

## *EL ANFITRIÓN COMO ACTOR SOCIAL EN EL TURISMO. REFLEXIONES DESDE EL CASO DE IXTAPAN DE LA SAL, MÉXICO*

Alfonso González Damián

### RESUMEN

Se presenta una descripción detallada del concepto de anfitrión, elaborado desde la práctica de hoteleros en una población en el Estado de México, bajo el enfoque de la propuesta teórica de Peter L. Berger y Thomas Luckmann. El argumento central es que el rol de anfitrión sólo puede desempeñarse por la persona a partir de su relación de interacción con el rol de turista, así como este último sólo adquiere sentido en su relación con el de anfitrión.

*PALABRAS CLAVE:* TURISMO \* SOCIOLOGÍA INTERPRETATIVA \* METODOLOGÍA CUALITATIVA \* TURISTA \* ANFITRIÓN \* IDENTIDAD INTERGENERACIONAL

*KEY WORDS:* TOURISM \* INTERPRETIVE SOCIOLOGY \* QUALITATIVE METHODOLOGY \* TOURIST \* HOST \* INTERGENERATIONAL IDENTITY

### INTRODUCCIÓN

El presente documento se deriva de una investigación realizada en la localidad turística de Ixtapan de la Sal, México, en la que exploramos las formas y significados que conforman la relación entre turista y anfitrión, específicamente desde el punto de vista de este último. Como sucede con toda investigación de este corte, al acercarnos al actor social, a su mundo de vida y a los significados que en su comunidad son compartidos, encontramos que muchas de las preconcepciones, categorías y conceptos que como investigadores suponíamos, se veían pobres, incluso minúsculos frente a la realidad social construida intersubjetivamente. No sólo por la relación asimétrica, aunque simple, del turista frente al anfitrión, sino a partir de la

relación con la familia y otros significativos cercanos al anfitrión, así como de las características sociohistóricas del contexto específico en el que se presenta el fenómeno turístico estudiado. Por ello tuvimos que reformular algunos de los conceptos de apertura y elaborar una estrategia metodológica propia, tanto para la recogida de información como para el análisis.

Fue así, que surgió la inquietud de someter a la consideración y debate del sector académico, el conjunto de reflexiones y decisiones que sobre conceptos, método y técnicas realizamos en el camino de esta investigación; más que propiamente el punto de vista del actor "anfitrión" ixtapense sobre sí mismo y su vida cotidiana, el propósito del presente artículo es justamente aportar ideas para un debate en torno a los conceptos.

## CONTEXTUALIZACIÓN: IXTAPAN DE LA SAL, TURISMO EN EL SUR DEL ESTADO DE MÉXICO

Durante los primeros años del siglo XX en la población de Ixtapan de la Sal, comunidad primordialmente agrícola habitada desde tiempos inmemoriales por grupos matlatzincas y ocupada históricamente por invasiones mexicana y española, comenzó a aparecer la actividad turística. En su origen intervino la ubicación estratégica que ocupaba la población, a medio camino entre la zona minera de oro y plata de Taxco y Zacualpan y la ciudad comercial de Toluca, capital del Estado de México. Fue punto de descanso y de aprovisionamiento para los que “a lomo de mula” transportaban cargamentos de oro y plata. Así surgieron las posadas y casas de huéspedes que atendían las necesidades de descanso y alimentación de las personas y sus animales de carga. Se tiene información de la existencia de al menos tres posadas atendidas por personas que sin saberlo en aquel momento se convertirían al paso del tiempo en los fundadores de la hotelería Ixtapense.

En la década de 1930-40 se comenzaron a utilizar los manantiales de aguas termales con fines recreativos, fue creado un balneario al que las familias acudían durante los fines de semana, en una población que comenzaba a crecer a causa del paso de los transportistas y comerciantes. En la década de los cuarenta, a iniciativa del gobernador del Estado, Isidro Fabela, se decretó como zona turística el área norte de la población, ubicada en una ladera del mazo montañoso del Nevado de Toluca, sitio en el que se ubica el manantial más importante de aguas termales en la zona. Se construyó una carretera pavimentada de 85 Km que comunicaba a Toluca con Ixtapan, se acondicionó un bulevar turístico y a través de la inversión del Sr. Arturo San Román se creó el Hotel Ixtapan, de gran lujo y orientado principalmente a atender a un mercado norteamericano que buscaba relajamiento y tratamientos terapéuticos a través de las aguas termales. A esta persona se le otorgó la licencia para el usufructo del manantial termal, lo cual le permitió a él y su familia, desarrollar durante los siguientes 50 años un parque acuático, el hotel de lujo y una zona residencial con campo de golf. Como impacto directo de todo ello, se presentó una dramática

transformación del perfil socioeconómico de la población de Ixtapan, de la cual aún hoy son notorias las consecuencias.

En la época en que se declaró la zona turística, existían cuatro hoteles y un par de casas de huéspedes con servicio de alimentos; para el año 2002 se tuvo un inventario de más de 30 establecimientos de hospedaje de diversas categorías, restaurantes, dos agencias de viajes, tres balnearios, dos zonas verdes para la recreación, una unidad deportiva, una pequeña y moderna terminal de autobuses de pasajeros y una autopista de cuota de 66 Km que une Ixtapan con la ciudad de Toluca.

Ixtapan de la Sal, es uno de los tres puntos de destino turístico considerados por el Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática de México (INEGI) para las cuentas nacionales especializadas en turismo en el Estado de México (Los otros dos son Toluca y Valle de Bravo) ocupando el tercer lugar estatal en llegadas de turismo nacional y el segundo en llegadas de turistas internacionales, oferta hotelera y de restaurantes. Es asimismo el destino turístico en el Estado de México con mayor número de habitaciones de hotel de cinco estrellas o gran turismo, más incluso que la propia capital y que poblaciones del área conurbada del Distrito Federal como Naucalpan, Tlalnepantla y Cuautitlán que cuentan también con una infraestructura importante en este rubro. Comparativamente para el 2000 tenía 1003 habitaciones de hotel. Además, la actividad turística representa el motor de la economía de Ixtapan que gira entre empleos directos e indirectos en alrededor del 60% de la actividad de la población. La mayor parte del comercio sobrevive también gracias al turismo y lo mismo se puede decir de las empresas de construcción y la microindustria existente en el lugar.

El resto de la población está vinculada a las actividades agropecuarias, propietaria de pequeños predios de cultivos de temporal para autoconsumo de maíz, frijol, papa y hortalizas. En la región noreste del municipio, se cultiva flor para exportación, de manera intensiva y con alta tecnología. A ello favorece el clima templado-cálido de la región y el régimen de humedad más o menos constante durante el año.

Quienes residen en Ixtapan de la Sal opinan que seguramente el estilo de vida del pueblo sería totalmente distinto, tal vez muy deprimido económicamente, de no ser por la actividad turística. Para aproximarnos al sentido que tiene su participación en el turismo, es necesario efectuar algunas consideraciones de carácter conceptual sobre el asunto, en primera instancia respecto a qué es a lo que se consideró como turismo en este estudio, para estar en condiciones de contrastarlo con la imagen y significados que a este le atribuyen los actores que en él participan.

#### EL TURISMO: CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA RELACIÓN ANFITRIÓN-TURISTA

El turismo para la gran mayoría de los autores considerados fundamentales en su estudio (Jafari, Leiper, McIntosh, Goeldner y Ritchie, Cohen, Smith entre otros) es visto como la actividad que hoy conocemos, con la masificación de los medios y vías de comunicación y transporte. Esto es, surgida solo a partir del siglo XX.

Antiguamente los viajes se realizaban con fines de exploración, descubrimiento, migración, estudios, etc. Aún en el caso de quienes realizaban viajes por el puro placer de viajar, la aventura literalmente se constituía como una expedición, en la que se sabía cuándo se dejaba el hogar pero se desconocía cuándo y aún si se lograría regresar a él. Fue hasta el advenimiento del transporte masivo: ferrocarril, barco y autobús, que fue posible la disminución en los costos del traslado, abriendo la posibilidad de viajar a más gente. Esta situación permitió que ya no fuera necesario dejar el empleo, la escuela ni las costumbres cotidianas para salir de viaje, es decir se abrieron fragmentos de tiempo para salir de lo cotidiano y entrar a lo desconocido con la certeza de que se volvería al punto de origen, que quedaría a salvo y con un curso normal, al cual sería posible regresar en cualquier momento. Aquí hago referencia al mundo normal como el mundo de lo cotidiano para Alfred Schutz (Schutz y Luckmann, 1973).

Para atender las necesidades de estos nuevos viajeros han surgido un conjunto de empresas e individuos que en conjunto reciben

la denominación de “prestadores de servicios turísticos” o proveedores del servicio, categoría que incluye a los individuos que operan empresas de alojamiento, alimentos y bebidas, transporte, orientación y guía para el turista, operadores de parques y en general a todo aquel que labora en una empresa orientada a la atención de las necesidades del turista a cambio de una remuneración. Es por ello que la actividad turística es considerada una actividad primordialmente económica, puesto que genera ingresos para los inversionistas en este tipo de negocios, genera empleos y distribuye la riqueza; lo cual ha llevado a que se le analice e investigue mucho más en el ámbito económico que en el social y cultural.

El profuso análisis existente sobre el turismo en su dimensión económica, ha llevado a una comprensión parcelaria del fenómeno, centrada en los procesos de intercambio de servicios, objeto de medición cuantificable<sup>1</sup>.

El turismo sin embargo, visto en un contexto más amplio, consiste en un cúmulo de actividades humanas, a las que el sujeto atribuye un significado particular, más allá de lo que establezcan los discursos oficiales, las leyes y los analistas del impacto económico del mismo. Tan es así que incluso desde el nivel del sentido común se atribuyen significados al turismo que exceden las definiciones formales. No hay que olvidar que como actividad humana que se presenta en la sociedad, adquiere significado como constructo social, intersubjetivamente construido, tal cual sucede con cualquier otra actividad humana; y que dicho significado puede ser compartido, intuido o por lo menos supuesto, por cualquier integrante de la sociedad en que se presenta, independientemente de que el integrante tenga el carácter de experto, lego o informado respecto a la actividad.

En otras palabras, el turismo es reconocido como tal hasta por el hombre menos informado sobre turismo. No es necesario haber

1 Prueba de esta afirmación puede encontrarse al revisar la bibliografía sobre turismo, especialmente los que hablan de “teoría del turismo”, los contenidos de los programas de estudio de las carreras universitarias en turismo, la normatividad de la Organización Mundial del Turismo, etc.

estudiado una serie de conceptos y teorías para reconocer a un turista y sin embargo como saben bien los especialistas del ramo, el turismo es un concepto sobre el que abundan las definiciones operativas parciales y escasean los conceptos generales.

Toda vez que el turismo es identificable en el nivel del sentido común, a partir de las actividades que realizan individuos, entonces debe ser posible enunciarlos formalmente y en un lenguaje académico que posibilite su estudio y análisis, a partir de su construcción social intersubjetiva. Es posible y en mi opinión deseable, que los conceptos de turista, anfitrión y turismo sean elaborados desde el significado que socialmente les atribuyen los propios sujetos que los viven como algo cotidiano. Es necesario refrescar el análisis de estos conceptos desde un ángulo cualitativamente distinto al que se le ha dado en la teoría del turismo mayoritaria desarrollada en el siglo XX.

Las preguntas de apertura entonces tendrían que llevarnos a acotar el ámbito de la reflexión en torno a ¿quiénes son los turistas y quiénes los anfitriones? Sorprendentemente, sobre una de las dos partes existe amplia información: sobre el turista, en tanto que por la otra solo hay información parcial y un tanto sesgada.

En relación con el turista, se ha dicho que todos podemos serlo si reunimos algunas características específicas, que tienen que ver con viajar, con desplazarse fuera del lugar de residencia, aunque se reconoce que no todos los viajes pueden ser considerados turísticos pues existen las migraciones, los viajes de exploración, de conquista o intervención militar, que por sus características no podrían ser considerados “turísticos”. En este sentido, son características de los viajes turísticos:

- ✧ Son viajes de ida y vuelta, la expectativa del que viaja está centrada en la certeza de que llegará el momento de regresar a una cotidianidad “normal”.
- ✧ Son viajes que suponen la existencia de una infraestructura de vías de comunicación, medios de transporte, hoteles, restaurantes y otros servicios que permiten la realización

del viaje y la estancia “cómoda” del viajero durante el tiempo que permanece fuera de su hogar.

- ✧ Son viajes cuyo costo es financiado por el viajero mediante su actividad laboral o empresarial cotidiana.
- ✧ Son viajes motivados por un conjunto muy diverso y complejo de factores pero que en general pueden denominarse “placer” y no vinculados al deseo de establecerse ni realizar alguna actividad “cotidiana normal” alterna a la de origen.

El turista es pues el viajero, que ha salido de su sitio de residencia temporalmente, suspendiendo sus actividades y relaciones interpersonales cotidianas, para entablar relaciones y realizar actividades que corresponden a lo que la generalidad reconoce como actividades que realiza un turista, en conjunto se trata de actividades “no cotidianas”. En otras palabras puede afirmarse que un turista es aquel que actúa conforme a lo que la sociedad atribuye al tipo “turista”. De esto se deduce que el tipo “turista” es una construcción social intersubjetiva, que se elabora a partir de las interpretaciones que los turistas y los “no-turistas” hacen respecto de sus actividades.

El concepto de turista se construye intersubjetivamente, es decir no depende de lo que individualmente, como sujetos hayamos decidido sobre nuestras acciones o sobre las de otros, el ser o no ser turista depende más del grado de identificación de las actividades realizadas por los individuos con las actividades que realiza el tipo generalizado de turista que de una convicción personal, subjetiva.

Con estas ideas en mente, podemos abordar el análisis del concepto de anfitrión, como espejo del turista, es decir como el “otro” frente al que el turista se construye, aquel que es el “propietario” del mundo de vida que se visita en los viajes turísticos. Si bien existe poca literatura sobre el tema bajo este enfoque, no es posible menospreciar la relevancia en el turismo de los habitantes de la población que recibe al turista, que se ha convertido en punto de destino para el turismo. Individuos a quienes en prácticamente la totalidad de la

literatura turística se les ha tratado como a “ellos” a quienes el turismo debería de beneficiar pero que en general mantiene al margen, o en el mejor de los casos, los identifica como parte del folklore local, que es a su vez parte del “atractivo turístico” del sitio.

El habitante de la comunidad receptora es quien acoge al sector turismo, en muchos casos es quien le da vida con un carácter y personalidad específica. De esa comunidad surgen los empleados que ocupan los cargos y puestos abiertos por la actividad a través de las empresas y son quienes a la larga reciben de buen grado o rechazan a los externos, a los turistas.

Los puntos de destino turístico a su vez reciben el impacto de la visita de turistas, ya sea a través de los ingresos económicos, por el cambio en la estructura de la producción, por la inversión de los empresarios del turismo, o por las influencias de comportamientos, costumbres, vicios y enfermedades desconocidas sin el turismo.

La comunidad receptora en general, entendida como sociedad que acoge turistas se ha organizado y se ha especializado. Existen organismos que atienden directamente al turista: las empresas prestadoras de servicio turístico. A la vez existen organismos dedicados a la promoción del turismo, su organización, regulación y creación de infraestructura que lo facilite: los organismos de gobierno especializados en el turismo. En el caso de México estos son: la Secretaría de Turismo en el nivel federal y las oficinas de turismo en los gobiernos estatales y municipales en el ámbito del poder ejecutivo y las comisiones de turismo en el Congreso de la Federación y en los Congresos Locales en los estados.

Es claro que todos nos hemos identificado al menos una vez en la vida como turistas, pero ¿nos identificamos como anfitriones? ¿Sabemos que somos anfitriones desde el punto de vista de los turistas que nos visitan? En los escritos sobre turismo hay pocas respuestas a este asunto, hay en realidad poco trabajo teórico o empírico al respecto.

El anfitrión difícilmente se identifica a sí mismo como tal, puesto que si partimos del análisis hecho sobre el papel de turista, encontramos que el anfitrión es quien habita el mundo de vida

que el turista solo visita, es quien realiza actividades que pueden calificarse como cotidianas o “normales” en los espacios y tiempos que el turista comparte sólo en un nivel de referencia. De ello se destaca el asunto de la temporalidad: el turista decide en qué momento visita al anfitrión, en tanto que este último sólo decide si recibe o no al turista, no decide el momento en que puede ser visitado por un turista en particular. Al igual que en el caso del turista, no es necesario que como individuos nos identifiquemos como anfitriones, basta con que los turistas nos identifiquen como habitantes del mundo de vida que se visita, para ser considerados como aquellos “otros” que dan consistencia al significado de los viajes turísticos.

Por supuesto que algunos anfitriones son más conscientes de su rol como anfitrión, socialmente establecido, especialmente aquellos que tienen como actividad la de atender directamente a los turistas. En cierto sentido son los anfitriones activos, aquellos que se identifican como “prestadores de servicios turísticos”, cuya actividad laboral cotidiana adquiere sentido por su relación interpersonal con el turista.

Bajo este mismo tenor, podemos considerar como anfitriones pasivos a aquellos que habitan un mundo de vida visitado por turistas y que son identificados como tales por los turistas. Las actividades que realiza el observado por el turista y los significados que este último le atribuye a tales actividades le permiten suponer un mundo de vida ajeno al propio.

De lo anterior se desprende que el turismo puede ser comprendido como la relación que se establece entre el turista y el anfitrión, con las siguientes características:

- ✧ Es una relación entre personas que provienen de dos mundos de vida distintos, en la que al menos una de las dos partes se encuentra consciente de tal relación y de tal diferencia.
- ✧ Es una relación a la que una parte acude voluntariamente y la otra puede hacerlo en forma activa o pasiva. Cuando lo hace de forma pasiva, se trata de una relación asimétrica.
- ✧ Es una relación que implica la existencia de previas tipificaciones de turista y de anfitrión, de las actividades que realizan tanto

el turista como el anfitrión y de los significados más probables que tienen las actividades de cada uno, interpretados por su contraparte respectiva.

- ❖ Es una relación que tiene significados socialmente determinados pero que se reproducen en la interacción entre individuos, es decir en la relación intersubjetiva. Esto es que aunque los individuos tienen previamente las tipificaciones mencionadas en su acervo de conocimientos, en cada interacción se reproducen, con la posibilidad de que se modifiquen o amplíen tales tipificaciones, aunque conserven una base de sentido socialmente reconocible. Así el turismo no se comprende exactamente igual en México que en Argentina, en España o en Israel.
- ❖ La base de sentido de lo que implica el turismo se ha construido socialmente en un acumulado histórico de interacciones subjetivas y que se ha sedimentado en el acervo social del conocimiento como un conjunto de tipificaciones de sujetos, acciones y significados.

Con base en lo anterior, se puede proponer una definición de turismo desde el punto de vista social, que es suficientemente amplia y operativa para este estudio: el turismo es el conjunto de tipificaciones, de la relación entre anfitrión y turista, de sus acciones y de los significados que se han elaborado social e históricamente y que se reproducen en la interacción específica entre individuos.

Esto implica que el turismo existe de manera previa al individuo, como tipificación, pero se reproduce en cada interacción humana, o desde el otro extremo, se crea en el momento de la interacción, pero se determina a través de la tipificación.

El turismo entendido así, puede ser visto como un fenómeno primordialmente moderno y del presente, que ha surgido en tiempos relativamente recientes y que se organiza, a partir de la estructura de la sociedad moderna, aunque tenga antecedentes históricos. En la sociedad actual se produce y reproduce y por lo tanto se ve afectado por las dificultades y crisis del mundo moderno, de lo que muchos autores

hoy llaman posmodernidad, esto independientemente del sitio en el que se lleve a cabo la actividad, aún cuando el turismo aparezca en las zonas y regiones más lejanas a las estructuras sociales denominadas pos-modernas.

#### METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

El estudio que da origen a estas reflexiones, consistió en realidad en una primera aproximación, con carácter exploratorio-descriptivo al significado de la identidad de anfitrión, que pretendió aportar información sobre este aspecto que ha sido muy poco trabajado, particularmente en su elaboración desde el punto de vista del propio anfitrión.

En el trabajo, se realizó un acercamiento al ejercicio de interpretación a partir de la información obtenida directamente en el campo con los actores sociales involucrados, es decir, bajo un enfoque cualitativo; por lo tanto tiene atributos que lo hacen distinto a los trabajos cuantitativos: en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis precedan “a la recolección y el análisis de los datos, se desarrollaron preguntas e hipótesis antes, durante y después” (Hernández: 2003: 9) de ellos. Se trata de un proceso de carácter dinámico entre los hechos y su interpretación, en el cual se hizo énfasis por entender el fenómeno, no en medir las variables involucradas.

Este tipo de estudios se recomienda cuando se pretende entender el contexto o el punto de vista del actor social, como es el caso de este estudio, que se realizó mediante el seguimiento de varias acciones:

1. El primer momento consistió en identificar la forma en que se lleva a cabo el turismo en comunidades que han sido catalogadas como destinos turísticos, mediante consultas a los bancos de información del gobierno del Estado de México, de la Universidad Autónoma del Estado de México y a través de una serie de visitas de reconocimiento y de levantamiento de imágenes fotográficas en los 23 destinos turísticos que promueve el actual gobierno estatal.

2. A continuación, se seleccionó el destino turístico de Ixtapan de la Sal, que incluye la cabecera municipal del mismo nombre y la población de Cuastecomates en el mismo municipio, la población de Tonatico y las Grutas de la Estrella en el municipio de Tonatico. Básicamente debido a que Ixtapan es uno de los tres principales destinos turísticos del Estado de México y sus características socioeconómicas le dan un perfil principalmente turístico, por sobre otras actividades económicas. Esto favoreció que las observaciones realizadas y a su vez, las conclusiones obtenidas pudieran tener un vínculo más cercano al turismo que a cualquier otra actividad económica.
  3. En Ixtapan de la Sal, se realizó un acercamiento más profundo, para identificar informantes relevantes para el estudio, se seleccionó en este rubro a los integrantes de familias de hoteleros y restauranteros con empresas funcionando por al menos dos generaciones: padres e hijos. En este punto, se identificó a tres familias de hoteleros que en conjunto poseen y administran más del 70% de los establecimientos de este tipo en Ixtapan. Asimismo se identificó a dos familias de restauranteros que cumplían con el criterio, poseedores de dos restaurantes, uno por familia.
  4. La siguiente actividad fue la realización de una serie intensa de entrevistas del tipo de relato autobiográfico (Piña: 1989, Chanfrault-Duchet: 1988, Catani: 1990, Cabanes: 1996 y Lalive: 1990), cuya finalidad fue aproximarse a través del relato del sujeto a las elaboraciones de sentido sobre la actividad que lleva a cabo el anfitrión turístico y las características intersubjetivamente atribuidas a este tipo de personajes.
  5. La información obtenida de las entrevistas, además de aspectos obtenidos a través de la observación, permitió realizar una primera transcripción (Moore: 1999, Camas y García: 1997, Kohler: 1993 y Lejeune: 1989) que arrojó elementos para interpretar lo obtenido, vinculándolo con información teórica-conceptual sobre turismo (Smith: 1992, Cohen: 1984, Jafari: 1991, Hiernaux: 2000, Jiménez: 1992 y 1998), modernidad-posmodernidad (Touraine: 1995, Berger y Luckmann: 1997, Giddens: 1997), empresa (Pfeffer: 1998, Mintzberg: 1999), empresa familiar (Gersick: 1997), transición intergeneracional (Muxel) y vida cotidiana y estructura social (Berger y Luckmann: 1968).
  6. A través de nuevos análisis sobre las transcripciones se elaboró una interpretación que nos acerca al punto de vista del actor social (Cf. Lindón: 2000), por ende de la comunidad estudiada, identificando conceptos y prácticas que pueden ser referidas como características del anfitrión turístico en Ixtapan de la Sal. El análisis de esta información se realizó con orientación a dos grandes categorías: los conceptos y las prácticas del anfitrión turístico y la construcción de la identidad de los mismos a partir de la familia en un contexto moderno. Para ello, se elaboraron dos matrices de análisis, a través de una mezcla diseñada a partir de las propuestas para el análisis interpretativo de información cualitativa de Molitor (1999) y de Lalive (1990) y que consistió básicamente en la identificación de conceptos y su agrupación e integración sucesiva a nuevos conceptos cada vez más generales y de mayor abstracción, para lo cual fue de gran utilidad el uso de software especializado: Atlas-ti y NVivo<sup>2</sup>.
- Esto permitió aproximarse al conocimiento de la manera en que se construye socialmente el anfitrión turístico en Ixtapan de la Sal y a plantear hipotéticamente las características de este actor social. Tal elaboración puede funcionar como fundamento para futuras investigaciones en las que se profundice sobre este tema.

---

2 Ambos son marcas registradas.

### RESULTADOS: EL ANFITRIÓN EN IXTAPAN DE LA SAL, MÉXICO<sup>3</sup>

El turismo en Ixtapan de la Sal aparece de manera simultánea a los primeros hoteles, crece y se expande con la inversión realizada en el hotel-balneario a través de la familia San Román y se diversifica con el crecimiento de las pequeñas cadenas de hoteles familiares: familia Domingo y familia Albarrán.

Actualmente, el turismo en Ixtapan de la Sal se caracteriza por estar orientado al turismo de salud; para ello acuden a este destino, grupos de familias durante los fines de semana, de viernes a domingo, con la finalidad de hacer uso de los balnearios y pernoctar en los hoteles de la región. De ello se desprende que son los hoteles los que rigen la actividad turística en Ixtapan, en tanto que la relevancia de restaurantes y otros servicios turísticos es relativamente menor. Esto se observa claramente puesto que los restaurantes que no forman parte de la oferta de un hotel, tienden a aparecer y desaparecer constantemente; cambian de perfil, de propietarios o de ubicación. Sólo dos restaurantes han permanecido durante al menos dos generaciones, condición inicial para ser incluidos en el estudio: el de la familia Fernández: "las tulitas" y el de la familia Victoria.

Es de destacarse el hecho de que las empresas han surgido y crecido como empresas familiares, algunas de ellas han llegado a tener grandes dimensiones, con inversión en el extranjero y con vinculación con grupos económicos financieros nacionales e internacionales, sin perder su fisonomía de empresa familiar (Cf. Gersick) en las que la propiedad, la operación y estructura corresponden también a las características de las propias familias. Esto ha propiciado que en Ixtapan se identifique a las empresas por la familia que las posee más que por sus nombres o marca comercial. Asimismo, a los integrantes de las familias se les ve como propietarios de las empresas hoteleras, aún cuando realicen otras actividades. Esta es una

condición importante pues significa en cierto sentido que el papel de anfitrión lo desempeñan no directamente los individuos sino el grupo familiar.

De lo anterior se tiene que la estructura económica y política de la población y de los municipios de Ixtapan de la Sal y otros cercanos, correspondan a su vez con la estructura familiar de las empresas hoteleras más grandes: la de la familia San Román que es propietaria de la mayor empresa y cuya hegemonía se ha manifestado desde la década de los cuarenta hasta la actualidad. Y la alineación a la política establecida por esta familia por parte de otros hoteleros: la familia Domingo y la familia Albarrán, quienes alternativamente han ocupado cargos políticos locales desde la década de los cuarenta.

En este sentido, la historia de Ixtapan de la Sal está directamente ligada a la historia del turismo, de la hotelería en concreto y de manera más específica a la historia de las familias San Román, Domingo y Albarrán.

La historia de la familia San Román es la historia de una familia que llega a vivir a Ixtapan de la Sal a mediados del siglo XX, proveniente de la ciudad de México y con una historia empresarial en diversos sectores, siendo el principal el de la industria maderera, que se establece en Ixtapan al adquirir la licencia de aprovechamiento del recurso del agua mineral en los manantiales al norte de la población y que significó el surgimiento del Hotel San Román y del Balneario Ixtapan, hoy parque acuático y Hotel Spa de Gran Turismo.

En las familias Domingo y Albarrán se encuentran paralelismos que no resultan impresionantes al analizar la interacción entre ellas no únicamente en el ámbito empresarial sino individual: son originarias de Ixtapan hasta donde llega la memoria actual y los registros oficiales, iniciaron con un pequeño hotel a mediados del siglo XX, cuando se abrió el hotel San Román, con el tiempo ampliaron su inversión para contar actualmente una familia con tres hoteles y con seis la otra, por cierto los únicos hoteles de mediano tamaño (tres a cinco estrellas) en Ixtapan.

Los detalles de la historia familiar, la lucha inicial por crecer, el auge económico, la

3 Para guardar la confidencialidad acordada con los sujetos investigados, los nombres de las familias y de sus empresas han sido modificados.



formación de los hijos en escuelas privadas de la ciudad de México, los viajes al extranjero, las aventuras como empresarios y/o empleados en otras ciudades: Acapulco, Puerto Vallarta, Miami, Las Vegas, etc. la vuelta a Ixtapan y el surgimiento de la tercera generación, el estancamiento del crecimiento de las empresas, no son objeto de este documento pero por sí mismos contienen elementos para análisis mucho más amplio y prolijo, que darían lugar seguramente a la construcción de nuevas categorías para análisis. Para los fines del presente documento, recupero algunos momentos, en los cuales se deja ver la forma en que los anfitriones ixtapenses construyen su identidad como tales, así como su relación con el turista:

En cada una de las familias de hoteleros, Domingo y Albarrán, se tienen dos concepciones diametralmente opuestas acerca de su identidad como anfitriones, por una parte aquellos que iniciaron las empresas, a las que ven como resultado tangible de su actividad de vida, como uno de ellos dijera "... y con muchos trabajos compramos una parcela, para construir unos cuartitos, que luego fuimos acabando... y muchos de los muebles no los teníamos, las camas fue lo primero y para la cocina ocupábamos las cosas de la casa...". En este grupo de anfitriones, los de la primera generación de hoteleros, que iniciaron su vida como empleados en el hotel de la familia San Román, se deja ver el sentido que para ellos tiene la relación con los turistas:

Lo que querían es comer rico y estar a gusto, como en su casa, por eso les poníamos unas mesas en el patio y traíamos música... les traíamos sus cervezas, bajaba mi esposo a comprarlas y las enfriábamos en tinas con hielo, porque permiso no teníamos para vender alcohol, pero cerrábamos el hotel cuando ellos llegaban y eran como de la familia...

Por su parte, los hijos y nietos de los iniciadores, quienes actualmente se encuentran a cargo de los hoteles, que recibieron estudios profesionales fuera de Ixtapan y que vivieron durante alguna etapa de su vida en otros sitios, incluso fuera del país, ven su participación en

el turismo en términos de relación comercial, como cualquier otra. Reproducimos aquí un fragmento ilustrativo de esta situación:

... hace años esto si era negocio, yo tenía otro hotel allá por la carretera, por donde está el hotel del sindicato de maestros, ahora es del sindicato de cinematógrafos, pero ese hotel yo lo puse, firmé un contrato con el sindicato y cada fin de semana llegaba gente, aquello siempre estaba lleno... le puse alberca, unos asadores y jardines, pero era un ingreso constante, no faltaba el dinero. Lo vendí por problemas de otro tipo, pero eso ya hace años, ahora llega poca gente, lo que necesito es firmar otros contratos como aquel del sindicato, una vez lo estuvimos viendo con el presidente municipal, que era mi primo y quería que yo le fuera a ayudar en el ayuntamiento, pero yo le dije que no...

La relación con el turista es para este segundo grupo, una relación comercial, por lo que al forastero lo identifican como cliente,

... aquí los clientes vienen sobre todo los viernes y sábados, esos días me ayudan dos sobrinos, los demás días como casi no hay clientela yo sólo me hago cargo... [de hecho se podría ver una mayor identificación con ellos que con la propia población de Ixtapan]... cuando uno anda de viaje busca calidad y comodidad, pagar lo justo, yo he estado en muchos hoteles en distintas partes del mundo y eso es lo que se cuida...

Varios hoteleros de la segunda y tercera generación han extendido sus empresas a otros ramos y sectores de la economía y se dedican a la administración de los mismos, por lo que ha disminuido su relación con los turistas que visitan Ixtapan de la Sal y por supuesto ha cambiado la visión que tienen de su propio hotel como empresa turística.

Los anfitriones de la primera generación, a quienes aquí denominamos anfitriones activos, se sienten parte de la población de Ixtapan, en la que se asientan sus empresas y ven a la

hotelería como su actividad de vida "... este es nuestro hotel, el que pusimos mi esposo y yo, ya los otros son para nuestros hijos..."; en tanto que por su parte los anfitriones pasivos, ven a Ixtapan como un sitio al que están ligados por sus padres, no por decisión propia, ante lo que poco pueden hacer "... regresé aquí para establecerme, está el hotel de mis padres, levanté este en el que no nos va tan bien pero aquí estamos..."

En resumen, los anfitriones activos en Ixtapan de la Sal, construyen su identidad de dos maneras diametralmente opuestas, los iniciadores de las empresas se ven a sí mismos como verdaderos anfitriones, que gustan de recibir visitantes foráneos en sus propias casas, de hecho sus hoteles llevan nombres como "Casa Raúl", "Casa Sarita" etc. Y por otra parte los hijos y nietos, que actualmente se encuentran al frente de los hoteles como herencia de sus padres, realizan las mismas actividades que los primeros, pero se identifican a sí mismos más bien como empresarios, como administradores de negocios, inmersos en una relación comercial, que no fue elegida por ellos.

## REFLEXIONES FINALES

De lo investigado se desprende un conjunto de planteamientos que fungen nuevamente como reflexión sobre el turismo en Ixtapan, con las características propias en las que se estudió, pero a la vez puede establecerse como planteamiento hipotético sobre realidades en contextos con características parecidas o similares a las del turismo en Ixtapan.

En este tipo de investigación, los hallazgos solo pueden ser circunscritos a la realidad observada, sin embargo tienen la finalidad de construir planteamientos teórico-reflexivos sobre los que se pueden elaborar explicaciones más ambiciosas. Con estas consideraciones, en este apartado hago algunas conclusiones, que se derivan de lo observado en Ixtapan de la Sal, pero cuya finalidad es la de plantear posibilidades para el análisis del turismo en general.

En cierto sentido podría decirse que todas las personas somos, al menos potencialmente, turistas y 'no-turistas' a la vez, también anfitriones y "no anfitriones" y que adquiriríamos cada

categoría en diversos momentos. Esto puede ser discutido y discutible, puesto que habría quien defendiera la idea de que sólo es turista aquel que hace uso de 'servicios turísticos' y no es turista aquel que por ejemplo, viaja en su propio auto, visita a un familiar por unas horas y no hace uso de ninguna clase de servicio distinto a la carretera por la cual transitó. En otro extremo habría quien afirmaría que también son turistas aquellos que por convicción propia deciden 'hacer turismo' en su propio sitio de residencia y visitan los museos, parques y plazas con 'mirada de turista', cámara en mano, adquiriendo recuerdos y 'souvenirs' y haciendo uso de los servicios de alimentos, guías de turistas y tal vez hasta de hospedaje, todo ello sin alejarse de su propia comunidad. Con un planteamiento así, podríamos caer en la tentación de decir que las personas son turistas en el momento en que así lo deciden y dejan de serlo del mismo modo. Esto equivaldría a caer en un subjetivismo al extremo, en el que el turista solo existe en la mente del individuo.

Desde luego esta postura en extremo subjetiva, no se sostiene, puesto que basta hacer uso del sentido común para constatar que cualquiera de nosotros es capaz de identificar a un turista, diferenciándolo de quien no lo es por sus acciones y comportamiento, por el lenguaje que utiliza, los sitios a los que acude, los objetos y servicios que adquiere; en cierto sentido podemos afirmar que reconocemos al turista por medio de un conjunto de rasgos socialmente aceptados como característicos de la persona 'turista', en este sentido el concepto de turista es socialmente construido. El turista ha adquirido históricamente una personalidad propia, identificable socialmente y con derechos legítimos. El turista es entonces un sujeto social, que vive, actúa y se vincula con otros, los 'no turistas' en una realidad compleja a la que hemos denominado 'turismo'.

Si bien el turista poco a poco adquiere en la historia esa calidad de sujeto o actor social y en torno de él, sus actos y consecuencias se reconstruyen individualmente por el reconocimiento de que es objeto frente a su alteridad, frente a los 'otros', los 'no turistas'.

Por otra parte, identificarse como anfitrión es mucho más complicado que identificarse como turista. Los pobladores de una

comunidad muy fácilmente identifican a los turistas, pero suponen que los anfitriones son únicamente los propietarios y empleados de empresas de servicios turísticos. Esto es paradójico al momento de contrastarlo con la realidad de que todos los habitantes interactúan ya con el turista directamente o con las actividades vinculadas a la atención al turista y que por ende dependen en gran medida de la existencia, número y temporalidad del turismo.

Los empleados de las empresas de servicios turísticos difícilmente se identifican a sí mismos como anfitriones, aunque en términos de elaboración intersubjetiva de sentido si lo sean. Suponen su relación con los turistas en un esquema tipificador de la relación comercial proveedor-consumidor.

La vocación por la hotelería incluye el gusto por recibir personas ajenas en la casa propia, derivada del concepto originario de anfitrión. De acuerdo con la Real Academia de la Lengua, Anfitrión, rey de Tebas, espléndido en sus banquetes y que refiere a la persona que tiene invitados a su mesa o a su casa. Los empresarios que inician operaciones con empresas de servicio tienen perfil de anfitrión, sin embargo las generaciones posteriores tienden a percibir a la actividad como un empleo parecido a cualquier otro, como una ocupación a la que obligatoriamente habrá que dedicar tiempo y esfuerzo.

En un principio los anfitriones activos, los hoteleros de primera generación se involucran en la atención y el servicio a sus huéspedes, en las posteriores generaciones la relación se hace más de carácter comercial: proveedor-cliente. Y tienden incluso a verse como anfitriones pasivos: solo reconocibles como tal por los turistas.

La gente de la comunidad sabe que el turismo aporta desarrollo económico a su población, pero el turista es un personaje que “invade”, que ocupa los recursos propios y se torna en un huésped poco deseable, pero necesario.

El anfitrión se construye socialmente y vive una realidad similar a la que sucede en el nivel individual, inicia con ánimo y gusto por su actividad, para que con el paso del tiempo se presente un “desgaste” de la relación que sin embargo es difícil de romper o de transformar.

Esto lleva a suponer que se podría plantear un ciclo de vida del anfitrión, en su carácter de actor social, de manera similar al ciclo de vida de un individuo: nace, crece, se desarrolla, se estanca y decae.

Si bien en el turismo, entendido como relación social construida (re-construida) por individuos, se puede considerar anfitrión a todo habitante del mundo de vida visitado por el turista, no se puede hablar de la existencia de rasgos identitarios del “ser anfitrión” o como se les denominó en este trabajo, anfitriones activos. Únicamente se encuentran en el caso de los empresarios turísticos de primera generación, en los que se tiene una conciencia clara del sentido de recibir a extraños en la casa propia, concepto que se extiende a su actuar frente al turista.

En el caso de los anfitriones de segunda o tercera generación se encuentran pocos elementos o rasgos de auto identificación con el sentido del “ser anfitrión” o anfitriones activos, en todo caso se puede hablar de la existencia de anfitriones pasivos, no porque se identifiquen a sí mismos con un papel de tales características, sino por su funcionamiento como alteridad para el turista.

Para el anfitrión activo el otro frente al que se construye y se auto identifica es el turista, para el turista el otro es el anfitrión en general, pero principalmente el pasivo, en tanto que los anfitriones pasivos no tienen la necesidad de auto construirse frente a los turistas, con lo que nos encontraríamos con una relación desequilibrada entre tres personajes, lo cual podría suponer la explicación para muchos de los problemas que ocasiona el turismo en lo cultural y social. Sobre esto hace falta mucha más investigación y desde luego, análisis e interpretaciones más detallados y profundos.

#### FUENTES DE INFORMACIÓN

Ayora Díaz, Steffan Igor. (2000) “Globalización cultural y medicina. Medicinas locales y medicina cosmopolita en Chiapas”. En Bueno, Carmen (Coord.). *Globalización: una cuestión antropológica*. México: Ed. CIESAS-Miguel Ángel Porrúa.

- Berger y Luckmann. (1968) *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- \_\_\_\_\_. (1997) *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno*. Barcelona: Paidós Studio.
- Bozeman, Barry. (1998) *Todas las organizaciones son públicas. Tendiendo un puente entre las teorías corporativas privadas y públicas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bruner, Edward M. (2001) "The Maasai and the Lion King: Authenticity, nationalism, and globalization in African tourism". En *American Ethnologist*. Arlington: Vol. 28, Issue: 4.
- Butler, Richard y Douglas Pearce. (1995) *Change in tourism: people, places, processes*. Londres: Routledge.
- Cabanes, Robert. (1996) "El enfoque biográfico en sociología", en *Cuadernos del CIDS*. Serie II, nro. 1, julio, Bogotá.
- Camas, Victoriano e Ignacio García. (1997) "La transcripción en historia oral: para un modelo "vivo" del paso de lo oral a lo escrito", en *Historia, Antropología y Fuentes Orales*. Nro. 18. Voz e Imagen.
- Catani, Mauricio. (1990) "Algunas precisiones sobre el enfoque biográfico oral". en *Historia y Fuente Oral*. Nro. 3. Esas guerras. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Chanfrault-Duchet, Marie-Françoise. (1988) *Le système interactionnel du récit de vie*, en *Sociétés*, mayo, París.
- Cohen, Erik. (1984) «The Sociology of Tourism: Approaches, issues and findings», en *Annual Review of Sociology*, vol. 10, enero-marzo de 1984.
- Cooper, et al. (1997) *Turismo, principios y práctica*. México: Editorial Diana.
- Crespi, Franco. (1997) *Acontecimiento y estructura. Por una teoría del cambio social*. Nueva Visión, Argentina: Buenos Aires.
- De Sebastián, Luis (1997) *Neoliberalismo global. Apuntes críticos de economía internacional*. Madrid: Editorial Trotta.
- Delgado, Juan Manuel y Juan Gutiérrez. Coords. (1999) *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Gersick, et al. (1997) *Empresas familiares. Generación a generación*. México: McGraw Hill.
- Gibson, Ivancevich y Donely. (1996) *Las organizaciones*. Madrid: Addison-Wesley.
- Ginebra, Joan. (1997) *La trampa global. Neoliberalismo, neocapitalismo, neocolonialismo*. México: Panorama.
- Gobierno del Estado de México. (2002) "Turismo en el Estado de México" Secretaría de Desarrollo Económico. (Página Web) <http://www.edomex.gob.mx/sedeco/turismo/home.html> Septiembre 2002.
- Hall, Richard. (1996) *Organizaciones: estructuras, procesos y resultados*. México: Prentice Hall.
- Hiernaux, Daniel. (2000) "La fuerza de lo efímero. Apuntes sobre la construcción de la vida cotidiana en el turismo". En Lindón, Alicia (Coord.). *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*. Barcelona: Anthropos Editorial, CRIM, El Colegio Mexiquense y UNAM.
- Ianni, Octavio. (1996) *Teorías de la globalización*. México: Siglo XXI.

- Instituto Nacional de Geografía Estadística e Informática. (2002) "INEGI". (Página Web) <http://www.inegi.gob.mx>. Septiembre 2002.
- Iso-Ahola, S. (1980). *The Social Psychology of Leisure and Tourism*. New York: Wm. C. Brown Co.
- Jiménez Martínez, Alfonso. (1992) *Turismo: estructura y desarrollo*, México: McGraw Hill.
- Kohler, Catherine. (1993) *Narrative Analysis*. Sage Publications: California, USA.
- Krinppendorf, J. (1987) *The Holiday Makers: Understanding the Impact of Leisure and Travel*. Oxford: Heinemann Professional Publishing.
- Krystal, Matthew. (2000) "Cultural revitalization and tourism at the Moreria Nima 'Kiche' ". En *Ethnology*. Pittsburgh, Vol. 39, Issue 2. Spring.
- Lalive, D'epinay. (1990) «Récit de vie, ethos et comportement: pour une exégèse sociologique». En Remy, Jean y Danielle Ruquoy (dir.). *Methodes d'analyse de contenu et sociologie*. Bruselas: Faculté Universitaire Saint-Louis.
- Lejeune, Philippe. (1989) "Memoria, diálogo y escritura". En *Historia y Fuente Oral*. Nro. 1. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Little, Walter E. (2000) "Home as a place of exhibition and performance: Mayan household transformations in Guatemala". En *Ethnology*, Pittsburg, Volume 39, Issue 2, Spring.
- Madrigal, R. (1995) "Personal Values, Traveler Personality Type, and Leisure Travel Style". *Journal of Leisure Research*, 27 (2), 125-142.
- McIntosh, Robert, et al. (1999) *Turismo, planeación, administración y perspectivas*. Segunda Edición, México: Editorial Limusa Wiley.
- Moore, Kate. (1999) "Sentido y sensibilidad: forma y contenido en las transcripciones de historia oral". En *Historia, Antropología y fuentes orales*. Nro. 21: entre la exclusión y el trabajo.
- Organización Mundial del Turismo. "Ecoturismo" (Documento Web) <http://www.world-tourism.org/sustainable/esp/ecoturismo/menu.htm> 5 de agosto de 2002.
- Pavón, Silvia. (1999) "Determinación de la práctica turística en Oaxaca a partir del capital cultural". En Monterroso y Uriel (Coords.). *Turismo y Cultura*. Toluca, México: UAEM.
- Piña, Carlos. (1988) "La construcción del sí mismo en el relato autobiográfico". En *Revista Paraguaya de Sociología*. Año 25, nro. 71. Enero-Abril.
- \_\_\_\_\_. (1989) "Sobre la naturaleza del discurso autobiográfico". En *Argumentos*, México: UAM-X.
- Ritzer, George. (2001) *Teoría sociológica clásica*. 3ª edición, Madrid: McGraw Hill.
- \_\_\_\_\_. (2001) *Teoría sociológica contemporánea*. 5ª edición. McGraw Hill, Madrid.
- Saxe-Fernández, John, et al. (2001) *Globalización, imperialismo y clase social*. Editorial Buenos Aires-México: Lumen Hvmánitas.
- Searle, John. (1997) *La construcción de la realidad social*. Barcelona, España: Paidós.
- Secretaría de Economía. (2002) "Secretaría de Economía" (Página Web) <http://www.economia.gob.mx> Setiembre 2002.

- Secretaría de Turismo. (2002) “Bienvenido a la página de la Secretaría de Turismo” (Página Web) <http://www.sectur.gob.mx> Setiembre 2002.
- Smith, V. L. y Eadington, W. R. (1992) *Tourism Alternatives. Potentials and problems in the development of Tourism*, Filadelfia: University of Pennsylvania Press.
- Smith, Valene S. comp. (1992) *Anfitriones e invitados: antropología del turismo*, Madrid: Endimión.
- Touraine, Alain. (1995) *Crítica de la modernidad*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- United Nations. “Las Naciones Unidas: colaboradoras en una sociedad civil”. (Documento Web) [http://www.un.org/spanish/civil\\_society/home.htm](http://www.un.org/spanish/civil_society/home.htm) 5 de agosto de 2002.
- Urquidí, Víctor L. (1996) *México en la globalización*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Valles, Miguel. (1998) *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Ed. Síntesis.
- Vellas, F. & Becherel, L. (1995). *International Tourism: An Economic Perspective*. New York, NY: St. Martin's Press.
- Wallerstein, Emmanuel. (1991) *El moderno sistema mundial; la agricultura capitalista y los orígenes de la economía mundo europea en el siglo XVI*. México: Siglo XXI.
- . (1999) *Después del liberalismo*. 3ª edición. México: UNAM-Siglo XXI.

Alfonso González Damián  
alfonsog@aix.ver.ucc.mx