye, entre otras cosas, el reconocimiento urgente de que no existe un canon único, sino la coexistencia de múltiples antropologías del turismo. Aunque no existe una perspectiva única aceptada, la antropología como disciplina tiene importantes contribuciones que hacer al estudio del turismo. Ofrece un enfoque holístico para el análisis crítico del objeto de estudio a través de su marco comparativo y la capacidad de unir varias escalas, reconociendo la interconexión intercultural de los ámbitos económico, ambiental y social. La pregunta difícil que pide una respuesta es cómo los antropólogos deben tratar la profunda implicación de la disciplina en el turismo contemporáneo en todo el mundo.

La década de 1970 ha sido descrita como un «pivote de cambio» en la historia del mundo. Esto no fue diferente para la antropología y el turismo. Como

Alex Golub argumenta con audacia, «1974 es el año en que la antropología tomó la forma que tiene hoy en día» (2014). Fue una época de gran expansión, en la que muchas subdisciplinas alcanzaron la mayoría de edad. Había una enorme excitación intelectual y un horizonte cada vez más amplio. El turismo también estaba en auge, y las organizaciones supranacionales, como el Banco Mundial, concebían el turismo internacional como una buena herramienta para el desarrollo económico. Si bien en los años sesenta hubo algunas investigaciones pioneras en ciencias sociales sobre el turismo (por ejemplo, Núñez 1963), en 1973 se fundó la emblemática revista *Annals of Tourism Research*. Un año más tarde, la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (IUOTO) se transformó en la Organización Mundial del Turismo. Tres semanas después de este desarrollo, la Asociación Antropológica Americana celebró su reunión anual en la Ciudad de México. Las dos sesiones sobre turismo que se organizaron a continuación se publicaron en *Hosts and Guests* (Smith 1977), una antología fundamental que ayudaría a configurar el turismo como un tema legítimo de investigación antropológica.

Si bien la antropología y el turismo no siempre han disfrutado de una relación feliz, la antropología del turismo ciertamente ha alcanzado la mayoría de edad, y esto en diferentes tradiciones académicas (Salazar 2017). Un matrimonio por conveniencia es orquestado entre «socios» que de otro modo no reunirían las condiciones para trabajar juntos y obtener beneficios (individuales o mutuos) o para conseguir algún otro tipo de propósito estratégico. Es una metáfora que el arqueólogo Scott Hamilton (2013) utiliza para describir la relación entre arqueología y turismo. Aunque originalmente pensó en el turismo cultural o patrimonial como algo secundario a las exigencias de su investigación «real», se dio cuenta de lo contrario después de excavar el sitio histórico de Red Rock House, Ontario, Canadá, justo antes de la implementación de un plan de reurbanización de los muelles para uso turístico. Un argumento similar podría hacerse para la antropología y el turismo. La antropología del turismo, como subcampo de la antropología sociocultural con tradiciones teóricas y aplicadas, ha madurado considerablemente en los últimos 40 años.

En este trabajo, discuto las múltiples direcciones en las que la antropología del turismo ha evolucionado desde *Hosts and Guests* y doy algunas sugerencias para futuras áreas de atención. Me enfoco en

tres áreas principales de estudio: (1) intermediación (cultural), (2) imaginarios y (3) movilidades.

AGENTES (BRÓKERES)

Hosts and Guests (Smith 1977) se dio a conocer en los estudios de turismo por el modelo conceptual al que se refiere el título. El marco toma el pacto premoderno de hospitalidad como paradigma para los intercambios turísticos, con «gente local» como anfitriones (dispuestos) y turistas como invitados (temporales). Hasta cierto punto, la relación anfitrión-huésped es lo que los antropólogos han documentado tradicionalmente en sus estudios etnográficos. En muchos relatos descriptivos sobre culturas de todo el mundo, se hace mucho hincapié en la importancia de la hospitalidad como forma de negociar el parentesco y la amistad. La hospitalidad, como forma cultural, se extiende también a los viajeros. Los antropólogos proyectaron estas observaciones sobre el turismo contemporáneo, en particular sobre la relación entre los turistas (generalmente de alto nivel) de los países occidentales y las comunidades frágiles de lo que entonces se conocía como el «Tercer Mundo». Este enfoque desplazó la atención de los estudios turísticos del turista hacia los aspectos relacionales más amplios del turismo y el cambio sociocultural.

El acercamiento a los anfitriones y huéspedes reveló que la relación entre los turistas y las personas que viven en los destinos es muy asimétrica en términos de poder, ya que son estos últimos los que tienen que soportar la carga de la adaptación económica, social y cultural (Nash 1977). Además, la relación entre el anfitrión y el huésped se situaba en un marco general que consideraba el turismo en términos de mercantilización cultural (reconociendo así el carácter cada vez más comercializado de la hospitalidad). La idea general del argumento era sugerir que las culturas se han convertido en mercancías para la venta, como un paquete para ser comprado por los turistas. En la mayoría de los estudios de casos, se hizo hincapié en el tipo y el alcance de los efectos socioculturales, y no en las reacciones posteriores de las comunidades locales ante esos efectos.

El así denominado paradigma del anfitrión-huésped (*host-guest*) ha sido criticado por no cumplir con el desafío de explicar todas las formas de turismo y por no abordar plenamente las complejas interacciones entre las sociedades «desarrolladas» y las comunida-

des «en desarrollo». Los críticos argumentan que las interacciones comercializadas, comunes en el turismo, contravienen el viejo pacto de hospitalidad y que la relación forjada entre los turistas y la población local en el mercado económico se parece más a una relación marxista de consumidores y productores. Al mismo tiempo, el encuentro turístico está dictado por un discurso que busca invisibilizar la naturaleza comercial básica de la interacción. Además, los turistas no afectan directamente a una comunidad, sino que los anfitriones y los huéspedes, más los inevitables intermediarios, forman juntos un subsistema de hospitalidad y viajes (van Beek y Schmidt 2012).

Hosts and Guests sí identificó a los agentes de turismo, tales como «gobiernos, transportistas y operadores turísticos» (Smith 1977: 13), pero su papel crucial sólo se mencionó de pasada. Valene Smith notó cómo «los agentes culturales han convertido el “rincón oculto” del mundo de los antropólogos en un punto focal para el turismo étnico» (1977: 49). Un poco visionario, Dennison Nash escribió que «los mediadores, que han sido llamados “agentes culturales” (*cultural brokers*), juegan un papel cada vez más importante a medida que avanza la diferenciación social. Por lo tanto, cualquier análisis de las relaciones entre el turista y el anfitrión, probablemente requerirá la consideración de algún grupo de turistas extranjeros y de los agentes y organizaciones que median en sus relaciones con los anfitriones» (Nash 1977: 41).

A pesar del llamamiento inicial de Philip McKean (1976) para que se prestara una atención etnográfica detallada al espíritu empresarial y a la intermediación en el turismo, no muchos académicos pusieron atención en la categoría «intermediación». Esto es importante, ya que cualquier análisis de las relaciones entre el anfitrión y el huésped requiere la consideración de los numerosos agentes y organizaciones que intervienen en el turismo: funcionarios gubernamentales, planificadores, agentes de viajes, guías turísticos y escritores de viajes (Chambers 2000: 30). Según Malcolm Crick, dos características del encuentro turístico se prestan particularmente a la intermediación: (1) los encuentros turísticos tienden a ser superficiales y transitorios; y (2) la mayoría de las relaciones entre los locales y los turistas son decididamente asimétricas (1994: 162-163). Kathleen Adams (1984) fue una verdadera precursora al escribir sobre los agentes de viajes como «*brókeres* de la etnicidad» (permaneciendo firmemente arraigada en los valores y orientaciones culturales de su propia sociedad).

Los estudiosos del turismo del siglo XXI defienden la necesidad de considerar el papel de los intermediarios como un elemento central para el desarrollo y la promoción del turismo contemporáneo (Chambers 2000: 11). En línea con Clifford Geertz y Eric Wolf, Cynthia Werner ve a los mediadores como agentes del cambio social, describiéndolos como «agentes primarios del turismo» (2003, p. 145). Sus acciones «favorecen el desarrollo de la industria turística y/o dan forma a la experiencia turística» (2003: 145). Assa Doron propone estudiar a los agentes culturales para destacar las «prácticas creativas e innovadoras del grupo anfitrión» que, de otro modo, podrían ser «invisible» (2005: 157). Elayne Zorn y Linda Farthing (2007) se centran en las relaciones entre los miembros de la comunidad local y dos grupos distintos de intermediarios, a saber, los que tratan de tomar el control y los que ayudan (voluntariamente) a impulsar el turismo.

En mi propio trabajo (Salazar 2010), he desentrañado el papel crucial de los guías turísticos locales en la mediación de la experiencia turística. Se necesita un trabajo etnográfico más fundamentado en esta área porque abordar el turismo a través de sus intermediarios es una excelente manera de desenmarañar sus mecanismos internos, circuitos y estructuras de poder (Salazar 2006). Se puede aprender mucho en este ámbito analizándolo desde la antropología de las organizaciones.

IMAGINARIOS

Aunque el foco de atención de *Hosts and Guests* fue el encuentro turístico, se prestó poca atención a los imaginarios que dan forma a esa reunión, creando a menudo expectativas poco realistas (Skinner y Theodossopoulos 2011). Nash, sin embargo, insinuó el poder de los imaginarios (al menos desde el lado de los proveedores de turismo) cuando escribió: «No hace muchos años, Puerto Vallarta era un pueblito de pescadores relativamente aislado y somnoliento, pero se convirtió en la respuesta a algunos sueños turísticos metropolitanos que involucraban el sol, el mar y un paisaje pintoresco y virgen habitado por un pueblo amigable y tranquilo» (1977: 38). Aunque las diversas formas en que el turismo crea imágenes exotizadas del «Otro» han sido bien estudiadas en la antropología del turismo (Adams 2004; Selwyn 1996), hay relativamente poco sobre los imaginarios que los

«anfitriones» tienen de los turistas, y lo que esto hace a la dinámica del turismo.

Sin duda alguna, el turismo global es el negocio por excelencia de la proyección de la diferencia y el vehículo interpretativo de la *Otredad* (ahora con muchos pueblos hábilmente presentándose a sí mismos como un Otro). Esto implica la constante (re)producción de estereotipos y categorías de diferencias étnicas y culturales en todo el mundo (Salazar 2005). Las imágenes y discursos seductores sobre pueblos y lugares son tan predominantes que sin ellos no habría turismo, si es que lo hay. Podemos conceptualizar tales imaginarios como ensamblajes representativos transmitidos socialmente, que interactúan con las imaginaciones personales de los individuos y se utilizan como dispositivos de creación de significados y de configuración del mundo (Salazar 2012). La gente en todo el mundo confía en tales imaginarios, desde las fantasías más espectaculares hasta los ensueños más mundanos, para dar forma a sus identidades y a las de los demás (Salazar y Graburn 2014). Los imaginarios son poderosos porque promulgan y construyen pueblos y lugares. Ello implica múltiples representaciones, a menudo contradictorias, de la alteridad, a la vez que cuestionan varios de los valores fundamentales que la sociedad posee, desdibujando y reforzando las fronteras territoriales, sociales y culturales tradicionales.

Como señala Paige West en su discusión sobre el turismo científico en Papúa Nueva Guinea, la gente «quiere un nativo “auténtico” que viva en una naturaleza “auténtica” e “intacta”, y quiere que el nativo se ajuste a los estereotipos de los pueblos “nativos” a los que ha estado expuesto en las clases de antropología de pregrado, en programas de televisión, en revistas y en películas» (West 2008: 598). El hecho de que las monografías etnográficas y otras producciones antropológicas formen parte del «circuito del turismo» es algo que no ha sido ampliamente reconocido ni investigado (Adams 2004; Hitchcock 2004). En *Hosts and Guests*, la culpa se pone en otra parte: «los relatos populares de “gente primitiva”, más que las etnografías académicas, han penetrado en los programas escolares a todos los niveles y han sentado las bases para la búsqueda de la aventura por parte del turista» (Smith 1977: 49). Sin embargo, el papel de la antropología en la siembra de imaginarios turísticos dibuja «un patrón más amplio de lo que creemos, que merece más atención de investigación» (Adams 2004: 123). Christopher Tilley (1997), por

ejemplo, fue testigo de cómo los relatos de los antropólogos anteriores sirven como modelos para la invención de espectáculos culturales para turistas en una aldea de Vanuatu. Como sostienen William Douglas y Julie Lacy, «el relato antropológico es en sí mismo vulnerable a la cooptación por parte de los promotores en su creación retórica de un caché turístico de un pueblo en particular. No sólo la cultura es susceptible a la mercantilización, sino también el propio conocimiento antropológico de la misma» (2005: 122).

Los antropólogos se enfrentan a una percepción popular de su trabajo como una reconfirmación de las «esencias eternas» de los pueblos y culturas que estudian. La antropología ha estado históricamente implicada en las construcciones occidentales de la alteridad. Irónicamente, las imágenes e ideas (coloniales) de la cultura como homogénea, limitada e inmutable están siendo recicladas ahora por personas que «abrazan y promueven imágenes de sí mismas como célebres Otros, sujetos de libros de investigadores extranjeros» (Adams 2004: 124), en un intento por obtener un pedazo del lucrativo pastel del turismo mundial. El conocimiento antropológico (y otros conocimientos científicos) anticuado está circulando ampliamente y estas teorías controvertidas se utilizan a menudo estratégicamente en el turismo para describir a los pueblos y lugares como limitados e inmutables (Salazar 2013).

El turismo necesita de alguna manera de la antropología para seguir representando el pasado imaginado como presente (etnográfico) de una manera legítima. Sin embargo, recurrir a los imaginarios etnológicos permite la visibilidad global, tanto como encierra a la gente en representaciones arcaicas y problemáticas. Irónicamente, el turismo se basa en la historia de la investigación antropológica, que a su vez ha sido crucial para el desarrollo del turismo (cultural). Esto pone de relieve el complejo escenario en el que los imaginarios de la diferencia son (auto)producidos recursivamente. Los antropólogos tienen dificultades para aceptar que las personas que estudian y han llegado a comprender «activamente el primitivismo del mercado y han absorbido muchos de sus principios en su propio tejido de creencias» (Kaspin 1997: 53). Fue al ir a un *tour* que Deborah Kaspin se dio cuenta del grado en que el conocimiento científico extranjero puede «filtrarse» hacia formas vernáculas de representación cultural. Su experiencia como turista-antropóloga en Kenia le enseñó que «decon-

truir las representaciones de una localidad es una empresa arriesgada en la localidad, sea cual sea su origen histórico. Esto no disminuye el valor de la interpretación, pero subraya el hecho de que las concepciones antropológicas no son equivalentes a los procesos mentales locales» (Kaspin 1997: 57).

Los imaginarios turísticos son potentes impulsores de la inmovilización y el cambio sociocultural y ambiental, así como elementos esenciales en el proceso de formación de la identidad, la creación de lugares y la invención perpetua de la cultura (Adams 2004). Debemos mantener una idea clara sobre los principales grupos de interés detrás de estos procesos y evitar el error de ver los imaginarios como un abanico de posibilidades. Los imaginarios turísticos pasan a ocupar un lugar central en un complejo conjunto de conexiones entre sociedades muy diversas, lugares muy diferentes y tipos muy diferentes de relaciones de producción y consumo. Resuenan más claramente en los destinos, los paisajes físicos y mentales donde los imaginarios de los residentes locales, los intermediarios turísticos y los turistas se encuentran y, ocasionalmente, chocan. Como se basan en relaciones de poder, nunca pueden ser políticamente neutrales. Lugares de todo el mundo tienen diferentes imágenes asociadas a ellos. Una serie de prácticas sociales, ideologías y comportamientos derivados de los imaginarios turísticos y sus discursos influyen sutilmente en la forma en que la gente se relaciona con el «Otro».

MOVILIDADES

Aunque los *Hosts and Guests* sí mencionan la «movilidad ociosa» (Smith 1977: 2) y el hecho de que «el turismo como forma de movilidad sugiere que existen razones culturalmente sancionadas para dejar el hogar y viajar» (Smith 1977: 15), el énfasis principal de las diversas contribuciones se centró en el encuentro turístico en el destino. Aunque importante, este enfoque dejó fuera de la vista las muchas movilidades relacionadas con el turismo (aparte de los turistas que viajan). Para comprender por qué los antropólogos descuidaron esto durante tanto tiempo, es útil recordar cómo Claude Lévi-Strauss precedió a sus *Tristes Tropiques* (1961) con la abjuración 'Odio viajar y a los viajeros'. Lévi-Strauss creía que las experiencias de viaje no tienen cabida en el trabajo de los antropólogos. Los viajes sólo sirven como un método para reunir el material etnográfico necesario. En otras pa-

labras, para él los viajeros-turistas y los antropólogos son opuestos. El trabajo de campo etnográfico tradicional traza sus límites con el turismo precisamente en que para los primeros es punto de residencia frente al paso por él de los segundos: el trabajador de campo permanece después de que el turista se ha ido (o, idealmente, antes de que el turista haya llegado) (Shepherd 2001: 11).

James Clifford (1997) fue uno de los primeros en abogar por los viajes como una forma de hacer etnografía, argumentando que los antropólogos necesitan dejar atrás su preocupación por descubrir las «raíces» de las formas e identidades socioculturales y en su lugar trazar las «rutas» que las (re)producen. La creciente atención prestada a las diversas formas de movilidad ha sido beneficiosa para la antropología del turismo (Singh 2014). Como concepto polimórfico, la movilidad nos invita a renovar nuestras teorías, especialmente en temas convencionales como la cultura, la identidad y las relaciones translocales (Salazar 2018). No sólo los turistas son móviles, sino también los proveedores de servicios turísticos y los residentes locales. Ya en la década de 1990, Lynn Meisch (1995) señaló el hecho de que los huéspedes «primitivos» podían ser viajeros. En mi propia investigación sobre los guías turísticos locales (Salazar 2010), describo los muchos casos en los que se producen cambios en la alineación de roles y la asimetría común (imaginada) entre los residentes inmóviles y los turistas móviles es borrosa o se interrumpe temporalmente.

No sólo la gente se mueve en el turismo, sino también los objetos (por ejemplo, los souvenirs), el capital turístico (por ejemplo, los muy solicitados dólares del turismo) y los imaginarios (véase más arriba). Aunque el estudio del turismo, un objeto de estudio inusualmente móvil, a veces obliga a los antropólogos a realizar un trabajo de campo «rápido y sucio», la mayor parte de la antropología del turismo todavía no ha llegado al detalle etnográfico. El movimiento entre lugares es inherente a la etnografía, aunque sólo recientemente se ha convertido en un sitio común para el trabajo de campo. Mientras que las nociones de cultura y su relación con el lugar han sido revisadas dramáticamente en antropología, los métodos etnográficos han sido más lentos en ponerse al día con los cambiantes objetos de estudio. El principal desafío es metodológico: ¿cómo estudiar las movilidades turísticas reconociendo la pérdida de profundidad etnográfica?

Dado que la etnografía se basaba tradicionalmente en un enfoque más bien sedentario, con una tendencia a privilegiar las relaciones cara a cara, la residencia permanente y las fronteras fijas, al tiempo que pasaba por alto las interacciones, los movimientos, las conexiones y la conectividad mediadas, era necesario adaptar las técnicas etnográficas para que fueran de utilidad en la investigación sobre las movilidades.

La estrategia de «seguir» lo que está en movimiento ha demostrado ser una estrategia productiva para perseguir diversas preocupaciones empíricas y teóricas. Se puede hacer de dos maneras principales. El investigador puede viajar al lado de lo que se mueve. Alternativamente, puede basarse en observaciones, entrevistas, mapeos y otros rastros para capturar las complejas movilidades del objeto de estudio en movimiento. En este último caso, el seguimiento requiere movilidades imaginativas y atención metodológica y analítica tanto como viajes físicos. Aunque este enfoque puede perder algunos detalles de las movilidades involucradas, por varias razones prácticas puede proporcionar una buena opción cuando no es posible o deseable ser co-móvil. Julia Harrison (2003), por ejemplo, descubrió que su deseo de entrevistar a turistas canadienses en Hawái estaba limitado por su renuencia a renunciar a su tiempo libre, y en su lugar optó por centrarse en la integración de las experiencias de viaje en la vida diaria de los turistas que habían regresado a casa. Susan Frohlick (2006) ha cuestionado las nociones de metodología multilocal como una cuestión de seguir sistemáticamente la circulación de personas, objetos o prácticas dentro de los mundos globalizados. En su análisis, más que simplemente seguir a los informantes móviles, estos últimos la siguen (o se topan con ella) en contextos distintos a su campo convencional, lo que la lleva a desarrollar una comprensión muy nueva de ellos.

Estudiar la movilidad permaneciendo en su lugar, por así decirlo, «ofrece un tipo de perspectiva que se refiere más a la organización social de la movilidad que a circuitos particulares, más a un sistema que a un lugar de origen o a un destino específico» (Lindquist 2009: 10). Gran parte de la etnografía de las movilidades se ha localizado en lugares de paso, puntos de transferencia, donde las poblaciones y los objetos están temporalmente contenidos y dispuestos en estaciones, salas de espera y sistemas de equipaje. La infraestructura de la movilidad, por lo tanto, se considera cada vez más como «el lugar ideal donde

un antropólogo puede percibir, estudiar e incluso tocar las diversas formaciones socioculturales dinámicas, transnacionales y fluidas, literalmente en construcción, tanto desde abajo como desde arriba, y en movimiento» (Dalakoglou 2010: 146). También en este ámbito, la antropología del turismo tiene mucho que aportar, tanto conceptual como metodológicamente.

¿POSIBLES FUTUROS?

Aunque no existe una perspectiva única aceptada, la antropología como disciplina tiene importantes contribuciones que ofrecer al estudio del turismo. Propone un enfoque holístico para el análisis crítico del turismo a través de su marco comparativo y la capacidad de unir varias escalas, reconociendo la interconexión intercultural de los ámbitos económico, ambiental y social. Sin embargo, si bien la antropología ha experimentado cambios significativos en el pensamiento desde que surgió como disciplina, las ideas de la etnología antigua -objetivar, reificar, homogeneizar y naturalizar a los pueblos- son ampliamente utilizadas por todo tipo de actores del sector turístico (empresas transnacionales, guías y libros de viajes, organismos gubernamentales, responsables de la formulación de políticas, proveedores de servicios turísticos, comunidades e individuos locales y los propios turistas), que apuestan por reivindicar la identidad y la pertenencia cultural imaginadas sobre la base de nociones firmes del lugar y la localidad. Irónicamente, esto sucede en un momento en que los propios antropólogos prefieren enfoques mucho más matizados, dando por sentado que las culturas y las sociedades no son entidades pasivas, limitadas y homogéneas.

Si bien la década de 1970 fue una época de gran innovación y consolidación en la antropología, también fue la época en que los antropólogos se volvieron más hacia adentro (Golub 2014). Los antropólogos son muy conscientes de su propio uso de ideas y teorías de otras disciplinas, pero quizás sea menos obvio cuando las ideas antropológicas viajan a otros. Las teorías antropológicas esquematizadas del período 1870-1960 están muy vivas como modelos etnológicos populares dominantes de los públicos globales de hoy, y son particularmente evidentes en el turismo a los países en desarrollo. La pregunta difícil que necesita responderse es cómo los antropólogos deben lidiar con la profunda implicación de la disciplina en

el turismo y otras dinámicas culturales en todo el mundo.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Adams, Kathleen M. 1984. «Come to Tana Toraja, "Land of the Heavenly Kings": Travel Agents as Brokers in Ethnicity». *Annals of Tourism Research* 11(3): 469-485. doi: <[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(84\)90032-x](https://doi.org/10.1016/0160-7383(84)90032-x)>.
- Adams, Kathleen M. 2004. «The Genesis of Touristic Imagery: Politics and Poetics in the Creation of a Remote Indonesian Island Destination». *Tourist Studies* 4(2): 115-135. doi: <<https://doi.org/10.1177/1468797604054378>>.
- Chambers, Erve. 2000. *Native tours: The Anthropology of Travel and Tourism*. Prospect Heights: Waveland Press.
- Clifford, James. 1997. *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Cambridge: Harvard University Press.
- Crick, Malcolm. 1994. *Resplendent Sites, Discordant Voices: Sri Lankans and International Tourism*. Langhorne: Harwood Academic Publishers.
- Dalakoglou, Dimitris. 2010. «The Road: An Ethnography of the Albanian-Greek Cross-border Motorway». *American Ethnologist* 37(1): 132-149. doi: <<https://doi.org/10.1111/j.1548-1425.2010.01246.x>>.
- Doron, Assa. 2005. «Encountering the 'Other': Pilgrims, Tourists and Boatmen in the City of Varanasi». *Australian Journal of Anthropology* 16(2): 157-178. doi: <<https://doi.org/10.1111/j.1835-9310.2005.tb00032.x>>.
- Douglass, William A. y Julie Lacy. 2005. «Anthropological Angst and the Tourist Encounter». *NAPA Bulletin* 23: 119-134. doi: <<https://doi.org/10.1525/napa.2005.23.1.119>>.
- Frohlick, Susan. 2006. «Rendering and Gendering Mobile Subjects: Placing Ourselves between Local Ethnography and Global Worlds», en S. Coleman y P. Collins (eds.), *Locating the Field: Space, Place and Context in Anthropology*: 87-104. Oxford: Berg.
- Golub, Alex. 2014. «1974 as a Key Year in Anthropology». *Savage Minds: Notes and Queries in Anthropology* 6 mar. Disponible en: <<http://savageminds.org/2014/03/06/1974-as-a-key-year-in-anthropology/>>. Fecha de acceso: 27 mar. 2020.
- Hamilton, Scott. 2013. «Archaeology, Tourism and Other 'Marriages of Convenience': Examples from Western Canada», en C. J. Walker y N. Carr (eds.), *Tourism and Archaeology: Sustainable Meeting Grounds*: 165-180. Walnut Creek: Left Coast Press.
- Harrison, Julia D. 2003. *Being a Tourist: Finding Meaning in Pleasure Travel*. Vancouver: UBC Press.
- Hitchcock, Michael. 2004. «Margaret Mead and Tourism: Anthropological Heritage in the Aftermath of the Bali Bombings». *Anthropology Today* 20(3): 9-14. doi: <<https://doi.org/10.1111/j.0268-540x.2004.00267.x>>.
- Kaspin, Deborah. 1997. «On Ethnographic Authority and the Tourist Trade: Anthropology in the House of Mirrors».

- Anthropological Quarterly* 70(2): 53-57. doi: <<https://doi.org/10.2307/3317505>>.
- Lévi-Strauss, Claude. 1961. *Tristes Tropiques*. Trad. J. Russell. Nueva York: Criterion Books.
- Lindquist, Johan A. 2009. *The Anxieties of Mobility: Migration and Tourism in the Indonesian Borderlands*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- McKean, Philip F. 1976. «An Anthropological Analysis of the Culture-brokers of Bali: Guides, Tourists and Balinese». Paper presented at the Joint UNESCO/BRD Seminar on the Social and Cultural Impacts of Tourism, Washington D.C.
- Meisch, Lynn A. 1995. «Gringas and Otavaleños: Changing Tourist Relations». *Annals of Tourism Research* 22(2), 441-462. doi: <[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00085-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00085-9)>.
- Nash, Dennison. 1977. «Tourism as a Form of Imperialism», en Valene L. Smith (ed.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*: 33-47. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Núñez, T. 1963. «Tourism, Tradition, and Acculturation: Weenkendismo in a Mexican Village». *Ethnology* 2: 347-352.
- Salazar, Noel B. 2005. «Más allá de la globalización: La "glocalización" del turismo». *Política y Sociedad* 42(1): 135-149.
- Salazar, Noel B. 2006. «Antropología del turismo en países en desarrollo: Análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo». *Tabula Rasa: Revista de Humanidades* 5: 99-128. doi: <<https://doi.org/10.25058/20112742.270>>.
- Salazar, Noel B. 2010. *Envisioning Eden: Mobilizing Imaginaries in Tourism and Beyond*. Oxford: Berghahn.
- Salazar, Noel B. 2012. «Tourism Imaginaries: A Conceptual Approach». *Annals of Tourism Research* 39(2): 863-882. doi: <<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.10.004>>.
- Salazar, Noel B. 2013. «Imagineering Otherness: Anthropological Legacies in Contemporary Tourism». *Anthropological Quarterly* 86(3): 669-696. doi: <<https://doi.org/10.1353/anq.2013.0045>>.
- Salazar, Noel B. 2017. «Anthropologies of Tourism: What's in a Name?». *American Anthropologist* 119(4): 723-747. doi: <<https://doi.org/10.1111/aman.12954>>.
- Salazar, Noel B. 2018. *Momentous Mobilities: Anthropological Musings on the Meanings of Travel*. Oxford: Berghahn.
- Salazar, Noel B., y Nelson H. H. Graburn (eds.). 2014. *Tourism Imaginaries: Anthropological Approaches*. Oxford: Berghahn.
- Selwyn, Tom (ed.). 1996. *The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism*. Chichester: John Wiley.
- Shepherd, Robert J. 2001. *Suspect Others: Tourism and Development in the Field of Anthropology*. Ph. D. Dissertation, Department of Anthropology. Fairfax: George Mason University.
- Singh, Sagar. 2014. «Anthropology, Tourism and Mobility: New Directions for Research». *Eastern Anthropologist* 67(1-2): 39-60.
- Skinner, Jonathan y Dimitrios Theodossopoulos (eds.). 2011. *Great Expectations: Imagination and Anticipation in Tourism*. Oxford: Berghahn.
- Smith, Valene L. (ed.). 1977. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Tilley, Christopher. 1997. «Performing Culture in the Global Village». *Critique of Anthropology* 17(1), 67-89. doi: <<https://doi.org/10.1177/0308275x9701700105>>.
- Van Beek, Walter y Annette Schmidt (eds.). 2012. *African Hosts and their Guests: Cultural Dynamics of Tourism*. Martlesham: James Currey.
- Werner, Cynthia. 2003. «The New Silk Road: Mediators and Tourism Development in Central Asia». *Ethnology* 42(2): 141-161. doi: <<https://doi.org/10.2307/3773779>>.
- West, Paige. 2008. «Tourism as Science and Science as Tourism: Environment, Society, Self, and Other in Papua New Guinea». *Current Anthropology* 49(4): 597-626. doi: <<https://doi.org/10.1086/586737>>.
- Zorn, Elayne y Linda C. Farthing. 2007. «Communitarian Tourism: Hosts and Mediators in Peru». *Annals of Tourism Research* 34(3): 673-689. doi: <<https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.02.002>>.