



REVISTA TURISMO ESTUDOS & PRÁTICAS

ISSN: 2316-1493

Artigo/Article

DIECIOCHO AÑOS DE OLORES EN EL DESTINO TURÍSTICO BAHÍAS DE HUATULCO (OAXACA, MÉXICO): UNA AUTOETNOGRAFÍA QUE APUNTA A LA ÉTICA

*DEZOITO ANOS DE CHEIROS NO DESTINO TURÍSTICO BAHÍAS DE HUATULCO (OAXACA, MÉXICO): UMA
AUTOETNOGRAFIA QUE APONTA PARA A ÉTICA*

*EIGHTEEN YEARS OF SMELLS IN THE TOURIST DESTINATION BAHÍAS DE HUATULCO (OAXACA, MEXICO):
AN AUTOETHNOGRAPHY THAT POINTS TO ETHICS*

José María Filgueiras Nodar¹

RESUMEN: Este artículo representa el testimonio personal de un residente en Huatulco acerca del paisaje olfativo de la localidad, intentando extraer resultados de interés para la ética turística. Después de exponer los principales elementos de la autoetnografía como marco teórico-metodológico de la investigación, pasa a exponer los aspectos más destacados de ese paisaje olfativo, iniciando con las áreas verdes de Huatulco para a continuación exponer los olores percibidos en las zonas más urbanizadas y con mayor presencia humana. El texto finaliza reflexionando sobre las limitaciones de la investigación, los cambios de olor percibidos a lo largo del tiempo y la manifestación olfativa de ciertos impactos del turismo relevantes para la ética del sector. **Palabras clave:** olfato, paisaje olfativo, autoetnografía, ética del turismo.

RESUMO: Este artigo representa o depoimento pessoal de um morador de Huatulco sobre a paisagem olfativa local, tentando extrair resultados de interesse para a ética do turismo. Após apresentar os principais elementos da autoetnografia como marco teórico e metodológico de pesquisa, o autor passa a apresentar os aspectos mais notáveis dessa paisagem olfativa, começando pelas áreas verdes de Huatulco e descrevendo os cheiros percebidos nas áreas mais urbanizadas e com maior presença humana. O texto conclui refletindo sobre as limitações da pesquisa, as mudanças no olfato percebidas ao longo do tempo e a manifestação olfativa de certos impactos do turismo relevantes para a ética do setor. **Palavras-chave:** cheiro, paisagem olfativa, autoetnografia, ética do turismo.

¹ Instituto de Investigación de Turismo, Universidad del Mar (campus Huatulco). Doctor en Filosofía (Universidad Autónoma del Estado de Morelos). E-mail: jose.filgueiras@aulavirtual.umar.mx





ABSTRACT: This article represents the personal testimony of a Huatulco resident regarding the local olfactory landscape, attempting to extract insights of interest to tourism ethics. After presenting the main elements of autoethnography as a theoretical and methodological framework for the research, it shows the most salient aspects of this olfactory landscape, beginning with Huatulco's green areas and then presenting the scents perceived in the most urbanized areas with the greatest human presence. The text concludes by reflecting on the limitations of the research, the changes in scent perceived over time, and the olfactory manifestation of certain tourism impacts relevant to the ethics of the sector. **Keywords:** smell, smellscape, autoethnography, tourism ethics.

INTRODUCCIÓN

Los atractivos visuales de Bahías de Huatulco son innegables. El mar con su gama de azules casi infinita; la selva llegando hasta el mismo centro de las playas; los cerros al inicio de la temporada de lluvias, cambiando de color en cuestión de días, desde un ocre apagado a una explosión de posibilidades y matices de verde; puestas de sol espectaculares en las cuales el rojo, el rosa y el gris batallan hasta perderse en el azul marino y finalmente el negro moteado de estrellas o dulcificado por la luna llena; cardenales, urracas, momotos y otras muchas vistosas especies que dejan corta la famosa expresión con que Segismundo, el atormentado personaje de *La vida es sueño*, se refirió a las aves: *ramilletes con alas* (Calderón, 2003). Cualquier mínima revisión de la publicidad acerca de destino turístico servirá para comprobar de manera palmaria lo atractivo que resulta Huatulco para los ojos humanos.

Evidentemente, todo destino ofrece una experiencia multisensorial, de manera que los demás sentidos también resultan halagados. Pensemos en el oído, con los cantos de los pájaros o el sonido del mar; el tacto de la arena (muy diferenciado en cada una de las 36 playas que posee Huatulco); y por supuesto el gusto: todos los sabores de la cocina local, que integra desde lo más arraigado de la gastronomía oaxaqueña, una de las más reconocidas de México, hasta las últimas tendencias internacionales.

En este artículo me centraré en el que es, quizá, el sentido al que menos atención solemos prestar: el olfato. Lo primero que debo hacer es recalcar la importancia del olfato en múltiples aspectos de la experiencia humana. Su relación con la memoria (por cierto, una parte extremadamente importante de nuestra identidad, tal y como es expuesta por Locke, 2005, cap. XXVII, y todos quienes le siguieron en este punto) resulta ampliamente conocida y se ha hecho famosa al menos desde la publicación en 1913 de *Por el camino de Swann*, obra en la que Proust (1927) narra su experiencia con la magdalena.

Desde el punto de vista de un mercadólogo, pocas cosas hay más sólidas que la relación existente entre la memoria y las emociones, y esto en un sentido muy directo: las emociones hacen que recordemos las cosas. Por ejemplo, si un día te ha perseguido un toro, llevarás ese susto contigo para toda la vida: resulta muy fácil conservar ese día espontáneamente en nuestra memoria, frente al uso de técnicas o las múltiples repeticiones que serían precisas para recordar algo carente de ese contenido emocional, como una lista de números de teléfono. Esta relación de múltiples niveles entre las emociones, la memoria y el olfato no hace sino recalcar la relevancia del olfato, lo mismo en la vida cotidiana (pensemos en el importante papel que este sentido juega en actividades como la comida o el sexo) que por supuesto en la mercadotecnia.



El propósito de este artículo es explorar qué sucede con el *paisaje olfativo*² del destino turístico Bahías de Huatulco, un Centro Integralmente Planeado que se desarrolló a partir de los años 80 del siglo XX, y que hoy día es uno de los más destacados de todo el país. Tal y como se indica en el título, trataré de observar las posibles implicaciones éticas de los hallazgos de dicha exploración.

Mi punto de vista para la misma es el de un residente: he vivido aquí desde el año 2007 hasta el 2025, por lo cual en principio me considero capacitado para abordar el tema, exponiendo algunos de los múltiples componentes del mencionado paisaje olfativo de este destino, así como, de ser necesario, sus cambios a lo largo del tiempo. El texto se encuadra en el marco teórico-metodológico proporcionado por la autoetnografía; es por ello que debo dedicar unos párrafos a presentar dicho marco, así como sus usos en el terreno del turismo y de los aspectos olfativos, lo cual servirá tanto para entender mejor el propósito de la investigación como para justificar la pertinencia del enfoque elegido.

LA AUTOETNOGRAFÍA Y SUS USOS

La autoetnografía es, de acuerdo con Ellis, Adams y Bochner (2019), “un acercamiento a la investigación y a la escritura, que busca describir y analizar sistemáticamente la experiencia personal para entender la experiencia cultural” (p.17). Otra caracterización que permite profundizar en el significado y dimensiones de la autoetnografía es la que aporta Reed-Danahay (1997) en referencia a las diversas narrativas recogidas en su libro: “una forma de autonarración que sitúa al yo dentro de un contexto social” (p.9), de la que destaca su carácter dual, al constituir tanto un método como un texto.

Como explica Hokkanen (2017) basándose en la obra de Ellis, la autoetnografía parte del método etnográfico tan sobradamente contrastado en antropología, pero otorga un peso fundamental a los aspectos y reflexiones personales del investigador a la hora de entender el mundo social en el cual se halla inserto. Por ello, la autoetnografía combina de forma iterativa el análisis cultural con la introspección, a través de un proceso sucesivo de acercamiento a lo personal y alejamiento hacia lo sociocultural (*zooming in-zooming out*) (Hokkanen, 2017).

Un elemento clave para entender la autoetnografía es su oposición a una manera muy habitual de entender la ciencia. Se trata de esa “imagen idealista de la investigación científica [que] implica una adhesión estricta a la objetividad y la neutralidad emocional” (Hokkanen, 2017, p.24), la cual, como sabemos, ha sido fuertemente cuestionada en las ciencias sociales. Al respecto, Ellis et al. (2019) trazan una breve historia de semejante cuestionamiento, poniendo como punto de partida las críticas posmodernas a la imagen clásica de la ciencia. Mencionan así la obra de Thomas S. Kuhn (2004) y de Richard Rorty (1991), autores que muestran cómo cualquier *hecho* o *verdad* científica se halla ligada a un paradigma o vocabulario del cual depende, así como la renuncia de Jean-François Lyotard (1987) a los *grandes relatos*, junto con los impulsos del pensamiento anticolonial.

² De acuerdo con el Diccionario Cambridge (DC, s/f) una de las dos acepciones de esta palabra se refiere a “todos los olores que se encuentran en un área”. Desde luego, ésta es una caracterización muy sencilla del concepto, que desde su introducción en los estudios geográficos por Porteous (1990) ha sido objeto de un amplio tratamiento teórico –véase p. ej. Thibaud (2017), Xiao, Tait y Kang (2020) o Lindborg y Liew (2021).



El resultado de éstas y otras aportaciones fue que “los académicos de un gran espectro de disciplinas contemplaron lo que pasaría si las ciencias sociales comenzaran a estar más cercanas a la literatura que a la física, es decir, si ellos propusieran historias en lugar de teorías y estuvieran más conscientes de estar centrados en sus valores, más que pretender no tenerlos” (Ellis et al., 2019, p.19). En ese momento, afirman Ellis et al. (2019) muchos de tales académicos volvieron su mirada hacia la autoetnografía, que aparecía como un método capaz de proporcionar estudios con un gran arraigo en la experiencia del investigador, y capaz además de sensibilizar a los lectores acerca de diversas prácticas, costumbres, etc., que usualmente permanecen ocultas, fortaleciendo así la capacidad de empatizar con otras personas.

Tal y como afirma Reed-Danahay (1997), la autoetnografía se ubica en la intersección de tres géneros o formas de escribir: las *antropologías nativas*, donde los estudios antropológicos son llevados a cabo por quienes anteriormente eran objeto de los mismos, las *autobiografías étnicas*, narraciones autobiográficas escritas por miembros de minorías étnicas; y las *etnografías autobiográficas*, narraciones etnográficas que incluyen la narración de experiencias biográficas por parte del etnógrafo. Considero que esta ubicación da medida de la complejidad de las narrativas, así como de la dificultad de su elaboración.

La autoetnografía se ha utilizado en el estudio de múltiples fenómenos y campos de estudio, resultando muy difícil presentar un panorama mínimamente exhaustivo de los mismos. Por supuesto, aparece en varios estudios sobre el turismo, incluido uno de quien esto escribe (Filgueiras, 2022). Al respecto, Buckley y Cooper (2022) analizan el uso en los estudios turísticos de la autoetnografía analítica propuesta por Anderson (2006) —en la cual el autor es un miembro de pleno derecho y claramente visible del grupo de investigación, hallándose además comprometido con el análisis teórico— que dividen en tres categorías: analítica retrospectiva (analizar como datos las experiencias pasadas del investigador, generalmente con respecto a una sola cuestión de interés); colaborativa multi-autor (comparar simultáneamente la propia experiencia con la de otros coautores); y analítica experimental (diseñar eventos de manera deliberada para analizar las reacciones del investigador). Buckley y Cooper comienzan su artículo mostrando, a través de una revisión bibliográfica, en qué áreas de estudio se ha empleado la autoetnografía analítica. Al respecto, ubican cuatro grandes temas, algunos de los cuales trataré con ejemplos más detallados posteriormente:

- Experiencias: comunicación y conexión o desconexión digital, profesiones del mundo del turismo, como guía o barista, y circunstancias (p. ej. viajeros en solitario o víctimas de robo).
- Tipos de turistas: familias, activistas, etc.
- Atracciones: turismo oscuro, turismo de miseria, etc.
- Actividades (la categoría más representada): aventura, ciclismo, surf, buceo, etc.

Después, Buckley y Cooper se plantean algunas interesantes cuestiones, como cuándo y por qué resultan apropiados los enfoques autoetnográficos. Una de sus principales conclusiones es que la autoetnografía analítica constituye una herramienta especializada, útil por lo tanto para tareas muy específicas, como sucede en particular con las investigaciones centradas en los aspectos emocionales, que se benefician en gran medida de los datos en primera persona. Como tal herramienta especializada, deben tenerse en cuenta tanto sus ventajas como sus inconvenientes. También resultan interesantes las consideraciones de Buckley y Cooper acerca del mejor modo de utilizar





la autoetnografía analítica. Al respecto, comentan la necesidad de aportar descripciones lo más detalladas que sea posible para comunicar a los lectores todos los aspectos relevantes de la investigación.

Teoh, Kwek y Wang (2023) estudian las transformaciones sociales (no las transformaciones psicológicas que investigan habitualmente los estudios de las experiencias turísticas transformadoras) causadas por los viajes a lugares con diferentes ambientes culturales. Para ello utilizan la ya mencionada autoetnografía analítica, un método que contrastan triangulándolo con el análisis de contenido de las publicaciones de veinte blogueros que viajaron a Vietnam. De acuerdo con este estudio, la cultura juega tres papeles fundamentales: "(1) servir como material cultural en el destino, (2) como una entidad para la co-creación de experiencias a través de la mirada interpretativa de los turistas [...] y (3) la interpretación de la cultura por parte de los turistas para las transformaciones". Del mismo modo, los autores hicieron un interesante trabajo detectando dos barreras a las transformaciones: las expectativas y la calidad del servicio recibido. Un aspecto interesante es que, a lo largo de todo este estudio, no sólo tomaron en cuenta los aspectos visuales, sino que se mencionan también los olores como algo propio del ambiente cultural.

El texto de Rostami, Trupp y Stephenson (2024) combina la autoetnografía analítica y la evocativa para analizar algo que suele ser poco explorado en el terreno del turismo, como son las experiencias de una viajera en solitario. Comienza evocando una serie de sensaciones y estados de ánimo que se suscitaron en los viajes de la primera autora, quien señala el miedo, el estrés, el disgusto o la sensación de soledad, causados por silbidos y acercamientos indeseados a su persona en la calle por parte de desconocidos, o conversaciones y preguntas ofensivas. El estudio concluye que muchos *stakeholders* del sector turístico (p. ej. en taxis y restaurantes) carecen de habilidades emocionales, y que ello puede provocar insatisfacción a las viajeras en solitario, por lo cual se debería proporcionar una formación más completa a aquéllos, particularmente en cuestiones de género. Esta clase de conclusiones se derivan, a mi juicio, de la posibilidad que aporta la autoetnografía de acceder a aspectos muy íntimos de la experiencia personal.

Houge Mackenzie y Kerr (2012) presentan un interesante estudio sobre el turismo de aventura, para el cual obtienen sus datos haciendo uso de la perspectiva autoetnográfica (al retomar una experiencia de montañismo en Bolivia de la primera autora) y después los analizan a través del prisma proporcionado por la *teoría de la inversión* del psicólogo Michael J. Apter (2005). Así, interpretan de acuerdo con los contenidos de dicha teoría factores tan importantes para la experiencia como el equipo utilizado, las condiciones ambientales, los demás participantes o el que ejerció un mayor influjo sobre la totalidad de la misma: las interacciones con los guías. La *teoría de la inversión* ayuda a los autores a entender la llamada paradoja del riesgo propia del turismo de aventura, en el cual "los participantes buscan voluntariamente lo que perciben como actividades «arriesgadas» en la medida en que se sientan protegidos del riesgo" (Houge Mackenzie y Kerr, 2012, p.129). Este es un efecto claramente explicado por el concepto de *marco protector* de dicha teoría, según el cual las emociones positivas surgen cuando el riesgo está emparejado con algún tipo de sentimiento de protección (puede basarse en la autoconfianza, la confianza en los guías, etc.) sin el cual dicho riesgo se percibiría en forma de miedo o ansiedad. Las fluctuaciones en los estados motivacionales que se experimentan al realizar la actividad del montañismo son otro de



los grandes ejes del artículo, un tema para cuyo estudio, evidentemente, resultan de gran interés las aportaciones de la autoetnografía.

Aunque en el terreno de los estudios turísticos existe una gran cantidad de autoetnografías, no he podido encontrar ninguna relacionada con el turismo olfativo, o que vincule de manera directa turismo y aspectos olfatorios. Uno de los textos más cercanos a esta temática es el de Sergidou (2022), quien explora los paisajes olfativos del carnaval de Cádiz (España), evento que, si bien no constituye el foco principal del artículo ni de la investigación doctoral en que se basa éste –investigación acerca de la participación femenina en el carnaval, puede considerarse de una forma totalmente legítima como un atractivo turístico. La autora recuerda cuando jugaba a describir olores a una amiga sin sentido del olfato, y utiliza este recurso para exponer de manera evocadora algunos de los paisajes olfativos con que se encuentra al llegar al aeropuerto de Jerez y posteriormente a la ciudad de Cádiz. Lo primero que destaca Sergidou (2022) es la semejanza de ese “olor del calor” (p.151) que le recibe con el de su ciudad natal, lo que le aporta un fuerte sentido de familiaridad; posteriormente, habla de olores como “cemento quemado [...] piel quemada por el sol [...] aire de secador de pelo [...] sal de fondo [o] aceite de oliva olvidado” (p.151). El carnaval, a su vez, “huele como cuando te aprietan multitudes en calles estrechas [...] a manos grasientas de amigos mojando las manos en pescado frito [...] a miedo cuando [...] te vas a casa sola por la noche” (Sergidou, 2022, p.153). El texto cierra con unas reflexiones acerca de la interrelación entre la memoria y los sentidos, destacando el modo en que priorizar el olfato contribuye a plantear alternativas a los discursos dominantes.

El siguiente apartado dará inicio a mi propia narrativa autoetnográfica, la cual he tratado de organizar en dos grandes bloques: uno referente a los olores de aquellas áreas de Huatulco con más presencia humana, tanto de locales como de turistas, y otro relativo a las áreas naturales, con el que comenzaré enseguida.

ÁREAS NATURALES Y (MÁS O MENOS) PROTEGIDAS

Huatulco es uno de los destinos turísticos del país que más pueden presumir de su carácter verde, ecológico, sustentable o como le queramos decir en esa línea. El destino contiene desde 1998 un área natural protegida, el Parque Nacional Huatulco, con grandes atractivos tanto en su zona terrestre como en la marítima. Recientemente se han decretado nuevas áreas protegidas: el Parque Nacional Huatulco II, el Parque Nacional Ricardo Flores Magón y el Área de Protección de Flora y Fauna de Bajos de Coyula, todos ellos en 2023³, así como el Parque Nacional Tangelunda y el Área de Protección de Flora y Fauna de Bajos de Coyula II, en 2024⁴. Huatulco es asimismo el primer destino de Hispanoamérica galardonado con la importante certificación Earth Check (anteriormente Green Globe, obtenida por primera vez en 2005) y la franja costera del municipio de Santa María Huatulco está considerada un sitio Ramsar desde

³ Los decretos de creación de estas diferentes áreas están disponibles para consulta en https://simec.conanp.gob.mx/pdf_decretos/213_decreto.pdf (PN Huatulco II), https://simec.conanp.gob.mx/pdf_decretos/214_decreto.pdf (PN Ricardo Flores Magón) y https://www.dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5698653 (APFF Bajos de Coyula).

⁴ Véanse los decretos de creación en https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5718085&fecha=26/02/2024#gsc.tab=0 (PN Tangelunda) y https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5739810&fecha=26/09/2024#gsc.tab=0 (APFF Bajos de Coyula II).



2003. Más allá de estos logros, y otros muchos que podrían citarse (distintivo S, Blue Flag, ADVC Huatulco, etc.) las prácticas ecologistas y el modo de vida sustentable han calado hondo en la población local y la sociedad civil huatulqueña, y son parte de la vida cotidiana de gran cantidad de residentes. Esto no quiere decir, ni mucho menos, que Huatulco se halle exento de problemas ambientales, pero sí llama la atención sobre la conciencia existente acerca de los mismos, sus posibles soluciones y el papel que cada uno de nosotros juega en ello.

Tal vez alguien piense que, antes de hablar de áreas naturales, naturaleza virgen, etc., deberíamos disponer de alguna definición de gran calado sobre el tema. No quiero ni intentarlo: tal y como señala Teresa Kwiatkowska (2008) “en la historia de las ideas occidentales, ningún otro concepto ha adquirido una gama tan vasta ni tan cargada de significados como el término naturaleza” (p.53), de modo que meterse por ese camino significará una enorme inversión de tiempo, que se saldría fuera del ámbito de este artículo (a pesar, por supuesto, de su innegable interés). Creo que, a efectos del presente texto, tendremos que contentarnos con la visión intuitiva que muchos occidentales tenemos de la naturaleza, como de un espacio (razonablemente) no influido por la acción humana.

A este respecto, debo decir que, debido a todo lo citado en párrafos anteriores, dentro del municipio de Santa María Huatulco resulta difícil recorrer uno o dos kilómetros seguidos sin toparse con lo que intuitivamente podemos caracterizar como naturaleza, bien sea en áreas que cuentan con protección oficial o espacios que, careciendo de ésta, permiten disfrutar de la naturaleza tal y como la acabamos de caracterizar. La urbanización, en diversas combinaciones de legalidad y legitimidad, va reduciendo día con día estas áreas, pero la extensión del municipio todavía deja cancha a los espacios naturales, sean áreas protegidas, caminos poco transitados o incluso los alrededores de algún terreno baldío. Cuando reparamos en el olor de estos espacios, es muy interesante constatar que nunca huelen “a nada”.

Pondré un ejemplo tan sencillo como un atajo que a veces tomo dentro de las instalaciones de mi universidad, un sendero de tierra trazado espontáneamente por el paso del personal de mantenimiento y que ahora usamos también varios alumnos y profesores. En este sendero, literalmente pegado a una serie de edificios y caminos por los que circulan cada día cientos de personas, a poco que uno se concentre en ello, se encontrará con multitud de olores “naturales”. Desde luego, darse cuenta de que están ahí es muy diferente de identificarlos, mucho menos con precisión. Haciendo un esfuerzo, diría que se detectan olores orgánicos de flores, de árboles y un olor difícil de detallar a tierra (seca o mojada dependiendo de la época del año). Acercando un poco la nariz a los árboles, se perciben más intensamente algunos olores; recuerdo especialmente los cítricos o como de savia, aunque el riesgo son las picaduras de insectos (no es la primera vez que me pasa).

Hablando de identificar olores, recuerdo cuando vivía en Caracas, una vecina con la que iba a caminar de mañana por el Ávila, el cerro que separa la ciudad de la costa y que constituye desde 1958 un parque nacional. Ella había vivido mucho tiempo en un rancho del interior de Venezuela y decía que era capaz de oler a las culebras, lo cual era totalmente cierto, como pude comprobar en dos ocasiones, recorriendo aquellos caminos altos con excelentes vistas de la ciudad, a menudo cubierta de *smog*. En mi caso, aunque me he pasado literalmente años recorriendo Huatulco de noche para observar la fauna local, sobre todo mapaches y tejones (conejos, venados y tlacuaches también son



muy comunes) y en ocasiones me he acercado bastante a estos animales, nunca he logrado percibir su olor.

Sí es habitual, en cambio, oler a zorrillo; de hecho a mi juicio es mucho más habitual olerlo que verlo: en todos mis años de recorridos nocturnos en busca de animales para observar, sólo una vez logre ver a uno de estos carismáticos animales, muy quieto al lado derecho de la carretera, un poco más adelante de donde hoy se ubica el hotel Secrets. No obstante, sí he podido olerlo en múltiples ocasiones. La primera vez que esto sucedió fue allá por 2008, en la carretera de Salina Cruz, cuando viajaba en el autobús de la universidad. El conductor dijo “huele a zorrillo” y con esa identificación ostensiva inicié una nueva relación con el olor de este animal. Al respecto, debo decir que pasé buena parte de mi vida pensando que se trataba de algo terriblemente nauseabundo, quizá porque mi única fuente de información habían sido las caricaturas (es una mala manera de aprender) pero el olor real me sorprendió mucho. En el momento, me recordó un poco al del café, y de ningún modo me pareció un olor que pudiera considerarse desagradable.

En una entrevista realizada poco antes de escribir este artículo, una persona me comentó que consideraba el olor de los zorritos sumamente repugnante. Yo le comenté que nunca me había disgustado, pero esta persona argumentó que no es lo mismo olerlo desde dentro del carro o a lo lejos, que olerlo en pleno jardín de tu casa, como le había sucedido a ella. Esto me hizo pensar, por un lado, en el tema de la intensidad de los olores. Así, casi todo mundo adora el olor de la tierra mojada (omnipresente en Huatulco al inicio de la época de lluvias), pero no sucede lo mismo con el olor de un sótano húmedo; sin embargo, según los expertos, se trata del mismo olor, causado por la geosmina que producen ciertas bacterias, sólo que con mucha mayor intensidad (debido a la concentración de las moléculas) en el segundo caso. Por otro lado, cuando percibo ese olor de zorrillo, eso me hace pensar si será así de suave o simplemente se trata de que el animal está lejos. Y por si todas estas reflexiones fueran pocas, recordé que en Huatulco vive un tipo de zorrillo de muy pequeño tamaño, llamado zorrillo pigmeo, así que también me he preguntado si se tratará de que sólo he olido a esta especie endémica y no al zorrillo común (más grande y quizá más oloroso).

Una de mis preocupaciones básicas en este artículo es, como se ha dicho, poner en relación el tema del olfato con la ética turística, para lo cual parece un buen punto de partida el tomar en cuenta los impactos olfativos del turismo. Por poner un único ejemplo, estoy seguro de que cuando las cuatrimotos andan por el medio de la selva (una práctica que ha sido fuertemente criticada por Domínguez, Gómez, Hernández, Domínguez y Escobar, 2008, p.421), además del ruido que generan, el cual afecta a muchas especies de aves, la contaminación por aceite y gases, la compactación y erosión del suelo o las afectaciones a las zonas de anidación de las iguanas, también producen impactos olfativos perjudiciales. Parece que en este caso aplicaría algo que leí en una entrevista con el experto en olores Bill Hansson, acerca de que los humanos interferimos en los olores del planeta, modificando relaciones de comunicación química entre especies.

Para finalizar este epígrafe, debo decir que, aunque he vivido muchos años en Huatulco, comencé a preocuparme tarde por el estudio de los olores. Esto hace que, en las épocas de mi vida en que más he visitado las áreas naturales de Huatulco, lo hiciera sin preocuparme de los aspectos olfativos y, obviamente, sin buscarlos de manera consciente, algo que comencé a hacer mucho después. Además, hasta el año 2018 era un fumador empedernido, con el efecto negativo que ello tiene sobre el olfato. Es por ello





que los olores que más recuerdo son muy obvios o patentes, como el olor a salitre (a mar, a sal, a playa, a brisa). Diría asimismo que aquellos olores que más se han fijado en mi memoria son fundamentalmente olores agradables. En el siguiente apartado ya comenzarán a aparecer olores menos hedonistas.

ESPACIOS CON MAYOR PRESENCIA HUMANA

A los espacios naturales (en el sentido mencionado) se les debe oponer otros lugares con mucha más presencia e influencia humana. Una posible clasificación de tales lugares, fácil de entender y establecer, y bastante explicativa, sería diferenciar entre (i) los espacios más polarizados hacia el turismo, como la zona de Tangelunda, con su playa flanqueada de hoteles “todo incluido”; (ii) los espacios en los cuales se encuentran de manera indistinta turistas y residentes (un ejemplo destacado sería el centro urbano de La Crucecita); y por último (iii) los espacios donde prácticamente sólo viven residentes, caso del sector H3, originalmente unos terrenos ocupados que con el paso del tiempo se fueron convirtiendo en una colonia del municipio y por tanto adquiriendo ciertos servicios⁵. Desde luego, como toda clasificación que se quiera establecer de manera estricta, ésta presentará también sus solapamientos e inconsistencias, pero confío en que sirva como guía para la siguiente exposición.

(i) Mi experiencia de los espacios exclusivos o casi exclusivos para el turismo, con el ejemplo paradigmático de los grandes hoteles, es bastante limitada. He entrado en muy pocos hoteles del destino y las veces en que lo he hecho generalmente ha sido o bien en salones destinados a actividades como congresos y reuniones, o bien, en muchas menos ocasiones, con la modalidad de *day pass*. Ésta da acceso a muchas áreas de los hoteles, pero no a las habitaciones, de modo que no puedo decir si éstas son objeto de mercadotecnia olfativa. El único dato que puedo asegurar es que en los spas de dos hoteles entre los más grandes del destino, dicho por una de sus terapeutas, existía la norma de que debía oler siempre a manzanilla (en otra ocasión me dijeron que el olor elegido era el del té verde). Esto hace ver que, aun si no se da un *branding* olfativo como tal –algo que realmente desconozco– sí existe una preocupación cuando menos intuitiva por la identidad olfatoria que se quiere mostrar a los clientes en un espacio tan relevante como el spa del hotel.

(ii) La segunda categoría que hemos diferenciado son los lugares donde confluyen turistas y locales, comenzando por el centro de La Crucecita, un espacio paradigmáticamente compartido de forma cotidiana por ambos grupos de personas. Aquí, hasta donde sé, luego de años participando en foros y colaborando con múltiples iniciativas gubernamentales y ciudadanas, no existe ninguna preocupación institucional por desarrollar un *branding* olfativo ni nada semejante. Es por ello que asumiré la espontaneidad de los olores que se pueden percibir. Éstos pueden ser tan negativos como cuando se tiene la mala suerte de avanzar detrás del carro de la basura por una calle estrecha, que impide el adelantamiento. Pero también pueden ser muy agradables.

En el centro de La Crucecita he llevado a cabo, desde el año 2023, varios *smellwalks* (McLean, 2020) buscando deliberadamente los olores más destacados. En uno de estos recorridos, por ejemplo, recuerdo haber pasado delante de varias viviendas ante las cuales se percibían olores de heces de perro muy recientes; después, llegar a un

⁵ Alonso y García (2017) aportan un interesante análisis del proceso de desarrollo del H3 y las luchas sociales que trajo aparejadas.



lugar donde se vendía chocolate, olor que invadía con su dulzura varios metros de la calle, y por último, regresando al punto de partida, quedar fascinado con el olor excepcionalmente fuerte a limón en frente de un bar o taberna. Todo un torbellino de olores intensos.

Al igual que el chocolate, el del café es otro olor muy agradable que frecuentemente asalta a quienes pasean por el centro de La Crucecita. El desarrollo turístico de Huatulco se encuentra muy cerca de zonas de gran relevancia en cuanto al cultivo del café. Hay varias fincas cafetaleras en el propio municipio de Santa María Huatulco, algunas de las cuales constituyen destacados atractivos turísticos. El vecino ayuntamiento de San Miguel del Puerto, por su parte, también cuenta con múltiples fincas dedicadas desde el Porfiriato al cultivo de esta rubiácea (véase Talledos, 2012, pp. 120-138). Pluma Hidalgo, municipio cuya cabecera se encuentra a unos 25 kilómetros del pueblo de Santa María Huatulco, es conocido nacional e internacionalmente por la calidad de su café. El importante papel del café sin duda es una idea que debería considerarse de cara a un futuro marketing olfativo de cualquiera de los tres lugares. Sin embargo, hoy por hoy no se ha tenido en cuenta.

Tampoco se tiene en cuenta el marketing olfativo en el Mercado 3 de mayo, un espacio que por sus características parecería *a priori* ser muy prometedor para tal abordaje. Como digo, los olores del centro de La Crucecita, tanto los agradables como los desagradables, surgen espontáneamente de la actividad humana. Por ejemplo, al caer la noche, el Parque de las Ollas y otras muchas zonas comienzan a oler a comida, como hamburguesas, tacos o antojos.

La siguiente zona de concomitancia entre turistas y locales que presentaré aquí es la bahía de Santa Cruz, un área que conozco bien, dado que es mi lugar de residencia desde 2018. Se trata de una zona bastante turística, con hoteles pequeños y medianos, repleta de departamentos para rentar en plataformas como Airbnb, pero que también alberga a un buen número de residentes locales. Al respecto, debo decir que Santa Cruz es la zona que más he explorado, tanto de manera espontánea como realizando *smellwalks* similares a los que realicé en el centro de La Crucecita. También a través de lo que podría considerarse un método intermedio, como son las caminatas que doy cada noche por el techo de mi edificio, un espacio abierto al que llegan aromas de todos los alrededores.

De estas experiencias recuerdo el olor a brisa, mar, agua salada, como le queramos llamar, que a veces llega de manera espectacular desde la playa e invade toda el área. No lo he vivido muchas veces, ni siquiera una vez al año, pero cuando aparece es absolutamente contundente y no deja espacio para nada más. Otros olores muy habituales son los de comida, dado que en el área se ubican numerosos restaurantes. A mí en particular me ha llamado mucho la atención el olor de los camarones a la brasa, y también el de la pizza: justo debajo de mi departamento hay una pizzería con horno de leña, de modo que con cualquier pequeño golpe de viento ese olor delicioso llega hasta mí.

En el área es muy común percibir el olor de la marihuana cuando es fumada, especialmente en ciertas zonas poco transitadas y relativamente oscuras que se prestan a un consumo discreto. Se trata de un olor que a mí me resulta agradable, especialmente a cierta distancia. Recuerdo a este respecto una pareja de turistas canadienses o estadounidenses que caminaba por la calle fumando un enorme churro con la mayor tranquilidad. Su humo me envolvió de una manera semejante a esos cañones que ponían en mi juventud dentro de las discotecas para contrarrestar los olores en momentos en



que el sudor, el alcohol y en aquellos tiempos el tabaco espesaban demasiado la atmósfera del local. Así me sentí, en medio de una experiencia de mota totalmente inmersiva. Era una pareja, podría decirse, en el límite de la mediana edad y la edad avanzada. No estoy seguro, pero creo que en esos momentos el uso recreativo de la marihuana todavía estaba plenamente penalizado en México. Sin embargo, eso no parecía preocuparles en lo absoluto.

Tal vez esta situación hable de un aspecto con una innegable interpretación ética, como es la tolerancia ante ciertos comportamientos de los turistas que se da en muchos destinos turísticos, e incluso de los privilegios de que gozan aquéllos, sean reales o meramente autopercebidos. En ese sentido, estos humeantes andarines podrían estar pensando: si me para la policía, simplemente me regañarán, o me harán tirar el churro con una sonrisa. Máximo, un suave jalón de orejas. Al límite, todo se podría arreglar con una mordida. Y está claro que aquellos dos maduros turistas la pagarían felices con sus ojos rojos. A este respecto, quisiera saber si, por ejemplo, los locales se sentirían discriminados en una situación similar.

Otro olor que se puede percibir de forma muy marcada en zonas de la dársena de Santa Cruz es lo que llamo *olor a puerto*, una mezcla entre el olor de mar, el de pescado, gasolina y humo de motor. Este intenso olor no me resulta en absoluto desagradable, porque me recuerda de forma muy vívida a otras épocas de mi vida, cuando salía a pescar o simplemente a navegar desde el puerto de Muros (Galicia, España).

Por último, destacaré otras áreas compartidas entre turistas y locales, como son todos aquellos *no lugares* destinados a la circulación de personas (Augé, 2000) como carreteras y demás, por las cuales nos desplazamos tanto unos como otros, de modo que su olor es percibido por ambos grupos. Más adelante me referiré a la contaminación, por ahora quisiera señalar dos puntos realmente malolientes, cuyo hedor a drenaje perduró por mucho tiempo (de hecho fueron años). El primero de tales “puntos calientes” estaba en el cruce de calles que hay justo frente al hospital militar, una de las zonas más transitadas de Huatulco. El otro, también en plena carretera, justo antes de un lujoso hotel en la bahía de Conejos. Pasé muchas veces por allí, preguntándome lo mal que podría parecer a los turistas tal pestilencia, así como el modo en que podría afectar a sus expectativas. Cuando escribo esto, he podido comprobar con bastante alegría que ya no huele mal (o al menos no de manera habitual) en ninguno de estos lugares.

(iii) Llegamos así a la tercera categoría diferenciada: los espacios utilizados de forma preferente por los residentes locales. Como ejemplo destacado de la misma, elegiré los denominados *asentamientos irregulares*, es decir, terrenos pertenecientes a Fonatur u otras instituciones federales que son ocupados ilegalmente por grupos de personas (en muchas ocasiones, esta situación ha pasado a ser legalizada tiempo después, constituyéndose así nuevas colonias). Desde luego, es un tema de gran complejidad que amerita su propio artículo; por ello, no pretendo siquiera discutir el caso. A efectos de este artículo, bastará con saber que estos asentamientos inician en condiciones muy precarias, y que tales condiciones se expresan en el entorno olfativo. Una de estas expresiones, a mi modo de ver, es el olor a humo de la madera con que se cocina, olor que es claramente perceptible al bajar de la universidad en la que trabajo hacia los primeros edificios de La Crucecita.

Preparando este artículo, algunos compañeros me han contado de las pésimas condiciones olfativas de algunas zonas pertenecientes a sectores urbanos como el H3, que suelen ser considerados como “populares”. No he podido comprobarlo por mí mismo más que de forma muy limitada, de modo que sólo dejaré consignado el





comentario. Con respecto a mi propia experiencia entre 2007 y 2016, viviendo en una calle del sector I que por entonces estaba prácticamente ocupada por residentes locales, sin apenas presencia de turismo, recuerdo como malos olores los de la llegada periódica del camión de la basura, algo por otra parte inevitable, y cuya ausencia sería desde luego peor. Muy cerca de mi departamento se encontraba una planta de tratamiento de agua, cuyo olor penetraba los alrededores; se trata de un olor, a mi juicio, muy parecido a los productos químicos que se usan para limpiar las albercas, no sabría especificarlo con claridad (cloro o hipoclorito de sodio tal vez) muy agudo y que dependiendo del humor podría considerar como algo desagradable o bastante atractivo. En contraste, el olor de los limoneros bajo los cuales solía estacionarme siempre era extremadamente agradable, todo un estallido cítrico que me daba la bienvenida al llegar a casa.

Muy cerca de allí, en una vivienda que renté durante apenas un año, había un enorme mango pegado a la barda. Sus ramas entraban en mi terreno por varios sitios, incluida la terraza, desde donde era muy fácil recoger cantidades enormes de esta fruta, una de mis favoritas, en la temporada adecuada. Recuerdo con mucha claridad el olor a mango maduro, pero también, quizá de modo más intenso, el olor de los mangos que se caían al suelo y se iban pudriendo allí. El primer olor me parece muy agradable, pero el segundo, dentro de su contexto, es decir, en el exterior de la casa, tampoco me parece desagradable.

REFLEXIONES FINALES

Después de este recorrido por mis dieciocho años de olores en Huatulco, una de sus principales conclusiones, creo que bastante triste, es que he desaprovechado gran parte de este tiempo. Arriba señalé algunos resultados especialmente lamentables de mi falta de atención a los aspectos olfativos de donde he vivido, entre los que destaco especialmente el asunto de los lugares naturales. Por una parte, cada vez quedan menos de tales espacios, como consecuencia del crecimiento poblacional y una urbanización implacable, que a mi juicio se ha acelerado tras la pandemia. Por otra, a medida que envejezco me voy volviendo más holgazán, de modo que me da más pereza salir de caminata, además, por supuesto, de que con la edad se va perdiendo capacidad olfativa. Así pues, me arrepiento de no haberme fijado más en el paisaje olfativo cuando pasaba muchas horas deambulando por las zonas más verdes de Huatulco. No obstante, también es cierto que ya llevo algún tiempo con la antena sintonizada en el canal de los olores y por lo mismo he tomado medidas para que esta situación no se repita. Así, por ejemplo, desde hace algún tiempo tomo notas sobre el tema, por lo cual, si dentro de unos años escribo un artículo semejante a éste, contaré con muchos más datos para hacerlo.

Habiendo explicitado una de las principales limitaciones del artículo, me preguntaré si he detectado cambios olfativos a lo largo del tiempo. A pesar de que, como acabo de decir, he comenzado tarde a ocuparme de los olores, sí puedo traer a colación algunas reflexiones de interés sobre este punto. Alrededor de 2008, durante más de un año, y otra vez por una larga temporada entre 2012 y 2013, me desplazaba habitualmente en motoneta, con un casco de visera (totalmente abierto al exterior en su parte frontal) sin que nunca hubiera sentido algo parecido al olor a garaje cerrado, la contaminación, etc., tan propios de otros lugares y especialmente de las grandes ciudades en que he vivido, como la ya mencionada Caracas o Ciudad de México. Sin embargo, en 2023 volví a andar una temporada en moto, y esta vez sí percibí mucha más contaminación en el ambiente. Zonas como el semáforo frente a la gasolinera del centro



de La Crucecita, o el que hay frente al ADO, a ciertas horas me parecieron muy malolientes debido a la aglomeración de vehículos, tanto que acabé por comprarme una máscara con filtro anti-olor. La mayor prominencia de estos malos olores parece un resultado coherente con el crecimiento de población (de alrededor de 33,000 habitantes en 2005, un par de años antes de que yo llegara, a los casi 51,000 en 2020, según datos del Gobierno Municipal de Santa María Huatulco, 2022, p.92) y el consiguiente aumento del tráfico. Éste ha sido quizá el cambio que he percibido con mayor claridad en todos estos años que abarca el texto.

La siguiente reflexión que me gustaría introducir aquí tiene que ver con la relación entre la ética y el olfato a la cual he estado haciendo referencia a lo largo de todo el artículo. Una aproximación inicial a este tema podría pasar por recordar que en el contexto occidental de raíz judeocristiana (probablemente de forma no exclusiva), existe una clara vinculación entre el pecado y el mal olor, entre éste y el mal, que puede apreciarse por ejemplo en textos de tanta relevancia como es la Biblia. En mi caso, estoy interesado especialmente la ética del turismo, desde la cual surge de forma espontánea la cuestión de si los impactos negativos del turismo se reflejan también en el terreno olfativo. En la presente autoetnografía creo haber encontrado suficiente evidencia como para avanzar una respuesta hipotéticamente positiva a tal cuestión. Por un lado, podemos pensar en la interferencia humana en los espacios naturales y áreas verdes, de la cual ya he hablado arriba, con el ejemplo de las cuatrimotos, aunque obviamente podrían pensarse muchos más.

Por otra parte, podríamos referirnos a los impactos sociales y culturales del turismo, como la gentrificación y la creación de burbujas olfativas exclusivas para los turistas (espacios higienizados, inodoros e incluso con olores “de diseño” si es el caso), más aun cuando muchos trabajadores de los hoteles y residentes locales en general viven en lugares con presencia habitual de malos olores (Filgueiras, 2024, esp. 4.1). Este escenario sin duda puede traer a colación diversas consideraciones de justicia social. Sería interesante ver lo que sucede con otros impactos señalados habitualmente, como la mercantilización de la cultura (alguna de sus implicaciones olfativas podría relacionarse con la mayor o menor presencia de olor a café, chocolate y mezcal en ciertas áreas). También la aculturación, que en un destino como Huatulco, en el cual la actividad turística se implantó de manera brusca a partir de la expropiación llevada a cabo en 1985, podría llevar a preguntarse si después de dicha expropiación, ciertos locales, debido al contacto con los turistas, quisieron oler (o no oler) de una forma determinada.

Siguiendo en el terreno de la ética, resulta muy interesante avanzar hacia cuestiones de responsabilidad personal, puesto que parece obvio pensar que cada uno de nosotros participa en la creación del entorno olfativo. Desde luego, estas respuestas en algún momento tocarán con visiones políticas y normativas. Y también debemos tener en cuenta que en última instancia dependen del tipo de turismo que llega a Huatulco, el cual en su casi totalidad es turismo de sol y playa. Probablemente, otras modalidades fuesen objeto de diferentes abordajes olfativos: por poner un único ejemplo, es seguro que el cliente típico del ecoturismo *hard* rechazará cualquier burbuja olfativa artificial y en su lugar preferirá una inmersión total en los olores propios del lugar que visita.

Está claro que podría extenderme mucho más, pero quiero cerrar estas reflexiones diciendo que el estudio aquí presentado, y otros que, como se señaló, podrían continuarlo de acuerdo con las líneas expuestas, representan a mi modo de ver





una ampliación del rango de la ética turística hacia un aspecto al que a menudo se ha prestado muy poca atención. En ese único sentido, y pese a que proporciona más preguntas que respuestas, así como a sus evidentes limitaciones, podría dársele una valoración final de carácter positivo.

REFERENCIAS

Alonso Serna, L., y García Flores, J. G. (2017). La vivienda popular en el H3 del CIP Huatulco: entre la exclusión económica y el clientelismo político. En E. Talledos Sánchez (Coord.), *Huatulco. Espacio y tiempo* (pp.193-219). El Colegio de San Luis.

Anderson, L. (2006). Analytical autoethnography. *Journal of Contemporary Ethnography*, 35(4), 373-395. <https://doi.org/10.1177/0891241605280449>

Apter, M. J. (2005). *Personality dynamics. Key concepts in reversal theory*. Apter International.

Augé, M. (2000). *Los "no lugares". Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Gedisa.

Buckley, R., y Cooper, M-A. (2022). Analytical autoethnography in tourism research: when, why, how, and how reliable? *Tourism Recreation Research*, 49(6), 1238-1246. <https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2155784>

Calderón de la Barca, P. (2003). *La vida es sueño*. Austral.

Diccionario Cambridge [DC] (s/f). *Smellscape*. <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/smellscape>

Domínguez-Licon, J. M., Gómez-Rojo, V. R., Hernández-Santiago, C., Domínguez-Licon, E., y Escobar-Vázquez, E. (2008). El caso de la problemática de la Bahía y Micro-Cuenca del Río Cacaluta, Santa María Huatulco, Oaxaca. Reflexiones sobre conservación y estrategias de manejo. En J. M. Domínguez-Licon (Ed.), *Diagnóstico de los Recursos Naturales de la Bahía y Micro-Cuenca de Cacaluta, Municipio de Santa María Huatulco, Oaxaca* (pp.407-453). Universidad del Mar.

Ellis, C., Adams, T. E., y Bochner, A. P. (2019). Autoetnografía: un panorama. En S. M. Bénard Calva (Sel.), *Autoetnografía. Una metodología cualitativa* (pp.17-41). Universidad Autónoma de Aguascalientes y El Colegio de San Luis.

Filgueiras Nodar, J. M. (2024). ¿A qué huele el destino turístico Bahías de Huatulco (Oaxaca, México)? Las respuestas de jóvenes universitarios residentes. *ROTUR, Revista de Ocio y Turismo*, 18(2), 89-109.

Filgueiras Nodar, J. M. (2022). A Philosopher in the World of Tourism: reflections from autoethnography. *Revista Turismo, Estudos & Práticas*, 11(1), 1-13.



Gobierno Municipal de Santa María Huatulco (2022). *Plan municipal de desarrollo sostenible. Santa María Huatulco, 2022-2024*. H. Ayuntamiento de Santa María Huatulco.

Hokkanen, S. (2017). Analyzing personal embodied experiences: Autoethnography, feelings, and fieldwork. *The International Journal for Translation & Interpreting Research*, 9(1), 24-35. <https://doi.org/10.12807/ti.109201.2017.a03>

Houge Mackenzie, S., y Kerr, J. H. (2012). A (mis)guided adventure tourism experience: An autoethnographic analysis of mountaineering in Bolivia. *Journal of Sport & Tourism*, 17(2), 125-144. <https://doi.org/10.1080/14775085.2012.729901>

Kuhn, T.S. (2004). *La estructura de las revoluciones científicas*. Fondo de Cultura Económica.

Kwiatkowska, T. (2008). *Controversias de la ética ambiental*. Plaza y Valdés.

Lindborg, P., y Liew, K. (2021). Real and imagined smellscape. *Frontiers in Psychology*, 12, art. n. 718172, 1-19. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.718172>

Locke, J. (2005). *Ensayo sobre el entendimiento humano*. Fondo de Cultura Económica.

Lyotard, J-F. (1987). *La condición posmoderna. Informe sobre el saber*. Cátedra.

McLean, K. (2020). *Smellfie kit. Smellwalking guide*. Sensory Maps. https://sensorymaps.com/wp-content/uploads/2024/07/Smellfie_Kit_2020_compressed.pdf

Proust, M. (1927). *Por el camino de Swann. En busca del tiempo perdido I*. Santiago Rueda.

Reed-Danahay, D. (1997). Introduction. En D. Reed-Danahay (Ed.), *Autoethnography: rewriting the self and the social* (pp. 1-20). Berg.

Rorty, R. (1991). *Contingencia, ironía y solidaridad*. Paidós.

Rostami, A., Trupp, A., y Stephenson, M. L. (2024). Female Solo Travel Experiences: An Autoethnography on Social and Emotional Challenges With Tourism Industry Stakeholders. *Advances in Southeast Asian Studies*, 17(2), 201-212. <https://doi.org/10.14764/10.ASEAS-0112>

Sergidou, K. (2022). Dime, ¿Cómo huele el sur? Paisajes etnográficos de D-olor con el pincel de Cézanne. *Entanglements*, 5(1/2), 150-158.

Talledos Sánchez, E. (2012). *La transformación del espacio y los usos del agua en San Miguel del Puerto, Pochutla, Oaxaca*. Tesis doctoral. Universidad Nacional Autónoma de México.

Teoh, M. W., Kwek, A., y Wang, Y. (2023). An analytical autoethnographic study of culture's role in transformative tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, 46. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101097>



Thibaud, J-P. (2017). Smellscape Design and Monitoring. En V. Henshaw, K. McLean, D. Medway, C. Perkins, y G. Warnaby (Eds.), *Designing with Smell. Practices, Techniques and Challenges* (pp. 77-81). Routledge.

Xiao, J., Tait, M., y Kang, J. (2020). Understanding smellscape: sense-making of smell-triggered emotions in place. *Emotion, Space and Society*, 37. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2020.100710>

Cronologia do Processo Editorial

Editorial Process Chronology

Recebido em: 03/10/2025

Aprovado em: 05/11/2025

Received in: October 03, 2025

Approved in: November 05, 2025