



Turismo y Sociedad

ISSN: 2346-206X

ISSN: 0120-7555

Universidad Externado de Colombia

González Damián, Alfonso
TEORÍAS CON ENFOQUE INTERPRETATIVO EN LA INVESTIGACIÓN DEL TURISMO
Turismo y Sociedad, vol. 31, 2022, pp. 73-96
Universidad Externado de Colombia

DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n31.04>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576273412003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEH  redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Planificación y gestión del turismo

ALFONSO GONZÁLEZ DAMIÁN

Doctor en Ciencias Sociales

Profesor-investigador, Universidad Autónoma del Estado
de Quintana Roo

México

[gonzalezd@uqroo.edu.mx]



TEORÍAS CON ENFOQUE INTERPRETATIVO EN LA INVESTIGACIÓN DEL TURISMO¹

THEORIES WITH AN INTERPRETATIVE APPROACH IN TOURISM RESEARCH

1 Para citar este artículo: González, A. (2023). Teorías con enfoque interpretativo en la investigación del turismo. *Turismo y Sociedad*, XXXII, 73-96. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n31.04>

Fecha de recepción: 02 de junio de 2020

Fecha de modificación: 26 de septiembre de 2020

Fecha de aceptación: 03 de noviembre de 2020

Resumen

Este artículo busca presentar, de manera esquemática, las principales teorías con enfoque interpretativo que han influido los estudios del turismo, con la intención de que sean de utilidad para investigadores y estudiantes de temáticas turísticas interesados en abordar los significados producidos colectivamente como objeto central de su interés. Se sintetizan siete propuestas teóricas de trascendencia en las ciencias sociales: el interaccionismo simbólico, la fenomenología social, el enfoque dramático de las representaciones sociales, el construccionismo social, la etnometodología, la teoría del actor-red y la teoría de los campos de acción estratégica, sus fundamentos epistemológicos y sus conceptos principales; así mismo, se muestra una selección de trabajos aplicados al campo del turismo. A partir de ellos, se plantea la posibilidad de que sean utilizados por futuros investigadores para profundizar y ampliar el conocimiento del turismo, especialmente de aquel en el que la producción e interpretación de los significados constituya su objeto de interés central.

Palabras clave: investigación del turismo; teoría y metodología; perspectiva interpretativa.

Abstract

This text, presents in a schematic way, the main interpretative theories that have influenced tourism studies, with the intention to be useful for scholars and students of tourism themes interested in addressing the meanings collectively produced as their central object of interest. Seven theoretical proposals of importance in the social sciences are synthesized: symbolic interactionism, social phenomenology, the dramaturgical approach to social representations,

ethnomethodology, the actor-network theory and the theory of strategic action fields; their epistemological foundations, their main concepts and a selection of works applied to the field of tourism is shown. Based on them, the possibility is raised that they may be used by future researchers to deepen and broaden the knowledge of tourism, especially that in which the production and interpretation of meanings constitutes its object of main interest.

Key words: Tourism research; theory & methodology; interpretative perspective.

Introducción

El conocimiento científico en torno al turismo se ha vuelto, particularmente en las dos últimas décadas, cada vez más riguroso, así como más profuso en lenguaje especializado, lo que dificulta su comprensión si no se es especialista en el tema; incluso para los estudiosos, dada la presencia de un mayor número de áreas y temáticas de investigación especializadas, no siempre resulta inmediata su comprensión. Asimismo, se exige cada vez con mayor insistencia que los estudiantes universitarios de la temática asimilen desde sus primeros encuentros con la literatura científica las posturas teórico-metodológicas subyacentes al estudio del turismo, así como el desarrollo acelerado de una acusada competencia para aplicarla en casos de estudio específicos.

Bajo estas condiciones, se justifica la necesidad de desarrollar y divulgar textos que aborden diversas perspectivas teóricas y metodológicas aplicadas al campo del turismo, con un enfoque a la vez formativo e ilustrativo sobre sus diferencias y posibilidades de aplicación, de manera que se constituyan en auxiliares para la explicación o interpretación de las diversas realidades del fenómeno turístico, así como orientadoras para la elección de una perspectiva teórica particular para su aplicación en estudios específicos.

Sin duda, esta no es una tarea sencilla; sería improbable su consecución en un solo artículo, no obstante, es posible hacer aportaciones mesuradas, acotadas hacia ello. Con esta idea en mente se desarrolló el presente texto, con el objetivo concreto de presentar de manera esquemática las teorías sociales con perspectiva interpretativa que han influido en mayor medida en la investigación en turismo, sus fundamentos epistemológicos, algunas de sus particularidades que les caracterizan y una selección de los principales trabajos que han inspirado en el campo de la investigación del turismo.

El documento se ha organizado en cuatro partes, en la primera de ellas se hace una breve exposición del proceder metodológico aplicado para la construcción del presente texto; en la segunda se exponen los fundamentos epistemológicos básicos de las teorías con enfoque interpretativo; en la tercera parte se describen siete perspectivas teóricas con enfoque interpretativo que se consideran influyentes en la investigación del turismo: el interaccionismo simbólico, la fenomenología social, el enfoque dramático de las representaciones sociales, el construccionismo social, la etnometodología, la teoría del actor-red y la teoría de los campos de acción estratégica; así mismo, se presenta una selección de trabajos aplicados al estudio del turismo fundamentados en ellas. Por último, se hace una breve recapitulación y se presenta una tabla que hace las veces de síntesis de lo expuesto en el texto.

Metodología

Este texto es deudor, tanto en su inspiración como en su estructuración, de diversas revisiones publicadas acerca de teoría y metodología aplicadas al estudio del turismo (González, 2007, 2010a, 2010b; González y Palafox, 2014; Pernecky, 2012; Phillimore y Goodson, 2004), y también, especialmente en la comprensión de los fundamentos epistemológicos que vinculan a tan diversos planteamientos teóricos, los seminarios impartidos por la doctora Alicia Lindón en la Ciudad de México, representados en algunos de sus trabajos publicados (Lindón, 2000; 2007), y en las obras de Giddens y Turner (1998), Alexander (1987), Ritzer (1993) y Goodson y Phillimore (2004).

Tanto las revisiones como las obras mencionadas permitieron establecer como punto de partida para la elaboración del presente documento, a las que pueden considerarse las teorías sociales con enfoque interpretativo más influyentes en la investigación del turismo, ya sea por su trascendencia y difusión en las ciencias sociales en general, como por la indudable solidez lógica interna que se les reconoce. Asimismo, permitieron identificar una primera selección de trabajos aplicados que han inspirado en el ámbito del turismo.

Tras esta primera selección, se desarrollaron repetidas búsquedas digitales de publicaciones (mediante Google Scholar y Scopus) que incluyeran en sus referencias obras de autores del conjunto de las siete teorías elegidas. De entre estas, se seleccionaron aquellos textos que a su vez hubieran recibido citas, como criterio de inclusión posible en el presente documento, y que utilizaran la perspectiva teórica referida en lo estudiado, ya fuera de manera única o en combinación con otros argumentos teóricos, como criterio de elección final. No se establecieron límites cuantitativos mínimos ni máximos para la selección de los textos, puesto que en el presente documento no se pretendió presentar sus contenidos en detalle, sino con fines ilustrativos de las posibilidades de aplicación de la perspectiva teórica en cuestión.

Fundamentos epistemológicos

A lo largo de la historia de las ciencias sociales se han producido múltiples teorías, que se pueden agrupar en dos grandes conjuntos, con base en lo que significa para ellas “entendernos como miembros de colectividades”: 1) las teorías que pretenden llegar a explicaciones generales, aplicables a toda sociedad, y 2) las teorías que se centran en encontrar interpretaciones específicas que permitan afinar la comprensión de una sociedad en particular, contextualizada en un tiempo y un lugar concretos. Sobre el segundo grupo de teorías se centra el presente texto, en el que se ha preferido utilizar la denominación “interpretativa”, en lugar de otras denominaciones, usuales también en la literatura especializada para referirse a este grupo de teorías, tales como comprensiva (Farfán, 2009), subjetivista (Duek, 2009), hermenéutica (Ángel, 2011), construccionista (Holstein y Gubrium, 2011; Pernecky, 2012; Sandoval, 2014), constructivista (Aranda, 2002), microsociológica (Fine, 1991) o incluso “weberiana” (Kalberg, 2013). Cada acepción o denominación para el grupo de teorías tiene sus particularidades, por lo que, en consecuencia, integran conjuntos teóricos distintos al que aquí se presenta. Dado que se optó por esta denominación, cabe aclarar qué es lo que se entiende por interpretación.

Interpretar es la acción y el efecto de comprender el/los significados que los grupos o individuos atribuimos a nuestros actos, a las formas en las que los efectuamos y a las intenciones que los orientan (Ayikoru, 2009; Guba y Lincoln, 1994). La interpretación se efectúa así, sobre los propios actos realizados en sociedad, sobre su dinámica o movimiento y sobre los objetivos, deseos y preferencias colectivas. Partiendo de este concepto de interpretación, se consideran teorías sociales con tal perspectiva, a aquellas que comparten cuatro características o fundamentos epistemológicos comunes entre ellas:

1. **Interpretación del significado.** Son teorías sociales que tienen como finalidad la interpretación del significado de la realidad social. Teorías cuyos postulados se enfocan en una o más de las siguientes posibilidades de interpretación: a) ¿qué significa una situación social para determinado grupo o colectividad?, b) ¿cómo se produce tal significado en un determinado contexto? o c) ¿cuáles son los mecanismos por los cuales el significado atribuido a una situación social constituye, forma, propicia o produce a su vez un contexto particular?
2. **Incorporación de la subjetividad.** Son teorías sociales que consideran a la interacción a nivel microsocial como elemento formativo del significado en algún grado, es decir que incorporan la subjetividad como elemento inherente a la formación de significado en la sociedad.
3. **Multiplicidad sociocultural contextualizada.** Son teorías que reconocen que la subjetividad produce múltiples realidades sociales con especificidades socioculturales colectivas contextualizadas difícilmente repetibles.
4. **Incorporación de la objetividad.** Son teorías sociales que consideran al contexto sociocultural colectivo, en algún grado, como elemento formativo del significado en la sociedad. Es decir, que no niegan la existencia de cierto grado de objetividad en la realidad social y la encuentran en las instituciones, normas, convenciones, usos y costumbres que aparecen como “ya dados” a la persona individual.

Además, las teorías con enfoque interpretativo centran su interés en una o más escalas de lo social. A tales escalas, relacionadas entre sí, pero aún discernibles, se les puede denominar macro, meso y micro. En el nivel o escala macro, los significados son producidos e interpretados colectivamente por actores sociales a los que se identifica con organizaciones o instituciones; en el nivel o escala meso, los significados son producidos e interpretados por grupos o comunidades de individuos, y en el nivel micro, los significados se producen e interpretan en la interacción entre individuos.

Estos fundamentos epistemológicos conducen a consecuencias metodológicas que es necesario plantear aquí. Dado que se incluye de manera simultánea tanto la subjetividad del propio investigador como la subjetividad de los demás, las teorías con perspectiva interpretativa reconocen que sus productos, es decir, sus interpretaciones de la realidad social, no pueden ser, ni deberían ser, generalizables en modo alguno. Por ello, se ven favorecidos métodos no convencionales en otras perspectivas teóricas, tales como la conceptualización, la contextualización, el ensayo de supuestos teóricos, la particularización en la comprensión de casos concretos, lo que conduce a que, por su enfoque procedimental, en su hacer

métodológico, operen principalmente de manera cualitativa, enfocándose en el discurso, en las prácticas y en los artefactos sociales (Phillimore y Goodson, 2004). Las técnicas cuantitativas, cuando se utilizan, no se ocupan de la generalización de los resultados de la investigación, sino de mejorar la precisión de las interpretaciones.

El nacimiento de las primeras teorías sociales con perspectiva interpretativa se puede ubicar en la década de los treinta con los trabajos del austriaco Alfred Schutz (2003; Schutz y Luckmann, 2003), quien como estudiante recibió influencia directa del pensamiento filosófico del austriaco-checo Edmund Husserl (1992) y de las aportaciones antipositivistas de los alemanes Max Weber (1998) y George Simmel (2015), así como de manera indirecta por las publicaciones del psicólogo norteamericano George H. Mead (1999).

Tanto los trabajos de Schutz, como los de Mead recibieron limitada atención en el ámbito académico de su época, sin embargo influyeron poderosamente en los trabajos publicados por y Peter L. Berger y Thomas Luckman (2005; 1997), Erving Goffman (1959, 1974, 2008) y Harold Garfinkel (2006), entre las décadas de los setenta y ochenta, y adquirieron presencia central en el ámbito académico hasta fines del siglo XX, gracias a las reflexiones críticas que entonces se sucedieron sobre el desarrollo del pensamiento sociológico y el esfuerzo recopilatorio realizado por los reconocidos intelectuales Anthony Giddens (Giddens y Turner, 1998), Jeffrey Alexander (1987) y George Ritzer (1993).

Desde entonces, la influencia de las teorías con perspectiva interpretativa en el ámbito académico de las ciencias sociales es creciente, por múltiples razones, entre las más enunciadas están su crítica al positivismo y a las posturas antipositivistas en diversas disciplinas científicas; la imposibilidad de reconocer la presencia de la subjetividad por parte del positivismo, el excesivo énfasis en las estructuras por parte de la ortodoxia marxista y la desaparición de la voluntad individual y de la persona misma en el holismo sistémico, por mencionar algunos ejemplos. Ante tales críticas, la perspectiva interpretativa ofrece posibilidades para entender la realidad, que bien pueden ser aprovechadas –y lo han sido– en la producción de conocimiento turístico.

Teorías con perspectiva interpretativa y su influencia en estudios del turismo

El interaccionismo simbólico

Se reconoce en la literatura al norteamericano George H. Mead (Mead y Morris, 1934) como el autor original del llamado “interaccionismo simbólico”, sin embargo, su obra fue poco divulgada en su tiempo y no fue sino a partir de los trabajos de Herbert Blumer (Blumer y Morrione, 1969) y Anselm Strauss (1964) en la Universidad de Chicago, que la teoría toma forma, así como la propia denominación de interaccionismo simbólico.

El planteamiento central del interaccionismo simbólico es que el individuo crea la sociedad a partir de su interacción con sus semejantes, en otras palabras, que eso que denominamos sociedad no existe sino a partir de las interacciones mismas entre individuos, lo que atribuye una cualidad efímera, instantánea a la existencia real de la sociedad. La interacción entre individuos, a su vez, es posible gracias a la existencia de elementos simbólicos previamente creados, tales como el lenguaje, que son negociados en cada interacción.

En los individuos, el mecanismo que permite la interacción es la capacidad denominada *self*, la cual se entiende como aquella de verse a sí mismo como un objeto social, de ponerse en el lugar de otros con el fin de actuar como esos otros actúan y verse a sí mismo como lo ven otros. El concepto de *self* resulta fundamental en el interaccionismo simbólico, pues explica cómo se puede dar una interacción social entre individuos, incluye dos fases denominadas: el “yo”, en la que se manifiestan los aspectos únicos, creativos e imprevisibles en cada persona, y el “mí”, fase que se presenta en la mente del individuo como un conjunto organizado de actitudes de los demás que se pueden asumir de manera coherente en una interacción. Se puede decir que la fase del *yo* es individual y se relaciona con la personalidad y la fase del *mí* es el “yo social”, relacionado con el aprendizaje a lo largo de la vida, de múltiples interacciones con otros. Las dos fases se presentan en la mente de todo individuo y su combinación es justamente el denominado *self* que algunos autores traducen como “sí mismo”.

El interaccionismo simbólico se interesó, en sus etapas tempranas, en el estudio de la acción conjunta, de la forma en la que adopta formas pautadas y discernibles, partiendo de significados preestablecidos, tales como la cultura y el orden social. A través del tiempo, diversas ideas del interaccionismo simbólico han sido adoptadas y adaptadas de muy diversas maneras, dando origen a otras perspectivas (prácticamente a todas las reseñadas en este capítulo y por supuesto a muchas otras más).

Se puede afirmar que el interaccionismo simbólico se ocupa de los significados producidos en la escala micro, al centrarse en las interacciones uno a uno entre individuos, en su búsqueda de entenderlos y respecto a la forma en la que se producen en el *self*, se apoya en lo que sucede en la mente de la persona, en la denominada fase del “yo”, lo que lo aleja de la sociología y lo introduce de lleno en el campo de la psicología. No obstante, en cuanto a la forma en la que la persona atribuye significado a las interacciones se vincula con el ámbito colectivo o escala meso, en la denominada fase del “mí”, volviendo al ámbito de la sociología, pero también de la psicología social.

La influencia del interaccionismo simbólico en el pensamiento social se ha dejado sentir, en consecuencia, en diversos estudios del turismo, que no ha escapado de ella. Entre los estudios que se pueden mencionar con algún elemento u orientación desde el interaccionismo simbólico en el turismo se destacan los que se reseñan a continuación.

Turner (1973) hizo analogía de los viajes turísticos con las peregrinaciones. Sasser y Arbeit (1976), plantearon que comprar un servicio es en realidad comprar una experiencia sociológica, en la que interactúan quien provee el servicio, el empleado de la empresa y quien recibe el servicio. Moore (1980) propuso que los visitantes a Disneyland disfrutaran al encontrar compensación a lo insulso de la vida cotidiana a través de la representación completa de ser “rey por un día”.

Karch y Dann (1981) analizaron los malentendidos en las interacciones asimétricas “uno a uno” entre turistas y locales. Barthes (1994) presentó un ensayo sobre la guía azul, en el que desentraña los significados que se encuentran detrás de la elección de los paisajes, monumentos y de los personajes arquetípicos. Mars y Nicod (1984) plantearon que la calidad de la interacción forma parte del servicio, es parte de los deberes de un camarero o camarera, que ha de cumplir una serie de protocolos de etiqueta. Colton (1987) planteó

conceptualmente el estudio del ocio, la recreación y el turismo desde el interaccionismo simbólico. Graburn (1989) adaptó la distinción profano-sagrado en relación con el tiempo que las personas dedican al turismo. Frow (1997) analizó en la literatura promocional del turismo, cómo la industria intenta controlar las próximas interacciones de turistas.

Fenomenología social

Un antecedente fundacional de las teorías con perspectiva interpretativa se encuentra en la filosofía fenomenológica de Edmund Husserl (2013), de quien fue estudiante el austriaco Alfred Schütz, a su vez fundador de la sociología fenomenológica en 1932 (Schutz, 2003), en la que pretendió dotar de fundamento filosófico a las categorías sociológicas básicas propuestas por Max Weber y por el enfoque en lo microsocioal de Georg Simmel. Aunque la sociología fenomenológica o fenomenología como teoría social nació cronológicamente antes que el interaccionismo simbólico, su expansión por diversas coyunturas históricas ha sido más lenta y un tanto posterior a aquella, sobre todo en América.

Schütz llegó a Estados Unidos en 1939, exiliado por la guerra, pero ya consolidado como teórico, y entró en contacto con las ideas interaccionistas de George H. Mead e influyó fuertemente en el pensamiento de autores como Peter L. Berger, Thomas Luckmann y Harold Garfinkel (Cabrolié, 2011), quienes a su vez plantearon nuevas propuestas teóricas. Schutz intentó captar de qué manera los individuos entienden y dan sentido al mundo social que les rodea, desde el conocimiento basado en el sentido común, que descansa en la denominada actitud natural o *epoché*, que supone que los individuos dan por sentado el mundo social, no cuestionan su existencia, forma o significado, a menos que se presenten nuevos acontecimientos que la alteren.

Para Schütz, el mundo de la vida en las personas es elaborado intersubjetivamente, desde un acervo social de conocimiento del que se toman conjuntos de tipificaciones o situaciones típicas, entre las que se puede elegir aquella que permita interactuar. El ser humano elige de entre diversas posibilidades que ha experimentado a lo largo de su vida y que resultan típicas: escenarios, situaciones, personas, roles, actos, entre otros y que en suma le permiten la convivencia con otros, dando por supuesta “la tesis general de la reciprocidad de perspectivas”.

Se puede afirmar que la fenomenología se aproxima a la interpretación del significado en la escala macro, en el significado producido intersubjetivamente, pero lo hace metodológicamente desde el principio fenomenológico de “aparición”, en el que los niveles más altos emergen, aparecen, de los más bajos, es decir, la formación del significado colectivo, intersubjetivo, se encuentra en la interacción entre grupos y entre individuos a lo largo del tiempo, en lo que denominó “sedimentación del acervo social de conocimientos”.

La fenomenología en la sociología es uno de los pilares que toman Berger y Luckman para presentar su propuesta construccionista, por lo tanto, su trascendencia como teoría, sobre todo, se evidencia en las propuestas y elaboraciones que le han seguido, tal vez con menor originalidad, pero con mayor trabajo empírico. Esta es una posible razón por la que no son tan abundantes los estudios sociológicos fenomenológicos del turismo, sin embargo, es posible presentar aquí algunos de ellos.

El propio Schütz hizo reflexiones en sus “Ensayos sobre tipos sociales” (Schutz y Luckmann, 2003), acerca del forastero y del que vuelve al hogar. Knebel (1974) propuso una sociología del turismo en la que analizó los roles que desempeñan los turistas en relación directa e indirecta con la realidad social.

Tal vez el trabajo más influyente desde la perspectiva fenomenológica en el turismo es el desarrollado por Cohen (1979), quien elaboró una “fenomenología de la experiencia turística” en la que propone cinco modos de experiencia, que van desde el recreacional hasta el existencial. Jamal y Hollinshead (2001), con la finalidad de realizar reflexiones sobre las metodologías cualitativas aplicadas al turismo, encuentran cinco dinamismos en la fenomenología del turismo, como agente de contemplación, agente del ser, agente de experiencia, agente de invención cultural y agente de conocimiento.

Pernecky y Jamal (2010) hicieron una crítica respecto a los trabajos realizados en turismo desde supuestas perspectivas fenomenológicas, encontrando que la gran mayoría no aplican los principios ontológicos y epistemológicos en los que se basa la fenomenología, salvo aquellos que han seguido los trabajos de Heidegger (2012) o Gadamer (2001), a los que denominan fenomenología hermenéutica y sobre los que hacen una serie de planteamientos por seguir en estudios aplicados al turismo.

Representaciones sociales (acción dramatúrgica)

Para muchos, un autor ubicado como interaccionista simbólico, el canadiense-norteamericano Erving Goffman, a través de su obra (1974, 2004, 2008) funda otra ruta de pensamiento o enfoque teórico. Si bien Goffman no pretendió instituir como tal una escuela de pensamiento, pues se le describe, tanto por sus biógrafos como por él mismo, como investigador independiente y alejado de los círculos de la profesión (Nizet y Rigaux, 2006), hoy se le reconoce como autor del denominado “enfoque dramatúrgico de las representaciones sociales”.

Conoció a Blumer en la Universidad de Chicago, quien sin duda marcó sus inicios en el interaccionismo simbólico en sus primeras obras, en las que se interesa por las representaciones que hacen las personas para mantener una imagen estable de sí mismas frente a los demás (Nizet y Rigaux, 2006). Posteriormente, gracias a su trabajo empírico de inmersión participativa, Goffman retrató la vida cotidiana como algo complejo en donde los seres humanos utilizan sus conocimientos tácitos y prácticos para actuar. Para Goffman, las personas están permanentemente regulando su acción, enmascarando partes de sí mismas y acentuando otras en una suerte de representación.

Goffman se interesó particularmente por los “encuentros”, las interacciones cara a cara en las que las personas están físicamente presentes. Para explicar los encuentros, Goffman utiliza metáforas y analogías con el teatro, de allí viene lo “dramatúrgico” pues consideraba que las personas están representándose a sí mismas constantemente, pendientes de sus propios actos y de los puntos de vista ajenos. Para el autor, las personas no solo siguen un guion, sino que son las autoras de este y para él lo importante es la “actuación” como toda actividad individual que sirve para influir en la “audiencia” que participa en ese encuentro. El frente o *frontstage* es el aspecto de la actuación que ayuda a la audiencia a definir la

situación, este tiene dos aspectos el “escenario” y el “frente personal”, el primero se refiere sobre todo al lugar y los accesorios para que se produzca la acción y el segundo tiene que ver con los elementos íntimamente vinculados con quien actúa, por ejemplo, el lenguaje corporal o las pautas discursivas. En general, afirma Goffman, al interactuar, las personas tienen que dramatizar sus actividades para dar la impresión de que actúan correctamente y de que tienen las cosas bajo control. Así como hay un frente, hay región trasera o *backstage* que proporciona los medios para el escape emocional, en ella tienen lugar actividades de apoyo o preparatorias para la presentación de la persona en el *frontstage*.

Posteriormente, Goffman se interesó por la forma en la que las personas son capaces de reconocer la actuación adecuada para determinada situación de interacción y desarrolló el concepto de marco de la experiencia o *frame*. Ahora, haciendo analogía con la cinematografía, identifica los marcos con las escenas o secuencia de momentos que permiten identificar una interacción típica, en la que se pueden desempeñar determinados roles típicos. La idea de los marcos de Goffman guarda ciertas similitudes con los conceptos de representaciones sociales para Moscovici (2001) y de *habitus* para Bourdieu (2002).

Se puede afirmar que la perspectiva teórica de las representaciones sociales desde la acción dramática se ubica en la escala micro de la interpretación del significado, especialmente se interesa por las formas en las que se produce, para lo que se sostiene y hace referencia a las escalas meso y macro.

Los conceptos de Goffman en el caso de las interacciones en el turismo pueden favorecer el descubrimiento de aspectos originales, ya sea en el caso de los momentos de interacción entre turista y anfitrión, como en los que se dan entre los turistas y los propios anfitriones en un sitio turístico. Entre otros trabajos al respecto se pueden referir los siguientes.

Dann (1996) realizó un estudio de los turistas anómicos que buscan escapar del tedio de la rutina del trabajo en los sitios en que residen, en la búsqueda de una situación libre de restricciones culturales y de responsabilidades. Cary (2004) explora lo que denomina “el momento turístico”, desde el punto de vista del turista, en el que se produce y difumina a este como sujeto, en el mismo instante en que se toma conciencia y se autorrepresenta como turista. Claudia Bell y John Lyall (2005) realizaron un estudio centrado en el concepto de escenario, como el sitio en el que se desarrolla la representación que hacen los turistas y que les permite trasladarse a una época distinta.

Jansson (2007) analizó la forma en la que las prácticas culturales del turismo se han transformado con la irrupción de las nuevas tecnologías. Godoy y Luna (2012) analizaron la estética cinematográfica de las *favelas* en Brasil. Thurnell-Read (2012) analizó la relación entre lugar y espacio turístico, en el que hace uso del concepto de escenario y de la representación. Daugstad y Kirchengast (2013) sugirieron en su estudio, que una característica que comparten los sitios de agroturismo es la producción de un *pseudo-backstage*, en realidad un *frontstage* presentado como *backstage* “real” a los turistas.

Thurlow y Jaworski (2014) observaron que los turistas no visitan simplemente los sitios, sino que participan de manera activa moldeando y dando forma a tales lugares. González y

Macías (2017) estudiaron cómo se producen los marcos de la experiencia turística mediada por tecnologías de información y comunicación.

Construccionismo social

La perspectiva teórica que, entre las presentadas en este capítulo, ha recibido mayor atención y ha marcado el devenir general de las teorías recientes es la que aquí se denomina construccionismo social, pero que también recibe el nombre de constructivismo social, socioconstructivismo o teoría de la construcción social de la realidad. Se ha preferido la denominación de construccionismo social siguiendo a Crotty (1998), quien propuso distinguirlos, entendiendo por constructivismo a las consideraciones epistemológicas que examinan la producción mental individual del significado y por construccionismo al estudio de la generación y transmisión colectiva de significados.

El construccionismo social surge a partir de la obra realizada en Estados Unidos, producto de la colaboración del alemán Thomas Luckmann y el austriaco Peter L. Berger (1967; 1997), influidos por los trabajos de Schütz y el interaccionismo simbólico con el que entraron en contacto en Estados Unidos con Blumer y Goffman.

Berger y Luckmann investigaron la estructura del conocimiento cotidiano y sus procesos de externalización, objetivación e internalización, dando forma a un nuevo programa teórico, las “construcciones sociales de la realidad”, que emergen como aplicaciones de observación utilizadas por un observador para describir algo que surge entre quien conoce y un objeto, lo que constituye la base para sus futuras confirmaciones o nuevas descripciones. El construccionismo no niega –a pesar de lo que en diversas críticas suele decirse– la existencia y la realidad del mundo, por el contrario, su tema consiste en explicar cómo se mantienen estables.

Para Berger y Luckmann, la realidad logra su establecimiento en la sociedad y en los individuos como consecuencia de un proceso dialéctico entre un elemento “objetivo” que incluye a las relaciones sociales, los hábitos tipificados y las estructuras sociales, y un elemento “subjetivo” que integra a las interpretaciones simbólicas, la internalización de roles y la formación de identidades individuales. Los autores centraron su análisis en la vida diaria, lo cotidiano, puesto que es la imagen más visible y reconocible de la realidad: las pautas de comportamiento, los actores y los agentes de la dinámica social, los mecanismos de socialización que llevan al equilibrio cotidiano y lo predeterminan.

La realidad de la vida cotidiana se comparte con otros, siendo la situación “cara a cara” la más importante de las experiencias de interacción social y de la cual se derivan todas las demás situaciones de interacción. En la situación de interacción cara a cara, el “Otro” es completamente real. Esta presencia puede ser próxima o remota y varía de acuerdo con la “distancia”. El *Otro* es perfectamente real, aunque llegue a constituir algo tan lejano y anónimo como lo que se denomina “opinión pública”.

El construccionismo social como perspectiva teórica se ubica en la escala meso de la interpretación del significado. Berger y Luckman identifican grupos, colectivos a los que denominan comunidades de sentido, en los que se produce y se reproduce la realidad social

con la reiteración de interacciones socialmente tipificadas. Aportan conceptos que permiten vincular esta escala con la micro, con la idea de la “internalización-socialización” y con la escala macro, a través del concepto de “externalización-legitimación”.

La teoría construccionista de Berger y Luckmann ha dado origen a estudios en el campo del turismo, entre otros, Wang (1999) discutió, frente a otras perspectivas, la autenticidad en las experiencias turísticas desde el construccionismo. Small (1999) planteó que el uso de memorias de trabajo como enfoque metodológico se alinea con el paradigma construccionista del feminismo. Hiernaux (2000) reflexionó acerca de que el turismo transforma la vida cotidiana en los patrones de comportamiento social en el tiempo de trabajo entendido como tiempo obligado.

Hermane (2005) propuso, desde el construccionismo, una aproximación al trabajo y la vida familiar de las personas que laboran. En su estudio sobre las segundas residencias, Mantecón (2008) las relaciona con la construcción social del turismo. Hollinshead (2006), por su parte, propuso que el paradigma construccionista es la perspectiva recomendable para analizar casos que confrontan diversas cosmovisiones, como sucede en el turismo en la relación entre locales y visitantes.

Antón y González (2007) plantearon los significados de ser turista, hacer turismo y su contribución a la construcción social del espacio turístico. González (2009) propuso una aproximación teórica al turismo desde la perspectiva construccionista. En una serie de reflexiones conceptuales, Pernecky (2012) discutió conceptos fundamentales del construccionismo y de sus posibilidades como perspectiva para los estudios en turismo.

Campodónico (2015) propuso que tanto movilidad como espacio son construcciones sociales y, por ende, constituyentes de un turismo socialmente construido. Bowen y Almeida (Jennings y Polovitz (2006), analizaron la construcción social de la calidad en el turismo. González (2017) describió la experiencia turística como una construcción social surgida de la interacción entre turistas y anfitriones.

Etnometodología

La propuesta teórica desarrollada por Harold Garfinkel (2006), publicada por primera vez en 1967, desde su nacimiento fue planteada como disruptiva frente a las ideas del estructural-funcionalismo. Se desarrolló en la Universidad de California con cierta orientación fundacional radical, con el desarrollo de metodologías y terminologías propias para distinguirla de otras teorías, incluso de la sociología misma.

El término “etnometodología” fue acuñado por el propio Garfinkel, a partir de la publicación de sus *Studies in Ethnomethodology*; comparte con el interaccionismo simbólico el interés por las pautas de la vida cotidiana más que por las grandes estructuras, se centra y subraya en qué medida el orden social es un logro negociado por los individuos, y su principal campo de interés es cómo se atribuye sentido al mundo social en las prácticas de las personas. La etnometodología alude literalmente a los métodos o procedimientos con los que los miembros comunes de la sociedad dan sentido a su vida cotidiana o actúan en ella. Desde esta perspectiva, el orden social depende de los continuos actos interpretativos

de los individuos implicados, por lo que el interés principal de la etnometodología se encuentra en la intersubjetividad, la acción social y la comunicación lingüística.

Garfinkel introdujo el concepto de “reflexividad de las explicaciones” con el que quería expresar que las personas dan sentido constantemente a lo que las rodea y que esta práctica constituye lo que se describe. Además, aplicó el concepto de “indexicalidad” a los significados de los objetos, prácticas sociales y conceptos, como dependientes del contexto en el que surgen. A través de los estudios de Garfinkel y de los etnometodólogos en general, se ha mostrado que los individuos tienen un considerable compromiso emocional con sus procedimientos interpretativos y expectativas, y que son reacios a revisar la validez de ambos cuando se enfrentan a alteraciones. De hecho, la etnometodología ha elaborado muchos términos propios, para hacer referencia a conceptos consistentes con su propio enfoque, lo que le da cierto aire de “ininteligibilidad”, reservada para “iniciados”.

La etnometodología se ubicaría en la escala micro y se orienta a la formación de significados en el ámbito interpersonal. Particular interés encuentra en las prácticas transgresoras de la norma o del orden generalmente aceptado, puesto que evidencian cómo, desde la interacción entre personas, se produce el significado en lo colectivo. El proceder de los etnometodólogos rechaza la posibilidad de crear alguna teoría que pueda explicar algo más allá de la propia experiencia, lo que implica que toda interpretación solo puede ser válida en el contexto en el que se produce. En el caso de la etnometodología sucede algo similar a lo que ha sucedido con la fenomenología, si bien cuenta con fundamento muy completo y con amplias posibilidades para el análisis del turismo, poco es lo que se ha publicado al respecto desde la perspectiva etnometodológica.

Algunos trabajos que se han identificado son los de McHugh (1974) quien, desde la perspectiva etnometodológica, estudió los presupuestos no declarados y el discurso en los estereotipos y clichés tanto de turistas como de la industria turística. Kyle y Chick (2002), por su parte, en un estudio más reciente, exploraron las propiedades de involucrarse en actividades de ocio duraderas, desde la perspectiva de campistas en un campo agroturístico y ferial en Estados Unidos. McCabe y Stokoe (2004) encontraron distintos tipos identitarios de turista, de acuerdo con las formas particulares en las que hacen uso del espacio.

Teoría del Actor-red

La teoría denominada del *Actor-Red* ha sido utilizada para comprender los significados atribuidos socialmente a las relaciones de individuos con objetos no animados, particularmente con dispositivos tecnológicos, a los que denomina “actantes”, no obstante, su origen y posibilidades no se constriñen a este tipo de aplicaciones. Quienes la originaron durante la década de los noventa del siglo XX, los franceses Bruno Latour y Michel Callon, partieron del supuesto de que no es posible diferenciar lo humano de lo no humano, pues para efectos de su conocimiento, tanto lo uno como lo otro son producto de construcciones sociotécnicas, de entramados complejos entre elementos humanos, tecnología, organizaciones, elementos organizacionales inmateriales, dispositivos legales y elementos naturales (Vicsek *et al.*, 2016).

Bruno Latour (2005) propuso la idea de que las ciencias sociales, y particularmente la sociología, tendrían como objeto estudiar la distribución de la acción en forma de red entre conjuntos de actantes, mediante un proceso de rastreo de las relaciones, hasta encontrarles orden o sentido. Ese colectivo, al que se denominaría actor-red, de acuerdo con Michel Callon (1986), es tanto un actor encargado de entrelazar elementos diversos o actantes, como una red, capaz de redefinir y transformar aquellas relaciones que le han dado forma.

La teoría del actor-red, conocida por sus siglas en inglés como ANT, ha recibido múltiples aportaciones por diversos autores, entre los que destaca el británico John Law (Law y Hassard, 1999), quien afirmó que, para la ANT, los actores sociales no se ubican nunca en cuerpos u objetos, sino que son siempre redes de relaciones heterogéneas o un efecto producido por tales redes.

El auge de la teoría del actor-red se dio hacia el final del siglo XX, principalmente por la necesidad de comprender los efectos de la irrupción masiva del uso de tecnologías de información y comunicación, internet y las redes sociales, en la sociedad y en la humanidad misma. Los conceptos y especialmente el enfoque metodológico, centrado en el ensamblaje de las relaciones como productoras de significado, más que en los actores mismos, se ha encontrado pertinente para enfrentar esta condición de la sociedad.

Se puede afirmar que la ANT ubica su trabajo en la escala macro, se interesa por la constitución de los actores-redes como colectivos con capacidad de agencia, a partir del conjunto de relaciones heterogéneas entre diversos actantes, los que a su vez también son reconocidos como productos de otras relaciones heterogéneas.

En el ámbito del turismo ha sido utilizada en diversos trabajos, entre otros se pueden mencionar los de O'Neill y Whatmore (2000) quienes estudiaron un complejo que incluye hotel, restaurante y viñedo en Gales, desde el enfoque de la ANT. Franklin (2004) propuso la idea de que el turismo ha devenido en un reensamble heterogéneo del mundo, como mundo turístico que ha de ser visto, sentido y viajado.

Cloke y Perkins (2005) debatieron sobre el papel de los delfines y ballenas en la representación y significado de un destino turístico. Van der Duim (2007) desarrolló un concepto que ha tenido amplia aplicación en diversos estudios turísticos, el de *tourismscapes* (¿turispaisajes?), partiendo del enfoque de la ANT.

Rodger *et al.* (2009) analizaron las relaciones entre el turismo de vida silvestre y la ciencia, desde el enfoque de la ANT. Paget *et al.* (2010), también desde la perspectiva de la ANT, abordaron un caso de innovación en turismo. Por su parte, Tribe (2010) utilizó la perspectiva de la ANT para plantear la idea de que las redes de conocimiento turístico son producto de las relaciones heterogéneas entre los académicos.

En un trabajo en el que revisa las aportaciones de la ANT a diversos conceptos del turismo y señala el impacto que ha tenido su concepto de *tourismscapes*, van der Duim *et al.* (2013) plantean la amplia perspectiva que aún tiene para ofrecer esta perspectiva teórica para la mejor comprensión del turismo.

Teoría de los campos de acción estratégica

Si la teoría del actor-red se centra en la forma en la que las relaciones sociales conforman redes, que a su vez adquieren capacidad de agencia, la teoría de los campos de acción estratégica, propuesta por los norteamericanos Neil Fligstein y Doug McAdam (2011; 2012), se centra en las formas que toman las relaciones entre agentes, es decir, se enfoca en lo que en sociología se ha estudiado como “movimientos sociales”.

La innovación de este enfoque teórico consiste en que considera que la mayor parte de la acción social sucede en lo que denominan nivel meso del orden social o “campos”, en los que distintos grupos se enfrentan cuando existe algo en disputa. La noción de campo es tomada de los trabajos de Bourdieu (2002), de los que toman los conceptos de reglas del juego, posiciones desiguales y apuesta específica, pero a diferencia del concepto original, para Fligstein y McAdam, los campos cambian de acuerdo con la definición de la situación, idea directamente tomada del interaccionismo de Goffman (1959). Clasifican a los actores participantes en los campos de acuerdo con su intencionalidad, es decir, del significado subjetivo atribuido a sus acciones, como beneficiarios, contestatarios y unidades de gobernanza.

La aplicación de la teoría de los campos de acción estratégica se ha ubicado en el ámbito organizacional y de la ciencia política, sin embargo, los autores han planteado que es factible hacerlo en cualquier ámbito social; de hecho, proponen que el enfoque puede adaptarse de manera análoga a las escalas macro y micro sociales.

Se puede afirmar que la teoría de los campos de acción estratégica, si bien no tiene como finalidad última la interpretación de los significados, la importancia de estos en la identificación de los actores y de los campos, los cuales son su objeto de interés central, la ubican en la escala mesosocial. Esta teoría es relativamente reciente, por lo que no se tiene aún una amplia noticia de trabajos publicados en su aplicación al ámbito turístico; se identificó el trabajo de Cannas *et al.* (2019), en el que aplican esta teoría a la cocreación de valor colectivo en empresas turísticas. González y Macías (2019) analizan la influencia de las aptitudes sociales en la formación de capital social y en la calidad de vida en sitios de destino turístico, y González y Osorio (2020) reflexionan sobre la formación de campos de acción estratégica en la academia dedicada al turismo.

Recapitulación final

El turismo puede ser objeto de estudio social, desde la interpretación de sus significados, incluyendo la interacción subjetiva-intersubjetiva de turistas, anfitriones y otros agentes participantes, tanto humanos como no humanos. Las teorías sociales con perspectiva interpretativa permiten abordar estos significados, ya sea desde su producción colectiva, o desde los efectos que estos significados ejercen en las estructuras sociales y en la vida de los individuos.

Desde las perspectivas interpretativas existen diversas teorías adecuadas para trabajar con los significados, ya sea en las escalas macro, meso o microsociales. Algunas de tales teorías han sido aplicadas de manera prolífica al turismo ya sea al análisis de casos concretos o para efectos de afinar la conceptualización general sobre la actividad. Se

identificaron diversos trabajos tanto teóricos como aplicados al turismo a lo largo de los años, prácticamente desde mediados del siglo XX a la fecha, siendo mayor el número de manera notoria hacia los tiempos recientes.

Si bien, en comparación con la extensa producción académica fundamentada desde otras perspectivas distintas a la interpretativa, por ejemplo positivistas o críticas, se puede considerar que los estudios desarrollados con fundamento en las teorías expuestas en el presente texto son relativamente escasos, hay una tendencia creciente, lo que hace suponer que en el futuro serán aún más y con mayor riqueza tanto conceptual como empírica, en beneficio del conocimiento académico y general del turismo.

En este sentido, sus hallazgos serán de utilidad para ampliar el campo de estudio del turismo, profundizar en su conocimiento y comprender situaciones problemáticas reales tanto urgentes como coyunturales en casos concretos o en general. Si además se considera que la comprensión está en la vía de la mejora, es de destacar que se esperarían en el futuro importantes aportaciones para mejorar la experiencia tanto de quienes viajan como de quienes reciben a los viajeros.

Las aportaciones al entendimiento de las relaciones interpersonales en el turismo son también aportes al entendimiento de las relaciones en la sociedad, lo que a su vez estaría también en el camino para mejorarlas, en favor de la tolerancia, el respeto por la diversidad y la mejor comprensión intercultural.

En el presente texto se abordó de manera somera un conjunto de enfoques teóricos seleccionados privilegiando, entre otros muchos, aquellos que han sido aplicados al ámbito turístico y que en general han sido reconocidos como enfoques valiosos. Esto sin duda condujo a que no se considerara otro cúmulo de enfoques teóricos que pueden ser igualmente o incluso más valiosos, por lo que este ejercicio no debe considerarse ni exhaustivo ni limitativo, por el contrario, la intención que subyace a este documento es el despertar el interés en el lector sobre las posibilidades tanto analíticas como empíricas que pueden encontrarse en las teorías, trátase de las aquí expuestas o de otras distintas. A manera de colofón se presenta una tabla que sintetiza lo aquí descrito.

Tabla. Teorías con perspectiva interpretativa y su aplicación al turismo

<i>Teoría</i>	<i>Interaccionismo simbólico</i>	<i>Fenomenología</i>	<i>Representaciones sociales (enfoque dramático)</i>	<i>Construccionismo social</i>
Autores principales	George H. Mead, Herbert Blummer	Alfred Schutz	Erving Goffman	Peter L. Berger, Thomas Luckmann
Desarrollo espacio temporal	Origen en Estados Unidos, 1937-50. Se difunde globalmente en la década de los setenta. En su forma original ha perdido presencia.	Origen en Alemania (hasta 1933), se desarrolla en Estados Unidos 1939-50. Se difunde y toma auge a partir de la década de los ochenta.	Se origina en Estados Unidos, 1959-80. Se difunde en la década de los ochenta y toma fuerza desde 2000.	Se origina en Estados Unidos, 1967-97. Su mayor auge y difusión se dio entre 1980-2000.

Teoría	Interaccionismo simbólico	Fenomenología	Representaciones sociales (enfoque dramático)	Construccionismo social
Escala social	Micro	Macro y micro	Micro y meso	Meso y micro
Enfoque	Se interesa por comprender la forma en la que los significados se producen en la interacción interpersonal	Se centra en ofrecer la herramientas conceptuales y metodológicas para entender el significado subjetivo que se atribuye a las situaciones humanas.	Se centra en la comprensión de la producción intersubjetiva del significado.	Cómo se produce el significado y cómo este puede producir estructuras contextuales específicas.
Conceptos fundamentales	<i>Self</i> , yo-social, interacción interpersonal.	Realidad social, mundo de vida, acervo social del conocimiento, situación biográfica, intersubjetividad, tipificación del significado. <i>Epoje</i> .	Actores-dramaturgos, roles-fachadas, definición de la situación, escenarios, <i>backstage</i> , <i>frame</i> (marco de la experiencia)	Objetivación-subjetivación, socialización-legitimación, institucionalización. Lenguaje y campos semánticos. Comunidades de vida y de sentido.
Antecedentes teóricos	Psicología conductista, Escuela Sociológica de Chicago y pragmatismo empírico.	Filosofía fenomenológica de Edmund Husserl y posteriormente de Martin Heidegger. Microsociología de Georg Simmel y conceptos antipositivistas de Max Weber.	Interaccionismo simbólico, conceptos de Max Weber y de Émile Durkheim.	Fenomenología social (Schütz), interaccionismo simbólico y sociología del conocimiento. Conceptos de Max Weber, Karl Marx y Émile Durkheim.
Vinculación con otras teorías y temáticas actuales	Su mayor impacto se ha dado en el desarrollo de diversas metodologías con enfoque cualitativo, en las que se considera relevante la interacción investigador-investigado.	Su difusión ha sido limitada, pero su influencia ha sido muy importante tanto para el construccionismo social como para la etnometodología y en la sociología cognitiva. Fenomenología hermenéutica.	Su influencia ha cobrado auge en el análisis de las interacciones mediadas que se dan en la sociedad actual con el uso intensivo de tecnologías de información y comunicación.	La influencia de este enfoque teórico se ha dado de manera muy amplia en diversos campos del conocimiento, incluso fuera de las ciencias sociales. Asimismo, en el desarrollo de métodos cualitativos: enfoque biográfico, teoría fundamentada.
Autores en turismo	Turner (1973), Sasser y Arbeit (1976), Moore (1980), Karch y Dann (1981), Barthes (1994), Mars y Nicod (1984), Colton (1987), Graburn (1989), Frow (1997).	Schutz y Luckmann (2003), Knebel (1974), Cohen (1979), Jamal y Hollinshead (2001), Pernecky y Jamal (2010).	Dann (1996), Edensor (2000), Santana (2003), Cary (2004), Bell y Lyall (2005), Jansson (2007), Godoy y Luna (2012), Thurnell-Read (2012), Daugstad y Kirchengast (2013), Thurlow y Jaworski (2014), Sánchez (2015a), González y Macías (2017).	Wang (1999), Small (1999), Hiernaux (2000), Mantecón (2008), Hollinshead (2006), Jennings y Polovitz (2006), Antón y González (2007), Pernecky (2012), Velázquez (2013), Campodónico (2015), Sánchez (2015b), Hernández y Monterrubio (2016), González (2009 y 2017)

<i>Teoría</i>	<i>Interaccionismo simbólico</i>	<i>Fenomenología</i>	<i>Representaciones sociales (enfoque dramaturgico)</i>	<i>Construccionismo social</i>
Autores principales	Harold Garfinkel	Bruno Latour, Michel Callon, John Law	Neil Fligstein, Doug McAdam	
Desarrollo espacio temporal	Se origina en Estados Unidos, 1967-80. Su difusión fue muy circunscrita a este país hasta después de 2000.	Se origina en Francia e Inglaterra, desde el fin la década de los ochenta del siglo XX. Fue ampliamente difundida en la década de 2000-2010.	Se origina en Estados Unidos, 2011. Ha comenzado a aplicarse en la década actual.	
Escala social	Micro	Macro y micro	Meso (aunque los autores afirman que se aplica igualmente en las escalas macro y micro)	
Enfoque	Se interesa por comprender la forma en la que los significados se producen en la interacción interpersonal y cómo estos producen estructuras contextualizadas.	Cómo el significado produce actores-redes y cómo estas a su vez producen significado.	Cómo el significado produce campos en los que participan los actores.	
Conceptos fundamentales	Etnometodología, normalidad percibida, racionalidad práctica, indexicalidad del lenguaje y reflexividad.	Actor-red, actantes humanos y no humanos, descajane-grización.	Campos de acción estratégica, actores beneficiarios, contestatarios y unidades de gobernanza, habilidades sociales, entorno del campo.	
Antecedentes teóricos	Interaccionismo simbólico y fenomenología social (Schütz).	Construccionismo social, teoría de redes sociales, sociotecnología y sociocibernética.	Construccionismo social, teoría de los campos de Pierre Bourdieu, estudios organizacionales: teoría neoinstitucional.	
Vinculación con otras teorías y temáticas actuales	Se ha aplicado en estudios sociológicos de la conversación y sociología cognitiva.	Estudio de redes y relaciones reticulares en general.	Se ha aplicado en estudios organizacionales y políticos.	
Autores en turismo	McHugh (1974), Kyle y Chick (2002), McCabe y Stokoe (2004), Boldt <i>et al.</i> (2012).	O'Neill y Whatmore (2000), Franklin (2004), Cloke y Perkins (2005), Van der Duim (2007), Rodger <i>et al.</i> (2009), Paget <i>et al.</i> (2010), van der Duim <i>et al.</i> (2013), Huete y Mantecón (2015).	Cannas <i>et al.</i> (2019).	

Fuente: elaboración propia

Referencias

- Alexander, J. C. (1987). *Twenty lectures: Sociological theory since World War II*. Columbia University Press.
- Ángel, D. A. (2011). La hermenéutica y los métodos de investigación en ciencias sociales. *Estudios de Filosofía*, (44), 9-37.
- Antón Clavé, S. y González Reverté, F. (2007). *A propósito del turismo: la construcción social del espacio turístico* (Vol. 4). Editorial UOC.
- Aranda, J. (2002). Constructivismo y análisis de los movimientos sociales. *Ciencia Ergo Sum*, 9, 218-230.
- Ayikoru, M. (2009). Epistemology, ontology and tourism. En J. Tribe (Ed.), *Philosophical Issues in Tourism* (pp. 62-79). Channel View Publications.
- Barthes, R. (1994). *Mitologías*. Siglo XXI Editores. <https://doi.org/10.2307/324891>
- Bell, C., y Lyall, J. (2005). Tourist Performers at the Crazy House, Dalat, Vietnam. *Continuum*, 19(2), 285-297. <https://doi.org/10.1080/10304310500084657>
- Berger, P. L. y Luckmann, T. (2005). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1967). *The Social Construction of Knowledge: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. St. Ives.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1997). Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. *Estudios Públicos*, 63.
- Blumer, H. y Morrione, T. J. (1969). *George Herbert Mead and Human Conduct*. AltaMira Press.
- Boldt, J., Montti, M. y Osorio, M. (2012). La experiencia del espacio vivido: etnometodología y planificación participativa del turismo en Cerro Galera. En F. Bourlon, M. Osorio, P. Mao y T. Gale (Comp.), *Explorando las nuevas fronteras del turismo* (pp. 235-244). Ediciones Ñire Negro.
- Bourdieu, P. (2002). *Questions de sociologie*. Ed. de Minuit.
- Cabrolié, M. (2011). La intersubjetividad como sintonía en las relaciones sociales: redescubriendo a Alfred Schütz. *Polis (Santiago)*, 9(27), 317-327. <https://doi.org/10.4067/s0718-65682010000300014>
- Callon, M. (1986). The sociology of an actor-network: The case of the electric vehicle. En M. Callon, A. Rip y J. Law (Eds.), *Mapping the Dynamics of Science and Technology* (pp. 19-34). Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1007/978-1-349-07408-2_2
- Campodónico, R. (2015). Turismo: de la movilidad al espacio. *Revista Latinoamericana Turismo-logía*, 1(2), 8-16.

- Cannas, R., Argiolas, G. y Cabiddu, F. (2019). Fostering corporate sustainability in tourism management through social values within collective value co-creation processes. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 139-155. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1501053>
- Cary, S. H. (2004). The tourist moment. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 61-77. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.03.001>
- Cloke, P. y Perkins, H. C. (2005). Cetacean performance and tourism in Kaikoura, New Zealand. *Environment and Planning D: Society and Space*, 23(6), 903-924. <https://doi.org/10.1068/d57j>
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), 179-201. <https://doi.org/doi:10.1177/003803857901300203>
- Colton, C. W. (1987). Leisure, recreation, tourism. A symbolic interactionism view. *Annals of Tourism Research*, 14(3), 345-360. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(87\)90107-1](https://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90107-1)
- Crotty, M. (1998). *The Foundations of Social Research: Meaning and Perspective in the Research Process*. Sage Publications.
- Dann, G. M. S. (1996). Tourists' images of a destination-an alternative analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 5(1-2), 41-55.
- Daugstad, K. y Kirchengast, C. (2013). Autenticity and the pseudo-backstage of agri-tourism. *Annals of Tourism Research*, 43, 170-191. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.04.004>
- Duek, M. C. (2009). Individuo y sociedad: perspectivas teórico-metodológicas en la sociología clásica. *Argumentos*, 22(60), 9-24.
- Edensor, T. (2000). Staging tourism: Tourists as performers. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 322-344. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00082-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00082-1)
- Farfán, R. (2009). La sociología comprensiva como un capítulo de la historia de la sociología. *Sociológica*, 70, 203-214.
- Fine, G. A. (1991). On the macrofoundations of microsociology. *Sociological Quarterly*, 32(2), 161-177.
- Fligstein, N. y McAdam, D. (2011). Toward a general theory of strategic action fields. *Sociological Theory*, 29(1), 1-26. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2010.01385.x>
- Fligstein, N. y McAdam, D. (2012). *A Theory of Fields*. Oxford University Press.
- Franklin, A. (2004). Tourism as an ordering: Towards a new ontology of tourism. *Tourist Studies*, 4(3), 277-301. <https://doi.org/10.1177/1468797604057328>
- Frow, J. (1997). *Time and Commodity Culture: Essays in Cultural Theory and Postmodernity*. Clarendon Press.

- Gadamer, H. G. (2001). *El giro hermenéutico*. Cátedra.
- Garfinkel, H. (2006). *Estudios en etnometodología*. Anthropos Editorial.
- Giddens, A. y Turner, J. (1998). *La teoría social, hoy*. Alianza Editorial.
- Godoy, K. E. y Luna, S. B. (2012). A estética turística e cinematográfica da favela. *Caderno Virtual de Turismo*, 12(2), 239-252.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Harvard University Press.
- Goffman, E. (2004). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu editores.
- Goffman, E. (2008). *Behaviour in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings*. Simon and Schuster.
- González, A. (2007). *La sociología constructivista de Berger y Luckman como perspectiva para el estudio del turismo* [Tesis doctoral] Universidad Iberoamericana.
- González, A. (2009). El Turismo desde un enfoque de sociología constructivista. *Teoría y Praxis*, 6(6), 107-122.
- González, A. (2010a). Posturas subyacentes sobre orden y acción social en las teorías del turismo. En M. Castillo y A. Pannoso (Eds.), *Espistemología del turismo. Estudios Críticos* (pp. 98-112). Trillas.
- González, A. (2010b). El turismo en la sociología contemporánea, una aproximación. *Anuario Turismo y Sociedad*, XI, 119-142.
- González, A. (2017). *Construcción social de la experiencia turística* (1a ed.). Bubok Publishing S.L.
- González, A. y Macías, A. R. (2017). Modelo conceptual de los marcos primarios de la experiencia turística mediada por tecnología. *Rosa dos Ventos–Turismo e Hospitalidade*, 9(II), 159-178. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v9i2p159>
- González, A. y Macías, A. R. (2019). Influencia del capital social en la calidad de vida de los habitantes de la isla turística Cozumel, México. *Investigaciones Turísticas*, 18, 138-168. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14198/INTURI2019.18.07>
- González, A. y Osorio, M. (2020). El sistema de producción del conocimiento turístico en México. Fuerzas restrictivas, resistencias y adaptación (1989 a 2019). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29(30° Aniversario), 26-50.
- González, A. y Palafox, A. (2014). Sociología del turismo en español. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(4), 805-819. <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V23/N04/v23n4a09.pdf>

- Goodson, L. y Phillimore, J. (2004). The inquiry paradigm in qualitative tourism research. En J. Phillimore y L. Goodson (Eds.), *Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies* (pp. 30-45). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203642986>
- Graburn, N. (1989). Tourism, the Sacred Journey. En V. L. Smith (Ed.), *Hosts and Guests: Anthropology of Tourism* (pp. 19-36). University of Pennsylvania Press.
- Guba, E. y Lincoln, Y. (1994). Competing paradigms in qualitative research. En N. K. Denzin y Y. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research* (pp. 105-117). Sage.
- Heidegger, M. (2012). *La idea de la filosofía y el problema de la concepción del mundo*. Herder.
- Hernane, E. (2005). La conciencia ambiental en los espacios recreativos naturales. Estudio de caso: el Valle del Culpumpio I, La Marquesa. *El Periplo Sustentable*, (10), 23-44.
- Hernández, R. y Monterrubio, C. (2016). Construcciones sociales del espacio turístico recreativo. Un estudio interpretativo sobre las prácticas recreativas en el parque nacional Molino de Flores Neahualcōyotl, México. *Turismo y Sociedad*, XIX, 37-48. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.03>
- Hiernaux, D. (2000). La fuerza de lo efímero. Apuntes sobre la construcción de la vida cotidiana en el turismo. En A. Lindón (Ed.), *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad* (pp. 95-122). Anthropos, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, Universidad Nacional Autónoma de México, El Colegio Mexiquense.
- Hollinshead, K. (2006). The shift to constructivism in social inquiry: Some pointers for tourism studies. *Tourism Recreation Research*, 31(2), 43-58. <https://doi.org/10.1080/02508281.2006.11081261>
- Holstein, J. A. y Gubrium, J. F. (2011). The constructionist analytics of interpretive practice. En N. K. Denzin y Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage Handbook of Qualitative Research* (4a ed., pp. 341-358). SAGE Publications.
- Huete, R. y Mantecón, A. (2015). La construcción de la opinión pública sobre el turismo: crítica a la teoría del intercambio social. En D. Hiernaux (Ed.), *Turismo, sociedad y territorio: una lectura crítica* (pp. 311-325). Universidad Autónoma de Querétaro.
- Husserl, E. (1992). *Invitación a la fenomenología*. Paidós.
- Husserl, E. (2013). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica. Libro primero, Introducción general a la fenomenología pura*. UNAM-Instituto de Investigaciones Filosóficas.
- Jamal, T. y Hollinshead, K. (2001). Tourism and the forbidden zone: The underserved power of qualitative inquiry. *Tourism Management*, 22(1), 63-82. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00020-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00020-0)
- Jansson, A. (2007). A sense of tourism: New media and the dialectic of encapsulation/decapsulation. *Tourist Studies*, 7(1), 5-24. <https://doi.org/10.1177/1468797607079799>

Jennings, G. y Polovitz, N. N. (2006). *Quality Tourism Experiences*. Elsevier Butterworth-Heinemann.

Kalberg, S. (2013). La sociología weberiana de las emociones: un análisis preliminar. *Sociológica*, 28, 243-260.

Karch, C. A. y Dann, G. H. S. (1981). Close encounters of the Third World. *Human Relations*, 34(4), 249-268. <https://doi.org/10.1177/001872678103400401>

Knebel, H.J. (1974). *Sociología del turismo: cambios estructurales en el turismo moderno*. Hispano Europea.

Kyle, G. y Chick, G. (2002). The social nature of leisure involvement. *Journal of Leisure Research*. 34(34), 426-448.

Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory*. Oxford University Press.

Law, J. y Hassard, J. (1999). *Actor Network Theory and After*. Blackwell, Sociological Review.

Lindón, A. (2000). *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*. Anthropos Editorial.

Lindón, A. (2007). El constructivismo geográfico y las aproximaciones cualitativas. *Revista de Geografía Norte Grande*, 21(37), 5-21. <https://doi.org/10.4067/s0718-34022007000100001>

Mantecón, A. (2008). *La experiencia del turismo: un estudio sociológico sobre el proceso turístico-residencial*. Icaria.

Mars, G. y Nicod, M. (1984). *The World of Waiters*. Routledge Revivals.

McCabe, S. y Stokoe, E. H. (2004). Place and identity in tourists' accounts. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 601-622. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.01.005>

McHugh, P. (1974). *On the Beginning of Social Inquiry*. Routledge and Paul Kegan.

Mead, G. H. (1999). *Espíritu, persona y sociedad: desde el punto de vista del conductismo social*. Paidós Ibérica.

Mead, G. H. y Morris, C. W. (1934). *Mind, Self & Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*. University of Chicago Press.

Michael, M. (2016). *Actor-Network Theory Trials, Trails and Translations*. SAGE Publications.

Moore, A. (1980). Walt Disney World: Bounded ritual space and the playful pilgrimage centers. *Anthropological Quarterly*, (October), 207-217.

Moscovici, S. (2001). *Social Representations: Explorations in Social Psychology*. New York University Press.

- Nizet, J. y Rigaux, N. (2006). *La sociología de Erving Goffman*. Melusina.
- O'Neill, P. y Whatmore, S. (2000). The business of place: Networks of property, partnership and produce. *Geoforum*, 31(2), 121-136. [https://doi.org/10.1016/S0016-7185\(99\)00037-8](https://doi.org/10.1016/S0016-7185(99)00037-8)
- Paget, E., Dimanche, F. y Mounet, J. P. (2010). A tourism innovation case: An Actor-Network Approach. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 828-847. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.02.004>
- Pernecky, T. (2012). Constructionism. Critical pointers for tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1116-137. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.12.010>
- Pernecky, T. y Jamal, T. (2010). (Hermeneutic) Phenomenology in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 1055-1075. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.04.002>
- Phillimore, J. y Goodson, L. (2004). *Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies*. Routledge.
- Ritzer, G. (1993). *Teoría sociológica clásica*. McGraw Hill.
- Rodger, K., Moore, S. A. y Newsome, D. (2009). Wildlife tourism, science and actor network theory. *Annals of Tourism Research*, 36(4), 645-666. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.06.001>
- Sánchez, V. V. (2015a). Escenarios turísticos e inseguridad en el turismo. *Revista Latinoamericana Turismología*, 1(1), 61-75.
- Sánchez, V. V. (2015b). Imaginarios, representaciones e imagen turística. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos-ABET*, 5(1), 32-46.
- Sandoval, J. (2014). Construccinismo, conocimiento y realidad: una lectura crítica desde la psicología social. *Revista MAD*, 0(23), 31-37. <https://doi.org/10.5354/0718-0527.2010.13633>
- Santana, A. (2003). Patrimonios culturales y turistas: unos leen lo que otros miran. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1(1), 1-12.
- Sasser, W. E. y Arbeit, S. P. (1976). Selling jobs in the service sector. *Business Horizons*, 19(3), 61-65. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(76\)90053-7](https://doi.org/10.1016/0007-6813(76)90053-7)
- Schütz, A. (2003). *El problema de la realidad social*. Amorrotu.
- Schütz, A. y Luckmann, T. (2003). *Las estructuras del mundo de la vida*. Amorrotu.
- Simmel, G. (2015). *Sociología: estudios sobre las formas de socialización*. Fondo de Cultura Económica.
- Small, J. (1999). Memory-work: A method for researching women's tourist experiences. *Tourism Management*, 20(1), 25-35. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00091-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00091-0)

- Strauss, A. L. (1964). *Qualitative Analysis for Social Scientists*. Cambridge University Press.
- Thurlow, C. y Jaworski, A. (2014). “Two hundred ninety-four”: Remediation and multimodal performance in tourist placemaking. *Journal of Sociolinguistics*, 18(4), 459-494. <https://doi.org/10.1111/josl.12090>
- Thurnell-Read, T. (2012). Tourism place and space. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 801-819. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.09.009>
- Tribe, J. (2010). Tribes, territories and networks in the tourism academy. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 7-33.
- Turner, V. (1973). The Center out There: Pilgrim’s Goal. *History of Religions*, 12(3), 191-230. <https://doi.org/10.1086/462677>
- van der Duim, R. (2007). Tourism scapes an actor-network perspective. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 961-976. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.05.008>
- van der Duim, R., Ren, C. y Thor, J. G. (2013). Ordering, materiality, and multiplicity: Enacting actor-network theory in tourism. *Tourist Studies*, 13(1), 3-20. <https://doi.org/10.1177/1468797613476397>
- Velázquez, M. A. (2013). La formulación de las políticas públicas de turismo en México. El caso del programa federal “Pueblos Mágicos” 2001-2012. *Diálogos Latinoamericanos*, 21, 89-110.
- Vicsek, L., Király, G. y Kónya, H. (2016). Networks in the social sciences: Comparing actor-network theory and social network analysis. *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, 7(2), 77-102. <https://doi.org/10.14267/CJSSP.2016.02.04>
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0)
- Weber, M. (1998). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Istmo.