

El turismo de reuniones en comunidades indígenas como estrategia de reproducción familiar en Cuetzalan, Puebla

*Congress tourism in indigenous communities as a family reproduction
strategia in Cuetzalan, Puebla*

*Conhecer o turismo em comunidades indígenas como estratégia de
reprodução familiar em Cuetzalan, Puebla*

Ma. Teresa Tonantzin Ortiz-Rodríguez

Universidad Intercultural del Estado de Puebla, México

tonantzin.ortiz@uiep.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0003-0391-9082>

Víctor Manuel López-Guevara

Universidad Intercultural del Estado de Puebla, México

manuel.lopez@uiep.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0003-2926-2082>

Mayra Antonieta Sandoval-Quintero

Universidad Intercultural del Estado de Puebla, México

mayra.antonieta@uiep.edu.mx

<http://orcid.org/0000-0002-7035-8652>

Resumen

En este artículo se ofrece un debate sobre cómo el agente comunitario (individual o grupal) es protagonista del desarrollo turístico desde su lógica de reproducción familiar, establecida cultural, social e históricamente. Para ello, se ha realizado un estudio de caso, específicamente a una familia de origen indígena, cuya historia de vida los condujo a tomar la decisión de dedicarse al turismo de reuniones. El análisis de esta información se hizo mediante la propuesta del ciclo reproductivo de las unidades domésticas campesinas como estructurantes y estructuradas. En las conclusiones se ofrece una nueva propuesta para definir y clasificar el turismo de reuniones a partir de la experiencia familiar en

contextos interculturales.

Palabras clave: reproducción familiar, turismo de eventos, turismo de reuniones, turismo sustentable, unidad doméstica campesina.

Abstract

The article has for objective to debate about the communal agent as main character of the tourist development when basing it in the logic of family reproduction cultural, social and historically established. Therefore, what they consider pertinent adapting to their needs and context retake of tourism. Based in a case study of a indigenos family, whose history of life, the decision to dedicate oneself to congress tourism, the analysis of the reproductive cycle of the domestic peasant units became intervening like structuring and structured. In this article, we came to an end with a new proposal for the definition and classification of the tourism of meetings as from the family experience in intercultural contexts.

Keywords: family reproduction, tourism of events, tourism of meetings, sustainable tourism, domestic peasant unit.

Resumo

Este artigo oferece um debate sobre como o agente comunitário (individual ou grupal) é protagonista do desenvolvimento turístico a partir de sua lógica de reprodução familiar, estabelecida cultural, social e historicamente. Para isso, foi realizado um estudo de caso, especificamente de uma família de origem indígena, cuja história de vida os levou a tomar a decisão de se dedicar ao turismo de turismo. A análise dessas informações foi feita por meio da proposta do ciclo reprodutivo das unidades domésticas camponesas como estruturante e estruturada. As conclusões oferecem uma nova proposta para definir e classificar o turismo de reuniões com base na experiência da família em contextos interculturais.

Palavras-chave: reprodução familiar, turismo de eventos, turismo de encontro, turismo sustentável, unidade doméstica camponesa.

Introducción

En el ámbito rural, el desarrollo de las empresas de turismo alternativo no se ha constituido como la principal fuente de ingresos económicos debido a que este ramo se encuentra complementado por otro tipo de actividades agronómicas, artesanales, comerciales o asalariadas (Ortiz, 2009); esto significa que la pluralidad de ingresos de las familias rurales puede ser considerada como un estilo de vida para sobrevivir ante las fuerzas del mercado.

Desde finales del siglo pasado, Cuetzalan del Progreso (Puebla) se ha destacado por su actividad turística, la cual fue introducida por agentes externos con apoyo de las autoridades municipales. Debido a ello, las familias campesinas e indígenas se han visto obligadas a participar, de manera directa o indirecta, como guías de turistas o vendedores de productos (p. ej., café, miel y textiles de telar de cintura), lo cual ha servido para promover centros ecoturísticos.

Sin embargo, el mercado turístico es exigente y cambiante, de ahí que los campesinos e indígenas no lo hayan asumido como su principal actividad económica, a pesar de que han sabido sortear la dinámica de la oferta y la demanda para adaptarse a los requerimientos de ese mercado. En el caso de los textiles, por ejemplo, las familias han optado no solo por cambiar la iconografía y el diseño indígenas de sus productos para ajustarlos a la demanda de los turistas, sino que también han decidido dar un giro a su empresa. Así lo demuestra la familia elegida como objeto de estudio en este artículo, la cual está constituida por un matrimonio de profesores rurales de origen campesino e indígena, quienes abrieron el restaurante Quetzalín, en el cual actualmente ofrecen los servicios para llevar a cabo un turismo de reuniones como estrategia de conservación del patrimonio culinario y espacial.

Contexto del estudio

El restaurante Quetzalin se encuentra ubicado en Cuetzalan del Progreso (Puebla), un municipio localizado en la Sierra Nororiental de Puebla (México). Colinda al norte con el municipio de Jonotla, al sur con Tlatlauquitepec, al este con Ayotoxco, al oeste con Zoquiapan, al noroeste con Tenampulco y al sureste con Zacapoaxtla y Nauzontla. Su territorio se ubica a una altitud promedio de 1000 metros sobre el nivel del mar, y se halla bajo la influencia de vientos de barlovento procedentes del Golfo de México, lo cual genera un clima semicálido húmedo, con lluvias durante todo el año que propician el desarrollo de bosques mesófilos de montaña donde se destacan los helechos arborescentes como testigos de una época prehistórica.

En cuanto a la orografía del municipio, se puede mencionar una gran cantidad de grutas, cascadas, pozas de agua, formaciones rocosas y manantiales, aunque lo más sobresaliente en términos del patrimonio es la herencia prehispánica del lugar, donde se mezclan poblaciones náhuatl con el legado del pueblo totonaco, el cual dio forma, originalmente, al paisaje cultural de la Sierra Nororiental Poblana (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad [Conabio], s. f.).

Entre los principales elementos patrimoniales de Cuetzalan destacan la lengua náhuatl, la vestimenta tradicional elaborada en telar de cintura, la cestería, la alfarería de barro, las calles empedradas, la arquitectura colonial civil y religiosa, los mitos y leyendas, los ritos propiciatorios asociados a la madre tierra y ciclos agrícolas, la medicina tradicional, la gastronomía, las fiestas patronales y la gran variedad de danzas, dentro de las cuales se distinguen la de Los Voladores y Quetzales (Masferrer, 2004; Navarrete, 2008).

Igualmente, la cabecera municipal de Cuetzalan —del mismo nombre— se distingue por sus edificaciones típicas construidas con piedra, sus edificios y monumentos religiosos del siglo XVI y sus calles cubiertas con roca caliza. La disponibilidad de un patrimonio cultural y natural notable, diverso y concentrado en un espacio contiguo fue el sustento para obtener el nombramiento de Pueblo Mágico en 2002, lo cual ha servido para promocionar su posicionamiento en los mercados turísticos.

La historia turística de Cuetzalan se puede dividir en cuatro grandes períodos: antes de los años setenta predominó el turismo de descanso; durante los años ochenta sobresalió el turismo fílmico paralelo con el de descanso; en los años noventa surgió el turismo cultural y de descanso, mientras que en la actualidad se mantiene el turismo de aventura, donde el senderismo, las actividades acuáticas y la visita a las grutas constituyen el principal interés del turista.

Según datos de la Dirección de Turismo Municipal, esta localidad tiene registrados 47 hoteles y 32 restaurantes, los cuales no suelen ser visitados durante el transcurso de la semana laboral, sino en períodos vacacionales (como la Semana Santa, las fiestas decembrinas y la fiesta patronal) o los fines de semana. En estos periodos algunos prestadores de servicios turísticos, específicamente los guías locales que no cuentan con certificaciones, para ganar clientela incurren en prácticas comerciales desleales, las cuales consisten en reducir sus tarifas entre 20 % y 50 % en comparación con los guías certificados.

En la oferta turística se destacan las propuestas de cooperativas manejadas por colectivos nahuas, tales como Tosepan Kali y Taselotzin, que brindan el servicio de hospedaje, restaurante, banquetes, *spa* (con baños de temazcal y medicina tradicional) y eventos sociales. Asimismo, sobresalen una gran cantidad de operadores locales que promocionan paquetes turísticos con servicio de guías para realizar actividades de turismo alternativo. Entre los establecimiento de servicios turísticos, el restaurante Quetzalin se distingue por su trayectoria de 25 años consecutivos, en los que ha sabido adaptarse a los cambios determinados por la demanda.

En medio de este escenario, otras empresas como Tosepan y Taselotzin abrieron sus puertas a finales de los años noventa del siglo pasado mediante la conformación de cooperativas. Tosepan Kali es una filial de la organización Tosepan Titataniske, de ahí que la empresa turística esté respaldada por un movimiento indígena originado en la década de los setenta en contra del intermediarismo y el caciquismo (Hernández-Loeza, 2011; Sosa, Gutiérrez y Carrillo, 2014). En otras palabras, el entramado empresarial en la zona es diverso, pues se entremezclan iniciativas locales que conforman negocios

colectivos y pequeñas iniciativas familiares, como el caso del restaurante Quetzalin, el cual ha diversificado la oferta de sus servicios hacia el turismo de reuniones.

El turismo de reuniones es considerado una vertiente del turismo de negocios, y ha surgido como una estrategia económica desarrollada por las empresas turísticas para obtener ingresos en temporadas bajas (no vacacionales). Ahora bien, la mayoría de los escasos estudios que se enfocan en este tema no solo sustentan su indagación en una visión economicista, sino que además presentan una definición de conceptos ambiguos, lo que impide emplearlos como categorías de análisis cualitativos para estudios de caso. En consecuencia, una investigación como la presentada en este artículo es relevante para clarificar esos términos y para realizar un estudio con un enfoque diferente al economicista, es decir, centrado en el sujeto o actor social como agente de su propio proceso de desarrollo.

En tal sentido, cuando a través de los datos empíricos se detecta que comunidades indígenas (no urbanas ni con una lógica empresarial) están realizando un turismo de reuniones y un turismo de eventos, resulta pertinente plantear interrogantes como esta: ¿qué motiva a los dueños de las empresas familiares ubicadas en comunidades indígenas a ampliar sus servicios: la necesidad de sobrevivir en un mercado competitivo turístico o el emplear al turismo de reuniones como estrategia de reproducción familiar?

Por consiguiente, el objetivo principal de este artículo es analizar, mediante un estudio etnográfico, cómo el turismo de reuniones, desde la perspectiva de los agentes comunitarios en un contexto intercultural, está regido por la lógica de reproducción familiar, y no empresarial.

Método: lógicas de reproducción dentro del mercado turístico

Como se explicó en la historia del desarrollo turístico de Cuetzalan, la existencia del entramado del sector de servicios permite distinguir dentro de los actores comunitarios de origen indígena y campesino a las cooperativas y a las empresas familiares. Ahora bien, de estas últimas, se ha elegido al restaurante Quetzalin debido a su trayectoria de subsistencia, por poco más de 25 años, en un mercado tan competitivo. El trabajo etnográfico para el registro de datos empíricos se sustentó en la observación participante y en la realización de entrevistas semiestructuradas y diálogos abiertos. El restaurante Quetzalin es una empresa familiar cuya permanencia ha obedecido a las demandas turísticas y cuya determinación ha sido orientada fundamentalmente por las decisiones del ciclo reproductivo de la familia que le dio origen.

En el mercado turístico convencional, la lógica de reproducción de los servicios de hospedaje y alimentación está signada no solo por la recuperación de la inversión, sino también por la obtención de una ganancia que permitan retribuir la costosa inversión que subyace en la construcción, diseño, mantenimiento y atención de mano calificada en hoteles y restaurantes (Boullón, 1999).

En las ciudades turísticas y en los destinos preferentes, la inversión hotelera y restaurantera se distingue sobre cualquier otro elemento de la plantilla turística por ser lo más requerido por el turista, aunque su ocupación máxima solo se logra en temporada vacacional. Por ello, y para evitar un declive económico alarmante, los hoteleros y restauranteros han comenzado a ofrecer a otras empresas y organizaciones públicas y privadas sus espacios para realizar actividades recreativas, laborales, etc. (Barreto, 1996).

Según los ofertantes, esta nueva forma de hacer el trabajo administrativo garantiza mejores resultados para las empresas que contratan sus servicios porque se pueden dedicar a resolver problemas o a gestar nuevos proyectos en un ambiente armónico y sin los distractores cotidianos del ámbito laboral.

Ahora bien, aunque pudiera parecer improbable que este tipo de ofertas se pudieran concretar en un destino como Cuetzalan (debido a que esta localidad no cuenta con infraestructura adecuada para ello), durante más de una década en el restaurante

Quetzalin este tipo de iniciativas se han venido desarrollando con éxito, de modo que habría que cuestionarse sobre si las definiciones convencionales sobre el turismo de reuniones son insuficientes, ya que este pareciera no obedecer a una lógica empresarial, sino familiar. En otras palabras, habría que plantearse una serie de interrogantes: ¿por qué nombrarlo *turismo de reuniones* en lugar de *turismo de eventos*?, ¿cuál sería la diferencia tácita entre uno y otro, y qué relación guardan con el turismo de negocios y, principalmente, con un turismo llevado a cabo en el ámbito rural bajo la lógica familiar? Asimismo, ¿el turismo de reuniones y de eventos necesariamente se deben realizar en el marco de grandes certámenes, como los Juegos Olímpicos, el Mundial de Fútbol, etc.? Por último, ¿cómo se puede emplear el concepto *turismo de reuniones* para abordar una realidad como la del restaurante Quetzalin o de alguna otra empresa familiar con características semejantes?

Restaurante Quetzalin: el caso de estudio familiar

El restaurante Quetzalin se encuentra ubicado en una calle a las orillas de la cabecera municipal, es decir, lejos del centro y de cualquier zona con afluencia turística tanto en temporada alta como baja, de modo que parece injustificable que este establecimiento se haya mantenido vigente por 25 años.

No obstante, para intentar explicar este fenómeno se deben analizar las acciones llevadas a cabo por el grupo familiar que lo fundó, el cual está compuesto por los padres (profesores rurales actualmente jubilados, cuyas edades oscilan entre los 74 y 76 años) y tres hijos (dos hombres y una mujer) ya casados. El mayor de ellos (de 48 años), junto con su esposa y dos hijos (hombre y mujer), viven con el matrimonio de los profesores. Este hijo, a diferencia de sus hermanos, no pudo estudiar una licenciatura debido a problemas de salud (diabetes desde edad muy temprana). Su esposa ha sido ama de casa y se distingue por su buena sazón; es un par de años menor a su esposo, y sus hijos son adolescentes de entre 14 y 17 años de edad (ambos estudian).

Los padres de los profesores fueron campesinos y sus abuelos indígenas. Aunque tuvieron la oportunidad de ser normalistas y de vivir buena parte de su juventud y madurez

en zonas urbanas (Ciudad de México y Puebla), siempre añoraron regresar a su pueblo, donde el profesor había heredado una parcela de su progenitor.

Este patrimonio estuvo subocupado o arrendado hasta hace 25 años, cuando los profesores se jubilaron y decidieron construir su casa y un restaurante para regresar a Cuetzalan. Quetzalin comenzó a prestar sus servicios como marisquería y se distinguía por sus platos a base de acamaya (langostino de río), único crustáceo de la región. En ese tiempo, sus principales clientes eran los comensales locales.

No obstante, en 1999 las acamayas se extinguieron del territorio circundante a Cuetzalan, lo que obligó a los dueños a establecer una nueva cadena de aprovisionamiento con intermediarios del Distrito Federal para ofrecer en el menú productos del mar. Sin embargo, los consumidores locales reaccionaron de manera desfavorable porque la nueva propuesta gastronómica no formaba parte de sus patrones culturales. Esto ocasionó que las ventas disminuyeran considerablemente. Ante la pérdida del mercado, los propietarios decidieron continuar con recetas como la trucha y la mojarra a la talla, al chiltepín y a la mantequilla, y agregaron otros alimentos propios de la región, como el chilposo o mole de olla, muy representativos de la cultura culinaria poblana.

Durante este nuevo periodo, el hijo mayor del profesor paulatinamente se fue haciendo cargo del negocio debido a que su estado de salud le impedía trabajar en otro lugar. De hecho, con el tiempo, su esposa también se involucró en el negocio como cocinera especializada en platillos de la región, de modo que aunque las parcelas dejaron de ser cultivadas para convertirse en el negocio de una familia madura, el patrimonio tierra no se vendió porque representaba la herencia del hijo mayor.

El estado actual de la unidad doméstica de los profesores jubilados se manifiesta en pleno proceso de sustitución, donde la herencia al hijo de los jubilados no solo constituye un espacio físico ocupado por el restaurante, sino también un legado cultural (por su valor simbólico, más que económico) como fundamento del negocio que radica en la reproducción de la lógica familiar, como se verá a continuación.

En efecto, la aspiración de los profesores jubilados nunca fue tener un gran negocio para competir con los restaurantes sobresalientes del centro de Cuetzalan, pues en realidad, según sus propias palabras, el objetivo siempre fue contar con ingresos adicionales y con una actividad que satisficiera sus afinidades gastronómicas. En otras palabras, la intención nunca fue pensar en una empresa con empleados, descripción de puestos, organigrama, filosofía empresarial, etc., ya que la propuesta era simple: crear un negocio familiar que se diferenciara de otros de Cuetzalan, incluso de las cooperativas de indígenas tanto de hombres como de mujeres.

Efectivamente, a medida que Cuetzalan se posicionó en los mercados turísticos, algunos negocios locales (principalmente dos cooperativas que surgieron por la acción del movimiento social y político de los indígenas campesinos de Cuetzalan en contra del caciquismo) empezaron a brindar servicios para reuniones; no obstante, según el dueño del restaurante Quetzalin, los clientes atendidos por esas empresas se quejaban del costo y la calidad de la atención. Esta situación motivó a los profesores a incursionar en este campo, y actualmente en este restaurante son atendidas, desde hace ocho años aproximadamente, las siguientes organizaciones:

1. Niños de México: Es una institución compuesta por representantes de veinte comunidades de la Sierra Nororiental, cuya sede se encuentra en Yohualichan (localidad de Cuetzalan). A esta se le ofrece un salón acondicionado con proyector, pantalla, sillas y mesas, donde realizan reuniones mensuales de trabajo a las cuales asisten promotores y directivos (entre 12 y 15 personas). Estas reuniones duran aproximadamente ocho días. Igualmente, estos espacios son usados para dar cursos de tres días dirigidos a los niños beneficiarios de la organización (entre 35 y 60 participantes). La regularidad de estos cursos varía según la demanda, de modo que se pueden concretar dos al mes, uno cada trimestre o una cada seis meses. La reunión más sobresaliente de esta organización sucede cuando los promotores, los niños y sus padrinos se reúnen anualmente para un convivir (entre 120 y 150 personas).
2. Grupo de salubridad de la región Cuetzalan, Ayotoxco y Teziutlan, con jurisdicción en Zacapoxtla: Este turismo de reuniones es para atender mensualmente a médicos y enfermeras de la región, quienes entregan y exponen

sus informes de actividades. Generalmente, se atienden entre 20 y 29 médicos, y entre 25 y 26 enfermeras. Debido a la relación calidad-precio, los principales directivos de la jurisdicción (cinco personas aproximadamente) suelen mantener sus reuniones de trabajo de tres a cuatro días por semana, desde las 8 de la mañana hasta las 6 de la tarde.

3. Zona escolar de telesecundarias: Los directivos y supervisores (entre 15 y 20 personas) se reúnen para realizar su consejo técnico el último viernes de cada mes.
4. Adicionalmente, ofrecen el servicio de banquetes para eventos sociales y familiares (bodas, celebración de quince años, bautizos, entre otros).

Como antes se mencionó, el restaurante Quetzalín cuenta con una sala de juntas (proyector, pizarrón, etc.), una amplia cocina, baños para hombres y mujeres, así como un espacio propio con acabados de bambú y madera, con sillas y mesas de cedro, y con vista panorámica para los comensales, a quienes se les brinda el servicio de *coffee break* y comida corrida de dos tiempos, así como frijoles, tortilla y salsa, pues la gente que se reúne proviene de las comunidades.

Ocasionalmente, para atender a los clientes, los dueños del restaurante contratan a una o dos personas, aunque la mano de obra familiar suele sustentar la carga de trabajo. Efectivamente, la esposa del hijo del profesor es auxiliada por su madre y una tía, mientras que los hijos y el esposo fungen como meseros. En los eventos donde sirven a doscientos o más comensales, involucran a los nietos de la abuela materna (es decir, la esposa del hijo del matrimonio de profesores jubilados), lo cual supone una disminución significativa en gastos por contratación de personal.

La lógica empresarial frente a la lógica familiar

Para que un negocio de cualquier naturaleza sea redituable debe ajustarse a las lógicas del capitalismo definido por la ley básica del mercado, es decir, la oferta y la demanda. En tal sentido, el caso de Cuetzalan es aleccionador: su producto se coloca en el mercado y encuentra consumidores, quienes han convertido a esta localidad en un destino preferente en relación con otras comunidades o municipios serranos. Esto ha provocado la saturación de algunos sitios, como las cascadas, los cañones, las grutas y el

centro histórico.

Sin embargo, la mayoría de las empresas de hospedaje, alimentación y operadoras turísticas se encuentran administradas por mestizos no originarios del lugar o por los hijos de quienes en el pasado fueron caciques (empresarios). Frente a estos se encuentran las cooperativas y las empresas familiares.

Ahora bien, algunos estudios de corte antropológico y sociológico elaborados en México durante la década de 1970 señalan que en los espacios rurales las leyes del mercado no son determinantes para la producción (de bienes de consumo) y reproducción (de bienes socioculturales) (Chayanov, 1974, citado por Madera, 2000). En este sentido, existen posturas muy radicales, como la de concebir a la familia campesina como unidades productivas independientes del mercado capitalista.

No obstante, desde la década de 1980 hasta la actualidad esta postura teórica ha sido superada, pues se ha demostrado cómo los campesinos o familias del ámbito rural se encuentran articulados en una economía local, regional, nacional y mundial. Es decir, la producción y reproducción de este sector se manifiesta de forma dinámica debido a la interacción constante —en el tiempo y espacio— de factores internos microestructurales y externos macroestructurales (Madera, 2000). En relación con los internos, se hallan el tamaño, la composición (edad y género de sus integrantes), el ciclo de vida de la familia y, principalmente, los patrones culturales, los cuales son fundamentales en la toma de decisiones sobre qué y cómo producir.

En efecto, si los campesinos indígenas eligieran basados únicamente en las necesidades del mercado capitalista, hace tiempo hubieran dejado de producir maíz, calabaza, chile, frijol, hortalizas y animales de traspatio, pues habrían abandonado sus parcelas para incorporarse al mercado de trabajo como fuerza productiva. Pero contrario a esto, no solo se han mantenido con sus actividades económicas tradicionales como estrategias de sobrevivencia, sino que además han optado por destinar parte de sus tierras para los cultivos comerciales como el café, la pimienta, la caña de azúcar, los cítricos, entre otros. En otras palabras, y según sus concepciones, la madre tierra les provee para comer todos los días y les proporciona ingresos monetarios para adquirir los productos del mercado capitalista (no producidos por los campesinos).

Por ello, en este artículo se asume la postura de ver al grupo doméstico como una unidad social estructurante y estructurada, pues desde esta perspectiva la cultura indígena y campesina se visualizan como las formas socialmente heredadas para la resolución de problemas determinados de la vida humana (D'Andrade, 1995, citado por Robichaux, 2007). Esto permite comprender las decisiones en cuanto a la residencia posmarital y la transmisión de bienes en las fases correspondientes del ciclo de desarrollo del grupo doméstico. Estas formas del ciclo familiar son definidas como la expansión, la dispersión o fisión, y el reemplazo o sustitución (Robichaux, 2007).

La expansión consiste en el crecimiento de integrantes de la familia debido al nacimiento y desarrollo de los hijos, quienes se constituirán en la mano de obra para las actividades productivas. En esta etapa la parcela es fundamental para producir los bienes de consumo básicos, y la unidad doméstica irá generando la mayor parte de las propiedades que serán heredadas a los hijos e hijas, por ejemplo, la conservación de la parcela, la vivienda, los medios de transporte familiar, los ahorros, entre otros (Robichaux, 2007).

Por otra parte, durante la dispersión o fisión, los hijos abandonan la unidad para formar sus propias familias o para estudiar o trabajar, mientras que en la etapa de reemplazo o sustitución estos regresan casados al hogar para vivir nuevamente en las propiedades heredadas para sustituir a la generación anterior. Durante esta fase, deciden si seguirán con las actividades agronómicas o si le darán un giro a la producción familiar, ya que algunos pueden ser profesionistas o se han dedicado a actividades productivas de otros sectores económicos dentro o fuera de la comunidad (Robichaux, 2007).

Ahora bien, en cuanto a la familia que creó el restaurante Quetzalin, se puede señalar de forma clara cómo esta ha transitado por las diferentes fases reseñadas por Robichaux (2007): la expansión (cuando los profesores se casaron y tuvieron sus hijos), la dispersión o fisión (cuando fueron a vivir a Puebla y, posteriormente, a Ciudad de México), y el reemplazo o sustitución (cuando regresaron para construir su casa y el restaurante).

Asimismo, vale destacar que los padres del profesor fueron campesinos que, gracias a la actividad agrícola, pudieron brindar a sus hijos las condiciones para estudiar el magisterio. Sin embargo, tras varias décadas de servicio magisterial en Puebla y en Ciudad de México, regresaron con la expectativa de abrir un negocio familiar, en lugar de labrar las tierras heredadas de sus padres. El sentido simbólico o cultural, por tanto, permea la determinación del destino de la herencia patrimonial.

Resultados: el turismo de reuniones y eventos en comunidades indígenas

Como se explicó en el apartado anterior, la lógica de reproducción del servicio prestado en el Quetzalín se ajusta a una lógica familiar, y no empresarial. Por ello, el negocio no solo ha cambiado de restaurante especializado (marisquería) a restaurante de comida regional, sino que incluso ha tomado en cuenta la oferta de servicios para turismo de reuniones.

A continuación, se analiza si el turismo de reuniones y el turismo de eventos son categorías de análisis que pudieran proporcionar marcos de referencia para el fenómeno estudiado en este artículo. Para ello, se da por hecho que la familia del restaurante Quetzalín ofrece un turismo de reuniones, el cual se ha constituido en una estrategia para la reproducción familiar y para la realización de eventos, de modo que se necesita examinar ambos términos.

El vocablo *evento* se deriva del latín *eventos-us* ('acaecimiento', 'acontecimiento'), del cual surge la palabra *eventual*, cuya connotación se emplea para designar la temporalidad del acontecimiento (es decir, un hecho de corta duración), que puede ser de cualquier tipo (p. ej., la lluvia, la migración de las aves, etc.). En cambio, *reunión* proviene de la palabra griega *ágora* (que significa 'agrupamiento en las plazas públicas para deliberar asuntos políticos'), o bien de la raíz indoeuropea *ger* ('acumulación'). Otra connotación aceptada se puede explicar a partir de la combinación del sufijo *re-* y el sustantivo *unión* (del verbo *unir*), de ahí que también se pueda concebir como 'volver a la acumulación', no de cualquier cosa, sino de seres humanos. En otras palabras, por sus raíces etimológicas, la diferencia entre ambos conceptos se fundamenta

en el sentido otorgado a cada una (Mateos, 1991).

El evento es un acontecimiento temporal realizado por fenómenos naturales, animales y seres humanos; mientras que la reunión se produce por un agrupamiento de personas exclusivamente para deliberar, lo cual sugiere un consenso, esto es, unificar o volver a conglomerar de forma constante a quienes asistieron a determinado acto.

Ahora bien, es necesario acotar que esta diferencia tácita planteada en términos etimológicos se pierde cuando se usa en la teoría del turismo, como se puede observar en los siguientes conceptos ofrecidos por Maure (2007):

Evento: Término genérico que designa a cualquier tipo de reunión profesional de corte científico, técnico, cultural, deportivo, educativo, político, social, económico, comercial, religioso, promocional o de otra índole que facilite el intercambio de ideas, conocimientos y/o experiencias entre los participantes.

Turismo de eventos: Incluye congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivo, festivales. Es una modalidad del turismo de negocios, que moviliza esencialmente a líderes de opinión en distintas ramas del conocimiento, la ciencia, la tecnología, las finanzas o el comercio.

Turismo de reuniones: Es aquel que genera un conjunto de actividades económicas como consecuencia de la organización de encuentros de un destino a elegir y cuyos motivos giran en torno a temas profesionales.

Turismo de reuniones: Actividades económicas asociadas a la realización de congresos, convenciones, viajes de incentivo y otras reuniones similares a estas (jornadas, encuentros conferencias, simposios, foros, seminarios, cursos...) convocados por motivos profesionales y/o asociativos.

Estas definiciones, como se puede apreciar, generan múltiples confusiones, pues no existe una distinción contundente entre turismo de reuniones y turismo de eventos, a pesar de sus diferencias etimológicas. Por ello, para destacar el contraste entre evento y

reunión, desde el punto de vista turístico, se requiere contextualizar ambos conceptos en el marco de los servicios de turismo.

Efectivamente, al ofrecer una experiencia de vida, el servicio turístico se caracteriza por ser intangible y heterogéneo; se produce, distribuye y consume de forma simultánea, de modo que puede ser una actividad (llevar el platillo al comensal y dejarlo en la mesa) o un proceso (desde la compra de los ingredientes para preparar el platillo, así como su preparación, hasta llevarlo a la mesa); su valor principal se origina en las interacciones entre comprador y vendedor (justamente por ofrecer una experiencia de vida); sus clientes participan de la producción (porque la experiencia de vida es compartida), no se mantiene en *stock* y no transfiere propiedad (Gadotti dos Anjos y Taisa Stock, 2009).

De lo anterior se deduce que un evento y una reunión pueden ser considerados de naturaleza turística si en su oferta incluyen alimentos y bebidas (restaurantes, fondas, cocinas económicas, puestos de comida especializada, cadenas de cafeterías o comida rápida, banquetes, entre otros), hospedaje (hoteles, moteles, hostales, cabañas, entre otras), agencias de viajes y operadoras domésticas, así como guías o intérpretes de turistas. Por consiguiente, un turismo de reuniones y un turismo de eventos, para ser catalogados como tales, deben ofrecer ese tipo de servicios, pues movilizan la plantilla turística; de lo contrario, entonces solo pueden ser concebidos como eventos y reuniones. En concreto, la diferencia entre el turismo de eventos y de reuniones se sintetiza de la en la Tabla 1:

Tabla 1. Caracterización del turismo de eventos y de reuniones

Turismo	Objetivos	Temporalidad	Servicio
Eventos	Acontecimientos cívicos, religiosos, sociales o culturales (bodas, bautizos, celebración patriótica, entrega de premios)	Dos días, una noche	Alimentación y hospedaje
Reuniones	Congresos, seminarios, festivales culturales internacionales, convenciones, ferias, viajes de incentivos, gestas deportivas, programas de capacitación. Puede contener eventos.	De tres días a un mes	Agencia de viajes, operadoras domésticas, alimentación y hospedaje

Fuente: Elaboración propia

Según lo expuesto en la tabla anterior, el turismo de eventos se refiere a la movilización de la plantilla turística para celebrar un acontecimiento de corta duración, al cual asisten los integrantes de una familia o personas cuyas preferencias recreativas son similares. En cambio, el turismo de reuniones se relaciona con la movilización de la plantilla turística para congregar a especialistas que se enfocan en debatir, durante periodos más largos, sobre temas relacionados con una profesión. Estas reuniones, además, pueden contener varios eventos, como sucede con los congresos donde se ofertan talleres de cuatro horas de duración y eventos culturales, entre otros.

Establecida esta distinción, se puede plantear la relación de los dos conceptos anteriores con el turismo de negocios, el cual surge no solo para ofrecer un lugar de encuentro para las personas que laboran en una empresa que carece de ese tipo de espacios y recursos (salones amplios, servicios de alimentos y bebidas, proyectores, pantallas, etc.), sino principalmente para efectuar reuniones que permitan evaluar la productividad de las organizaciones en ambientes neutrales, lo que puede repercutir en resultados más objetivos.

El turismo de negocios, por consiguiente, puede ser considerado como un segmento cuya motivación de desplazamiento temporal se sustenta en la resolución de asuntos laborales que se atienden, principalmente, de forma colectiva. Esto sirve como argumento para incluirlo en el turismo de negocios, pues el desplazamiento temporal de un individuo por motivos de trabajo ha sido históricamente anterior al de reuniones con fines de trabajo (Barreto, 1996).

Estas precisiones sirven para apuntar que el restaurante Quetzalin no se ajusta al turismo de reuniones o de eventos (al menos no desde la perspectiva tradicional), pues en ellos subyace una estrategia de las empresas hoteleras y restauranteras para obtener ganancias en temporadas bajas. Esto significa que el turismo de reuniones y el turismo de eventos en el restaurante Quetzalin deben ser considerados desde la lógica de reproducción familiar.

Discusión: el turismo de reuniones y eventos en Quetzalin bajo la lógica de la reproducción familiar

Según la distinción realizada entre turismo de reuniones, eventos y negocios, se puede afirmar que el primero es el segmento genérico del cual se desprenden los demás. La diferencia entre estos, sin embargo, radica en el objetivo de cada uno para concretar la reunión, así como en el tiempo de duración, aunque en ellos la condicionante es el empleo de la plantilla turística para poder llevarla a cabo, es decir, el servicio de hospedaje y alimentación.

Ahora bien, a pesar de que el servicio proporcionado por los dueños del restaurante Quetzalin no se corresponde con una lógica empresarial, sí se ajusta a los objetivos y a la duración del turismo de eventos y de reuniones. En el primer caso se pueden ubicar los banquetes de eventos sociales y cívicos, mientras que en el segundo se pueden apuntar congresos como los realizados por la asociación Niños de México u otros como los efectuados por la Supervisión de Zona Escolar.

En este sentido, vale destacar el comportamiento económico y sociocultural en Quetzalín, cuya infraestructura turística no permite un turismo de reuniones masivo y de gran envergadura, como el ofrecido por las cadenas hoteleras o grandes hoteleros independientes. Esto significa que el turismo de reuniones se ha convertido, para esta empresa familiar, en una estrategia de permanencia y sobrevivencia dentro de un mercado altamente competido por los prestadores de servicios ubicados en el centro de la cabecera municipal, donde solo dos de las cooperativas han irrumpido en el turismo de reuniones y de eventos, aunque sin grandes resultados. Por tal motivo, es evidente que la lógica de la reproducción familiar de origen campesino o indígena ha permitido afrontar los cambios drásticos del mercado capitalista no solo en el cultivo de productos agrícolas, sino también en el sector turístico.

El incursionar en el turismo de reuniones como una estrategia de permanencia en el mercado fue una decisión circunstancial para el Quetzalín, la cual fue impulsada por los comentarios negativos de los clientes atendidos en otros negocios. Desde entonces, este restaurante ha permanecido durante 25 años en el mercado ofreciendo hospitalidad y segmentando sus servicios, de modo que sus mayores ingresos son generados por reuniones. Por eso, y visto desde la lógica de la reproducción familiar, el turismo de reuniones cuenta con el atributo de desarrollar redes sociales comunitarias y regionales, pues las personas que se reúnen en el Quetzalín son habitantes de la región con afinidades culturales. Dicho de otra manera, sus principales clientes son profesionistas indígenas o de extracción rural. En otras palabras, cuando una familia se halla en su etapa de fusión al cambiar de lugar de residencia, nunca rompe con las relaciones sociales establecidas desde su nacimiento con sus coterráneos si culturalmente sigue siendo indígena o campesino.

Esto sucede porque las familias en fusión provenientes del ámbito rural mantienen vivas sus relaciones cuanto deben regresar habitualmente para celebrar los acontecimientos sobresalientes de la comunidad, como las fiestas patronales, las bodas, los bautizos y similares. Debido a esto, el lazo entre las familias rurales, a pesar de su fusión, permitió al profesor jubilado mantener sus amistades, las cuales le plantaron la posibilidad de atender sus reuniones y eventos.

El turismo de reuniones y de eventos llevado a cabo a la manera de Quetzalin (es decir, al no ser masivo) no afecta la vida cotidiana colectiva en cuanto a los factores negativos mencionados por Martos (2013), esto es, musealización, banalización del patrimonio cultural, monocultivo turístico o especialización de la ciudad, congestión y concentración de turistas y gentrificación. Todo lo contrario: refuerza los lazos de la vida cotidiana y comunitaria, conserva la cultura culinaria y sus propios protocolos de atención mientras preserva el principal patrimonio individual y comunitario: la tierra, aunque esta ya no es cultivada. Esto porque es regido por la lógica de reproducción familiar, la cual está inmersa en la forma de reproducción capitalista que conforma una simbiosis, aunque la primera es determinante para la segunda.

Conclusiones

En estas páginas se ha procurado enfatizar que los agentes comunitarios no son pasivos frente al mercado turístico, es decir, la demanda turística no es el factor determinante para decidir sobre su propio desarrollo. Por ende, nos adscribimos a la postura según la cual los indígenas y campesinos herederos y poseedores de los bienes naturales y culturales ejercen el poder sobre estos para la oferta del servicio turístico conforme a su lógica de reproducción y producción, cuya unidad básica de análisis es la familia. Al respecto, Salazar (2006) plantea:

El poder es la capacidad de aquellos de controlar los recursos requeridos para el desarrollo del turismo —mano de obra, capital, cultura y recursos naturales— y para asegurar retribuciones personales por el hecho de albergar el turismo en su comunidad. Por ello, el poder influye en la buena disposición de la gente local y en su capacidad de intercambio (p. 108).

En el caso de la familia que fundó el restaurante Quetzalin, a pesar de haber vivido su etapa de fusión fuera de Cuetzalan, sus integrantes han conservado las formas de ordenar la vida familiar heredada ancestralmente, así como sus relaciones sociales comunitarias. Esta visión les ha permitido atesorar las redes sociales establecidas con sus comensales cotidianos, pues existe una identificación con ellos afianzada en aspectos

culturales que se manifiestan en el trato, los precios y los menús.

Las redes sociales han servido para aprovechar un área de oportunidad no capitalizada por otros emprendedores locales ubicados en el centro de Cuetzalan, quienes están más insertos en el mercado turístico y en los devenires de la demanda. Por eso, ante el inminente cierre de la antigua marisquería, los propietarios optaron por ampliar el menú para satisfacer las necesidades de la población local, y no tanto las del turista, porque sabían que este último representaba un mercado estacional. De hecho, luego decidieron cambiar hacia el turismo de reuniones guiados por la misma razón: la reproducción de las redes sociales comunitarias, expresadas y extrapoladas dentro y fuera del ámbito familiar.

Este tipo de turismo de reuniones en las comunidades indígenas moviliza la plantilla turística —como en cualquier otro contexto para su realización— al atender a grupos de especialistas en un determinado tópico. En tal sentido, Quetzalín se ha distinguido de otros negocios porque ha mantenido la jerarquía y los roles tradicionales, donde el jefe es el padre —y bajo su liderazgo están los hijos y la madre— y donde los progenitores toman las decisiones del giro del negocio.

Por otra parte, se destaca que la inversión en mano de obra ha sido reducida a su mínima expresión, pues se labora principalmente con el trabajo solidario —y al mismo tiempo vinculante— basado en lazos familiares. Asimismo, se ha procurado satisfacer las necesidades del cliente con menús locales cuyos costos de producción sean bajos. De hecho, solo invierten cantidades significativas en la infraestructura del servicio (salones amplios, mesas, sillas, cocina, cañón proyector, pantalla, entre otros).

Por último, su escasa dependencia al mercado global del turismo les ha permitido sobrevivir a los cambios drásticos de este, pues han flexibilizado su oferta empleando sus bienes patrimoniales individuales como colectivos en un proceso de adaptación, sinergia y negociación entre dos lógicas de reproducción distintas. En pocas palabras, lo familiar atiende a lo colectivo mediante sus redes sociales y comunitarias.

Referencias

- Barreto, M. (1996). Turismo “de negocios”: un concepto polémico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 5(3), 207-221. Recuperado de <http://barreto-margarita.equiponaya.com.ar/negocios.pdf>.
- Boullón, R. (1999). *Retrospectiva del turismo y la recreación. Las actividades turísticas y recreacionales. El hombre como protagonista*. México: Trillas.
- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (Conabio) (s. f.). *Cuetzalan*. Recuperado de www.conabio.gob.mx/conocimiento/regionalizacion/doctos/rtp_105.pdf.
- Gadotti dos Anjos, S. J. y Taísa Stock, L. (2009). Logística integrada de eventos. El caso del Festival de Danza de Joinville (sc). *Brasil en Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18, pp. 302-3017.
- Hernández-Loeza, S. (2011). La participación en los procesos de desarrollo. El caso de cuatro organizaciones de la sociedad civil en el municipio de Cuetzalan, Puebla, *Economía Sociedad y Territorio*, 11(35), 95-120.
- Madera, J. (2000). Organización y características sociodemográficas de las unidades domésticas de producción campesina. Un estudio exploratorio en tres comunidades productoras de tabaco en la región costa norte de Nayarit. *Papeles de Población*, 6(26).
- Martos, M. (2013). El papel del turismo de eventos en el desarrollo urbano. El caso de Expo Zaragoza. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(1), 57-71. Recuperado de http://www.pasosonline.org/Publicados/11113/PS0113_05.pdf.
- Masferrer, E. (2004). *Totonacos*. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Recuperado de <http://www.cdi.gob.mx/dmdocuments/totonacos.pdf>.
- Mateos, A. (1991). *Etimologías grecolatinas del español*. México: Esfinge.

- Maure, G. (2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos. *Contribuciones a la Economía*, (82). Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.ht>.
- Navarrete, F. (2008). *Los pueblos indígenas de México*. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Ortiz, T. (2009). *Bordando paradigmas para el desarrollo. Metodología para abordar el turismo rural desde el sujeto social*. México: UAM-Xochimilco, UNILA.
- Robichaux, D. (2007). Sistemas familiares en culturas subalternas de América Latina: una propuesta conceptual y un bosquejo preliminar. *Familia y Diversidad en América Latina. Estudios de Caso*, CLACSO.
- Salazar, N. (2006). Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo. *Tabula Rasa*, (5), 99-128. Recuperado de <http://www.revistatabularasa.org/numero-5/salazar.pdf>.
- Sosa, S., Gutiérrez, F. y Carrillo, M. (2014). Capital social y acompañamiento comunitario como estrategias de desarrollo local: el caso de la unión de cooperativas Tosepan Tititaniske en la Sierra Norte del estado de Puebla, México. *Observatorio Iberoamericano del Desarrollo Local y Economía Social*, (17), 3-14. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/oidles/17/capital-social.pdf>.

Rol de Contribución	Autor(es)
Conceptualización	Ma. Teresa Tonantzin Ortiz-Rodríguez
Metodología	Ma. Teresa Tonantzin Ortiz-Rodríguez
Software	Ma. Teresa Tonantzin Ortiz-Rodríguez
Validación	Ma. Teresa Tonantzin Ortiz-Rodríguez
Análisis Formal	Víctor Manuel López-Guevara (por igual), Mayra Antonieta Sandoval-Quintero (por igual)
Investigación	Ma. Teresa Tonantzin Ortiz-Rodríguez
Recursos	Ma. Teresa Tonantzin Ortiz-Rodríguez
Curación de datos	Ma. Teresa Tonantzin Ortiz-Rodríguez
Escritura - Preparación del borrador original	Ma. Teresa Tonantzin Ortiz-Rodríguez
Escritura - Revisión y edición	Ma. Teresa Tonantzin Ortiz-Rodríguez (por igual), Víctor Manuel López-Guevara (por igual), Mayra Antonieta Sandoval-Quintero (por igual)
Visualización	Ma. Teresa Tonantzin Ortiz-Rodríguez (por igual), Víctor Manuel López-Guevara (por igual), Mayra Antonieta Sandoval-Quintero (por igual)
Supervisión	Ma. Teresa Tonantzin Ortiz-Rodríguez
Administración de Proyectos	Ma. Teresa Tonantzin Ortiz-Rodríguez
Adquisición de fondos	Ma. Teresa Tonantzin Ortiz-Rodríguez