

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE DERECHO

**ENSAYO SOCIOECONOMICO DEL TURISMO EN
MEXICO Y SU SITUACION REAL**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN DERECHO
P R E S E N T A

MARCO ANTONIO MORETT FLORES

México, D. F.

1976



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Con todo cariño:

A mis padres,
hermanas, hermanos,
abuelos y tios.

**A LOS DISTINGUIDOS MAESTROS
DE ESTA FACULTAD:**

Lic. Leandro Azuara Pérez

Lic. Manuel González Prieto

**Lic. Salvador López Mata,
director de esta tesis,
mi agradecimiento por su
valiosa ayuda y acertados
consejos.**

INDICE

Introducción

Capítulo I: EL TURISMO COMO FENOMENO SOCIAL

- A.- Origen de las palabras turista y turismo
- B.- Definiciones de turismo
- C.- Antecedentes históricos del turismo
- D.- Historia del turismo en México

Capítulo II: LEGISLACION ACTUAL RELATIVA AL TURISMO EN MEXICO

- A.- El Consejo Nacional de Turismo
- B.- La Ley General de Población y su reglamento
- C.- La Ley Federal de Fomento al Turismo

Capítulo III: LA INFRAESTRUCTURA TURISTICA ACTUAL DE MEXICO

- A.- Recursos turísticos
- B.- Servicios turísticos
- C.- Promoción turística
- D.- Ciudades y zonas turísticas
- E.- Fideicomiso y nuevas zonas de desarrollo turístico
- F.- La capacitación turística

Capítulo IV: ESTRUCTURA SOCIAL DEL TURISMO

- A.- Diversas clases de turismo
- B.- El turista y el medio cultural
- C.- El turismo como fenómeno social
 - 1.- El turista
 - 2.- Las corrientes turísticas
 - 3.- Interpretación del fenómeno turístico

Capítulo V: ANALISIS SOCIOECONOMICO DEL TURISMO EN MEXICO

- A.- Turismo Interno
- B.- Turismo Social
- C.- Turismo Fronterizo
- D.- Turismo Internacional

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCION

En un mundo cada vez más comunicado, el turismo como fenómeno que afecta la vida social, económica y cultural de los pueblos, ha venido creciendo explosivamente en los últimos 25 años, ya que no se circunscribe a una actividad concreta sino que es flexible, sujeto a cambios imprevistos y trasciende en mayor o menor grado a casi todas las manifestaciones humanas, revolucionando los medios de transporte, multiplicando increíblemente la capacidad de hospedaje en muchos países y motivando que el hombre aplique su ingenio para proporcionar al turista los satisfactores que busca en los viajes como el descanso, la recreación, la salud y la cultura, que son las motivaciones fundamentales que lo hacen desplazarse dentro del país y hacia otros lugares en el extranjero.

En México como en el resto del mundo el desarrollo del turismo es relativamente reciente, y no es sino hasta después de la segunda guerra mundial, con la aplicación de la moderna tecnología en materia de transportes y en especial el uso de la turbina en la aeronavegación, que ha cedido su lugar al turismo masivo con sentido social.

México ocupa el cuarto lugar mundial como receptor de dí visas por concepto de turismo, y el primer lugar de preferencia, en el hemisferio occidental, de los turistas procedentes de Estados Unidos, superando en este importante mercado al Canadá, según informa la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo, que agrupa en su seno a más de 100 países. Ha sido nuestra vecindad con Estados Unidos -país cuyos habitantes son por tradición móviles y viajeros-, unida a nuestras diferencias históricas, geográficas y culturales lo que ha -- contribuido principalmente al privilegiado lugar de México co mo receptor de divisas por turismo.

Por todo lo dicho en líneas anteriores, esta tesis tiene como finalidad analizar el fenómeno turístico por medio de dí versos enfoques; así en sus cinco capítulos se han incluido - nociones generales relativas al mismo, sus antecedentes, sin dejar de pasar por alto el turismo en nuestro país. También - se incluye un estudio de la Ley Federal de Fomento al Turismo así como una serie de disposiciones relativas al turista en - la Ley General de Población y su reglamento.

CAPITULO I

EL TURISMO COMO FENOMENO SOCIAL

- A.- Origen de las palabras turista y turismo
- B.- Definiciones de turismo
- C.- Antecedentes historicos del turismo
- D.- Historia del turismo en México

CAPITULO I. - EL TURISMO COMO FENOMENO SOCIAL

A.- ORIGEN DE LAS PALABRAS TURISTA Y TURISMO

Luis Fernández Fuster analiza las palabras *tourist* y *tourism*, de acuerdo con el *Shorter Oxford Dictionary* (1950); y dice, que este diccionario las define, con las fechas de 1800 y-1811: (I)

TOURIST: "One who makes a tour; one who does this for recreation; one who travels for pleasure or culture visiting a number of places for their objects of interest, scenery or the like".

Alguien que hace un viaje; que hace esto por recreación; que viaja por placer o por cultura, visitando un sinnúmero de lugares por sus objetos de interés, paisaje o por cosas semejantes.

TOURISM: "The theory and practice of touring; traveling -- for pleasure".

La teoría y la práctica de los viajes. Viajar por placer.

Ambas palabras poseen la raíz **TOUR** y los sufijos **IST-ISM**.

TOUR aparece desde 1760 en el intransitivo "**TO MAKE A TOUR**" (or circuit journey in which many places are visited for recreation or business: viaje circular en el cual muchos lugares son visitados por recreación o por negocios).

TOUR según la mayoría de los diccionarios procede del inglés del siglo XVIII, probablemente como galicismo del francés **TOUR**. Ello se debe a que las palabras *turista* y *turismo* nacieron en Inglaterra, debido a que ahí es donde nace el fenómeno turístico.

Etimológicamente la raíz **TOUR** viene del latín **TORNUS** (torno) como sustantivo, y del verbo **TORNARE** (redondear, girar). La idea de giro, de viaje circular de vuelta al punto de partida, se deduce claramente de la raíz común.

(I) Fernández Fuster, Luis, *Teoría y Técnica del Turismo*, Editorial Nacional, Madrid 1967, Pág. 21

Destaca la posibilidad de que la palabra TOUR tenga un antiquísimo origen Hebreo, ya que aparece en la Biblia en el Capítulo XIII, versículo XVII, en el que se relata cuando Moisés envía a un grupo de representantes al país de Canaan, con el objeto de que al visitarlo le informen sobre sus condiciones agrícolas, demográficas y topográficas. (2)

TOR es Hebreo antiguo y corresponde al concepto de "viaje de descubierta, reconocimiento y exploración".

La palabra turismo viene del francés tour, derivado del latín TORNUS, que quiere decir vuelta. Faire le tour du monde, se traduce por dar la vuelta al mundo. De aquella lengua la palabra pasó al inglés. To take or to make a tour, significa viajar, vuelta, paseo, excursión. Los ingleses llamaron a quien viaja por placer, tourist y a ellos se debe la propagación del vocablo en todo el mundo, debido a que en Inglaterra es donde nace el fenómeno del turismo moderno. Tourist pasó en igual forma al francés, dando origen a tourism y touristique.

La transmigración lingüística de la voz latina tornus, transformada según la índole de los diversos idiomas resulta singular: pasa al francés, de este al inglés, vuelve al francés y penetra en seguida en todas partes. Un verdadero "tour du monde". (3)

B. - DEFINICIONES DE TURISMO

La Academia Internacional de Turismo de Monte Carlo define al turismo como:

El conjunto de actividades humanas que tienen por objeto llevar a cabo los viajes por placer, y es industria que participa en la satisfacción de las necesidades del turista.

Se define al turismo sociológicamente en el año de 1965, en un Congreso de Sociología que se celebra en la ciudad de Veracruz y en el que se dijo:

El turismo es el conjunto de interacciones huma-

(2) Haulot, Arthur, Le Tourisme et la Bible, Revista de la Academia Internacional de Turismo, 4º semestre de 1961, 14º año P. 17

(3) Lozada, Rodolfo, El Turismo, Lazo Espiritual y Fuente de Progreso, Editorial Pirámide, México 1941, pág.8

nas como, transportes, hospedajes, servicios, diversiones y enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.

José Ignacio de Arrillaga: (4)

Turismo es "todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determina y hace posible dichos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar.

Para Rafael González Alpuche el turismo es: (5)

Aquel conjunto de relaciones y fenómenos que se originan del acto o hecho jurídico que lleva a efecto el individuo para emprender o realizar un viaje y obtener su estancia legal en un lugar distinto al de su radicación.

Walter Hunziker: (6)

Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencias, no estén motivados por una actividad lucrativa.

Leopoldo Souza Moreno: (7)

Turismo.-Como el fenómeno de masas que involucra desplazamientos individuales o colectivos, temporales y que utilizan los recursos y servicios -- creados para su desarrollo.

(4) De Arrillaga, José Ignacio. Sistema de Política Turística. Editorial Aguilar, Madrid, 1965 Pág. 200

(5) González Alpuche, Rafael. Temática y Legislación Turística. Editorial Libros de México, S.A. México, 1969 Pág. 43

(6) Hunziker, Walter. Un Siglo de Turismo en Suiza y Europa. Citado en la Revista de Turismo no. 3, Berna, 1962 Pág. 99

(7) Souza Moreno, Leopoldo. Naturaleza Jurídica del Fenómeno Turístico, Tesis Profesional Fac. de Derecho U.N.A. Pág. 33

C.- ANTECEDENTES HISTORICOS DEL TURISMO

El turismo, tal y como hoy lo conocemos, es decir como desplazamiento de grandes masas, no fue conocido en la antigüedad.

La necesidad fue lo que primero hizo viajar al hombre. Las caminatas de las tribus nómadas eran impelidas por el instinto de conservación, por eso las tribus nómadas tenían que viajar constantemente (de ahí su nombre), para poder subsistir. El hombre primitivo para poder subsistir se vio obligado a trasladarse de un lugar a otro, en busca de mejor casa, pesca y de clima más benigno.

Al terminar las grandes migraciones históricas comienzan a aparecer los primeros pueblos de asiento fijo, es cuando surgen las primeras ciudades y con ellas el comercio y la necesidad de intercambio de mercancías o trueque.

De los pueblos de la antigüedad, fueron sobre todo los Fenicios, los que más viajaron. Esto se debió a que por su situación geográfica, desarrollaron enormemente el comercio. Fueron los mercaderes más antiguos conocidos: fundaron activas ciudades comerciales célebres por su tráfico.

También los Egiptios y los Griegos comerciaron con otros pueblos, haciendo para ello grandes viajes.

El hecho de que los comerciantes o mercaderes fuesen para estas épocas las personas que más viajarán, dio lugar a que en hebreo antiguo, la palabra mercader fuera sinónimo de viajero.

Pero a estos viajeros Fenicio, Egiptio y Griego, no puede llamarseles turistas, ya que viajaban por negocio y por afán de lucro y no por placer, por estudio, descanso, contemplación de bellezas naturales o motivos de salud, que son los que constituyen el turismo, como también lo son aquellos motivos que -- llevan a templos, celebraciones religiosas o lugares considerados santos por los creyentes.

Algunos autores como el Lic. Armando Herrerías y Rodolfo Lozada investigan en la historia Universal y nos presentan viajes realizados en la antigüedad que son verdaderos ejemplos de turismo.

En caso de lo que podríamos llamar turismo astronómico, lo

encontramos en Roma, en donde se organizaban exposiciones de cocina y de bebidas que atraían a numerosos visitantes.

Un ejemplo de turismo de descanso lo tenemos en Solón, el gran legislador, estadista y filósofo griego, considerado históricamente como uno de los 7 sabios de Grecia, quién al terminar la redacción de la Constitución de Atenas, hace un viaje a Egipto con el fin de descansar.

Otro ejemplo de turismo deportivo, lo tenemos en la antigüedad, en Grecia, con la realización de los famosos juegos de Olimpia, que atraían gentes de todas partes de Grecia. Ejemplo clásico de ese turismo deportivo que sigue hoy en día afluyendo a los lugares donde hay acontecimientos de esa índole: carreras de automóviles, de caballos, etc.

En cuanto a los estudios, desde la aurora de la civilización han constituido un importante factor de impulso a los viajes, - pues siempre se ha reconocido que nada contribuye más a ensanchar el horizonte de la cultura, como los viajes. Por estudio, - Herodoto, el llamado "padre de la historia", hace un viaje extenso por el bajo Egipto en el primer siglo de nuestra era, y - el geógrafo Ptolomeo viaja por estudio por todo el oriente en el segundo siglo de nuestra era. Al igual que Herodoto, Horacio el gran poeta latino es turista por estudio y nos ha dejado una maravillosa descripción de su viaje a Roma y a Brindisi. Marco Polo publicó en Venecia el relato de las aventuras de su viaje en el siglo XIII, a China, en su famoso libro "El Millón". El barón Alejandro de Humboldt viene a la Nueva España, a principios del siglo XIX y deja una obra monumental, producto de sus estudios.

Me parece la pena señalar el turismo religioso, probablemente el más antiguo, pues los motivos religiosos, desde los albores de la historia de los pueblos, fueron la causa poderosa que hizo emprender largas caminatas y peregrinaciones a individuos y masas.

En tiempos antiguos, los templos de Tebas, Susa y Babilonia fueron escenarios de procesiones fastuosas, que atraían numerosos viajeros. Grecia, Egipto e Italia construyeron caminos expresos para conducir creyentes a sus templos y oráculos, pues al-

turismo es axiomático y no puede existir sin vías adecuadas de comunicación. En Delfos, una de las ciudades más ilustres de la Grecia Clásica, al pie del Monte Parnaso, se hallaba el famoso templo de Apolo, en cuyo interior, sentada en el tripode daba los oráculos la pitonisa a los innumerables viajeros, visitantes del lugar sagrado. Uno de los mayores ingresos de Corinto, lo constituían las grandes sumas que gastaban con las cortesanas de su templo de la Afrodita, los negociantes y turistas de Grecia y Asia. Desde esos tiempos remotos había ciudades que contaban con el dinero de sus visitantes para nivelar su economía y subir su nivel de vida.

Sin embargo, estos viajes religiosos aun cuando constituyen antecedentes históricos del turismo, no permiten hablar para esa época de una verdadera industria turística.

El turismo, semejante a lo que hoy así llamamos, con todas sus características, nace en los tiempos del Imperio Romano. -- Las necesidades administrativas obligan a sus funcionarios a -- viajar, a construir caminos, a establecer alojamientos. Es decir a crear la maquinaria de lo que conocemos actualmente como industria del turismo. El centro de todo el imperio lo constituía la ciudad imperial de Roma. De ella partían caminos hacia todos -- los rincones del imperio, siendo los viajes relativamente rápidos, fáciles y seguros. Después de la invasión de los bárbaros, no pudieron reanudarse los viajes, en forma semejante, hasta -- principios del siglo XIX. En un principio eran funcionarios civiles o militares los que viajaban. Los sucedieron los comerciantes y posteriormente, los habitantes de Roma, en épocas de calor empezaron a dirigirse a la playa y al campo, con lo que aparece la figura del turista, tal como hoy la entendemos. (8)

En tiempos de Augusto, llegaron a su máximo desarrollo los servicios de transportes de carteros de postas y de carruajes, de los que había arreglados en tal forma que en ellos pudieran dormir los viajeros. Llamábanse carruca-dormiteria y fueron los precursores de los coches dormitorios, de los carros pullman.

(8) Coverías, Armando. Turismo, Proyección Integral, Historia y actualidad. Pág. 16

Existían también los albergues para viajeros (anteriores de nuestros actuales hoteles), que aunque tuvieron su origen en Grecia, se desarrollaron en Roma.

Por otra parte el Imperio tenía el "cursus publicus", verdadero servicio del estado para los viajes. Expedía billetes que daban derecho a alojamiento, alimento y transporte.

Además de lo ya mencionado, el Estado fijaba precios para los diferentes servicios relacionados con esos viajes, y adoptaba las medidas necesarias para solucionar los problemas de escasez de alojamientos, en épocas de gran afluencia.

Por otro lado, existían empresas privadas que realizaban -- una función parecida a las modernas agencias de viajes. Existían guías, escritos ilustrativos de lugares con atractivos para el turista, con las funciones que en la época actual tienen.

Las autoridades romanas expedían la llamada "tessera hospitalis", especie de plaquita de marfil o de bronce que daba derecho al turista a cortesías y atenciones especiales.

La imperial ciudad de Roma, fijaba precios de alojamientos y de comidas y adoptaba, en ocasiones de afluencia turística -- extraordinaria, medidas especiales para afrontar la crisis de alojamiento y abastecimientos.

Con la caída del Imperio Romano de Occidente, al empuje de los bárbaros, termina este turismo, pues los caminos fueron destruidos unos y abandonados otros, ya que desapareció la seguridad, reinando la inseguridad.

En la Edad Media, resurge el turismo en forma de peregrinaciones (turismo religioso). Se iniciaron estas peregrinaciones, con cruzadas a Tierra Santa, al Santo Sepulcro en Jerusalem, y nacen las órdenes religioso-militares para proteger, albergar y curar a los caminantes como la de los Templarios y estas peregrinaciones provocan todo un sistema de transportes que se convierte en un magnífico negocio para los empresarios. A esas peregrinaciones, no era ajeno el espíritu de aventura, de placeres de disipación y de lucro que son elementos del turismo. Además de las peregrinaciones, al Santo Sepulcro en Jerusalem, fueron también famosas las realizadas a Santiago de Compostela, que si bien era especialmente caro a los españoles, atraía numerosos -

caminantes extranjeros.

El turismo religioso alcanza en la cristiandad un auge formidable, al instaurarse los jubileos de Roma, que atraen fieles de todas partes del mundo conocido.

De esas peregrinaciones a Roma vienen los vocablos "romero" sinónimo de "peregrinación que va a Roma" y romería (peregrinación a Roma). En España llamasele romería a una fiesta popular, que se celebra en un campo inmediato a un santuario o ermita.

Como menciona el Lic. Armando Herrerías, "no obstante, lo malo de los caminos, la inseguridad de los mismos, los pésimos alojamientos y alimentos, acabaron con lo que podemos llamar el turismo de la Edad Media -turismo principalmente religioso. (9)

En el Renacimiento, podríamos enumerar varios ejemplos, a la manera como hemos hecho en períodos históricos anteriores, pero siguen predominando las circunstancias que hemos descrito, en cuanto a la inseguridad de los caminos e incomodidad de los alojamientos, y si bien es cierto que surgen viajeros para contemplar las obras de arte hechas en este brillante período de la historia, no es menos cierto que los servicios necesarios para los viajes no llenan los requisitos mínimos que todo viaje exige.

Posteriormente sobrevienen períodos poco propicios para la aparición del turismo. Es la época de las grandes revoluciones. Guerras intestinas e internacionales son sufridas por casi todos los países, haciendo los viajes inseguros y ahuyentando con ello cualquier intento de aparición y organización del turismo.

Es hasta el siglo XIX, cuando la nueva construcción de caminos, así como el empleo de nuevos inventos como los barcos de vapor, las locomotoras que permiten hacer los viajes más rápidos, y una relativa seguridad, fomentan de nuevo el espíritu viajero innato en el hombre. Hace el turismo moderno.

Que en Inglaterra en donde apareció propiamente por primera vez el turismo moderno, ya que al predicador inglés Thomas Cook se debe el desarrollo del movimiento internacional de viajeros, pues en julio de 1841, organiza una excursión llevando más de--

(9) Ibídem, Ob. Cit. Pág. 19

500 pasajeros en un tren fletado de Leicester a Longborough.

El éxito que tuvo esta excursión, decidió a Cook para organizar más viajes. En los meses de veranos de los años de 1842, 1843 y 1844 condujo, por encargo de la Midland Railway Company varias excursiones de miembros de asociaciones de temperancia y de niños de escuelas parroquiales.

En 1845, Thomas Cook se ocupó ya en toda forma, en el negocio de los viajes e inició los primeros viajes internacionales a la Europa continental, a los Estados Unidos y a Tierra Santa.

Así en 1845 se lleva a cabo la primera excursión turística que registra la historia. Transporta en tren desde Leicester -- hasta Liverpool, con facilidades para visitar Dublin y la isla de Man. Cook conjugó para la realización de esta excursión, la utilización de 4 compañías de ferrocarril, habitaciones reservadas en hoteles y restaurantes con comidas previamente encargadas.

En 1855, cruzó Cook el canal de la Mancha en un barco fletado para llevar turistas ingleses a París.

Dado el éxito rotundo de todas estas excursiones, incluso de los primeros viajes internacionales, se dedicó a organizar nuevos viajes a Europa Continental y a los Estados Unidos. Así va a Suiza en 1864 y poco después a Italia.

A partir de entonces, empieza a surgir la industria turística en los países europeos.

Así, desde fines del siglo XIX hasta que estalló la Primera Guerra Mundial en 1914, el turismo tomó proporciones nunca antes imaginadas.

Al finalizar el citado conflicto mundial en 1918, con la propagación increíble del automóvil y el aeroplano, se provoca una verdadera revolución en la industria. El mundo se empequeñece y se abaratan los servicios, haciendo que el turismo no sea ya un privilegio de las clases acomodadas, como hasta entonces había sucedido, sino poniéndolo al alcance de las masas.

Durante la Segunda Guerra Mundial, como es fácil deducir, el turismo se detuvo, para hacerse más vívido que nunca en la -- postguerra.

En los últimos tiempos se ha hecho al turismo uno de los fenómenos sociales más importantes, a tal grado que a muchos países les sirve de equilibrio en su balanza de pagos.

D. - HISTORIA DEL TURISMO EN MEXICO

En nuestro país sucede casi el mismo fenómeno que hemos visto sucedió en Europa.

Durante el México Prehispánico no existió propiamente el fenómeno del turismo, como tampoco existió en los pueblos de la antigüedad.

Cuando más podrían citarse las peregrinaciones que con fines religiosos hacían los antiguos nobladores de nuestro país, y que se asemejan a las realizadas para el mismo fin en los pueblos de civilización antigua.

Durante la colonia no se sabe si llegó a existir un verdadero turismo, pues no se ha podido consignar ninguna cifra al respecto, y no tuvo ningún efecto sobre la balanza de pagos. Los viajes se hacían primordialmente con fines mercantiles y accesoriamente familiares.

En los casos en que la nobleza se veía obligada a viajar, se alojaba en casas de parientes o en los conventos. Sólo los mercaderes hacían uso de los mesones. En los caminos, todos, nobleza o mercaderes, tenían que parar en las ventas (nombre con que se conocía a los alojamientos que se encontraban en ellos y que servían para pernoctar) que a veces no tenían ni las mínimas comodidades.

Luis González Obregón dice que consta en el acta de cabildo de 1º de diciembre de 1525, que se presentó el vecino Pedro Hernández Paniagua, solicitando licencia para establecer un mesón. Este fue el primer mesón que se estableció en el continente americano, estableciéndose en la ciudad de México, abriéndose en la calle que ha llevado por siglos el nombre de mesones.

Hay además noticias de que existían otros mesones en el país, como el de San Juan de la Villa Rica y el del poblador Francisco Aguilar, en el camino de Medellín a Veracruz.

Así pues, como puede verse, en la Colonia no se conocieron los hoteles, y sus predecesores fueron los mesones de las ciudades y las ventas de los caminos.

Durante la Colonia no hubo turismo propiamente dicho, aunque si peregrinaciones y ferias.

"Podría señalarse el año de 1879, como el inicial del turismo organizado en México. Un grupo de 85 viajeros estadounidenses llegaron a Veracruz (13 de enero). A la ciudad de México llegaron (14 de enero), siendo instalados en el hotel de Iturbide. - Visitaron al presidente Porfirio Díaz (16 de enero), obsequiándole con una bandera de los Estados Unidos".

"También con fines turísticos, Emile Rediel, corresponsal de periódicos estadounidenses y alemanes en la ciudad de México, publicó (1872) una "Guía práctica de la ciudad y Valle e México" con excursiones a Toluca, Puebla, Pachuca y Cuernavaca. En esa guía se dice al turista lo que debe hacer: por ejemplo, regatear cuando compre, convenir en el precio antes de comprar, no olvidar que hay que dar propina por determinados servicios". (10)

Con el nuevo siglo, llega México a una fase culminante de su historia: la Revolución Mexicana.

Claro que con motivo de la Revolución, los primeros años de la misma no fueron propicios para la aparición del fenómeno turístico, ni en el país se gozaba de paz interior, no habían mejorado en el exterior las condiciones generales de desarrollo.

En 1920 sólo 8,000 turistas visitaron México. Corría entonces por todo el mundo la leyenda negra de la Revolución.

"En ese mismo año de 1920, con el propósito de organizar el turismo universitario estadounidense y extranjero, la Universidad Nacional de México estableció la Escuela de Verano, con una serie de cursos, con el fin de que estudiantes y profesores de otros países (principalmente Estados Unidos) estudiaran Español, Arte, Geografía, e Historia de México. Así surgió el turismo universitario estadounidense, y poco después algunos de los turistas se radicaron en el país y fueron eficaces impulsores de la industria turística, entre ellos la periodista Anita Brenner, autora de "Your Mexican Holiday, a modern Guide" y Frances Poor, quién fundó la revista "Mexican Folkways" y al mismo tiempo empezó a editar una guía de México y a poner en movimiento los principales valores pictóricos modernos del país". (10)

Entre los turistas universitarios sobresalió el Dr. Hubert-

(10) Valle, Rafael. Eliodoro. Breve historia del turismo en México, Periódico Excelsior, México 5 de septiembre de 1955.

C. Herring, quién organizó entre los prominentes hombres de negocios y de estudio de los Estados Unidos, el que se llamó "Seminario en México", que consistía en una serie de conferencias sustentadas por mexicanos prominentes en las diversas actividades nacionales, desde el ministro de Hacienda hasta el arzobispo metropolitano, lo cual era singular atracción para los viajeros y a la vez se editaba anualmente un volumen con dichas conferencias.

En 1929, un joven arquitecto estadounidense de Nueva Orleans llamado William Spratling, llegó a México un verano con el plan de redactar una serie de artículos ilustrados sobre el tesoro artístico de México, para la revista estadounidense "Architecture Forum". Spratling era profesor de arquitectura en la Universidad Tulane de Nueva Orleans. De alguna manera durante sus excursiones a sitios inéditos para el turismo, encontró una gran fuente de producción en la plata de Taxco, organizó a los trabajadores de ella (originalmente trajo orfebres de Iguala y los puso a trabajar la plata en Taxco; después abrió una tienda que vendía al menudeo, reclutando un número de muchachos locales como aprendices de los orfebres de Iguala), revitalizó la industria dando patrimonio a varias familias de plateros. Ahora esos aprendices son los propietarios de las platerías de Taxco que suman casi 200; junto con el turismo, la industria de la plata provee a Taxco con cerca del 90% de su ingreso. (II)

En 1929 viene a México el primer grupo organizado de turistas, ferrocarrileros estadounidenses que efectuaron una convención.

Con la apertura de la carretera de Laredo a la ciudad de México, aparecen los hoteles de los caminos, los paradores que el vulgo llama "campos turísticos". Esto fue realmente el comienzo de la verdadera corriente de turismo internacional a México.

Se construye la carretera México-Acapulco en 1927 y surgen en el mapa turístico Cuernavaca y Taxco. Se abren las de Puebla Oaxaca y Guadalupe, que transforman estos lugares y a San José Purua, Lorelia, Parcuaro, Fortín de las Flores, que de entonces en adelante figuran permanentemente en los programas de viajes. En 1921 se inaugura la carretera de Ciudad Juárez a la frontera con Estados Unidos.

CAPITULO II

LEGISLACION ACTUAL RELATIVA AL TURISMO EN MEXICO

- A.- El Consejo Nacional de Turismo
- B.- La Ley General de Población y su reglamento
- C.- La Ley Federal deomento al Turismo

CAPITULO II

LEGISLACION ACTUAL RELATIVA AL TURISMO EN MEXICO

I. El Consejo Nacional de Turismo

Para colaborar y elevar el grado de eficiencia en la política pu esta en práctica por el Ejecutivo Federal en materia turística y como medida de fortalecimiento del turismo, así como un mayor -- despliegue promocional, aparece en el Diario Oficial de la Federación de diciembre de 1961, la creación del Consejo Nacional de Turismo, como órgano de consulta y asesoramiento de las autoridades turísticas federales.

Sus actividades estarán dirigidas principalmente a la elaboración de estudios y promociones turísticas mediante el análisis y clasificación de factores, hechos y circunstancias de carácter -- económico y cultural.

El decreto que crea el Consejo Nacional de Turismo, tiene su base en los siguientes considerandos: 1º. La conservación, protección, creación, mejoramiento y aprovechamiento de los recursos turísticos de la nación y el fenómeno del turismo nacional y extranjero, son de interés público.

2º. La observación y estudio de los hechos, factores y promociones relativas al turismo, deben ser realizados permanente, -- constante y progresivamente a través de organismos técnicos, especializados y dotados de capacidad de iniciativa y acción dentro y fuera del país.

3º. No sólo en razón de que el fenómeno turístico conoce como base el económico y cultural, sino porque su misión superior no puede ser otra que lograr un mejor conocimiento del país, con todas sus bellezas naturales, sus recursos potenciales, su desarrollo, sus movimientos artísticos e históricos que señalan las diferentes culturas que han prevalecido en él, todo ello con tendencia de fomentar las relaciones humanas, no sólo entre nuestros connacionales, sino con los demás países.

El Decreto que crea el Consejo Nacional de Turismo consta de seis artículos.

El artículo 1º declara que el Consejo Nacional de Turismo se-

crea como órgano de consulta y asesoramiento de las autoridades turísticas federales y sus actividades estarán fundamentalmente encaminadas a la elaboración de estudios y promociones turísticas, mediante el análisis, estimación y clasificación de hechos, factores y circunstancias económicas y culturales que operen sobre el turismo nacional y extranjero.

El artículo 2º dice que el Consejo Nacional de Turismo se integra con cinco miembros: un presidente, un secretario y tres vocales designados todos ellos por el Presidente de la República.

En el artículo 3º están señaladas las atribuciones del Consejo Nacional de Turismo que son: I. Estudiar el turismo en todos sus aspectos, fundamentalmente desde los puntos de vista económico, social y cultural, con especial referencia a sus implicaciones respecto al buen nombre de México en el extranjero.

2. Sugerir al Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Turismo, la promoción de leyes y la expedición de reglamentos y disposiciones tendientes a incrementar el turismo.

3. Elaborar un programa anual de trabajo de acuerdo con el Plan Nacional de Turismo, encaminado a la realización del mismo y someterlo a la aprobación del Presidente de la República.

4. Realizar estudios de carácter general mediante el análisis, estimación y clasificación de los hechos, factores y circunstancias que tengan conexión con el turismo y proponer las medidas que deban tomarse para mejorar las instituciones y establecimientos relacionados con el turismo.

5. Realizar todas las actividades que sean necesarias para el mejor logro de las anteriores funciones.

Artículo 4º: Para funcionar basta la presencia de 4 de sus miembros y en caso de que en cualquier votación pueda existir empate, el presidente tendrá voto de calidad.

Artículo 5º: El presupuesto de gastos del Consejo Nacional de Turismo, será aprobado anualmente por el Presidente de la República a través de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. - El presupuesto será con cargo al presupuesto de egresos de la Federación.

Artículo 6º: El Consejo Nacional de Turismo dependerá del Ejecutivo Federal, pero su presidente podrá acordar con el Secreta-

rio de la Secretaría de Turismo, y tendrá permanentemente para sus actividades en el extranjero, el carácter de embajador extraordinario y plenipotenciario en misión especial ante los gobiernos extranjeros.

El 21 de diciembre de 1961 quedó integrado el Consejo Nacional de Turismo con los siguientes nombramientos hechos por el Licenciado Adolfo López Mateos, con apoyo en el artículo 2º del decreto de diciembre de ese año. Presidente: Lic. Miguel Alemán Valdés
Secretario: Lic. Juan González Alpuoche
Vocales: Lics. Luis Echeverría, Armando Herrerías y Jesús Rodríguez

Las labores del Consejo Nacional de Turismo se pueden clasificar de la siguiente manera: 1. Económicas

2. Sociológicas

3. Jurídicas

4. Educativas, culturales, artísticas

5. Planeación

6. Promoción y publicidad

1. Las labores económicas se llevan a cabo mediante la realización de investigaciones estadísticas y estudios sobre factores económicos del turismo siguiendo un programa que abarca desde los aspectos generales de la problemática turística hasta los estudios especiales sobre puntos concretos de la economía del turismo.

2. Con las actividades de carácter sociológico investiga el turismo como un fenómeno social y observa las relaciones humanas derivadas de éste y trata de establecer los estereotipos del turista y del receptor, analizando los servicios y servidores del turismo.

3. La actividad jurídica la efectúa mediante estudios de la legislación relacionada con el turismo y la estructura jurídica de las instituciones que tienen conexión con esa actividad.

4. Realiza labores educativas, culturales y artísticas partiendo de lo más elemental y necesario que es la formación de la conciencia turística hasta la preparación en forma técnica de los servidores del turismo en múltiples grados. Hace un inventario del patrimonio histórico, artístico y cultural del país con la mira de la conservación, fomento y orientación del turismo educativo para la juventud, encausando el turismo popular.

5. Como labores de planeación del Consejo vemos la integración vial, los centros de hospedaje, transportes, recorridos turísticos, ~~ses~~, ~~senas~~ arqueológicas y centros turísticos. ~~así como~~ ~~campesin-~~ ~~pre~~6. Finalmente las actividades de promoción y publicidad se resumen en las siguientes: atención de eventos de diversa índole, -congresos, convenciones, relaciones públicas, prensa y publicidad

LA LEY GENERAL DE POBLACION Y SU REGLAMENTO

La Ley General de Población vigente, promulgada el 11 de diciembre de 1973 y publicada en el Diario Oficial de 7 de enero de 1974, consta de 123 artículos, dividida en VII capítulos y 4 artículos transitorios.

Entre tanto se expide el Reglamento de la ~~presente~~ Ley General de Población, continuarán vigentes los artículos del Reglamento de la Ley General de Población de 27 de abril de 1962, que consta de 101 artículos divididos en 10 capítulos y 2 artículos transitorios.

Calidades Migratorias: La Ley General de Población vigente, establece en el artículo 41 que "Los extranjeros podrán internarse legalmente en el país de acuerdo con las siguientes calidades:

- a).- No Inmigrante
- b).- Inmigrante

En el artículo 42 se precisa que: "No Inmigrante es el extranjero que con permiso de la Secretaría de Gobernación se interna en el país temporalmente, dentro de alguna de las siguientes características:

1.- Como Turista con fines de recreo o salud, para actividades artísticas, culturales o deportivas, no remuneradas ni lucrativas con temporalidad máxima de seis meses improrrogables.

2.- Como TRANSMIGRANTE, en tránsito hacia otro país, pudiendo permanecer en territorio nacional hasta por treinta días.

3.- Como VISITANTE, para dedicarse al ejercicio de alguna actividad lucrativa o no, siempre que sea lícita y honesta, con autorización para permanecer en el país hasta por seis meses, prorrogables por una sola vez por igual temporalidad, excepto si durante su estancia vive de sus recursos traídos del extranjero, de las rentas que éstos produzcan o de cualquier ingreso proveniente

del exterior, o para actividades científicas, técnicas, artísticas, deportivas o similares, en que podrán concederse dos prórrogas más.

4.- Como CONSEJERO, para asistir a asambleas o sesiones de consejo de administración de empresas o para prestarles asesoría y realizar temporalmente funciones propias de sus facultades. Esta autorización será hasta por seis meses, improrrogable, con permiso de entradas y salidas múltiples, y la estancia dentro del país en cada ocasión sólo podrá ser hasta de treinta días improrrogables.

5.- Como ASILADO POLITICO, para proteger su libertad e su vida de persecuciones políticas en su país de origen, autorizado por el tiempo que la Secretaría de Gobernación juzgue conveniente, atendiendo a las circunstancias que en cada caso concurran. Si el asilado político se ausenta del país, perderá todo derecho a regresar con esta calidad migratoria, salvo que haya salido -- con permiso expreso de la Secretaría de Gobernación.

6.- Como ESTUDIANTE, para iniciar, completar o perfeccionar estudios en planteles educativos o instituciones oficiales o particulares incorporadas, con prórrogas anuales y con autorización para permanecer en el país sólo el tiempo que duren sus estudios y el que sea necesario para obtener la documentación final escolar respectiva, pudiendo ausentarse del país, cada año, hasta -- por 120 días en total.

7.- Como VISITANTE DISTINGUIDO, en casos especiales y de manera excepcional, se otorgan permisos de cortesía para internarse y residir en el país, hasta por seis meses, a investigadores, científicos o humanistas de prestigio internacional, periodistas e a otras personas prominentes. La Secretaría de Gobernación podrá renovar estos permisos cuando lo estime pertinente.

8.- Como VISITANTES LOCALES, las autoridades de migración podrán autorizar a los extranjeros a que visiten puertos marítimos o ciudades fronterizas sin que su permanencia exceda de 3 días.

9.- Como VISITANTE PROVISIONAL, la Secretaría de Gobernación podrá autorizar como excepción hasta por 30 días, el desembarco provisional de extranjeros que lleguen a puertos de mar o aeropuertos con servicio internacional, cuya documentación carezca de algún requisito secundario. En estos casos deberán constituir de

pósito o fianza que garantice su regreso al país de procedencia, de su nacionalidad o de su origen, si no cumplen el requisito en el plazo concedido.

El artículo 44 de la Ley General de Población dice: Inmigrante es el extranjero que se interna legalmente en el país con el propósito de radicarse en él, en tanto adquiere la calidad de Inmigrado.

En relación con las facultades discrecionales, conviene destacar especialmente la que concede a la Secretaría de Gobernación el artículo 32 de la Ley General de Población. Esta disposición expresa que dicha Secretaría fijará, previos los estudios demográficos correspondientes, el número de extranjeros cuya internación podrá permitirse al país, ya sea por actividades o por zonas de residencia, y sujetará a las modalidades que juzgue pertinentes, la inmigración de extranjeros, según sean sus posibilidades de contribuir al progreso nacional.

REQUISITOS PARA LA ENTRADA AL PAIS DE EXTRANJEROS

En el artículo 62 de la Ley General de Población se establecen los requisitos que son necesarios cumplir para que un extranjero pueda internarse en el país, que son:

1.- En los casos que fije la Secretaría de Gobernación, presentar certificado oficial de buena salud física y mental, expedido por las autoridades del país de donde procedan.

2.- Ser aprobados en el examen que efectuen las autoridades sanitarias.

3.- Proporcionar a las autoridades de migración, bajo protesta de decir verdad, los informes que les sean solicitados.

4.- Identificarse por medio de documentos idóneos y auténticos y, en su caso, acreditar su calidad migratoria.

5.- En los casos que fije la Secretaría de Gobernación, presentar certificado oficial de sus antecedentes, expedido por la autoridad del lugar donde hayan residido habitualmente.

6.- Llenar los requisitos que se señalan en sus permisos de internación.

En el Reglamento de la Ley General de Población se encuentran algunos artículos que resultan interesantes analizar. El artículo

17 se ocupa de los visitantes locales que son aquellos extranjeros que visitan poblaciones fronterizas y marítimas mexicanas. Señalando en su fracción 2ª que: El ingreso al país de los nacionales del país limítrofe correspondiente, que deseen visitar poblaciones fronterizas mexicanas, podrán ser autorizados por los jefes de las oficinas de población por un término que no exceda de tres días. Y en su fracción 3ª dice que: Los residentes de las poblaciones extranjeras colindantes con las fronterizas mexicanas podrán solicitar que para el tránsito diario se les expidan tarjetas de identidad.

En la práctica vemos que ese requisito no se cumple pues especialmente los norteamericanos pasan libremente en nuestra frontera, sin necesidad de ninguna tarjeta de identificación y ello -- nunca ha ~~suscitado~~ ningún problema serio, lo que demuestra que realmente es innecesaria dicha tarjeta.

El artículo 22 del Reglamento de la Ley General de Población, se refiere a la identificación e inspección de extranjeros y dice que los extranjeros que pretendan internarse en territorio nacional acreditarán su calidad migratoria con los documentos correspondientes y, en su caso, deberán llenar los requisitos que se fijan en sus permisos de internación.

El artículo 23 del Reglamento de la Ley General de Población se refiere a la salida de extranjeros y les impone la obligación de presentar su documentación migratoria en la oficina de población del lugar de salida. Al salir un extranjero, las oficinas de población anotarán en su forma migratoria la fecha de salida y harán saber el plazo dentro del cual puede regresar al país; pero si la salida es definitiva, se le recuperará al extranjero la documentación migratoria por la oficina de población, la que la remitirá al Servicio Central. En caso de que un extranjero pretenda salir del país sin documentación migratoria o con documentación migratoria irregular, el jefe de la oficina de población respectiva se comunicará inmediatamente con el Servicio Central, para que resuelva lo conducente; y tomará las medidas que juzgue pertinentes en tanto se resuelve la consulta. Tratándose de salidas definitivas, el Servicio Central podrá autorizar la salida de extranjeros que carezcan de documentación migratoria o la tengan irregular, reconociendo la documentación y haciendo efectivas-

las sanciones pecuniarias a que se haya hecho acreedor el extranjero por infracciones a la Ley General de población y a su reglamento.

El artículo 27 del Reglamento de la Ley General de Población habla de los impedimentos legales que tienen los extranjeros para internarse o regresar al país, los cuales son:

1.- No tengan profesión, oficio o cualquiera otro medio honesto de vivir.

2.- Hayan cometido en el extranjero o en México un delito por el que hayan sido condenados a sufrir una pena corporal mayor de dos años de prisión.

3.- Los toxicómanos, alcohólicos habituales o quienes propaguen o fomenten el hábito de las drogas enervantes o en alguna forma trafiquen con las mismas.

4.- Quienes ejerzan la prostitución o la explotación o pretendan la introducción de prostitutas, las acompañen o vivan a sus expensas o se dediquen a la trata de blancas o de niños.

5.- Los extranjeros que pertenezcan a sociedades anarquistas o propaguen o fomenten doctrinas contrarias al sistema de gobierno de México.

6.- Los que no sepan leer y escribir siendo mayores de quince años.

7.- Hayan declarado falsamente ante las autoridades de migración.

8.- Hubieren sido expulsados del país.

Y este mismo artículo 27 del Reglamento en su inciso B declara cuales son los casos en que tienen impedimento para salir de México los extranjeros, los cuales son:

1.- Los prófugos de la justicia

2.- Los que se encuentren sujetos a proceso penal, salvo el caso que tengan autorización del tribunal que conozca de la causa

3.- Los reos que estén gozando de libertad preparatoria o condicional

4.- Los que estén sujetos a arraigo judicial.

El artículo 42 de este Reglamento se refiere a los polizontes extranjeros que llegan a México a bordo de aviones, se les impedirá la internación, deteniéndolos bajo la responsabilidad de la empresa aérea que los trajo y sujetos a la vigilancia del servi-

cio de población, para que los regrese en el mismo medio de transporte en que vinieron o, si esto no fuere posible, en otro por cuenta de la empresa que los condujo. A los que arriben en buques se les impedirá el desembarco y los que lleguen por algún otro medio de transporte, permanecerán detenidos en el lugar de arribo, mientras son devueltos por la empresa responsable.

PLAZO DE ESTANCIA DEL TURISTA Y SU PRORROGABILIDAD

Ya se ha dicho que conforme a la fracción primera del artículo 42 de la Ley General de Población, el turista dispone de un plazo máximo de seis meses improrrogables en nuestro país. Por su parte el artículo 69 del Reglamento de la Ley General de Población, tratándose de la internación de turistas, establece que: "La autorización para permanecer en el país se concede hasta por seis meses improrrogables, para uno o múltiples viajes, señalando sólo dos excepciones a las cuales se puede fijar un plazo adicional para la salida del extranjero: por enfermedad que impida viajar y por causa de fuerza mayor.

PRORROGABILIDAD: El artículo 77 del Reglamento de la Ley General de Población, que se refiere a las prórrogas y revalidaciones, establece que cuando proceda el otorgamiento de prórrogas, como lo son los 2 casos señalados anteriormente, estas deberán solicitarse antes del vencimiento de los plazos concedidos pero dentro de los términos señalados por el Reglamento, o sea de 15 días anteriores al vencimiento de la temporalidad autorizada para permanecer en el país.

En efecto, fuera de estos 2 casos de excepción, la Secretaría de Gobernación, con base en las disposiciones señaladas, ha negado sistemáticamente la prorrogabilidad de la estancia a los turistas. En consecuencia, cuando se presenta el caso práctico de que a un turista le ha expirado su prórroga y para que el turista pueda permanecer en el país, se requiere que vaya a la frontera, entregue su documentación y o tenga otra nueva que le permita en estas condiciones prolongar su estancia aunque legalmente se trate de una nueva autorización con el mismo plazo de seis meses y con validez para uno o múltiples viajes.

REGIMEN FISCAL DEL TURISTA

Es bien conocido dentro de la doctrina de la teoría del impuesto, que para el cumplimiento de los fines del estado, se precisa de recursos que debe obtener de la contribución de sus propios ciudadanos, además de la explotación de sus recursos naturales y sus relaciones comerciales con otros países.

Al primero de estos aspectos, se le ha denominado contribuciones o impuestos en Derecho Financiero y el concepto precisado en estos términos consiste en designar la carga pública establecida por el estado con carácter obligatorio para cubrir los gastos públicos. De tal forma que al colocarse el sujeto pasivo del impuesto en la hipótesis prevista por la norma jurídica impositiva, automáticamente se convierte en causante efectivo, sujeto obligado al pago del impuesto que puede ser requerido y coaccionado por el estado.

Sin abundar sobre la teoría del impuesto, es preciso analizar para los efectos de este estudio, el impuesto de migración que se impone a las diversas calidades migratorias, interesándonos en especial el caso del turista.

La nacionalidad es el elemento importante entre las relaciones tributarias y el derecho del Estado, grava la calidad migratoria del sujeto, sin tomar en cuenta sus ingresos o capital, ya que el causante se coloca en la hipótesis de la norma por el hecho de la calidad migratoria personal.

Sin embargo, la obligación de pagar impuestos es, en principio igual para nacionales y extranjeros. Los nacionales están obligados principalmente por su nacionalidad y secundariamente por los otros conceptos de sujeción: domicilio, origen de la renta etc. o porque se realizan en la República los actos gravados, o en ella tienen estos actos, sus efectos jurídicos o económicos, o en ella tienen sus capitales, o porque en ella se encuentran las fuentes de la renta.

Por otra parte, existen impuestos especiales que se causan por los extranjeros, así el artículo 1º. de la Ley de Impuestos de Migración dispone lo siguiente: "Se establecen los siguientes impuestos y derechos de migración, que deberán pagar los extran-

jeros no inmigrantes, inmigrantes o inmigrados, según el caso."

Igualmente, quedan sujetos al impuesto los extranjeros que ob-
tengan prórroga de estancia, que cambien su calidad migratoria, -
los inmigrantes mientras conservan dicha calidad y los que obten-
gan la calidad de inmigrado.

Existen diversas calidades migratorias y características de -
las mismas que deben tomarse en cuenta para los efectos del impu-
esto. Ahora bien, refiriéndonos al turista en general podemos de-
cir que la Secretaría de Gobernación ha establecido la forma mi-
gratoria F.M.5. Tarjeta.- Documento migratorio pa-

ra ~~TURISTAS MAYORES de 15 años de~~ ~~de-~~
edad (No Inmigrantes Art. 42 frac.
I de la Ley General de Población),
buena para UN SOLO VIAJE y con tem-
poralidad hasta de 6 meses impro-
rrogables.

IMPUESTOS:

Art. 2º Inciso b) de la Ley de Im-
puestos de Migración vigente de in-
ternación..... Exento

F.M.I4. Tarjeta.- Documento migratorio pa-
ra ~~TURISTAS MAYORES de 15 años de~~ ~~de-~~
edad (No Inmigrantes Art. 42. frac.
I de la Ley General de Población),
buena para MULTIPLES VIAJES, con -
temporalidad hasta por 6 meses im-
prorrogables.

IMPUESTOS:

Art. 2º Inciso c) de la Ley de Im-
puestos de Migración vigente de in-
ternación..... Exento.

F.M.4. Cuestionario.- Solicitud de turistas
o transmigrantes, ante el Servicio
Exterior Mexicano o ante Oficinas
de Población.

EXENTA DE IMPUESTOS

LA NUEVA LEY FEDERAL DE FOMENTO AL TURISMO

La nueva Ley Federal de Fomento al Turismo establece principios de coordinación y programación entre las dependencias del Gobierno Federal que participan en la promoción y el fomento de las actividades turísticas. De este modo se persigue mejorar los servicios y favorecer el equilibrio entre la oferta y la demanda de los mismos, a la vez que se procura proteger al usuario y mantener los precios a nivel competitivo en relación con otros mercados del exterior. (1)

Las acciones tendientes a programar y fomentar la actividad turística nacional se concentran en la Secretaría de Turismo, la que previamente autorizará los planes y proyectos relacionados con la materia. En esta tarea contará con el apoyo de la Comisión Intersecretarial Ejecutiva de Turismo, encargada de resolver en forma coordinada los asuntos relacionados con las dependencias del Ejecutivo Federal que, por sus funciones inherentes, participan en la actividad.

Con el propósito de promover el intercambio cultural de la población y coadyuvar a la integración de los habitantes del país, se concede especial atención al desarrollo del turismo popular, que en la ley se denomina TURISMO SOCIAL. Con tal fin, la Secretaría de Turismo está encargada de promover y fomentar este tipo de actividad con cuotas reducidas, mediante la creación de planes o paquetes familiares o de grupos. Estos programas se llevarán a cabo en las temporadas de fiestas tradicionales y folklóricas, celebrando los convenios necesarios. Habrá planes especiales para grupos de estudiantes, profesores, empleados públicos, trabajadores, pequeños propietarios y ejidatarios. (2)

En septiembre de 1974, el titular del Departamento de Turismo creó la Dirección General de Turismo Social, fundamentando esta nueva dependencia en el espíritu y la letra de la nueva Ley Federal de Fomento al Turismo, que en forma destacada señala el impe

(1) Departamento de Turismo, Memoria de Labores-1974 Pág. 30

(2) Ibídem. Pág. 30

rativo de promover este tipo de turismo.

QUE ES TURISMO SOCIAL

Por Turismo Social se entiende el proceso de servicio público, mediante el cual se otorgan facilidades para que las personas de escasos recursos viajen con fines recreativos, dentro de las mejores condiciones posibles de economía, seguridad y comodidad.

Para ubicar este proceso tenemos tres marcos posibles de referencia que son: (3)

a).- Marco Jurídico

Con fundamento en la Ley Federal de Fomento al Turismo, el Ejecutivo muestra su preocupación en el capítulo VI por atender las necesidades del turismo social. Sobre esta base se hace necesario crear dentro de la Secretaría de Turismo un organismo a nivel de Dirección, encargado de promover, formular y coordinar programas tendientes a movilizar el turismo social, señalando la participación en ellos de los prestadores de servicios turísticos proporcionando el establecimiento de todo tipo de albergues colectivos.

b).- Marco Socioeconómico

Es sabido que la necesidad de viajar con fines recreativos es igualmente intensa para todos los seres humanos, pues a la vez que permite aumentar la cultura de los individuos les proporciona una vía de escape a las presiones causadas por el trabajo rutinario y les facilita emplear su tiempo libre en actividades que refuerzan la solidaridad humana, faciliten la comprensión de los modos de vida de otras personas y les ayuda a tomar conciencia de su situación dentro del conglomerado social, elevando su interés por el país, en el que nacieron y por los habitantes del mismo.

Así mismo, el incremento del turismo masivo favorece la redistribución de la riqueza, el aumento en las inversiones y la participación de núcleos de población en actividades que diversifican su economía y les ofrece otras alternativas de progreso y desarrollo, independientes de las que tradicionalmente les ayudan a subsistir.

(3) Ibidem Pág. 46

c).- Marco Histórico

Los países o nacionalidades que han logrado un mayor y mejor-sostenido índice de desarrollo, suficiente incluso para hacer --frente a las vicisitudes planteadas dentro del ámbito internacio-nal y que han salido de esas confrontaciones no solamente indem-nes, sino que además fortalecidos en su estructura social y reno-vadas sus capacidades de supervivencia y progreso, son aquellas--cuyos pobladores participan en mayor o menor grado de los mismos ideales y se saben identificados no sólo por una denominación --gentílica, sino también por sus actividades vitales, sus tradi-ciones y en general sus valores culturales.

Por ello se hace hincapié en que, por ejemplo, los habitantes del país conozcan el norte, centro y sur del mismo. De esa mane-ra, los vínculos representados por una mera tradición histórica-regionalista a la comunidad del idioma, se ven fortalecidos por-la certidumbre de que en realidad no hay diferencia alguna entre los moradores de una y otra parte del país y, que sus valores --son los mismos y amalgaman toda una identidad que supera la mera denominación de nacionalidad y la diversidad de costumbres.

Y esa certidumbre nace de los viajes que los moradores de una región pueden realizar por otras zonas, sin sentirse extraños, de conocer otros modos de vivir, paisajes distintos a los que les --son familiares y en fin, percatarse de que existe toda una gama-de matices que hacen interesante un viaje y proporcionan el des-canso y recreatividad que periódicamente debe procurarse a todo-ser humano antes que dejarse aniquilar por la rutina y el hastío del trabajo diario.

Por otra parte, es importante señalar que el contacto que se-tenga entre personas de distintas regiones, hace crecer la solida-ridad en cuanto a la problemática nacional, de tal manera que--se hace conciencia que existen zonas cuyo desarrollo se ha queda-do estancado.

Históricamente se halla justificado, de antemano, todo inten-to que se haga por favorecer el turismo social y en el caso espe-cial de nuestro país, es más urgente sentar las bases para que --se estructuren mecanismos, con el objeto de facilitar que las --clases populares tengan posibilidad de viajar recreativamente.

OBJETIVO

Propiciar que los trabajadores del país, los estudiantes, sus familias y en general los estratos populares tengan la posibilidad de viajar, con fines recreativos y de desarrollo cultural, - dentro de márgenes óptimos de economía, seguridad y comodidad, -- coadyuvando a la vez a una mejor redistribución de la riqueza.

Conforme a los lineamientos de la Ley Federal de Reforma Agraria, la Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Asuntos Agrarios y Colonización, promoverá el establecimiento de EMPRESAS TURISTICAS EJIDALES Y COMUNALES en las zonas apropiadas, impulsando de este modo la generación de empleos en el medio rural y la creación de nuevos polos de desarrollo. Contarán con la asistencia técnica del Fondo Nacional de Fomento Ejidal - en los casos en que éste participe financieramente y fomentarán el establecimiento de CENTROS DE CAPACITACION donde se adiestrará a la mano de obra campesina.

FONATUR

El crecimiento de la actividad turística requiere un financiamiento que apoye la realización de los planes y proyectos correspondientes. Por tal motivo la Ley Federal de Fomento al Turismo ordena la creación de un fideicomiso denominado FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO, el cual reúne experiencias anteriores en la materia y cuyo objetivo principal será el de asesorar y financiar los programas turísticos. En este nuevo organismo se fusionan el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo -creado por Decreto del Congreso de la Unión de 14 de noviembre de 1956, abrogado por la vigente Ley Federal de Fomento al Turismo- y el Fondo de Promoción de Infraestructura Turística, en una sola entidad jurídica.

Entre otras funciones, el Fondo tendrá a su cargo la orientación de las inversiones hacia las zonas y proyectos turísticos - de interés nacional, para lo cual adquirirá y administrará los bienes inmuebles necesarios. Los recursos financieros estarán integrados por aportaciones de los gobiernos federal, estatales y municipales, de organismos y empresas del sector público y de los particulares, así como por créditos nacionales e internacionales y por el producto de sus actividades. Cuando en los proyectos tu

rísticos participen inversionistas del exterior, la Secretaría de Turismo podrá presentar la opinión correspondiente ante la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras. (4)

Para obtener los beneficios de la Ley Federal de Fomento al Turismo, los prestadores de servicios relacionados con la actividad deberán registrarse ante la Secretaría de Turismo. También tendrán derecho a ser incluidos en el catálogo de las zonas de desarrollo turístico nacional, inscritos en el Registro Nacional de Turismo y obtener la cédula turística, sin lo cual no podrán llevar a cabo sus operaciones.

Por su parte, los prestadores de servicios están obligados a colaborar con la política nacional de fomento turístico, atendiendo a las disposiciones que para tal efecto formule la Secretaría de Turismo, cumplir con los contratos establecidos con los usuarios, observar las tarifas vigentes, realizar su publicidad sin lesionar la dignidad nacional ni alterar o falsear los hechos -- históricos o las manifestaciones de cultura e informar con veracidad sobre los servicios que prestan.

COMENTARIO DE ALGUNOS DE LOS ARTICULOS MAS IMPORTANTES DE LA LEY FEDERAL DE FOMENTO AL TURISMO

La nueva Ley Federal de Fomento al Turismo de 29 de diciembre de 1973, está compuesta de 63 artículos y 10 artículos transitorios, dividida en diez capítulos y abroga a la Ley Federal de Turismo de 3 de enero de 1961 y el Decreto del Congreso de la Unión que crea el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo de 14 de noviembre de 1956.

En su artículo 1º habla de que esta Ley es de interés público y de observancia general en todo el país, teniendo por objeto el fomento del turismo y la protección de la actividad turística, por el Ejecutivo Federal a través de la Secretaría de Turismo.

En su artículo 2º hace además una consideración al decir que también son de "interés público la creación, conservación, mejoramiento, protección y aprovechamiento de los recursos turísticos del país."

El concepto "turista" queda definido en el artículo 3º como "la persona que viaja fuera de su domicilio, con el propósito -preponderante de esparcimiento, salud, descanso o cualquier otro similar"; hecho que reviste gran importancia ya que amplía la calidad de turista, hasta considerar al mismo nacional que a no ser extranjero se le excluía dentro del concepto turista y ahora lo alcanza por el solo hecho de viajar fuera de su domicilio con fines de esparcimiento, salud, descanso o cualquier otro similar. Automáticamente con esta disposición queda protegido por la presente Ley el propio turismo nacional.

El art. 42 de la vigente Ley General de Población define al turista de la siguiente forma: "No inmigrante es el extranjero que con permiso de la Secretaría de Gobernación se interna en el país temporalmente, dentro de alguna de las siguientes características:

Fr. 1º. Como turista, con temporalidad máxima de seis meses-improrrogables, con fines de recreo o salud, para actividades -artísticas, culturales o deportivas, no remuneradas ni lucrativas.

La Ley General de Población al hablar del turista se refiere exclusivamente al turista extranjero a diferencia del concepto que tiene la Ley Federal de Fomento al Turismo que va más lejos e incluye al propio turista nacional.

En el mismo art. 3º se elimina en forma definitiva una gran interrogante acerca de "quienes son considerados prestadores de servicios turísticos" y para ello dice lo siguiente: "La persona que contrate servicios con el turista, se considera prestador de servicios turísticos."

En el art. 4º se habla de que los turistas y los prestadores de servicios turísticos gozan de la protección de la Ley Federal de Fomento al Turismo.

Mucho se ha discutido el problema, en lo que se refiere a los prestadores de servicios de servicios turísticos y en especial a las agencias de viajes, acerca de la denominación o razón social que frecuentemente vemos escrita en inglés. Infinidad de agencias de viajes se encuentran en esta situación y respecto a este problema el art. 5º de la Ley estipula claramente lo siguiente:

Los establecimientos prestadores de servicios turísticos deberán emplear destacadamente el idioma nacional en las leyendas en que anuncien al público su razón social, denominación o los servicios que prestan, sin perjuicio del uso de otros idiomas - en los términos del reglamento respectivo.

Del capítulo II de la Ley denominado de la Jurisdicción y Competencia, el art. 6º es de gran importancia ya que habla de las atribuciones que tendrá la Secretaría de Turismo, y entre las principales se encuentran las siguientes:

Organizar, coordinar, vigilar y fomentar el desarrollo de la de la actividad turística nacional.

Autorizar los proyectos con fines preponderantemente turísticos, que pretendan realizar las otras entidades federales del sector público.

Promover en coordinación con las entidades federativas, las zonas de desarrollo turístico nacional.

Registrar a los prestadores de servicios turísticos.

Promover el otorgamiento de facilidades a los prestadores de servicios turísticos que cumplan con los requisitos que establezcan los ordenamientos legales.

Autorizar, sobre la base del reconocimiento de una utilidad razonable, los precios de los servicios turísticos, así como controlar y vigilar su correcta aplicación. Los precios de los servicios de alimentos y bebida en restaurantes, bares, centros nocturnos y cabarets, deberán registrarse ante la propia Secretaría; quien podrá disponer que no se apliquen, cuando a su juicio sean inequitativos.

Autorizar los precios del arrendamiento al público de bienes muebles destinados al turismo.

Vigilar que la prestación de servicios turísticos se proporcione en la forma en que se hayan contratado.

Emitir opinión ante las autoridades competentes en los casos en que la inversión extranjera concorra en proyectos de desarrollo o servicios turísticos.

Programar las medidas de protección y fomento al turismo con las Secretarías de Estado, los organismos descentralizados y -- las empresas de participación estatal.

Crear, fomentar o promover, en coordinación con la Secretaría de Educación Pública, escuelas con base en las necesidades de personal técnico y especializado, destinado a prestar servicios en materia turística.

Llevar la estadística especializada en materia de turismo.

Aplicar sanciones en los términos de esta Ley, que de acuerdo con los arts. 59 y 60 de la propia ley que dice que serán multas de \$200 a \$50,000 pesos, así como duplicidad de lo sancionado en caso de reincidencia y de insistir el infractor podrá llegar -- hasta la cancelación del registro de prestador y de la cédula - turística.

La Ley Federal de Fomento al Turismo, en su capítulo III hace una innovación al crear la COMISION INTERSECRETARIAL EJECUTIVA DE TURISMO (art. 15), que le atribuye como objeto, resolver coordinadamente los asuntos turísticos que se relacionen con las atribuciones de dos o más Dependencias del Ejecutivo Federal. Lo anterior es con el objeto de evitar que aparezcan conflictos de competencia, por lo que consigna que en forma coordinada deberán resolverlos.

Según el art. 16 la Comisión Intersecretarial Ejecutiva de Turismo estará integrada por: El titular de la Secretaría de Turismo y los Subsecretarios de Gobernación

Marina

Hacienda y Crédito Público

Patrimonio Nacional

Industria y Comercio

Comunicaciones y Transportes

Salubridad y Asistencia

Presidencia

y por el Secretario General que determine el Secretario de Asuntos Agrarios y Colonización

El Secretario de Turismo presidirá la Comisión y en caso de ausencia será suplido por el Secretario General; en caso de ausencia de los subsecretarios serán suplidos por los Oficiales Mayores correspondientes.

Capítulo IV.- Del Fomento al Turismo. Por lo que respecta al Fomento del Turismo, la Ley en general en sus arts. 21 al 26 --

menciona la atribución conferida a la Secretaría de Turismo para fomentar las actividades turísticas y estimular la participación de los prestadores de servicios, todo ello mediante la ejecución de programas que se formulen para tal efecto.

El capítulo V llamado de los **PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS**, en el artículo 27 estipula como obligación de los mismos el registrarse ante la Secretaría de Turismo con anterioridad - al inicio de sus operaciones, y considera como prestadores a las personas que se dediquen a los siguientes servicios turísticos:

- a) Guías, guías-choferes y similares
- b) Agencias de viajes
- b) Transportes exclusivos de turismo
- d) Hoteles y alojamientos turísticos
- e) Restaurantes, bares, centros nocturnos y cabarets turísticos
- f) Arrendamiento de bienes muebles destinados al turista
- g) Las demás directamente conectadas con el turismo

En el artículo 28 se consignan los derechos de los prestadores de servicios turísticos:

1. Ser incluidos en el catálogo de las zonas de desarrollo - turístico nacional.
2. Ser inscritos en el Registro Nacional de Turismo y obtener la cédula turística.
3. Obtener de la Secretaría de Turismo su intervención para la gestión de créditos destinados al establecimiento, ampliación o mejora de los servicios turísticos
4. Conocer los programas de promoción que proyecte y los que lleve a cabo la Secretaría de Turismo
5. Obtener de la Secretaría de Turismo, cuando proceda, su - intervención y apoyo en las gestiones que realice el prestador - ante otras entidades del gobierno federal y autoridades locales.

En el artículo 29 se estipulan las obligaciones de los prestadores de servicios turísticos:

- I. Como una obligación muy importante los prestadores de servicios al proporcionar los bienes y servicios a los turistas, deberán respetar los términos pactados y procurar servir en las mejores condiciones posibles.

2. Colaborar con la política nacional de fomento turístico y atender las disposiciones que para tal efecto formule la Secretaría de Turismo con apoyo en esta Ley.

3. En los casos de las agencias de viajes, guías-choferes y transporte exclusivo de turismo, otorgarán garantías para asegurar el cumplimiento de las condiciones en que se ofrezcan los servicios.

4. Observar los precios y las tarifas autorizadas y registradas y además limita para el caso de Hoteles y Alojamientos Turísticos, el que coloquen sus tarifas a la vista del público en el lugar donde se registren los clientes.

5. Como una medida de protección hacia el turista y con objeto de evitar abusos posibles, obliga al prestador a respetar las reservaciones en los términos y condiciones aceptadas por escrito.

6. Los establecimientos que expendan alimentos y bebidas deben colocar sus precios en forma visible a la entrada y expedir si el usuario lo solicita, copia detallada de la nota de consumo.

7. Para el caso de hoteles, deberán tener a la vista en las habitaciones la tarifa y el reglamento interior de hospedaje, - ambos debidamente autorizados por la Secretaría de Turismo.

8. Se toma en consideración la posibilidad de discriminar al turista por la variedad de razas, credos, nacionalidades o condiciones sociales que vienen al país o provienen del interior, - por lo que obliga a prestar los servicios sin discriminación alguna.

Es muy importante notar la disposición consignada en el art. 31, que habla de la constitución de un FONDO PARA AHORRO Y OBTENCION DE UN SEGURO DE VIDA para cada uno de los guías y guías choferes.

Las aportaciones a este fondo se obtendrán de la sobrecuota que apruebe la Secretaría de Turismo en las tarifas de los servicios que prestan y serán retenidas y entregadas al Fondo Nacional de Fomento al Turismo por los prestadores de servicios turísticos que directamente o por cuyo conducto utilicen los servicios de guías o guías-choferes.

Con el importe del fondo se pagará con cargo a cada titular, la prima de un seguro de vida y el remanente si lo hubiere, se le entregará al final de cada año.

La ley en su art. 32 hace mención a otra innovación que es EL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO a cargo de la Secretaría de Turismo y cuyo objeto será inscribir a las personas que realicen actividades turísticas.

En el capítulo VI, arts. 35 al 38 de la Ley Federal de Fomento al Turismo, se hace otra importante innovación en esta ley al crearse el TURISMO SOCIAL, que se entiende como "el proceso de servicio público, mediante el cual se otorgan facilidades para que las personas de escasos recursos viajen con fines recreativos, dentro de las mejores condiciones posibles de economía, seguridad y comodidad.

El art. 35 habla de que el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Turismo, promoverá las medidas necesarias para impulsar el turismo social interior, con el objeto de que la mayoría de los habitantes del país puedan participar en los programas turísticos.

En el art. 36 se dan los pasos definitivos para la formación de un verdadero turismo social con todas sus ventajas y beneficios para las clases pobres y desvalidas del país al decretarse que la Secretaría de Turismo promoverá los convenios necesarios para lograr que los habitantes del país puedan viajar, dentro del territorio nacional en planes o paquetes familiares o de grupos, con cuotas reducidas.

En el art. 37 se dice que la Sría. de Turismo aprobará los programas de turismo social, tomando en cuenta las temporadas, eventos tradicionales, folklóricos y demás circunstancias favorables.

Y finalmente en el art. 38 la Sría. de Turismo aprobará los programas especiales para grupos de estudiantes, profesores, empleados públicos, trabajadores, pequeños propietarios y ejidatarios, propiciando el establecimiento de albergues para los mismos, con objeto de estimular el conocimiento y estudio de aquellas zonas del país que, por sus cualidades o características, contribuyan a su esparcimiento y formación cultural.

El capítulo VII de la ley titulado de las EMPRESAS TURISTICAS EJIDALES Y COMUNALES, en su art. 39 habla de la constitución de estas, al decir que la Sría de Turismo en coordinación con la Sría de Asuntos Agrarios y Colonización promoverá la constitución de empresas turísticas ejidales y comunales en las zonas de desarrollo turístico.

El art. 43 se refiere a la promoción de las zonas de desarrollo turístico nacional por parte de la Sría. de Turismo en coordinación con las entidades federativas, considerando como tales las que por sus cualidades naturales, históricas, culturales o típicas constituyan un atractivo turístico.

Capítulo IX. Del FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO-FONATUR arts. 49 al 57.

En la nueva Ley Federal de Fomento al Turismo se crea el FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (art. 49) que se entrega en fideicomiso a una institución fiduciaria que será señalada por el Ejecutivo Federal y que será operado de conformidad con las normas contenidas en la Ley de Turismo, en el contrato de fideicomiso que celebre la Sría. de Hda. y C.P. con la fiduciaria.

El objeto del FONATUR será asesorar, desarrollar y financiar planes y programas de fomento al turismo. (art. 50)

Para cumplir con el objeto del FONATUR, la fiduciaria tendrá las siguientes funciones: (art. 51), de las cuales se destacan

1.- Impulsar la formación y desarrollo de empresas mexicanas dedicadas a la actividad turística.

2.- Llevar a cabo el desarrollo de nuevas regiones y centros turísticos y el fomento de los ya existentes que le encomienda la Sría. de Turismo.

3.- Fomentar y orientar la inversión privada hacia aquellas zonas y proyectos turísticos de interés nacional.

4.- Adquirir, urbanizar, fraccionar, vender, arrendar y administrar bienes inmuebles para proyectos turísticos

5.- Garantizar a las instituciones de crédito los préstamos que otorgan a las personas dedicadas a las actividades turísticas, o a ellas mismas.

7.- Suscribir transitoriamente acciones de sociedades dedicadas a actividades del turismo.

El FONATUR se integrará con:

- 1.- Las aportaciones del gobierno federal, estatales y municipales; organismos y empresas públicas y los particulares.
- 2.- Los créditos que previa autorización de la Sría. de Hda. y C.P., se obtengan de fuentes nacionales o internacionales.
- 3.- El producto de sus operaciones
- 4.- Los demás recursos que obtenga por cualquier otro concepto.

En el art. 53 se habla de que el Fideicomiso tendrá un COMITÉ TÉCNICO y de DISTRIBUCION DE FONDOS que estará integrado por:

- 1.- Un Presidente, que será el Srío. de Turismo
- 2.- Representantes de: Sría. de Hda. y C.P.
 - del Patrimonio Nacional
 - de la Presidencia

Banco de México, S.A.

Además se invitará a formar parte del Comité a: Un representante común de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio y de la Confederación de Cámaras Industriales.

Un representante del Congreso del Trabajo (que lo será de los sindicatos mayoritarios relacionados con la actividad turística)

Cada representante tendrá un suplente y las resoluciones se tomarán por mayoría de votos, teniendo el Presidente, que será el Srío. de Turismo, un voto de calidad. El Director General del FONATUR, concurrirá a las sesiones, con voz.

Las facultades del Comité Técnico y de Distribución de Fondos estén señaladas en el art. 54 con 7 fracciones, de las cuales - las más importantes son:

- 1.- Aprobar los programas, planes, proyectos y presupuestos anuales de operación
- 2.- Fijar las condiciones para la adquisición, urbanización, fraccionamiento, venta, arrendamiento o administración de inmuebles.
- 3.- Determinar las bases generales de los convenios y contratos para ejecutar obras y administrar servicios.
- 4.- Fijar las primas por el otorgamiento de garantías y los intereses por las operaciones que se realicen.
- 5.- Autorizar las operaciones del fideicomiso

El FONATUR tendrá un Delegado Fiduciario especial, que con el carácter de Director General será propuesto por el Presidente - de la República a la institución fiduciaria. (art. 55)

Capítulo X, de las Infracciones, arts. 58 al 63.

La Sría. de Turismo para cumplir con las atribuciones de la Ley Federal de Fomento al Turismo, podrá practicar las visitas de inspección que considere pertinentes, así como aplicar las sanciones que procedan. (art. 58)

Las infracciones serán sancionadas, con multa de 200 a 50,000 pesos. Esta sanción podrá duplicarse en caso de reincidencia.

Si el infractor persiste en la contravención:

I.- Se le podrá imponer hasta dos tantos más del importe de la multa

2.- Y si a pesar de ello continua en la violación, se le cancelarán el registro de prestador de servicios turísticos y la cédula turística.

El hecho de seguir funcionando con el registro cancelado es motivo de clausura del establecimiento (art. 61)

CAPITULO III

LA INFRAESTRUCTURA TURISTICA ACTUAL DE MEXICO

- A.- Recursos turísticos**
- B.- Servicios turísticos**
- C.- Promoción turística**
- D.- Ciudades y zonas turísticas**
- E.- Fideicomiso y nuevas zonas de desarrollo turístico**
- F.- La capacitación turística**

CAPITULO III

LA INFRAESTRUCTURA TURISTICA ACTUAL DE MEXICO

México cuenta con el atractivo suficiente para ser un polo de desarrollo turístico, en casi toda su extensión territorial.

Las variadas condiciones climatológicas, -el clima de México cambia del tropical al frío, debido a las variantes altitudes por estar situado en las zonas templada y tórrida- sus extensas costas que van desde la playa arenosa, hasta el agreste acantilado, -el litoral del Pacífico tiene 7,000 km. y el del Golfo y mar Caribe 3,000 km.- así como sus poblaciones recargadas de historia, ofrecen al turista motivación amplia y bastante para visitarlo.

Las motivaciones que inducen al turista nacional o extranjero, que viaja constante o esporádicamente, en nuestro país, son fundamentalmente el descanso y la diversión; en México existe una gran variedad de sitios atractivos, ya que el país posee diversidad de climas y áreas de recreación.

Los afectos a diversos deportes encuentran en México el lugar adecuado para practicarlos, aun en su más delicada exigencia, como es el caso de la pesca, la caza y tantos otros que existen.

Los sitios de sabor colonial son de un atractivo especial para que el turista observe y muchas veces "sienta" esa época del tiempo de la Colonia.

Los matices y facetas que encuentra el turista al visitar nuestras zonas arqueológicas, que son de importancia y relevancia mundial, lo dejarán satisfecho por lo impresionante de dichas zonas prehispánicas, que son la remembranza de un pasado que nuestros ancestros nos legaron para dar a conocer sus diferentes culturas.

Son muchos y muy variados los lugares que el viajero puede y debe visitar, porque en ellos ve reflejada la cultura de un pasado que al ponerse en contacto con las formas vividas se hace partícipe del momento que México vivió y sigue viviendo. (I)

De lo anterior surge la interrogante: ¿Con qué elementos cuenta México, para atender sus necesidades en materia turística?

Este conjunto de elementos, llamense recursos, servicios, instalaciones, centros, promociones, constituyen la infraestructura turística.

Trataremos pues de presentar en forma somera la infraestructura turística actual de México, buscando hacerlo de forma enunciativa más no limitativa, y para mayor claridad se analizará dicha infraestructura bajo la siguiente clasificación:

- a) Recursos turísticos
- b) Servicios "
- c) Promoción turística
- d) Centros y zonas turísticas
- e) Fideicomiso y nuevas zonas turísticas de desarrollo
- f) La capacitación turística

a) RECURSOS TURISTICOS

El turista antes de iniciar un viaje, busca los elementos más propicios y que más le convienen, tendientes a facilitarlo, ordenarlo y disponerlo. Se preguntará que atractivos encontrará de acuerdo con sus preferencias y sus gustos, los cuales muchas veces suelen ser generales, lo que implica que grandes núcleos de turistas respondan a estímulos semejantes. (2)

Surgen así los llamados recursos turísticos, o sea todo aquello que puede suscitar el interés del turista para satisfacer su necesidad de recreación y atender su desplazamiento y su subsistencia.

La Sría. de Turismo en su Catálogo Turístico Nacional, clasifica los recursos turísticos en dos grupos principales que son:

- 1.- Recursos Turísticos Naturales
- 2.- " " Antropógenos

Recurso turístico natural es todo elemento geomorfológico, biofísico o la mezcla de ambos, cuyas características lo hagan susceptible de ser atractivo para el turista.

(2) Acosta Bías, Marciano. Perspectiva Jurídica y Problemática Internacional del Turismo, Tesis Fac. de Derecho, U.N.A.M. 1970

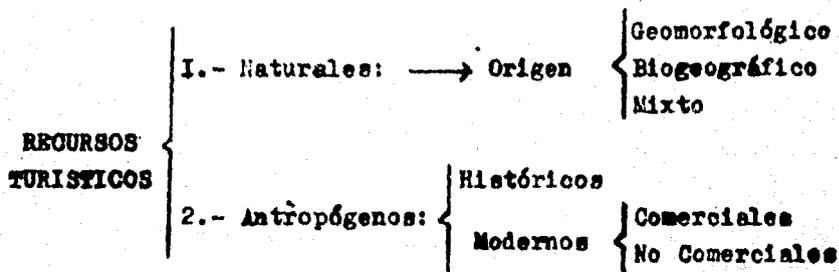
En cuanto a su abundancia y distribución, dependen de características físicas naturales, y no son susceptibles de ser creados por el hombre, pero si aceptan modificaciones provenientes - del mismo.

Recurso turístico antropógeno será todo elemento creado por el hombre que contenga atractivos capaces de interesar al visitante. Estos atractivos pueden ser históricos o modernos.

Los históricos se refieren a todos aquellos creados por el hombre en una época histórica pasada, que sean una manifestación de la cultura de esa época.

Los modernos son recursos creados por el hombre actual con una finalidad preestablecida y dependen de la inventiva de éste. Estos, a su vez, se subdividen en comerciales y no comerciales.- Su diferencia radica en que los comerciales tienen por finalidad manifestar y difundir la cultura o prestar un servicio público.

Estos recursos requieren de conservación para evitar su destrucción, la cual no proviene necesariamente de su aprovechamiento, sino del descuido o del mal uso dado a algunos atractivos turísticos que aparecen cada día. (3)



México es un país rico en recursos turísticos, que se tratarán de enunciar de la siguiente manera:

- a) Bellezas naturales
- b) Islas
- c) Lagos y lagunas
- d) Cavernas y grutas
- e) Balnearios minero-medicinales

(3) Departamento de Turismo, Memoria de Labores-1974. Págs. 80, 81

- f) Playas
- g) Museos
- h) Folklore
- i) Casa
- j) Pesca

a) BELLEZAS NATURALES

México cuenta en su territorio con grandes bellezas naturales que podrían ser objeto de explotación turística, como **EL CAÑON DE EL SUMIDERO**, (a 22 km. al N. de Tuxtla Gutiérrez, Chis.) quizá el Cañón más impresionante de México, que se puede contemplar al terminus de la carretera desde una terraza natural formando un mirador. Cerca de unos 800 m. más abajo, se percibe correr al fondo de la garganta del Cañón, el río Chiapas (Grijalva), entre 2 orillas cubiertas de una vegetación impenetrable. Sólo unos pocos exploradores se han atrevido a descender al fondo de el Cañón de El Sumidero a enfrentarse a los agitados rápidos del río Chiapas-Grijalva. (4)

O la remota, espectacular y escarpada **BARRANCA DEL COBRE** (en Chihuahua) desde donde se descubren las hermosas y salvajes montañas de la Sierra Madre Occidental, vía el ferrocarril Chihuahua Pacífico. Este tren de lujo cubre el trayecto de 930 km. de Chihuahua, Chih. a los Mochis, Sin. en 14 horas.

La vía férrea en sí misma es una maravilla, para empujarla a través de la corrugada Sierra Madre Occidental requirió 9 años, 7 39 puentes, 76 túneles y un costo de un billón de pesos. Este ferrocarril Chihuahua-Pacífico le permite a uno disfrutar la increíble belleza de profundos cañones -paredes con 1,800 m. de pendiente vertical- e imponentes cumbres al deslizarse a través del hogar de los indios Tarahumaras. (5)

La Barranca del Cobre es una de las gargantas más impresionantes, cavada sobre una longitud de más de una cincuentena de km.-

(4) Les Guides Bleus, Mexique. Hachette, Paris 1974 Pág. 794

(5) American Automobile Association-1975, Mexico and Central America. Págs. 55 y 75

y varios cientos de metros de profundidad por el río Urique. De uno y otro lado de esta barranca lindan otros desfiladeros. Los derrumbamientos han provocado la formación de una multitud de pirámides, de castillos petrificados, cuyos colores varían del ocre al azul o malva, según la iluminación y la naturaleza del terreno, a veces compuesto de cenizas volcánicas cristalizadas. (6)

San Miguel Regla, Hgo. (a 34 km. al N.E. de Pachuca) es el sitio de las extrañas y extraordinarias formaciones geológicas de los Arrecifes Gigantes de América. Además, este apacible pueblo en el rico distrito minero de Pachuca, es conocido por sus raras y extrañas casas.

Cuyutlán, en el estado de Colima, (a 42 km. al S.E. de Manzanillo) es una playa conocida por la "Ola Verde". Esta montañosa ola con crestas que alcanzan 16 m o más de altura durante abril o mayo ocurre periódicamente. El brillo verdoso de organismos marinos fosforescentes explica el nombre.

b) ISLAS

Consideradas de gran atractivo turístico, también encontramos que México cuenta con grandes islas que ofrecen además de un grandioso espectáculo por su hermoso paisaje, la posibilidad de practicar el deporte de la caza y la pesca, entre las que mencionaremos a:

La Isla del Tiburón, situada en el mar de Cortés, que por su extensión es la mayor de México, en la que se está desarrollando uno de los mejores refugios de caza y vida salvaje de Norteamérica. La isla de Cozumel, Q.R., con sus claras aguas que son un deleite para los buceadores. Playas doradas junto con un telón de fondo de palmeras, llenan todos los requerimientos para una idealizada isla caribeña. Natación, esquí o buceo y pesca son los principales pasatiempos aquí. La laguna de Chancanal al sur de Cozumel, conectada con el mar por un canal subterráneo, es el lugar de selección para practicar la natación y el buceo.

Isla Mujeres, Q.R., esta isla de piedra caliza, yace en el mar Caribe. Arrecifes de coral sumergidos y peces de colores, hacen a esta isla especialmente atractiva a los buceadores.

(6) Les Îles des Bleus, Mexique. Hachette-Paris 1974 Pág. 256

c) Lagos y lagunas

El lago de **Catemaco**, en Ver., aun cuando es uno de los lagos más hermosos de México, permanece uno de los menos conocidos. -- Dos islas, Tenapi y Agaltepec --donde hay changos-- se levantan en el lago; los peces encontrados incluyen trucha, perca y unas pequeñas especies llamadas pepesca.

El lago de Chapala es el lago natural más grande de México. -- Mide 82 km. de largo por 28 de ancho y con una profundidad promedio de 9 metros. Es un centro turístico, recreativo y de retiro muy importante, y por muchas razones. El clima es casi el mismo durante todo el año, 18° C. en invierno y 24° C. en el verano, + lo que lo hace perfecto para disfrutar todas las cosas y deportes que ofrece Chapala. Casi toda su ribera es un balneario magnífico, localizándose a sus orillas hermosos, pacíficos y típicos -- pueblecitos, donde es posible descansar o bien jugar al golf, pasear en velero, esquiar o nadar.

En el lago de Chapala se encuentran 3 poblaciones: Chapala, Ajijic y Jocotepec. El primer poblado que se encontrará será el pueblo de Chapala, que ha sido centro turístico y de recreo -- por muchos años.

Inmediatamente después del pueblo de Chapala, se encuentra -- Ajijic, un pueblecito que fuera villa de pescadores pero que actualmente es refugio y morada de artistas y pensionados estadounidenses. Ajijic es famoso por sus boutiques, galerías y telares manuales donde se producen hermosas telas propias de la alta moda internacional. Uno de ellos y el más importante es Telares-Ajijic, establecido en 1950 por la Sra. Helen Kirtland; además -- de la originalidad de dibujos y colorido de las telas, así como la alta calidad de los materiales, el diseño y confección de las prendas es algo muy particular en este lugar. Sus creaciones se exportan a los Estados Unidos, Canadá, Sudamérica y Europa, incluyendo París, la cuna de la moda.

El libro de Diane Chandos titulado "A Village in the Sun", le dio al pueblo su original promoción y gran fama entre los estadounidenses, quienes cada año en mayor cantidad eligen Ajijic para

retirarse una vez que han sido pensionados. Escritores, escultores y pintores también escogen con entusiasmo la idea de radicarse en este hermoso y pintoresco pueblecito, que tiene actualmente - una colonia americana más numerosa que la de Chapala.

Más adelante se encuentra el pueblo de Jocotepec, un lugar - que no ha cambiado su fisonomía por muchos años. Sigue siendo un pueblo de pescadores y agricultores como lo ha sido por cientos-de años. Sin embargo tiene un encanto muy especial, lo que hace- que el visitante realmente disfrute del tiempo que pasa aquí.

Jocotepec ha ganado fama por sus finos sarapes tejidos a ma- no de hermosos y originales diseños, fabricados en viejos telar- es operados por creativos artesanos que han recibido de sus ante- pasados este arte. (7)

Lago de Patzcuaro, alrededor de sus pintorescas playas hay - varios pequeños pueblos Tarascos, muchos de los cuales se pueden alcanzar sólo por barco. La pesca es la principal ocupación, es- pecialmente la realizada con las famosas redes de mariposa. En - los últimos años gran centro turístico que acude sobretudo a las celebraciones del día de muertos en la isla de Janitzio.

El lago de Tequesquitengo es muy visitado por el turismo na- cional y extranjero, porque en él se practican todos los deportes acuáticos, en especial el esquí, muchas de cuyas exhibiciones de campeonato se realizan aquí. En las orillas del lago se han cong- truido casas de arquitectura moderna que forman una colonia de in- vierno para los turistas procedentes de la ciudad de México.

Las lagunas de Coyuca y Tres Palos se encuentran en Acapulco. La laguna de Coyuca está rodeada de una vegetación tropical y es- particularmente interesante por ser un santuario de pájaros y un paraíso para los pescadores. En sus playas abundan las garsas y- los airones y en sus aguas el mágil y lagartos. La laguna de Tres Palos tiene una vegetación tan tropical, que ha sido regularmente usada como una locación para películas con tema africano. (8)

~~(7) E-Z-GUIDE TO GUADALAJARA, TLAQUEPAQUE, LAKE CHAPALA, PUERTO VALLARTA. Producciones Audiovisuales. Págs. 79, 81, 82, 83~~

(8) FODOR'S MEXICO 1973. A definitive guidebook of the United Me- xican States, David McKay Company, Inc.-New York. Pág. 437

d) Cavernas y grutas

La naturaleza formó en tierras mexicanas grandes cavernas y grutas, que con la construcción de caminos fáciles de acceso serán indudablemente factor de aprovechamiento en la explotación del turismo, entre ellas se destacan:

Las cavernas de Balancanhe, Yuc., (a 5 km. al E. de la entrada principal a la zona arqueológica de Chichen Itza) se extienden en una serie de pasajes por más de un km. En varios nichos hay urnas de ofrenda, esculpidas a semejanza de Tlaloc, dios de la lluvia de los Toltecas. Tours guiados para grupos a las 9, 10, 11 y 16 horas; admisión 2 pesos. Las cavernas están iluminadas.

Las Grutas de Cacahuamilpa, Gro. cuando sean completamente exploradas pueden ser el sistema de cavernas más grande del mundo. Las grutas forman varios salones, que lleven los nombres que les ha dado la fantasía popular, como salón del chivo, de las fuentes, de los tronos, de los querubines, sugeridos por el espectáculo del lento trabajo de los siglos en las maravillosas formaciones de estalactitas y estalagmitas, que son mayormente realizadas por dramática iluminación. (9)

Todo el complejo de las grutas de Cacahuamilpa está operado por el gobierno como un parque nacional. Las grutas están abiertas con tours regularmente programados, diariamente de 10 a 15 h y a 16 h los domingos y días de fiesta. Admisión 6 pesos

Las Grutas García están en lo alto de un acantilado, cerca de Villa García, N.L. (a 21 km. al O. de Monterrey). Un camino de extensión conduce al estacionamiento de las grutas, desde donde un carro cable para 14 personas, sube a los pasajeros a la entrada de las grutas; las que se considerarán entre las más grandes y bellas de México. El carro-cable opera cada hora, de las 10 a 17 horas; entrada 12 pesos que incluye el carro-cable y tour explicado. (10)

Las Grutas de Juxtlahuaca (cercanas a Chilpancingo, Gro.) rivalizan en extensión a las de Cacahuamilpa, pero son muy poco conocidas fuera de la región. Las grutas no están iluminadas y no se debe entrar sin un guía experimentado. Hay muchos pasadizos inexplorados, pero una buena vereda conecta las cámaras principales.

(9) Diccionario Porrúa, Historia, Biografía Y Geografía de México

(10) American Automobile Association-1975, México Central America

e) BALNEARIOS MINERO-MEDICINALES

Existen también en México una serie de balnearios minero-medicinales, que por las propiedades curativas de sus aguas, representan motivación suficiente para ser visitados. Los más importantes y de más fácil acceso son:

Agua Hedionda en Cuautla, Mor. con una serie de albercas conectadas de agua sulfurosa caliente. Las facilidades incluyen alambres, vestidores y un pabellón.

Aguascalientes, esta atractiva ciudad colonial, capital del estado del mismo nombre, toma su nombre de los muchos manantiales termales de las cercanías.

Ocoingo, cercano a Morelia, Mich.; está en la base de un risco de donde emergen las aguas minerales a una temperatura de 37°C. Abierto diariamente de las 10 de la mañana hasta la puesta del sol. Cargo por el uso de la alberca, 8 pesos.

Comanilla, cercano a León, Gto., es un semi-lugar de temporada, hotel con 48 manantiales termales en el área y 2 albercas de aguas minerales no filtradas.

Ixtapán de la Sal, edo. de Méx., con atractivos jardines y boulevares bien planeados, suman a la atracción de este pintoresco lugar de descanso, que es famoso como un balneario de baños medicinales por sus aguas minerales radioactivas, especialmente curativas para el reumatismo. El clima es uniforme, con una temperatura promedio de 21°C.

San José Purúa, Mich; éste famoso balneario está en un magnífico escenario de montañas, dominando un valle tropical, por lo que se le ha dado el nombre del "Shangri-La Mexicano"; ya que el original Shangri-La era un encantador fértil valle colocado entre elevadas montañas. Los baños termales contienen aguas radioactivas naturales que brotan de la tierra calentados por la misma naturaleza, y son buenos para cualquier cosa que uno este enfermo, pero con particulares efectos curativos para el reumatismo y el artritis. (II)

Tehuacán, Pue., es un lugar de temporada, célebre por su clima seco exhilarativo y por sus manantiales minerales que proveen la mayor parte del agua purificada embotellada, consumida por to

(II) Bloomgarden, Richard-The Easy Guide to San José Purúa, Morelia, Patzcuaro, etc. Litográfica Turmex, S.A. 1973 Pág. 9

do México. Peñafiel y Garcí-Crespo, los más conocidos manantiales están al N.O. de Tehuacán. Los turistas pueden visitar las plantas embotelladoras de Peñafiel, Garcí-Crespo, San Lorenzo y El Riego.

Tequisquiapán, Gro., es un pintoresco pueblo conocido por sus baños termales.

f) PLAYAS

rara el ejercicio de los deportes acuáticos o de recreo, México cuenta con muchas playas, entre las que destacan por su importancia y fácil acceso las siguientes:

La playa de Rosarito (a 25 km. al sur de Tijuana) es una favorita del turismo estadounidense durante el verano.

La playa de Estero (en Ensenada) ha sido por mucho tiempo una favorita de los estadounidenses del estado de California.

Las playas de Coromuel y Sur en La Paz, son lugares favoritos para practicar deportes acuáticos como skindiving, esquí y natación; pero sobretodo por la fabulosa pesca de sus aguas. El marlin (especie de pez espada volador) se encuentra en estas aguas desde mediados de marzo hasta noviembre, y sailfish (aguja de mar) desde el final de mayo hasta noviembre. Otros peces como delfines, cola amarilla, pez gallo y bonito (especie de atún) están disponibles durante todo el año. (12)

Las playas de Bahía Kino, Son., en el litoral del mar de Cortés, son favoritas de los acampamentistas y remolquistas estadounidenses, que establecen a lo largo de sus playas para pasar el invierno, por ser el costo de la vida barato.

Las playas de la Bahía de San Carlos en Guaymas, son uno de los centros vacacionales más importantes del estado de Sonora.

Las playas de: Las Gaviotas, Norte y Las Altas de Mazatlán, Sin. ofrecen oportunidades para esquiar, skin diving y pesca.

En las playas de San Blas, ay. ofrecen buena natación el año.

Las playas famosas de Puerto Vallarta son: Playa de los Ánchales, Playa de los Muertos, Playa Las Amigas y Playa de Las Estacas.

Las playas de Barra de Navidad, Jal., en el Bahía de Nelaque son excepcionalmente bellas y se están volviendo cada vez mejor-conocidas.

Las tres playas más calmadas de Manzanillo, protegidas por la bahía de Santiago de la Ola Verde son: Las Hadas, Audiencia y El Tesoro.

La vida de playa domina el escenario de Zihuatanejo, por tener 5 playas. La más conocida y más concurrida es Playa Principal. Al este de esta se encuentra Playa Maderas, una gran favorita para los que acampan. Otra playa de singular belleza es la prístina La Ropa; pero la más atractiva de todas por su belleza paradisíaca salvaje, con su arrecife de coral es Las Gatas. Y la más aislada y salvaje es Playa Contramar.

Acapulco es un puerto con muchas playas, cada una con un sabor especial propio. Pie de la Cuesta, famosa por sus hermosas puestas de sol, es llamada "La Playa de las Puestas de Sol. Caleta y Caletilla conocidas como las playas de la mañana (porque reciben los rayos del sol por la mañana). Hornos y hornitos son conocidas como las playas de la tarde y son concurridas por los bañistas en la tarde después de la hora de la siesta. Pasando estas se llega a La Condesa, una de las muchas playas populares para practicar la natación, conocida por su juvenil atmósfera, además de que es el lugar para ir a ver bikinis o ponerse uno e ir a ser vista. (13)

La playa Miramar en Tampico, donde la natación es popular en todas las estaciones.

Playa Azul y Barra Norte en Tuxpan son un absoluto deleite por sus blancas arenas.

Las famosas playas de Mocambo y de Villa del Mar en Veracruz.

Las famosas playas de arena blanca y de aguas que cambian de caprichosamente de color -desde un intenso indigo a turquesa y a un aguamarina- de Cozumel, Cancún e Isla Mujeres.

g) MUSEOS

México cuenta con numerosos museos que son baluarte de su cultura, historia y de sus manifestaciones artísticas, como los siguientes:

En la ciudad de Chihuahua se encuentra la Quinta Lus, que fue ra el hogar de Pancho Villa y que actualmente es operado como un museo por su viuda Sra. Lus Corral de Villa. En exhibición se encuentra el carro donde Villa fue acribillado a balazos, sus armas cananas, archivos y uniformes. (. . .)

En Dolores Hidalgo, Gto. se encuentra la casa museo de Don Miguel Hidalgo, que está bien preservada y contiene muchos artículos relacionados con la vida de este sacerdote patriota.

En Guadalajara se localizan los siguientes museos:

Museo del Estado. Contiene una magnífica pinacoteca, con cuadros mexicanos de diferentes épocas, incluyendo la colonial y moderna; pero especialmente exhibe sobresalientes pinturas mexicanas y españolas, incluyendo II Murillos. También muestras arqueológicas, etnológicas y una fina exhibición de artesanías y vestidos regionales.

Museo-Taller José Clemente Orozco. Aquí se puede admirar no sólo el trabajo, sino la evolución y las distintas épocas por las que pasó el artista, así como sus trabajos más representativos.

Museo de Arqueología del Occidente de México. Presenta una pequeña pero auténtica colección de figuras y estatuillas de cerámica, así como utensilios y vasijas de barro, originarios de diferentes zonas de Colima, Jalisco y Nayarit.

Casa de las Artesanías de Jalisco. Tiene una exhibición permanente de lo más notable de las artesanías regionales del Esta-

do, destacando por su buen gusto en la selección de las piezas-- de talabartería, mueble colonial, vidrio soplado, cerámica, textiles, telas, bordados, artículos de madera, palma, hueso, hojalata, hierro forjado, papel, así como joyería en oro y plata. To dos estos artículos están a la venta al público. Aquí se encuentra también una exposición de artesanías de Jalisco, algunas de ellas muy antiguas, pero todas mostrando la profunda tradición - de este estado como productor de artesanías de gran valor artístico. (I4)

En la ciudad de Guanajuato se encuentra el Museo de La Alhóndiga de Granaditas, que la Historia Nacional consigna y consagra como el monumento máximo de nuestra Independencia.

En Jalapa se encuentra el Museo Antropológico de la Universidad de Veracruz con una colección de artefactos Olmecas y Totona cas.

En Mérida se halla el Museo Arqueológico e Histórico de Yucatán que guarda una fina colección de reliquias Mayas.

En la ciudad de México se localizan los siguientes museos:

El Anahuacalli, el espectacular museo de arte Prehispánico - de Diego Rivera, que alberga más de 50,000 piezas de las diferentes culturas de México.

El Museo Nacional de Historia, en el Castillo de Chapultepec contiene muchas reliquias del tiempo del emperador Maximiliano - de Habsburgo y la emperatriz Carlota, Benito Juárez y Porfirio - Díaz, que en el año de 1973 fue visitado por 668,010 personas.

El Museo Nacional de Antropología en cuya entrada destaca el monolito de Tlaloc, el calendario azteca. Entre las incontables-piezas de gran valor artístico se cuentan imágenes de piedra, mo nolitos, esculturas, preciosas reliquias de las culturas Azteca, Mixteca, Zapoteca, Tolteca, Maya. Este museo fue visitado en --- 1973 por 1,063,377 personas.

El Museo de Arte Moderno exhibe las obras de Rivera, Crozco, Siqueiros y Tamayo -los 4 grandes de la pintura en México-, otros artistas contemporáneos también están representados aquí.

El Museo Charro en Tlalpán, exhibe sillas de montar, bridas, trajes charros, pinturas y grabados que pintan la tradición charra, desde sus orígenes hasta los días actuales.

El Museo Frida Kahlo en Coyoacán, fue la casa ocupada por el muralista Diego Rivera y su esposa Frida, desde 1929 hasta la muerte de ella en 1954. En exhibición infinidad de esbozos, pinturas y efectos personales de Diego Rivera y Frida Kahlo.

El Museo de la ciudad, está dedicado a la historia de la ciudad de México desde los días de su formación geológica hasta los proyectos de casacaapartamentos y los rascacielos de hoy.

El Museo de las Culturas describe el desarrollo de varias -- culturas no-mexicanas; especialmente notables son los grupos de Norteamérica y de los Mares del Sur.

El Museo Nacional de Historia Natural está dedicado a la geología, astronomía, el origen de la vida, la biología general y -- la distribución de las especies.

El Museo Nacional de Artes e Industrias Populares comprende la variedad de artesanías que son producidas en todo México.

El Museo de San Carlos exhibe pinturas de tan grandes maestros como Bellini, Tintoretto, Vermeer, Velazquez, Rembrandt, Breughel, Rubens, Reynolds, Gainsborough. (15)

En Mitla se localiza el Museo Frissell de Arte Zapoteca. Contiene muchas muestras interesantes de la cultura zapoteca, expuestas en exhibiciones bien arregladas.

En Morelia se encuentran los siguientes museos:

El Museo del Estado contiene una larga colección de cerámica Tarasca y una variedad de esculturas e ídolos.

El Museo Casa de Morelos contiene los efectos personales y -- manuscritos de Morelos.

En la ciudad de Oaxaca se localiza el Museo Regional de Oaxaca. Exhibe las famosas joyas encontradas en Monte Albán en 1932.

En la ciudad de Puebla se encuentran los siguientes museos:

El Museo Bello exhibe entre lo más notable de sus muchas colecciones, muebles, vajillas de cristal, artículos de oro y plata objetos de laca, pinturas y herrajes.

Los fuertes de Loreto y Guadalupe que conmemoran la derrota de los franceses, aquí, el 5 de mayo de 1862.

El Museo Regional de Puebla se encuentra en la Casa del Alféique. Tiene en su primer piso una colección histórica y arqueológica.

lógica y el segundo piso está amueblado como una típica casa colonial.

El Convento de Santa Mónica, fue descubierto en 1934, después de haber operado en secreto desde 1857 cuando las Leyes de Reforma abolieron los conventos y monasterios en México. Ahora un museo de arte religioso, contiene 39 cuartos llenos con pinturas y reliquias de este y otros conventos secretos.

En la ciudad de Querétaro se encuentra el Museo Pío Mariano, considerado como uno de los mejores museos de México. Guarda muchas reliquias coloniales, pinturas de Miguel Cabrera y una librería sobresaliente de 8,000 libros, la mayoría tomos de pergamino de los siglos XVII y XVIII.

En Santiago Tuxtla, Ver se halla el Museo de Arqueología que exhibe colosales cabezas Olmecas.

En Tepetzotlán, edo. de Méx., se localiza el Museo Nacional del Virreinato, en el antiguo seminario jesuita, que alberga -- tres siglos del mejor arte colonial -- el mejor que queda en México.

En Toluca se encuentran los siguientes museos:

El Museo Estatal de Arqueología e Historia que contiene una exhibición de equipo equestre, además de el idolo de piedra Ehecatl, Dios del Viento, encontrado en las ruinas de Calixtlahuaca y el laboriosamente esculpido Tlalpanhushuetl (tambor de guerra) de las ruinas de Malinalco.

En Tuxtla Gutiérrez se encuentra el Museo de Historia Natural.

En Villahermosa se hallan los siguientes museos:

La Venta es un museo al aire libre, unico en su género, con sus 33 monumentos, algunos pesando hasta 30 toneladas fueron transportados desde la zona arqueológica de La Venta. Tres colosales cabezas Olmecas de piedra y muchos otros objetos están incluidos en la exhibición de este museo.

El Museo de Tabasco en sus salas exhibe piezas arqueológicas de las culturas de La Venta, Tlatilco, Teotihuacan, Mexica, Tonaca, Zapoteca y Maya. (16)

h) ARTESANIAS

México es uno de los pocos países que conservan todavía un rico inventario artesanal. La variedad, el volumen y el valor de su producción artesanal son muy importantes, por cuanto que esta actividad, además de constituir una manifestación socio-cultural de las diferentes comunidades que integran nuestro país, representa una fuente permanente de ingresos para muchos miles de hombres y mujeres de todas las edades, que están dedicados a producir bellos objetos para uso doméstico, para decoración, para ornato personal, o para uso festivo o religioso.

Así, nuestra artesanía es un mensaje auténtico de tradiciones populares, que se refleja en estos sencillos objetos hechos por el pueblo a veces simplemente para satisfacer una necesidad inmediata pero siempre con una consciente y clara intención artística, utilizando para ello todos los materiales que se tienen a la mano: el barro, la madera, los productos vegetales, los metales, etc., con los que no sólo se producen objetos artesanales en formas y diseños tradicionales, sino también una enorme cantidad de objetos de reciente diseño inspirados en las necesidades y expresiones de la vida moderna.

Esta extraordinaria mano de obra no brotó espontáneamente. Es resultado de una rica herencia cultural que arranca de la época de las grandes culturas indígenas que, completando su tradición artística con técnicas, formas y materiales importados, dieron origen a esta rica variedad de artesanías. (17)

Los artesanos mexicanos son herederos de una tradición que se remonta a Quetzalcóatl, la legendaria fuente de sabiduría en las artes y ciencias. Los antiguos mexicanos fueron finos orfebres, hábiles talladores de piedras preciosas, excelentes alfareros, diseñadores de mosaicos de plumas, tejedores, teñidores de telas, fabricantes de instrumentos musicales. (18)

(17) Espejel, Carlos. Las Artesanías Tradicionales en México, primera edición: SepSetentas-45, 1972. Págs. 9 y 10.

(18) Podor's México 1973, A definitive guidebook of the United Mexican States, David McKay Co., Inc.-New York. Pág. 286

Esta dedicación a hacer cosas bellas y útiles empleando a veces una infinita paciencia es, debemos reconocerlo también, un producto de nuestra realidad social, cultural y económica: de la dispersión y el aislamiento de la población, de la subcultura -- que impera todavía en buena parte de nuestro suelo, de las condiciones propias de nuestro territorio y del subdesarrollo.

Se necesitó durante los últimos años, la presencia y la demanda del turismo, para que los mexicanos reparásemos en la existencia de nuestro arte popular y nos diéramos cuenta del valor artístico y cultural que tienen estos objetos por sí mismos.

Los diferentes tipos de artesanías que se elaboran en México son dados a conocer por el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías y son preparados especialmente en su montaje por este organismo.

La cerámica y alfarería, la metalistería, las fibras vegetales, la magia y color del arte popular mexicano, la indumentaria-indígena en el arte popular, el papel en el arte popular, el arte popular religioso, la fantasía popular, temas acerca de la muerte, la Navidad en el arte popular y otras muestras artesanales son expuestas en el vestíbulo de la Secretaría de Turismo.

Para dar una idea de la riqueza de nuestras artesanías, las hemos dividido por ramas artesanales. Al hablar de cada una de ellas mencionaremos lo más sobresaliente, lo más bello, lo más tradicional de nuestra producción. Por esta relación, se podrá dar cuenta aunque sea someramente de nuestra riqueza artesanal.

La Cerámica

Entre las manifestaciones diversas del arte popular mexicano, la más sobresaliente es, sin duda, la cerámica; aparte de ser la actividad artesanal más difundida actualmente en el territorio mexicano. Existen muchos centros alfareros de importancia en casi todo el país dedicados a la manufacture de piezas de barro para satisfacer la todavía amplia demanda de este tipo de objetos, y son miles las familias dedicadas a la producción de loza.

La supervivencia de la cerámica, tan rica por cuanto a la diversidad de sus formas y acabados, tiene una profunda raíz que llega hasta nuestros más remotos orígenes como pueblo, que le da vigor y la mantiene como una de nuestras mejores formas de expresión

sión artístico-artesanal.

Los ceramistas mexicanos aplican diversas técnicas para la - manufactura de sus objetos. La técnica más difundida es aquella - que proviene de la más pura tradición indígena, en la que se uti - lizan las antiguas técnicas: como el modelado a mano libre o pre - sionando el barro dentro del molde, en las que el artesano va -- dando forma a sus piezas sin ningún molde o patrón establecido, - guiándose únicamente por su imaginación y habilidad, como en Ti - kul, Coyotepec, Huaquechula. Viene luego la técnica del molde, - que hereda directamente las técnicas y diseños traídos por los e - spañoles, con influencia asiática, siguiendo la técnica de la - mayolita, como la talavera poblana, la cerámica de Guanajuato o - Dolores Hidalgo, en la que el artesano emplea patrones de barro - o cocido o de yeso, para producir en serie diversas figuras. Y - por último, el torneado, que consiste en la mayor parte de los - casos, en dar forma a las piezas sobre un torno rudimentario que - el artesano acciona con los pies o con las manos, como la cerami - ca De Valle de Bravo, Tonalá etc.

Cada región del país tiene su cerámica propia fácilmente ide - tificable por sus acabados simples o bruñidos, semividriados, vi - driados o pintados; por su decoración: incisa, raspada, pintada - a pincel, bruñida, estampada, realizada en pastillaje, perforada - o incrustada.

Por sus técnicas: modelada a mano libre, sobre un plato de b - barro, yeso, con el torno clásico del alfarero; por su estilo: - primitivo, realista, estilizado, o bien por el color del barro, - propio y característico de cada región.

Las formas más comunes en la cerámica de uso doméstico son: - las ollas, los jarros, las cazuelas y los platos o cajetes, los - cántaros, los botellones, los apaxtles (vasijas hondas en forma - de tazones de diferentes diámetros). En las cerámicas finas se - hacen vajillas, tibores, platonos y una enorme variedad de vasi - jas. En la cerámica de uso ceremonial se producen candeleros, sa - humerios, etc. En la cerámica de ornato se elaboran candelabros, - árboles de la vida de diferentes tamaños, animales y otras figu - ras de molde antiguo y tradicional.

La juguetería popular de barro tiene un volumen de producción - importante y una gran aceptación y demanda en todos los mercados

nacionales. Se hacen alcancías, silbatos, animales, trastecitos, títeres y numerosas figuras para deleite de los niños. También es de mencionarse la miniatura de barro, vidriada o pintada, sobretodo la de Puebla, Guanajuato y Tlaquepaque.

El decorado de la cerámica es muy variado y va desde los simples motivos de greca, líneas, espirales y temas geométricos, -- hasta la rica decoración floral y zoomorfa de la loza de Tonalá, Jalisco, considerada entre la cerámica más hermosa de México.

Son cerca de 75 los más importantes y conocidos centros alfareros diseminados en los diferentes estados de la República.

Los estados más ricos en alfarería son Puebla, Oaxaca, Michoacán, Jalisco y México, en ese orden.

En el Estado de Puebla destacan, por el volumen de su producción, los pueblos de Acatlán, Izúcar de Matamoros, Huaquechula, la propia ciudad de Puebla, Amozoc, Tenextatiloyan, y la zona indígena de la Sierra de Puebla.

Acatlán es el centro alfarero más importante de Puebla. Además de su enorme producción de cantaros, cajetes, apaxtles, juguetes y otras formas para uso doméstico, cuenta con la producción de uno de los ceramistas importantes de México: Herón Martínez que ha dado nueva dimensión a la artesanía de ese lugar.

En la ciudad de Puebla se produce la cerámica más fina que se hace en México: la loza blanca llamada ahora talavera, de gran tradición artesanal, cuya producción se inició desde mediados del siglo XVI. En la actualidad, se producen dos tipos de decoración: en azul cobalto y policromada, en vajillas, tibores, floreros, platonos, palmatorias y azulejo para uso arquitectónico, en un fino acabado que coloca a esta cerámica a la cabeza de todas las del país.

En el Estado de Oaxaca producen cerámica las poblaciones de San Bartolo Coyotepec, Ocotlán, Atzompa, Jamiltepec, Tehuantepec, Juchitán, Tonaltepec, Huazolotitlán y otros lugares pequeños, -- que aporten su producción a los mercados importantes.

La cerámica de San Bartolo Coyotepec rapidamente se está volviendo mundialmente famosa, por producir el barro negro pulido y sin pulir, en formas tradicionales como cantaros, ollas, pichanchas (ollas caladas), animalitos con silbato, sirenas de molde.

En michoacán, se fabrica cerámica vidriada en Capula; Tzintzuntzan produce cerámica vidriada en colores blanco, negro y verde; Santa Fe de la Laguna produce únicamente cerámica vidriada en color negro, de un brillo muy hermoso; Patamban, importante centro productor de loza vidriada en verde; San José de Gracia produce vasijas en forma de "piñas" y poncheras decoradas al pastillaje y totalmente a mano; Huánzito produce cántaros rojos pulidos y bellamente decorados al pincel con motivos indígenas de flores, animales y corazones, de mucho sabor popular.

Jalisco aporta la producción de sus dos centros alfareros -- más importantes: Tonalá y Tlaquepaque.

En Tonalá se produce la cerámica vidriada de petatillo, muy tradicional por sus formas y por su rica decoración de líneas entrecruzadas sobre la que destacan motivos florales y animales de auténtico sello popular. Aquí se produce también, en grandes cantidades, el barro bruído, la cerámica más hermosa de México por la riqueza de sus dibujos y por la finura de su acabado y la gran variedad de sus formas. Además de las cerámicas de petatillo y bruído, se produce en Tonalá la cerámica del llamado tipo "bandera", que toma su nombre del colorido que ostenta: rojo en el fondo, con decoración floral en blanco y filetes verdes.

Tlaquepaque fue hasta hace unos 20 años un centro alfarero de primerísima importancia por la habilidad de sus ceramistas, dedicados casi exclusivamente a la manufactura de esculturilla de molde. Las piezas de artesanos tan calificados como la familia Panduro figuran ahora en los museos de arte popular.

El Estado de México produce cerámica de una sola cochura, pintada y vidriada. Los centros alfareros más importantes son Metepec, Tecamatepec, Valle de Bravo y Texcoco.

Metepec es tal vez el centro alfarero más conocido del país, por su cerámica policromada en formas muy variadas, algunas de molde antiguo, como los toros, caballos, sirenas y por sus "árboles de la vida", que representen el Paraíso con Adán y Eva.

El Estado de Guanajuato también es un importante productor de cerámica. En la capital del estado se hace mayólica de tipo tradicional. Se hace también cerámica vidriada en Dolores Hidalgo, importante centro alfarero que produce vajillas floreadas de di-

seño moderno, loza chorreada y azulejo en grandes cantidades, - y en San Felipe Torresmochas, que envía al mercado macetas y macetones engretados en verde y decorados al pastillaje, platos, - platones y jarros. (19)

Los Textiles

Otra de las ramas artesanales más difundidas y más importantes de México, por cuanto a la variedad, volumen y valor de la producción, es la de los textiles, que incluye sarapes, tapetes, y alfombras de lana; bordados y deshilados; indumentaria indígena tradicional, y prendas de vestir de origen mestizo, como el rebozo y los gabanes de diferentes colores y diseños.

El inventario más vasto de textiles proviene de las zonas indígenas, ya que los grupos aborígenes conservan y utilizan en alguna medida su indumentaria tradicional hecha a mano, de una gran riqueza en su decoración.

La técnica para la fabricación de los textiles no industrializados es muy simple, ya que sólo se emplea el clásico telar de madera, llamado de "lanzadera" que es el más difundido en los obrajes de México, y el rudimentario telar de cintura que se emplea en gran escala en las zonas indígenas.

De la indumentaria indígena conviene destacar las blusas bordadas de la Sierra de Puebla y del Valle del Mezquital; los huipiles (especie de camisones anchos abiertos para la cabeza y los brazos) amuzgos de Guerrero y Oaxaca; los de la zona indígena mazateca; los huipiles bordados a máquina, de Yucatán; los de los altos de Chiapas, de abigarrado dibujo, muy semejante a la indumentaria de la vecina Guatemala; los huipiles bordados a mano, - con grandes flores, del Istmo de Tehuantepec; y los bordados a máquina con dibujos geométricos, ambos sobre terciopelo negro o guinda.

Como una derivación de la indumentaria indígena, a últimas fechas se han venido creando también diversas prendas de vestir estilizadas, de gran aceptación entre el turismo que visita el país, pero que son una mistificación de la indumentaria tradicional.

(19) Espejel, Carlos. Las Artesanías Tradicionales en México, -- Primera edición: SepSetentas-45, 1972. Págs. 13, 16, 25, 26, 34.

Durante la época colonial nació la prenda femenina por excelencia: el rebozo, de uso sobre todo en el campo. Los rebozos -- más conocidos son los de Tenancingo, en el Estado de México, importante centro productor de estas prendas, hechos en hilo de algodón con diseños tradicionales, y los rebozos de seda de Santa María del Río, San Luis Potosí, de gran finura y belleza.

El gabán o jorongo, como también se le llama, es el abrigo -- del hombre de campo. Tiene, por tanto, una gran difusión y se manufactura en muchos lugares, en gran variedad de colores y dibujos.

Sobresalen por su finura los gabanes de lana de San Francisco Ixcatlán, Estado de México, que son tal vez los más bellos que se producen; los de Coatepec Harinas; los de Santa Ana Chiautempan, en Tlaxcala; los de Teotitlán del Valle, en Oaxaca; los de Jocotepec, en Jalisco; los de Malinaltepec, en Guerrero; y los -- gruesos gabanes endosados de Paracho y Charapan, Michoacan, acabados con los colores naturales con cruces de colores.

Además de estas prendas de vestir y de abrigo que acaban de mencionarse, la industria textil de tipo artesanal produce una -- enorme variedad de sarapes para cama y tapetes y alfombras para el piso. Basta mencionar los sarapes de lana de Teotitlán del Valle, en Oaxaca, con dibujos de medallón, de tigre, de venado, de pescados; los sarapes multicolores de San Miguel de Allende; los sarapes de Chiconcuac, Santa Ana Chiautempan y San Bernardino -- Contla; los sarapes de Ixcatlán, Querétaro; los de Guadalupe, en -- el Estado de México, etc. En Saltillo, Coah., aún se producen los sarapes de fuertes colores, de clásico diseño, aunque ya no tan finos. (20)

Cestería, Carpintería

El uso de fibras y otros productos vegetales se encuentra -- ampliamente difundido en todo el territorio mexicano y puede considerarse, al igual que la cerámica, entre las artesanías más antiguas.

Existen diversos centros artesanales en los que se trabaja -- la palma, el tule, la caña, el bonote, la vara, el mimbre y el --

carrizo, el ixtle, el henequén, la lechugilla y otras fibras y productos vegetales, con los que se elaboran una gran cantidad y variedad de objetos para uso personal, para uso doméstico y para ornato.

Tzintzuntzan, produce muñequitos de tule para cubrir botellas esteras en forma de estrella, petates individuales para mesa; Lerma, en el Edo. de Méx., elabora muebles de asiento hechos con este material, de clara procedencia indígena. También produce petates y diversas figuras de tule tejido como músicos, mulitas y --bolsas.

Tultepec, cercana a Lerma, produce muchos objetos de tule y surte a la ciudad de México de las clásicas mulitas de tule, hoja de maíz y papacla, para la festividad de Corpus Christi.

En Santa Ana Tepaltitlán, población aledaña a Toluca, se produce una enorme variedad de objetos de palma policromada.

De palma tejida se hacen muebles de asiento en muchos lugares como Tenancingo, la ciudad de México, Taxco, Santa Clara de los Cobres, Acatlán, Tecpan de Galeana, donde se producen mecedores de curioso diseño.

Otras fibras vegetales, como el ixtle, el henequén y la lechugilla, se trabajan sólo en determinadas zonas. De ellas, la más-utilizada es el henequén, producido fundamentalmente en la península de Yucatán.

El henequén continua significando una fuente permanente de ingresos para campesinos y artesanos, ya que con esta fibra se hacen bolsos de mano para mujer, bolsas, billeteras, cinturones, monederos, zapatillas, tapetes para mesa y para piso y una enorme variedad de artesanías finas, que se producen y venden en la ciudad de Mérida.

De ixtle se producen ayates, como los finísimos del Valle --del Mezquital, de compacto tejido, y que los indígenas usan ceñidos al cuerpo; redes, hamacas, reatas, algunas muy finas, como las de Chevirda y Coatepec marinas, utilizadas para la charrería.

Debe destacar aquí las redes de yute y de pita natural y pintada, que se hacen en la zona mixe y en el Valle de Oaxaca; en San Cristóbal las Casas, Chis., y en Coatepec, Gro, así como los morrales pintados a mano, fabricados cerca de Chilapa. (21)

(21) *Ibidem* págs. 68, 70, 73, 74.

Metallistería y orfebrería

En Guanajuato se trabaja el oro, en piezas de joyería de estilo antiguo, con decoración floral, palomitas y piedras de turquesa. En Oaxaca también se trabaja el oro en réplicas de piezas arqueológicas de gran belleza, y esta ciudad y Juchitán producen filigrana de oro, así como Valladolid, en la península de Yucatán, decorada con perlas y corales.

En Pátscuaro se hacen collares de pescaditos, arracadas y zarcillos con cuentas rojas de porcelana; en Zitácuaro se producen arracadas de plata en estilo muy antiguo y popular; en Mitla, Oaxaca, Félix Bautista hace las famosas cruces de Yalalag de diseño antiguo; en Guadalajara, Jal., se trabaja filigrana de plata; y en Iguala, Ciudad Altamirano, Huetamo y Tuxtla Gutiérrez, se trabaja la filigrana de oro de acuerdo con formas tradicionales. En Tlatlauqui, Puebla, se hacen pescaditos de oro bajo, bellamente terminados.

En el Estado de México existe también joyería regional tradicional en plata, en forma de collares y aretes de antiguo diseño indígena.

En la ciudad de México se ha desarrollado la joyería en plata repujada o "cartoneada", con decoración de amatistas, turquesas y corales.

Taxco se mantiene a la cabeza por el volumen y el valor de su producción, con su joyería de diseño internacional, en la que se utilizan las piedras semipreciosas; y las ciudades de México y Puebla, por sus obras de orfebrería para servicio: juegos de café, jarras, charolas, platos y otros objetos de plata maciza, labrada, repujada o cincelada.

En Taxco, se trabaja fundamentalmente la joyería de tipo comercial y de tipo fino, decorada con mosaico, piedra o con concha de abulón. La joyería fina se decora con carey y con piedras finas. Taxco es un venero de grandes artífices. Allí se trabaja el martillado, la cera perdida y el repujado a la brea.

Destaca por sus trabajos de cobre Santa Clara de los Cobres en Mich., que se ha especializado en este metal. Es tan importante el volumen de la producción de Santa Clara, que bastará señalar que las cifras globales de producción ascienden a algo más de

250,000 pesos mensuales de productos terminados, para dar una idea de su importancia tanto para el Estado de Michoacán como para el país en general. Es una fuente constante de trabajo para muchas familias y representa un apreciable ingreso de divisas, dado que buena parte de su producción se destina al extranjero.

Por último, cabe mencionar aquí, por su amplia difusión, los trabajos hechos en hojalata, bronce, cobre y latón que se producen en la ciudad de México, En Oaxaca, en San Miguel de Allende, en Puebla, en Tlaquepaque, en Puente de Ixtla y otros lugares, - en donde se hace una enorme variedad de figuras de hojalata pintada y sin pintar, en formas de candeleros, marcos para espejo, adornos y figuras para Navidad, cajitas, palmatorias, faroles, platos, charolas, nichos para imágenes, etc., algunas veces con chapetones de cobre o latón.

Destaca por sus trabajos de latón la población de San Miguel de Allende que se ha especializado en este metal. (22)

La Laca

Actualmente, se producen lacas en Pátzcuaro y Uruapan, en el Edo. de Mich.; en Chiapa de Corzo, Chis.; y en Olinalá, Gro. En Pátzcuaro, aún pueden encontrarse bellos trabajos pintados a pincel y decorados con oro fino; en Uruapan la forma más empleada es la batea redonda de diferentes diámetros, hecha en madera labrada de una sola pieza y cajitas de diferentes tamaños; en Chiapa de Corzo, se producen toles, arcones, camerines, jícaras y jicalpestles pintados, que luego se venden y usan por todo el Istmo de Tehuantepec. Pero es en Olinalá, el último reducto de una gran tradición de artesanía prehispánica, en donde se ha conservado la tradición en cuanto a la técnica, los materiales y diseño.

Olinalá, Gro, es el centro productor de laca más importante del país y el único lugar en donde se produce laca rayada, de técnica muy antigua. Es un centro artesanal importante. Casi todas las familias derivan sus ingresos de la laca. La obra de los artesanos de Olinalá llega a todas las ferias y a todos los mercados del país en forma de jícaras, guajes y cajitas de todos tamaños. (23)

(22) *Ibidem* págs. 86, 87, 88, 90, 94, 95, 96

(23) " " 97, 100, 103

1) FERIAS, Y FESTIVALES

Este tipo de actividades contribuyen a fomentar positivamente el turismo interno y extranjero, puesto que brindan la oportunidad de mostrar a los visitantes, además de lo puramente tradicional, los avances en materia comercial, industrial, cultural, etc. en forma de exposiciones que se hacen en el desarrollo de las mencionadas actividades.

Destacan por su importancia las siguientes:

La Feria del Hogar que se desarrolla año tras año en el Auditorio Nacional de la ciudad de México, en la que se dan a conocer los últimos adelantos de la industria nacional, en exposiciones muy bien montadas.

La Feria de San Marcos en la ciudad de Aguascalientes del 20 de abril al 5 de mayo, con fuegos artificiales, bailes, corridas de toros, desfiles, competencias, rodeos y exposiciones de arte.

La Feria Mundial de la Plata, inaugurada el 23 de marzo de 1974, en el Palacio de Bellas Artes, en la que participaron 28 países extranjeros y varios estados de la República. Este evento despertó interés a nivel mundial, representó una proyección para México al constituir grandes beneficios para promover las corrientes turísticas hacia el país y en testimoniar la importancia que tiene México como primer productor de plata en el mundo.

El Festival Cervantino: El gobierno de la República, consciente de la trascendencia que las manifestaciones culturales deben ostentar dentro del campo turístico enalteciendo nuestros valores espirituales y nuestra imagen internacional, estableció en la ciudad de Guanajuato, la celebración del Festival Internacional Cervantino, destinado a reafirmar los vínculos de origen, lengua y cultura con todos los pueblos de la tierra. (24)

1) CAZA

La caza grande y pequeña es abundante por todo México. Las amplias variaciones en topografía y clima dentro del país, significan un ancho alcance en la brama de los animales, con una tempo-

rada abierta de alguna clase de caza, alrededor del 1º de agosto al final de abril.

Disponibles para la cacería están los siguientes animales: venado, oso, pato, ganso, codorniz, paloma, becardón, jabalí, pavo salvaje, así como también miembros de la gran familia gato: jaguar, ocelote, puma, gato montes.

Los siguientes animales pueden ser cazados en temporada sin permiso especial pero con una licencia de cacería: pavo salvaje, codorniz, pato, ganso salvaje, lince, venado (cola blanca y gamo de dos años), chachalaca, armadillo, pecarí, agutí.

Pueden ser cazados en temporada sólo con permiso especial: jaguar, ocelote, oso negro, puma, zorra roja y gris, borrego cimarrón, lobo y tapir.

PESCA

Por muchos años las aguas de los 10,000 km. de costas mexicanas han proporcionado a los pescadores con excelente pesca. Torneos anuales de pesca de muchos tipos se celebran entre marzo y junio en varias partes del país, atrayendo pescadores deportivos de todas partes. Algunas de estas competencias son: pesca deportiva en La Paz y Mazatlán; pez espada en Guaymas; pez vela en Acapulco, Puerto Vallarta y Manzanillo; tarpón en Tampico, Ciudad del Carmen, Veracruz, Coahuila y Tuxpan.

Mazatlán ha sido llamada "la capital mundial del marlin".

A lo largo del litoral del pacífico se encuentran las siguientes especies marinas: pez vela, marlin (especie de pez espada volante), lobina, atún, bonito (especie de atún), escombro, pez espada, pez gallo, barracuda, delfín, cola amarilla, albacora, corbina, pez aguja.

En el litoral del Golfo de México y costas del mar Caribe se encuentran: pesca profunda de tarpón, barracuda, lobina, cola amarilla, pámpano, robalo, huachinango, manta raya, corbina, marlin delfín, pez vela y el atún gigante "aleta azul" en las aguas costeras. (25)

B) SERVICIOS TURISTICOS

En su conjunto constituyen un gran complejo de actividades, relacionados entre sí, pero cada uno de ellos especializado y -- con diferencias importantes.

Su función social es que el viajero disfrute en forma placentera del objetivo que determinó el traslado, actuando así como -- los receptores directos de la corriente turística.

Quienes prestan los servicios turísticos han llegado a formar complejas organizaciones que representan inmensos intereses económicos y que actualmente cubren casi todos los países del mundo.

El Instituto Mexicano de Investigación Turística distingue:

A).- Servicios generales: funciones o acciones prestadas por instituciones oficiales especializadas, o instituciones de iniciativa privada de servicio social, a cualquier viajero y en especial a los turistas por el hecho mismo de serlo.

B).- Servicios específicos: funciones o acciones prestadas -- al viajero mediante el requerimiento de una remuneración o pago; estos se encuentran en manos de instituciones o personas particulares. (26)

Manel Ortuño, tratadista español, teórico del turismo, define los Servicios Turísticos como "los hechos, las actividades, los productos elaborados, las fórmulas comerciales, etc., que permiten el tránsito, la facilitación, el acercamiento, el uso y el disfrute de los bienes turísticos, a la masa de personas que, potencialmente o de hecho, se califican como turistas". Agregando que el servicio turístico puede incluir o no una prestación física, material, y exigir o no un pago estipulado o una contraprestación comercial o espiritual. De allí la conveniencia de establecer un esquema general de los servicios turísticos y propone el siguiente:

A).- Servicios básicos

La información, el consejo, la orientación general.

La preparación de presupuestos, itinerarios, etc.

La entrega de literatura, mapas, fotografías,

La interpretación de idiomas, en ciertos casos.

Normalmente, suelen ser de carácter gratuito, sin que se haya llegado a establecer siquiera la exigencia de una propina.

B).- Servicios elaborados (actividades turísticas de carácter comercial).

Entre otros muchos habrá que mencionar: los transportes, la alimentación, el alojamiento, los espectáculos, los seguros, los agentes de viajes, la asistencia para compras y alquileres de varios tipos, etc. Todos estos hechos, relaciones o actividades, toman el nombre de "Servicios", al ser observados en funcionamiento, en acción. (27)

Alojamiento

La Ley Federal de Fomento al Turismo, en su artículo 3o. señala que turista es la persona que viaja fuera de su domicilio con el propósito preponderante de esparcimiento, salud, descanso o cualquier otro similar y se acepta universalmente como prerequisite permanecer 24 horas fuera del domicilio habitual, que implica generalmente hacer uso de algún alojamiento. El servicio de hospedaje constituye un factor importante para el turismo en nuestro país, en el año de 1974 se registraron en la República Mexicana un total de 6,159 establecimientos de hospedaje con --- 171,155 habitaciones, distribuidas por tipos de la siguiente manera: 3,759 hoteles con 135,581 habitaciones; 695 moteles con -- 16,136 cuartos; 1,254 casas de huéspedes con 13,241 habitaciones; 434 apartamentos con 6,016 habitaciones y 17 balnearios SPA (establecimientos de hospedaje con manantiales de aguas termales) con 577 habitaciones; asimismo, funcionan 172 estacionamientos para casas rodantes con 8,967 espacios para el turismo que utiliza este servicio.

Transportes

Actualmente la comunicación es básica para el mejor desarrollo de la actividad turística, por vía terrestre y marítima el servicio de transporte cumple una función importante en México; el transporte, que en su concepción tradicional aporta una utilidad marginal a los bienes y mercancías, trasladándolos de donde existen a donde se carece de ellos, para el turismo presenta un magnífico elemento, va que aleja al viajero de la rutina y lo acerca al descanso, recreación y esparcimiento y posteriormente lo reintegra a su lugar de residencia habitual. Perfeccionado ca da día más por exigencias de comodidad, economía, rapidez y segu

ridad; la red de carreteras nacionales satisface al turista que viaja por ellas en automóvil y el servicio de autotransporte que presentan las líneas nacionales comunica a los lugares de interés turístico de manera eficiente al igual que el ferrocarril. Al transporte terrestre de superficie, tradicional ha venido a agregarse un sinnúmero de modalidades dictadas por el turismo, los autobuses panorámicos con explicaciones grabadas o en vivo, los carros-dormitorios, comedor y fumador y el "Hotelbus", que es simultáneamente transporte, hotel y restaurante.

De las 162 empresas arrendadoras de vehículos registradas en la Organización Nacional de Turismo al 31 de diciembre de 1973, se concentran las arrendadoras de automóviles fundamentalmente en el D.F. (63), 11 en Jalisco, 10 en Yucatán, 8 en Sinaloa, 6 en Guerrero.

De las 43 empresas de transportación exclusiva de turismo, registradas en la Organización Nacional de Turismo por entidad federativa al año 1973, 26 corresponden al autotransporte y 17 al servicio marítimo. Cabe señalar que sólo el D.F. acusa el 53.5% respecto al total del autotransporte, Jalisco el 11.7%, Guerrero 9.3% y Baja California 9.3%.

Los transportes aéreos y acuáticos surcan rutas menos rígidas que los rieles y carreteras, libertad que ha derivado del "cruce ro" y el "2 charter". México, con costas extendidas a los dos océanos más grandes del mundo, contempla muchas perspectivas en su uso. Hasta el mes de diciembre de 1974 existían en nuestro país varios prestadores de servicios de transportación turística de navegación, cuatro en Baja California, tres en Guerrero, dos en Jalisco y una en Yucatán.

Respecto al transporte aéreo, los vuelos fletados se han incrementado rápidamente y ponen al alcance de grupos homogéneos viajes diseñados especialmente.

La república Mexicana dispone de 25 aeropuertos internacionales (Ciudad de México, Acapulco, Tijuana, Puerto Vallarta, Mazatlán, La Paz, Guadalajara, Mérida, Monterrey, Nuevo Laredo, Ciudad Juárez, Chihuahua, Chetumal, Hermosillo, Matamoros, Manzanillo, Mexicali, Nogales, Reynosa, Tampico, Tapachula, Torreón, Veracruz, Can-Cún y Zihuatanejo (en construcción)

De estos aeropuertos internacionales, 11 son de largo alcance: Ciudad de México, Acapulco, Tijuana, Puerto Vallarta, Mazatlán, La Paz, Mérida, Monterrey, Guadalajara, Can-Cún y Zihuatanejo; 9 de mediano alcance: Nuevo Laredo, Ciudad Juárez, Chihuahua, Hermosillo, Matamoros, Manzanillo, Mexicali, Tampico y Torreón; y 5 de corto alcance: Chetumal, Nogales, Reynosa, Tapachula y Veracruz.

Se dispone también de 9 aeropuertos no internacionales de mediano alcance: Ciudad del Carmen, Villahermosa, Campeche, Tuxtla Gutiérrez, Oaxaca, Ciudad Obregón, Durango, Culiacán y León.

Actualmente operan 12 aeropuertos de corto alcance: Loreto, B.C.; Zacatecas, Ciudad Victoria, Tamuín, San Luis Potosí, Aguascalientes, Tancitaro, Uruapan, Morelia, Zihuatanejo, Tehuacán y Guaymas.

En materia de aeropistas rurales susceptibles de ser utilizadas por aviones ligeros existen más de 1,100.

En 1973, fueron 1,054 el número de vuelos registrados de México a Europa y 7,335 a los Estados Unidos.

En materia de carreteras, ya en 1973, México disponía de --- 124,391 kilómetros de carreteras, de las cuales 47,549 eran pavimentadas, 31,620 revestidas, 43,458 de terracería y 1,764 de brecha; y de 24,700 kilómetros de vías férreas, de las cuales 19,894 correspondían a vías principales, troncales y ramales y 4,806 a vías secundarias, auxiliares y particulares. Del total de la red ferroviaria nacional destaca una extensión mayor en los Estados de: Chihuahua, Coahuila, Sonora, Veracruz, San Luis Potosí, Sinaloa, Durango y Guanajuato.

Alimentación

Replón fundamental de la oferta turística, lo constituyen los establecimientos de alimentos y bebidas, que complementan la estancia satisfactoria y placentera a los turistas, los cuales - en nuestro país y fundamentalmente en las áreas de concentración turística, presentan una gran variedad capaz de satisfacer los gustos más exigentes del turismo nacional y extranjero. En 1973, funcionaban en la República Mexicana 5,366 establecimientos registrados en la Organización Nacional de Turismo y clasificados por tipos en: 3,416 restaurantes, 464 restaurantes-bar, 87 cen--

tros nocturnos, 288 cafeterías, 103 fuentes de sodas y 998 bares; en la que se aprecia una concentración de los mismos en el: Distrito Federal, Chihuahua, Tamaulipas, Veracruz, Jalisco y Guerrero.

La Dirección General de Servicios Turísticos es la encargada de registrar los precios que rigen siempre y cuando sean justos y equitativos, y la Dirección General de Supervisión y Quejas es la que vigila el cumplimiento de las disposiciones respectivas, para que los prestadores de servicios turísticos efectúen sus servicios en las mejores condiciones.

Agencias y sub-agencias de viajes

En 1973 funcionaban en la República Mexicana 475 agencias de viajes y 112 sub-agencias y con relación a estas empresas especializadas en turismo cabe denotar que la mayoría de ellas se concentran en las Entidades: Distrito Federal, Guerrero, Jalisco, Yucatán, Nuevo León, Veracruz, Sinaloa, Baja California.

Información

Factor importante de orientación al turismo para que conozca en forma adecuada el acceso a los diferentes lugares de interés y las características particulares de sus recursos turísticos, lo constituye la información, misma que debe ser veraz y proporcionada con celeridad y cortesía.

Los folletos, carteles, guías, desplegados y las diversas formas de información, que proporciona la Secretaría de Turismo, son parte importante de la información que el turista debe recibir para sentirse con deseos y confianza de efectuar algún recorrido.

Las agencias de viajes y las delegaciones turísticas en el territorio nacional y el extranjero, suministran esta información para el mejor encauzamiento del turismo hacia el país; al igual que las patrullas de auxilio turístico y las casetas de información turística, localizadas en las carreteras de mayor afluencia e instaladas por la Secretaría de Turismo para aprovisionar sus servicios al turismo que viaja en automóvil por nuestro país.

C) PROMOCION TURISTICA

De acuerdo con las directrices de política económica del gobierno, las actividades en materia turística se orientan por el lado de la demanda a fortalecer todas las medidas tendientes a captar mayores corrientes turísticas del exterior, por considerar a los ingresos que proporcionan como uno de los más importantes renglones equilibradores de la balanza de pagos.

La política que se sigue para motivar las corrientes turísticas del exterior hacia nuestro país, está formulada básicamente por el lugar de procedencia del turismo extranjero, de este modo los lineamientos se condicionan al hecho de que el 87.3% del turismo extranjero procede de Estados Unidos, 4.1% de Centroamérica, 3.5% de Canadá, 2.6% de Europa, 1.9% de Sudamérica y el resto, 0.6% de otros lugares. Por este tipo de mercado turístico, lo que se busca es aumentar el número de visitantes, ampliar su estadía y, sobre todo, diversificar las fuentes turísticas receptoras.

Según estos objetivos, la Secretaría de Turismo y el Consejo Nacional de Turismo han intensificado todo género de campañas -- que tienden a promover el turismo para que se viaje por carretera, porque es el medio que garantiza un desplazamiento a mayor tiempo utilizado con la consiguiente derrama económica; por este fin se han editado y puesto al alcance del público interesado, folletos, películas, libros, mapas, carteles, anuncios por radio y televisión, así como publicidad en revistas nacionales y extranjeras.

En lo que se refiere al turismo interno, la política se ha encaminado a motivarlo para que se incrementen las corrientes de nacionales dentro de nuestro propio territorio con lo que, además, se busca persuadir a los mexicanos a conocer primero su país, antes de salir al extranjero.

Se ha fijado el valor del mercado turístico en México con respecto al mercado mundial y se determinó que el potencial de turismo para México puede ser bastante extenso.

Por la infraestructura turística actual, se aspira a lograr un 2% del total del turismo mundial para México, lo que en cifras

podrían ser 4,500,000 turistas para el año 1976; si se logra atraer a México el mencionado 2% en lugar del 1.2% que es el porcentaje que se ha venido abordando, estaremos incrementando el turismo extranjero en poco más del 45% con respecto al año de 1973.

Se han desarrollado presentaciones para la campaña A UN PASO RACIONAL PARA AUXILIO TURISTICO, como medio de difusión de la imagen que presta la Secretaría de Turismo. Con objeto de iniciar movimientos turísticos nacionales, se utilizan las carteleras en el D.F. y en el interior de la República, programando la colocación de carteles existentes buscando una corriente turística interestatal, objeto primordial de la campaña nacional con inicio de la campaña CONCIENCIA TURISTICA, se elaboraron carteles y calcomanías con el tema: EN MEXICO "CREEMOS EN EL VALOR DE UNA SONRISA", material al que se le dio una amplia difusión a nivel nacional y "displays".

En lo que se refiere a material publicitario impreso, la Secretaría de Turismo y el Consejo Nacional de Turismo han procesado los siguientes materiales: Folletos.- Sinaloa, Baja California Sur y Norte, Nuevo León, Estado de México, Sonora, Ciudad de México, Jalisco, así como la hoja de Información Turística y el sobre "Bienvenido".

Carteles.- Acapulco, Puerto Vallarta, Can-Cun, La Paz, Ciudad de México, Monterrey, Mérida, Baja California, Yucatán, Guanajuato, Oaxaca, Mazatlán, Manzanillo, Veracruz, Cozumel, Oaxaca, Zacatecas, Estado de México, Michoacán, Quintana Roo, Chiapas, Mensaje de Navidad, Sonrisa (campaña conciencia turística), Diego Rivera (dentro de la serie Pintura Mural Mexicana), Navidad, además Ferias y Exposiciones.

Elemento de gran importancia en el desarrollo de los programas promocionales en el país y en el extranjero, lo constituyen las delegaciones y subdelegaciones federales de turismo y las delegaciones que funcionan en el extranjero, entre cuyas funciones más importantes están las siguientes:

Promover el incremento del turismo dentro de su jurisdicción utilizando todos los medios convenientes, tales como conferencias, exhibiciones, transmisiones de radio, televisión, etc.

d) CIUDADES Y ZONAS TURISTICAS

De acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo Turístico establecido por el gobierno federal, el territorio de la República se ha dividido para su desarrollo y fomento por estados en las siguientes zonas turísticas:

Zona 1.- Campeche, Chiapas, Tabasco, Quintana Roo y Yucatán.

En el estado de Campeche, su capital la ciudad de Campeche es notable por sus monumentos arquitectónicos que provienen de tiempos de la colonia, entre ellos, parte de la muralla que la circunda, y varias construcciones de tipo fortaleza. Cerca de sus costas se encuentra la isla de Jaina, valioso campo arqueológico por el descubrimiento de pequeñas figuritas de arcilla mayas.

En el estado de Chiapas encontramos 2 ciudades de estilo colonial y de un gran atractivo turístico, como son San Cristóbal de las Casas y Chiapa de Corzo y la importante zona arqueológica maya de Palenque.

En Quintana Roo se localizan los famosos centros turísticos de Cancun, Cozumel e Isla Mujeres sobre el mar Caribe y las ruinas de Tulum.

En Tabasco se encuentra la zona arqueológica de Comacalco y en su capital, Villahermosa el famoso museo parque de la Venta, con sus colosales cabezas olmecas de varios cientos de toneladas de peso.

Yucatán es mundialmente famoso por sus zonas arqueológicas mayas de Chichen Itzá, Uxmal, Kabah, Sayil y otras. Aparte de esto, las ciudades de Mérida, Valladolid y Maní, presentan monumentos arquitectónicos importantes de la época virreinal.

Zona 2.- Hidalgo, Oaxaca, Puebla, Tlaxcala y Veracruz.

En Hidalgo es famosa la zona arqueológica tolteca de Tula y las poblaciones de Ixmiquilpan y Actopan con notables conventos agustinos del siglo XVI en estilo plateresco.

Oaxaca es renombrada por sus famosas zonas arqueológicas de Monte Albán y Mitla, y sus famosos conventos dominicos de las poblaciones de Yanhuitlán, Coixtlahuaca y Tlacolula.

Puebla es la más rica en monumentos coloniales como la ciudad capital del mismo nombre, Huejotzingo, Atlixco, San Francisco Aca

tepec, Santa María Tonanzintla y la ciudad de Cholula es famosa por sus ruinas arqueológicas .

Tlaxcala es conocida por la riqueza de sus monumentos coloniales.

Veracruz cuenta con dos zonas arqueológicas de gran importancia: El Tajín y Compoala, de origen Totonaca.

ZONA 3.- Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas.

Únicamente en la ciudad de Monterrey, N.L. hay algunos monumentos coloniales. Coahuila y Tamaulipas se consideran regiones propicias para la caza mayor (venado, oso, puma) y la pesca.

ZONA 4.- Baja California Norte y Sur, Chihuahua, y Sonora.

Sólo hay monumentos coloniales de importancia en Chihuahua, Chih. y Alamos, Son.

Las dos Baja Californias y Sonora que tienen litorales en el mar de Cortés y Océano Pacífico, se distinguen por las inigualables condiciones que ofrecen para la pesca de alta mar.

ZONA 5.- Aguascalientes, Durango, Sinaloa y Zacatecas.

Aguascalientes es importante por sus monumentos coloniales y sus artesanías.

Durango, capital del estado del mismo nombre, tiene hermosos edificios coloniales.

Cerca de Culiacán, capital de Sinaloa, está la zona arqueológica de Culiacancito.

En Zacatecas hay dos regiones arqueológicas de importancia: La Quemada y Chalchihuites.

ZONA 6.- Colima, Jalisco, Michoacán y Nayarit.

Jalisco destaca por su bella capital, Guadalajara y por la riqueza y variedad de sus centros artesanales de Tlaquepaque y Tonalá, que son conocidos mundialmente.

Michoacán es importante por sus monumentos coloniales en las ciudades de Morelia, Tzintzuntzan, Patzcuato, Anáhuac. Destacan las ruinas arqueológicas de Tzintzuntzan e Ihuatzio, con monumentos de la cultura purépecha (tarasca).

Nayarit tiene una zona arqueológica de importancia en Ixtlán

ZONA 7.- Guanajuato, México, Querétaro y San Luis Potosí.

La ciudad de Guanajuato, capital del estado del mismo nombre, es por sus riquezas coloniales, tal vez la más notable y pintoresca.

ca del país. También Acambaro, Atotonilco, San Miguel de Allende se destacan por sus monumentos coloniales.

El estado de México se distingue por sus zonas arqueológicas de origen prehispánico como Teotihuacan, Tenayuca, Malinalco y - Calixtlahuaca. Su riqueza en monumentos coloniales se aprecia en Tepetzotlán, Texcoco, Acolmán, etc.

Querétaro también es Estado notable por sus riquezas en monumentos coloniales, al igual que el estado de San Luis Potosí.

ZONA 8.- Distrito Federal, Guerrero y Morelos.

La ciudad de México, D.F., capital de la República, constituye por sí sola amplísimo campo para el turismo. Es rica tanto en monumentos que datan de la Colonia y de la época prehispánica, - como en edificios de arquitectura moderna. Dentro de sus límites tiene zonas arqueológicas de notoria importancia.

En el estado de Guerrero se distingue la ciudad de Taxco, -- que es una de las poblaciones más pintorescas del país y por ser importante centro de la artesanía de la plata, de fama mundial - por la originalidad y belleza de los objetos que produce. El puerto de Acapulco, famoso por su belleza natural es uno de los -- centros turísticos más visitados del continente.

El estado de Morelos tiene ciudades ricas en monumentos coloniales como su capital, Cuernavaca, Tepoztlán, Jonacatepec etc., además de que tiene dos zonas arqueológicas de importancia que - son Xochicalco y Teopanzolco.

Las principales ciudades, desde el punto de vista de su importancia e interés para los turistas, son:

ACAPULCO: Sus bellezas naturales y grandes instalaciones turísticas hacen de este puerto uno de los balnearios más conocidos del continente, por lo que se la ha llamado "la riviéra del oeste".

CUERNAVACA: Es un sitio ideal de descanso por su clima suave de "eterna primavera" y su poca altura relativa sobre el nivel - del mar.

GUADALAJARA: Perla del Occidente, es así como los poetas han llamado a esta ciudad, e inclusive presumen que tiene el alma de provinciana. Situada a 1,546 metros sobre el nivel del mar y ubicada casi a la misma latitud de las Islas Hawaii, lo que le da -

un clima muy agradable, considerado de los mejores del mundo, variando entre los 18° y los 24° centígrados. Guadalajara ha sido dotada por la naturaleza de una gran belleza y sus habitantes, a través de los siglos, se han esforzado por aumentar ésta belleza con edificios, parques y urbanización de una hermosura singular.

GUANAJUATO: Capital del estado del mismo nombre, antiguo centro minero que goza de gran fama por el estilo colonial de su arquitectura. Valiosa por sus tradiciones históricas relacionadas con la Guerra de Independencia.

MAZATLAN: Lo que este bullicioso puerto ofrece es una inmejorable combinación de magnífica pesca, kilómetros de playas anchas impecablemente limpias y tranquilas y un casi clima ideal todo el año.

MERIDA: En sus cercanías están las célebres zonas arqueológicas mayas de Chichen Itzá y Uxmal. Dispone de servicios aéreos internacionales y excelentes comunicaciones por mar y tierra.

CIUDAD DE MEXICO: Sus numerosos museos, monumentos históricos tesoros artísticos y arqueológicos la distinguen, por sí misma como un gran centro turístico. En sus cercanías se encuentra la esplendorosa zona arqueológica de Teotihuacan.

MONTERREY: Centro industrial de primera importancia; lugar de paso para el turismo estadounidense que se interna desde la frontera hacia el centro de la República.

MORELIA: Una de las ciudades coloniales más hermosas y centro de una zona turística con diversos atractivos.

OAXACA: Ciudad edificada en la época colonial, con hermosos monumentos de este estilo. En sus alrededores se encuentran las famosas zonas arqueológicas de Monte Albán y Mitla.

PUEBLA: En la ciudad abundan monumentos y edificios coloniales de gran hermosura.

PUERTO VALLARTA: Rodeado por montañas de verde y tropical vegetación, junglas y manglares, así como playas de doradas arenas

TAXCO: Por sus joyas del arte arquitectónico de la Colonia, el trazo caprichoso de sus calles en lomerío, hacen de ella una de las ciudades más pintorescas del país, y por ser centro importante de la artesanía de la plata, de fama mundial por la originalidad y belleza de los objetos que produce.

e) FIDEICOMISO Y NUEVAS ZONAS DE DESARROLLO TURISTICO

El crecimiento de la actividad turística requiere un financiamiento que apoye la realización de los planes y proyectos correspondientes. Por tal motivo, la Ley Federal de Fomento al Turismo, en su artículo 49, creó un fideicomiso denominado Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), cuyo objeto es ASESORAR, DESARROLLAR Y FINANCIAR PLANES Y PROGRAMAS DE FOMENTO AL TURISMO. En este nuevo organismo se fusionan el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo y el Fondo de Promoción de Infraestructura Turística (INFATUR), en una sola entidad jurídica.

Entre otras funciones, el FONATUR tendrá a su cargo la orientación de las inversiones hacia las zonas y proyectos turísticos de interés nacional, para lo cual adquirirá y administrará, los bienes inmuebles necesarios. Los recursos financieros estarán integrados por aportaciones de los gobiernos federal, estatales y municipales, de organismos y empresas del sector público, y de los particulares, así como por créditos nacionales e internacionales y por el producto de sus actividades.

En enero de 1971 el Gobierno Federal constituyó, en el área costera del Estado de Yucatán, el Fideicomiso Bahía de Bandejas. De hecho, se iniciaba un amplio programa de desarrollo turístico para aprovechar mejor, mediante la figura jurídica del fideicomiso, los atractivos naturales que existen en diversas zonas del territorio nacional.

A través del establecimiento de fideicomisos turístico-ejidales, se asegura la participación efectiva de los campesinos en la explotación de sus recursos turísticos en estrecha coordinación con el Gobierno Federal a través de diversas entidades.

Los objetivos fundamentales de los fideicomisos turístico-ejidales son dos: (1) Incorporar integralmente al sector campesino al desarrollo regional y (2) regularizar la situación de los detentadores precarios, alentando la inversión privada.

El primer paso para la creación de un fideicomiso turístico es la expropiación de un ejido o comunidad susceptible de explotación turística, con el propósito de encomendarla a un fideicomiso. La posibilidad de cambio de destino en la utilización de-

la tierra ejidal o comunal ha permitido que de 1970 a 1975, se hayan expropiado 45,783 hectáreas para el establecimiento de 7-fideicomisos turístico-ejidales del Gobierno Federal.

• En proceso de constitución se encuentran otros fideicomisos localizados en las zonas del Ajusco, Magdalena Contreras y Milpa Alta en el Distrito Federal, La Marquesa en el Estado de México, Salahuá en el Estado de Colima, Plan de los Amates en el Estado de Guerrero, San José del Cabo y Mulegé en el Estado de Baja California Sur, y otros más. (28)

Entre los nuevos polos de desarrollo turístico es importante el proyecto de infraestructura turística elaborado por el Fideicomiso Turístico-Ejidal para la zona Ixtapa-Zihuatanejo. Las obras que están en marcha acelerada, prevén, con una proyección de 10 años, el establecimiento de una nueva zona vacacional.

El proyecto Ixtapa consta de tres acciones fundamentales -- que crean por primera vez el desarrollo integral de una zona turística: Aeropuerto Internacional, zona turística y Ciudad Zihuatanejo. La extensión destinada para el desarrollo de este plan es de 2,893 hectáreas.

Es de importancia también el Plan de Desarrollo Turístico -- que se está llevando a cabo en Cancún, Quintana Roo, y que cuenta con una extensión de 12,000 hectáreas. Cancún está proyectado para recibir 1,000,000 de vacacionistas al año. Su equipo de planeación está integrado por técnicos y asesores especializados que ejecutan un plan maestro. Este plan crea por primera vez el desarrollo integral de una zona turística que estará constituida por áreas predeterminadas de convenciones, zona comercial, -- condominios, residencias, canchas de tenis, campos de golf, y -- la rehabilitación completa de una ciudad cuidadosamente desarrollada para poder ofrecer las condiciones más adecuadas, desde -- un punto de vista tanto educacional como ambiental, a los pobladores.

(28) El Mercado de Valores, Semanario de Nacional Financiera, S.A. Año XXXVI, Número 18, Mayo 3 de 1976, Págs. 323 y 324

Finalmente cabe considerar entre las nuevas zonas de desarrollo turístico los Fideicomisos Turístico-Ejidales de:

Caleta de Xel-Ha y del Caribe en Quintana Roo, con una extensión de 35,827 Has.

Cumbrea de Llano Largo en el Municipio de Acapulco, Gro., - con una extensión de 1,076 Has.

Tequesquitengo, con una extensión de 505 Has., propiedad -- del FONAFE, en terrenos que circundan la Laguna de Tequesquitengo, Mor.

Y el desarrollo integral de la Península de Baja California con sus 27 polos de desarrollo turístico:

Playas de Tijuana, San Antonio del Mar, Las Gaviotas, Popotla, Xatay, La Calma, Costa del Sol, Rancho Santa Anita, Punta-Estero, San Quintín, San Felipe, Punta Willard, Mulegé, El LLanito, El Coyote, Requesón (Concepción) Nopohé, Puerto Escondido, Campestre La Paz, Centro La Paz (Conjunto Hotelero y Condominios) Costa Baja, Punta La Paz (Puerto Balandro), Bahía del Rincón, - San José del Cabo, Misión Vieja, Cabo Bello, Puerto Cabo San Lucas.

El Centro Cultural y de Convenciones de Acapulco es un Fideicomiso operado por un Comité Técnico, del cual es Presidente el Titular de la Secretaría de Turismo y Director Ejecutivo, el Oficial Mayor de dicha Dependencia.

Las funciones de este Fideicomiso son las de administrar y operar el Centro y promover la utilización de sus grandes instalaciones para eventos de toda índole, a niveles local, nacional e internacional. El Centro tiene capacidad para ocho mil personas, cómodamente instaladas, ocupa una superficie de 14 has.; - cuenta con un salón para banquetes para 6,240 personas, 4 grandes salas de exhibición y 13 salones de juntas, un restaurante-bar, una cafetería y el teatro cerrado Juan Ruiz de Alarcón, -- con capacidad para 1,200 personas, que dispone de las más modernas instalaciones del mundo, posee un sistema de traducciones simultáneas y un escenario giratorio.

El Centro incluye también el anfiteatro al aire libre Netzahualcótl, para 1,775 personas. (29)

f) LAS ESCUELAS DE TURISMO

Las escuelas de turismo que existen en el país se dividen en cuatro categorías: Básicas, Medias, Superiores y de Postgrado.

ESCUELAS DE NIVEL BASICO:

Las Básicas comprenden la capacitación para portero, botones, elevadorista, recepcionista, telefonista, camarista, ayudante de bar, ayudante de cocina y ayudante de comedor.

Academia Ejidal de Servicios Turísticos.

Carretera Puerto Vallarta

Ejido la Jarretadera, Tepic, Nay.

Domicilio en México, D.F.

Río Lerma No. 276

Colonia Cuauhtémoc, México 5, D.F.

Centro de Adiestramiento para la Industria Hotelera (IMSS)
Acapulco, Gro.

Centro de Adiestramiento para la Industria Hotelera (IMSS)
Cancun, Quintana Roo

Centro de Adiestramiento para la Industria Hotelera (IMSS)
Cuernavaca, Mor.

Centro de Adiestramiento para la Industria Hotelera (IMSS)
Guaymas, Son.

Centro de Adiestramiento para la Industria Hotelera (IMSS)
La Paz, B.C.

Centro de Adiestramiento para la Industria Hotelera (IMSS)
México 1, D.F.

Centro de Adiestramiento para la Industria Hotelera (IMSS)
Mérida, Yuc.

Centro de Adiestramiento para la Industria Hotelera (IMSS)
Morelia, Mich.

Centro de Adiestramiento para la Industria Hotelera (IMSS)
Villahermosa, Tab.

Centro de Adiestramiento para la Industria Hotelera (IMSS)
Zacatecas, Zac.

LAS ESCUELAS DE CAPACITACION MEDIA:

Atienden la preparación de Guías, Azafatas y Técnicos en Administración de Empresas Turísticas, y son las siguientes:

Academia de Capacitación de Guías de Turismo.

Mérida, Yuc.

Centro de Capacitación de Aeroméxico.

México, D.F.

Centro de Capacitación de la Compañía Mexicana de Aviación.

México I, D.F.

Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos.

Acapulco, Gro.

Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos CECOYT No. 159 (SEP)

Cozumel, Quintana Roo

Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos.CECOYT No. 200

Guaymas, Son.

Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos No. 27

La Paz, B.C.

Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos CECOYT No. 211

Mazatlán, Sin.

Centro de Estudios y Tecnológicos , en Administración (Tasqueña) (SEP)

México, D.F.

Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos.

Oaxaca, Oax.

Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos, (SEP)

Rosario, E.C.S.

Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos, (SEP)

San Miguel de Allende, Gto.

Escuela de Guías Adolfo López Mateos

México 7, D.F.

Escuela de Guías de Turistas (Secretaría de Turismo)

México 12, D.F.

Escuela de Guías de Turistas Vicente Guerrero

Sindicato Nacional de Guías de Turistas y Similares de la República Mexicana, (CTM)

México, D.F.

Escuela de Guías.

Tijuana, B.C.N.

Escuela Mexicana de Turismo.

México 7, D.F.

Iscalia

México 5, D.F.

Liceo de Ciencias y Humanidades

Ciudad Satélite, Edo. de México.

ESCUELAS DE NIVEL SUPERIOR

Licenciaturas en Turismo o en Administración de Empresas

Turísticas:

Escuela Superior de Administración de Instituciones.

México, D.F.

Escuela Superior de Turismo (IPN)

México, D.F.

Universidad Autónoma de Baja California

Tijuana, B.C.

Universidad Autónoma de Guadalajara

Guadalajara, Jal.

Universidad Autónoma de Guerrero.

Acapulco, Gro.

Universidad de Guadalajara.

Guadalajara, Jal.

Universidad de Nayarit.

Tepic, Nayarit.

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Pachuca, Hgo.

Universidad Autónoma del Estado de México.

Toluca, Edo. de México.

Universidad del Valle de México.

México, D.F.

Universidad Nacional Autónoma de México.

México, D.F.

Universidad Hispano Mexicana

México, D.F.

ESCUELA A NIVEL DE POSTGRADO

Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR)
México, D.F.

El Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) ha sido creado por un acuerdo entre el Gobierno de México y la Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos. Este acuerdo fue suscrito el 8 de marzo de 1973, iniciando el Centro su etapa de organización el 13 de agosto de 1973, fecha en la que su director asumió el cargo. El 16 de mayo de 1974, se inauguró el edificio sede del CICATUR y se dio comienzo a sus operaciones con la celebración del Primer Seminario Interamericano sobre Planificación Turística, al que asistieron 43 técnicos de distintos países de América.

El Centro es administrado por la Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos y sus operaciones financieras conjuntamente por el Gobierno de México y la OEA.

OBJETIVOS DEL CENTRO

La finalidad principal del CICATUR es la de colaborar con los Estados Miembros en el desarrollo e incremento de las actividades turísticas, por medio de la capacitación y perfeccionamiento de funcionarios de los organismos oficiales de turismo, de los instructores de enseñanza turística y de los expertos en planeamiento de las Oficinas Nacionales, estatales, provinciales o municipales. También es función del CICATUR el coordinar y prestar apoyo a las actividades de la capacitación a distintos niveles que desarrollan los Estados Miembros en materia turística.

ACTIVIDADES Y SERVICIOS DEL CICATUR

Las tareas que desarrolla el Centro abarcan cuatro campos: - Capacitación, Investigación, Asistencia Técnica y Difusión.

La Capacitación, es de las cuatro, la tarea fundamental en la que se cumple el objetivo de creación del Centro.

CAPITULO IV

ESTRUCTURA SOCIAL DEL TURISMO

A.- Diversas clases de turismo

B.- El turista y el medio cultural

C.- El turismo como fenómeno social

I.- El turista

2.- Las corrientes turísticas

3.- Interpretación del fenómeno turístico

CAPITULO IV ESTRUCTURA SOCIAL DEL TURISMO

A.- DIVERSAS CLASES DE TURISMO

Colocandose desde el punto de vista de los motivos que dan origen al turismo, nos encontramos con las siguientes clases de este:

TURISMO DE ESTUDIO.- El estudio, ha sido siempre, desde los orígenes de la civilización, un factor decisivo al impulso de los viajes, considerándose que el viajar, constituye un valioso elemento para el ensanchamiento de la cultura.

En la actualidad, esta clase de turismo, constituye para nuestro país un gran imán, para estudiosos de todo el mundo, sobre todo, para aquellos historiadores y arqueólogos, que atraídos por las enormes riquezas de tipo histórico y arqueológico, que nos fueron legadas por las grandes civilizaciones de la antigüedad, organizan verdaderas expediciones de estudio hasta maestras tierras, las que a menudo se realizan sin ningún control estatal, resultando así, las fugas de nuestros inapreciables tesoros arqueológicos, que con frecuencia encontramos en los grandes museos de otros países, como el Instituto Carnegie de Washington, D.C. o el Museo Británico de Londres.

TURISMO DE DESCANSO.- Dentro de esta clase de turismo, podemos agrupar, tanto a aquellos turistas que viajan por simple -- distracción de sus labores cotidianas, como aquellos que por motivo de salud, se trasladan de su lugar de origen, hacia lugares que les ofrecen determinadas cualidades (clima, aguas curativas, altitudes adecuadas, etc.), que constituyen un mejoramiento a sus diversos males.

TURISMO RELIGIOSO.- Es el más antiguo de los turismos, ya que desde los albores de la historia de los pueblos constituidos, los motivos religiosos, fueron la causa que hizo emprender peregrinaciones, a individuos y masas. En épocas antiguas, encontramos los famosos templos de Tebas, Susa y Babilonia, que fueron escenarios de procesiones fastuosas, que atraían numerosos viajeros. Grecia, Asia Menor, Egipto, construyeron caminos-exprofeso, para conducir creyentes a sus templos y oráculos. --

Uno de los mayores ingresos por concepto de turismo, lo constituían las grandes sumas que se llevaban con las artesanas de su templo de la Afrodita popular, los negociantes y turistas de Grecia y Asia. De estos tiempos remotos, había ya ciudades, que contaban con el dinero de sus visitantes para nivelar su economía y subir su nivel de vida.

En la actualidad, existen grandes centros turísticos, cuyo atractivo lo constituye precisamente el fervor religioso de las gentes. Así encontramos a El Vaticano, en Italia; a Lourdes en Francia; a Nuestra Señora de Guadalupe en México y a Fatima en Portugal.

TURISMO DEPORTIVO. - Esta clase de turismo ha alcanzado en nuestros tiempos, un gran auge, debido sobre todo, a la competencia deportiva internacional, que ha sido considerada, como un nuevo medio de acercamiento entre los pueblos, va que constituye, por el espíritu que lo guía, un verdadero lazo de buenas relaciones entre los países que lo fomentan.

En la actualidad, México ha visto aumentar considerablemente su turismo, debido a la realización de grandes eventos deportivos, como fueron la realización de las XIX Olimpiadas de 1968 y el Campeonato Mundial de Football de 1970.

B. - EL TURISTA Y EL MEDIO CULTURAL

"Viajar por el afán de hallar nuevos horizontes y tomar contacto con realidades distintas de la propia, contemplar las seculares manifestaciones de culturas pretéritas, o apreciar el tumultuoso vivir de los pueblos prósperos, sentir la alegría y vitalidad de los pueblos meridionales, o comprender la serena actitud de los septentrionales; tomar contacto con las formas típicas y peculiares de ser y actuar, de interpretar la vida, y captar las manifestaciones del arte, y el pensamiento de grupos étnicos distintos, el placer honesto del descenso, son algunos de los motivos que conforman al turismo, fenómeno moderno, de compleja estructura, que se define jurídicamente y demarca en función de otras diversas disciplinas, a que tiene proyecciones económicas, sociales, culturales, políticas, etc." (I)

(I) González Alpuche, para el Temática y Legislación Turística

La actitud hacia la infancia, es en nuestro país, motivo de curiosidad por parte sobre todo del turista estadounidense. Cualquiera persona que haya viajado un poco, sabe que en las ciudades de los Estados Unidos apenas se ven niños por las calles en días normales de trabajo. En cambio, el turista observa muchísimos en nuestras calles, parques y jardines, así como el hecho de que acompañan a los padres en muchas de sus ocupaciones. La indígena que carga al hijo envuelto en el rebozo y sobre su espalda, al mismo tiempo que se ocupa en faenas de toda clase, es en efecto una de las figuras que más intensamente atraen la atención del visitante.

Un hecho cultural importante, se refiere a la creencia difundida por ahora en diversos países, acerca de que México es ante todo un país valioso en el aspecto de pasado. Muy particularmente para los europeos, México vale, únicamente como museo de cultura Pre-Cortesiana, y el viaje turístico a México tiene por objeto contemplar Teotihuacan, El Tajin, Palenque, Chichen Itza, Uxmal. Todo cuanto afecta a las culturas del pasado, estimula en el europeo el deseo de viajar a México. Olvidan o dan minusvalía al México Moderno, y la cultura que buscan es la arcaica y no las manifestaciones recientes. Ello naturalmente se debe a falsa o superficial información que debe ser modificada, tanto en su contenido con el tono de la publicidad.

Otro fenómeno cultural de primera importancia, es la libertad. Cualquiera extranjero que llega como turista a México, se siente de inmediato sorprendido por ese ambiente de libertad que priva en nuestra nación, sobre todo en comparación con regímenes diversos, incluso de las naciones tradicionalmente consideradas como liberales. Franceses, alemanes, italianos, sobre todo aquellos que han tenido la experiencia de cualquiera de las guerras mundiales, y sufrido interrogatorios, exigencias de papeles, pasaportes, tarjetas de todos colores que denotan conducta moral, etc., hallan en México el sentido de la liberación de trabas. Las libertades de prensa, de expresión, de producción, religiosa, icilológica, etc., son balsamos a veces para mentes torturadas y desconfiadas por experiencias anteriores, y es seguramente uno de los más importantes atractivos de México, como nación,

que con frecuencia hacen volver al turista e incluso desear su estancia permanente aquí.

La hospitalidad es un producto cultural. La hospitalidad tiene ligas con los sentimientos de servidumbre, herencia de épocas pasadas en la historia indígena, pero también con la nobleza e hidalgía, herencias de España.

Frecuentemente, en la publicidad turística, se alude al carácter hospitalario del mexicano y a la elasticidad con que practica el anfitrión ante el turista -particularmente el extranjero. En una encuesta realizada en junio de 1970 por el Consejo Nacional de Turismo entre 8,000 agentes de viajes de los Estados Unidos y Canadá, entre los comentarios detectados referidos a México, figuró en primer término, "la amabilidad de la gente".

Concibe la hospitalidad como "virtud que se ejercita con peregrinos, menestrosos y desvalidos, recomendolos y prestandoles la debida asistencia a sus necesidades; como buena acogida y recibimiento que se hace a los extranjeros o visitantes." - (Diccionario de la Lengua Española); su connotación, en lo que a turismo se refiere, supone la reacción del mexicano ante el visitante que procede de diferentes ambitos geográficos y psicológicos. Reacción que al repetirse a consecuencia de contactos con los visitantes, va creando una forma de conducta que es consecuencia tanto de la calidad psicológica del anfitrión como de la del huésped. Es, en suma, la resultante de dos corrientes morales que se encuentran

"... que se porta gentil y cortesmente con los extranjeros, - demuestra ser ciudadano del mundo", decía Francis Bacon. Gentileza y cortesía, por otra parte, que supone un receptor -el extranjero en este caso- que cuando la merece, la auspicia, la etiqueta: receptor que, en México, se le recibe con la frase por demás expresiva de "ésta es su casa".

Es pues la hospitalidad un fenómeno de conducta que surge como respuesta a un estímulo. En el turismo, la hospitalidad mexicana se manifiesta particularmente ante el estímulo del extranjero, del estadounidense particularmente, por ser este el arquetipo del turista en el ánimo del anfitrión mexicano "por provenir de la potencia extranjera, que dado el cinerismo de su ex-

pensión, está mas presente y activa que cualquier otra del globo. (2)

Como producto de la conducta, la actitud hospitalaria no escapa a las leyes del intercambio cultural que se operan entre el anfitrión y el huésped durante el proceso del turismo. Intercambio que, en el caso de México, supone comunicación preferentemente con el pueblo de máximo dinamismo expansor en la historia del mundo, y su inevitable secuela de canjes culturales, sociales y psicologicos: los Estados Unidos.

C.- EL TURISMO COMO FENOMENO SOCIAL

Algunos expertos piensan que el turismo es tan antiguo como la misma humanidad, ya que para ellos el fenómeno turístico, se inició cuando el hombre se volvió sedentario. Para otros, el turismo es un fenómeno moderno y es un producto secundario o derivado de la revolución industrial, así como una consecuencia del desarrollo científico y tecnológico a través de la mecanización de los sistemas modernos de comunicación.

El turismo es un fenómeno social, que alcanza su plena configuración y máximo desarrollo en la época contemporánea. Y corresponde esencialmente a la actividad organizada que realiza el hombre en forma individual o colectiva, el trasladarse de su lugar habitual de residencia a otro distinto, impulsado por motivos de recreo, descanso, salud o cultura. Este concepto hace notar las diferencias principales entre las primitivas manifestaciones turísticas, y el actual hecho social: Antiguamente el hombre viajaba desorganizadamente sin sujetarse a ningún reglamento, itinerario o plan específico, haciendo en su mayoría viajes comerciales, guerreros, de exploración y muy pocos de recreo o esparcimiento cultural. En la actualidad el individuo al viajar, solo o en grupo, con fines turísticos, sabe que es parte central de una organización de servicios, que a nivel nacional o internacional se pone en movimiento para atender a sus necesidades.

(2) Enciclopedia Americana de Turismo, Volúmen 2, Pág. 6

Al analizar el origen y desarrollo del turismo, es obvio que solo a través de la optimización de las siguientes condiciones puede desarrollarse en forma apropiada:

- a.- Civilización técnico-industrial
- b.- Concentración en áreas urbanas
- c.- Eficiencia y bajo costo de transportación
- d.- Estabilidad política

El turismo se ha desarrollado en los últimos 100 años en -- los países industriales como son: los Estados Unidos, Inglaterra, Canadá, Francia, Alemania y Suiza.

"Hay una correlación entre el desarrollo de un país y su turismo, ya que los habitantes de los países super desarrollados, tienen un ingreso per cápita elevado, que les permite viajar y además, tiempo suficiente que les permite realizar una actividad y por lo tanto, la posibilidad de gastar parte de sus ingresos en viajes. La concentración humana en los grandes y modernos centros urbanos, también está correlacionado con el turismo, puesto que es, precisamente esta enajenación humana, este agobio urbano, lo que hace que se genere el deseo de viajar, en busca -- del descanso."

"Algunos ejemplos de estas áreas urbanas son: Londres, París, Nueva York. En otras palabras, las grandes capitales de los países industriales. Por otra parte, grandes países como India o -- China no tienen corrientes turísticas, porque carecen de bases económicas sólidas y un bajo grado de modernización, así como -- escasa urbanización y sistemas de transporte deficiente o inadecuado." (3)

Una importante correlación es la que existe entre las áreas industriales y las áreas de descanso que se traducen en factores climatológicos. Por ejemplo, los habitantes de Londres o de Nueva York, que viven por meses y meses bajo un sol gris, con humedad continua, smog y lluvias, tenderán a buscar cielos abiertos con temperatura placentera, lugares cálidos como las playas, esto explica porque en el presente, la corriente más importante -- del turismo va hacia el mediterráneo, o en América hacia las costas de México y el Mar Caribe.

A partir de las dos últimas décadas, el desarrollo del turismo ha llamado la atención, tanto a los países desarrollados, como a los países subdesarrollados.

Por muchos años, el turismo estuvo constreñido a gentes con alto ingreso per cápita, pero en tanto que la industria turística se fue desarrollando y haciéndose más especializada, se descubrió un mercado potencial ilimitado y sin fin que abarca otros estratos sociales.

Lo que ha provocado este incremento del turismo es: "las vacaciones pagadas, los largos fines de semana, la posibilidad de más de unas vacaciones anuales y los vuelos a bajo costo llamados charter".

Se analizarán ahora los distintos factores y elementos que concurren en el fenómeno turístico, que por ser de carácter social, guarda una estrecha relación con la ciencia de la Sociología y los fines que esta busca.

"Desde el punto de vista sociológico, el turismo es la resultante del deseo de lograr nuevas experiencias y sensaciones, de tomar contacto con realidades socioculturales distintas de la propia. Al turista lo incitan las diferencias sociales, las manifestaciones culturales diversas, las expresiones de personalidad de pueblos que desconoce, tanto como lo exótico del paisaje o el prestigio de los lugares de moda o de élites. (Por ejemplo, Acapulco ha visto incrementado su turismo gracias al prestigio de ser un lugar de élites. A ello han contribuido muchos factores tales como reseñas mundiales de cine, convenciones internacionales y hechos tales como que el presidente Kennedy pasó su luna de miel en aquel puerto, las visitas de Brigitte Bardot que llevaron a Europa el prestigio de Acapulco como lugar de élites, o en el campo político los viajes incógnitos del Secretario de Estado Estadounidense Missinger, y por supuesto las residencias de personas mundialmente conocidas como John Wayne.) Esa toma de contacto de un individuo, previamente adaptado a un determinado medio físico, con otro diferente, y sujeto a un patrón de vida peculiar, con otro ambiente adaptado a moldes distintos, es siempre fuente de experiencias valiosas, amplía el panorama geográfico y social, destruye prejuicios raciales y culturales y favo

rece la solidaridad entre los pueblos de diferentes latitudes, y hace conocer la patria, etc."(4)

I.- EL TURISTA

Partiendo de las ideas del turisticologo español Luis Fernández Fuster, "toda persona es un turista potencial, pero esta potencialidad debe convertirse en acto para que exista el turista" es decir el individuo que se desempeña en forma normal dentro de su medio ambiente; y que debido a dos condiciones principales: "voluntad y posibilidad" se convierte en turista.

La voluntad, es condición anímica, que despierta el deseo de viajar, y que se origina por distintas causas, simultaneas o no y las cuales son:

1a.- Propaganda, por los distintos medios de comunicación

2a.- Sentido de imitación: por influencias del medio social y actitudes de vanidad

3a.- Hábito, derivado de experiencias agradables en otros viajes.

4a.- Conveniencias, físicas (salud, descanso), intelectuales (estudio, investigación), morales (religión, meditación)

La posibilidad abarca otros factores generalmente externos al individuo; tales como tiempo, dinero, medios de comunicación e información, etc. Cada día las posibilidades de viajar se hacen más amplias gracias al turismo social, que facilita los medios. (5)

En resumidas cuentas es el sujeto activo llamado turista la persona que realiza y da origen al fenómeno turístico, y a las actividades derivadas del mismo.

Las motivaciones que puede tener el individuo para convertirse en turista son tan variadas, como variados caracteres psicologicos existen. Se pueden señalar entre estas motivaciones por las que el hombre viaja las siguientes:

Para la práctica de deportes propios del lugar que se visita (alpinismo, natación, ski, etc.); por motivos religiosos (pe

(4) Cárdenas Díaz, José Luis. El Seguro del Turista Extranjero en México, tesis Fac. de Derecho, UNAL 1972, Pág. 92

(5) Fernández Fuster, Luis. Teoría y Técnica del Turismo Tomo II Editorial Nacional, Madrid 1967. Pág. 29

regiraciones, retiros espirituales etc.); para aumentar su acervo cultural, conociendo sitios históricos, artísticos, costumbres, etc. Sin duda otro motivo muy poderoso que impulsa a las personas a viajar, es el de liberarse de los convencionalismos sociales del lugar donde radican, yéndose a otra parte donde nadie conoce al viajero, ahí hará lo que le parezca, abriendo así una válvula de escape a su actuación diaria, la cual se encuentra restringida en su medio social.

2.- LAS CORRIENTES TURISTICAS

Al difundirse la práctica del turismo, a consecuencia de diversos factores que permitieron a un mayor número de personas - viajar por motivos de descanso o cultura, se superó la idea de que sólo los miembros de clases poderosas o los excéntricos y aventureros viajaban por placer.

El turismo como actividad individual pasa inadvertido por lo irregular y aislado de sus manifestaciones, y al no lograr transformaciones sociales, desaparece para dar paso al fenómeno turístico moderno, que se caracteriza por ser masivo. Así, el turista al multiplicarse, es asimilado e integrado en las llamadas corrientes turísticas, las que al fluir hacia el núcleo receptor producen cambios temporales o definitivos en las estructuras sociales en que actúan.

El proceso circulatorio de las corrientes turísticas se puede expresar de la siguiente forma:

1o. Cuencas generadoras de turismo, donde se forman y originan las, 2o. Corrientes turísticas, que fluyen en forma constante hacia el, 3o. Núcleo receptor, en donde al cumplir sus funciones se proyecta nuevamente a las zonas de origen, en un continuo circular de mayor a menor fuerza.

Para comprender el concepto de corriente turística es necesario afirmar que no todo movimiento de viajeros hacia un lugar determinado se cataloga como corriente turística.

Los requisitos para que a estos traslados de viajeros se les considere corriente turística son:

1o.- que sea permanente; que no se origine en un hecho ocasional sino que aporte en las distintas épocas viajeros con un-

porcentaje de permanencia turística en la zona de que se trate.

Al ocurrir acontecimientos extraordinarios (XIX Olimpiadas de 1968, Campeonato Mundial de Football 1970) o suceder fenómenos naturales espectaculares y asombrosos en una determinada región de un país (nacimiento del volcán Parícutín, eclipse solar en el estado de Oaxaca); concentran hacia esa zona una cantidad desmesurada de turistas, lo que obliga a las autoridades en materia turística, y a los organismos turísticos de la iniciativa privada, a estructurar una gran organización de servicios turísticos que satisfaga las necesidades de los turistas consumidores.

La intensa actividad desplegada para garantizar el normal funcionamiento de los servicios turísticos existentes y el de los servicios que fueron acondicionados especialmente, (ej. hoteles, casas de huéspedes, casas particulares; restaurantes, medios de transporte urbanos y foráneos etc.) La actuación de las fuerzas policíacas para garantizar la tranquilidad pública; el mantenimiento de servicios públicos extraordinarios; y en general toda acción especial de carácter turístico debe ser temporal, teniendo que finalizar la labor al término del suceso que ocasionó tan enorme afluencia de viajeros. Ya que sería erróneo y gravoso para la economía de cualquier país, soportar una gigantesca estructura de servicios, que fue creada por circunstancias especiales y que no está acorde con las necesidades turísticas reales del país.

2o.- Que sea continuo o fluido; en el fenómeno turístico, existen épocas de mayor o menor actividad a las que normalmente se llaman épocas "de temporada" y de "fuera de temporada", y, en las que la corriente turística se estimula o disminuye.

La temporalidad es uno de los problemas más grandes de la industria turística, pues también hay una temporada en demanda, más no así en la oferta de los servicios turísticos. La influencia turística es realizada siempre en lo que se ha dado en llamar "temporada alta".

Las razones de estas variaciones se deben por una parte: a-

la situación personal del turista (períodos de vacaciones en el trabajo, pago de prestaciones, vacaciones de sus hijos en edad escolar) y por otra a las condiciones externas, sobre todo climatológicas de las zonas turísticas (temporadas de lluvias, de ciclones, de calor y frío intenso, etc. según sea el caso.

La corriente turística de un país puede ser interna o externa. La corriente interna es conocida también con el nombre de turismo nacional. Entre nosotros está constituida por los mexicanos, que por diversas motivaciones, ajenas a su trabajo, viajan por territorio nacional. El turismo externo en México está formado por la corriente turística fronteriza, y por la corriente turística al interior del país. (6)

3.- INTERPRETACION DEL FENOMENO TURISTICO

El turismo como fenómeno social contemporáneo se encuentra sujeto a la influencia de distintos grupos humanos y diversos intereses, dentro de los que podríamos señalar como factores de influencia los siguientes:

El desarrollo de las comunicaciones

La estabilidad política

La influencia de los valores monetarios.

EL DESARROLLO DE LAS COMUNICACIONES.- Se ha comprobado que regiones con atractivos y bellezas naturales asombrosas, climas agradables, ricos en costumbre y folklore, pero que como carecen de buenas comunicaciones; apenas son visitadas en forma aislada por personas que tienen más espíritu aventurero que calidad turística, por lo que no se integran las corrientes turísticas, que beneficiarían a estas zonas. Desgraciadamente en México y en general en todo el mundo subdesarrollado existen infinidad de estos casos.

LA ESTABILIDAD POLITICA.- Uno de los elementos más grandes que influyen en el turismo, es la estabilidad política de un país, esto puede ser visto, ya que un país con inestabilidad política, con frecuentes golpes de estado por militares, tienen o cuentan con poco o nada de atracción turística y menos de segu-

(6) La Corriente Turística. Boletín del Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas No. I México 1964. Págs. 4 y 5

ridad.

Otro factor negativo es la guerra. Como ejemplo de esto, podemos señalar que Irlanda del Norte, país turístico por excelencia, dada la situación que prevalece en la actualidad, por la intervención militar, la afluencia turística a este país ha decrecido considerablemente, o bien Egipto, Israel o el Líbano.

LA INFLUENCIA DE LOS VALORES MONETARIOS.- La situación monetaria de un país, determina el incremento de corrientes turísticas extranjeras.

El turista tratará de ir a aquellos países en los que hay un factor favorable en el cambio de su moneda, o sea una afluencia a aquellos países en donde con su moneda, puedan obtener un cambio por la moneda nacional del país visitado, que les permita realizar ventajosamente su descanso. La inflación, la devaluación y los rápidos cambios en la estabilidad política o económica, influyen notablemente en la gente, para que realicen o no sus viajes.

CAPITULO V

ANALISIS SOCIOECONOMICO DEL TURISMO EN MEXICO

A. - TURISMO INTERNO

B. - TURISMO SOCIAL

C. + TURISMO FRONTERIZO

D. - TURISMO INTERNACIONAL

CAPITULO V. ANALISIS SOCIOECONOMICO DEL TURISMO EN MEXICO

A. - TURISMO INTERNO

El turismo interno es la actividad que realizan los habitantes de una nación, al trasladarse del lugar donde radican, a otro distinto, sin fines de lucro; siempre y cuando el sitio al que se dirigen se encuentre dentro de los límites de sus fronteras.

El turismo interno cumple en México, dos importantes funciones: una de carácter económico, que busca la redistribución equitativa del ingreso nacional para elevar el nivel de vida de la familia mexicana; y otra de naturaleza social, que trata de crear una conciencia nacionalista con el espíritu de unidad necesario para llevar a cabo los planes integrales de desarrollo, y así lograr la efectiva integración a nivel nacional del pueblo mexicano.

"El turismo interno de nuestro país representa al igual que en la mayoría de los países, la parte más importante de lo que es la actividad turística. En efecto, de acuerdo a estudios disponibles, existe un desplazamiento interno de alrededor de 30 millones de personas anualmente y el turismo receptivo sólo rebasó la cifra de 3 millones, o sea una décima parte del interior."

"Sin embargo, es necesario reconocer, que ahora existe una gran porción de nuestra población que a la fecha se encuentra marginada de participar en la actividad turística, debido a que su bajo poder adquisitivo no le permite desplazarse, y conocer los distintos atractivos turísticos con que cuenta nuestro país."

"Al respecto, en la exposición de motivos de la Iniciativa de Ley Federal de Fomento al Turismo, enviada por el presidente de la República, el 8 de diciembre de 1975, a la Cámara de señadores del H. Congreso de la Unión se expresó en los siguientes términos:

"El turismo no es una actividad reservada para grupos económicamente privilegiados, sino una forma social del intercambio único que da de coadyuvar a la integración de los mexicanos de las más diversas latitudes y de todos los sectores del país."(1)

(1) Departamento de Turismo, Memoria de Labores-1974 pág. 173

El mayor obstáculo que impide al pueblo mexicano disfrutar del turismo interior, reside en que el 92% de la población económicamente activa percibe menos de 2,500 pesos al mes, y calculando el costo normal de los viajes se deduce que únicamente el 6% de los habitantes del país, pueden ser turistas activos por sus propios medios.

Dentro del grupo de personas con posibilidades turísticas, existe un mínimo de alto nivel económico, que orienta sus viajes hacia el extranjero, en su mayor parte por falta de promoción interna, que impide al viajero conocer los recursos turísticos y los avances logrados en materia de servicios nacionales.

Así vemos que el turismo interno se alimenta en su mayoría con personas de medianos recursos.

Para lograr que la corriente turística mexicana que se dirige al extranjero, circule en nuestro territorio, se necesita de una campaña promocional intensa a través de la prensa, radio, televisión, como la que lleva a cabo la Secretaría de Turismo, con el lema de "conozca México primero", en la que se recalca que en nuestro país existen centros turísticos con atractivos tan bellos y con servicios tan efectivos como los mejores del mundo.

Siendo la clase media el sector de la población que viaja con mayor regularidad, se le debe ir proporcionando una educación turística apropiada para que dirija sus preferencias a nuevos centros de interés turístico, y no dirija sus preferencias como siempre acostumbra hacerlo a un solo lugar, como ha acontecido con Acapulco. En la época de vacaciones de Semana Santa, mexicanos de distintos estratos sociales se dirigen en cantidades impresionantes a Acapulco, olvidándose por completo de las otras zonas turísticas con que contamos.

"En las estructuras sociales contemporáneas y en especial en el orden de las relaciones humanas, la práctica de la actividad turística interior significa primero y fundamentalmente un fortalecimiento de la solidaridad nacional."

"Se puede concluir afirmando que el turismo interno debe configurar en la conciencia de los mexicanos, una imagen más precisa de nuestras realidades históricas, sociales y culturales."(2)

B.- TURISMO SOCIAL

Por turismo social se entiende el proceso de servicio público, mediante el cual se otorgan facilidades para que las personas de escasos recursos viajen con fines recreativos, dentro de las mejores condiciones de economía, seguridad y comodidad.

Para ubicar este proceso tenemos tres marcos posibles de referencia que son:

a).- Marco Jurídico

Con fundamento en la Ley Federal de Fomento al Turismo, el Ejecutivo Federal muestra su preocupación en el capítulo VI por atender las necesidades del turismo social.

b).- Marco Socioeconómico

Es sabido que la necesidad de viajar con fines recreativos es igualmente intensa para todos los seres humanos, pues a la vez que permite aumentar la cultura de los individuos, les proporciona una vía de escape a las presiones causadas por el trabajo rutinario y les facilita emplear su tiempo libre en actividades que refuerzan la solidaridad humana, facilitan la comprensión de los modos de vida de otras personas y les ayuda a tomar conciencia de su situación dentro del conglomerado social, elevando su interés por el país, en el que nacieron y por los habitantes del mismo.

Así mismo, el incremento del turismo masivo favorece la redistribución de la riqueza, el aumento en las inversiones y la participación de núcleos de población en actividades que diversifican su economía y les ofrece otras alternativas de progreso y desarrollo, independientes de las que tradicionalmente les ayudan a subsistir.

c).- Marco Histórico

Los países o nacionalidades que han logrado un mayor y mejor sostenido índice de desarrollo, suficiente incluso para hacer frente a las vicisitudes planteadas dentro del ámbito internacional y que han salido de esas confrontaciones no solamente indemne, sino que además fortalecidos en su estructura social y renovadas sus capacidades de supervivencia y progreso, son aquellos cuyos pobladores participan en mayor o menor grado de los mis--

mos ideales y se saben identificados no sólo por una denominación gentilicia, sino también por sus actividades vitales, sus tradiciones y en general sus valores culturales.

Por ello se hace hincapié en que, por ejemplo, los habitantes del país conozcan el norte, centro y sur del mismo. De esa manera, los vínculos representados por una mera tradición histórica regionalista a la comunidad del idioma, se ven fortalecidos por la certidumbre de que en realidad no hay diferencia alguna entre los moradores de una y otra parte del país y, que -- sus valores culturales son los mismos y amalgaman toda una identidad que supera la mera denominación de nacionalidad y la diversidad de costumbres.

Y esa certidumbre nace de los viajes que los moradores de una región pueden realizar por otras zonas, sin sentirse extraños, de conocer otros modos de vivir, paisajes distintos a los que les son familiares y en fin, percatarse de que existe toda una gama de matices que hacen interesante un viaje y proporcionan el descanso y recreatividad que periódicamente debe procurarse a todo ser humano antes que dejarse aniquilar por la rutina y el hastío del trabajo diario.

Por otra parte, es importante señalar que el contacto que se tenga entre personas de distintas regiones, hace crecer la solidaridad en cuanto a la problemática nacional, de tal manera que se hace conciencia que existen zonas cuyo desarrollo se ha quedado estancado.

Históricamente se halla justificado, de antemano, todo intento que se haga por favorecer el turismo social y en el caso especial de nuestro país, es más urgente sentar las bases para que se estructuren mecanismos, con el objeto de facilitar que las clases populares tengan posibilidad de viajar recreativamente. (3)

El objetivo del turismo social es propiciar que los trabajadores del país, los estudiantes, sus familias y en general los estratos populares tengan la posibilidad de viajar, con fines recreativos y de desarrollo cultural, dentro de márgenes óptimos de economía, seguridad y comodidad, coadyuvando a la vez a una mejor redistribución de la riqueza.

En el Segundo Congreso sobre Turismo Social, celebrado en Viena, Austria en mayo de 1959, se adoptó la siguiente definición "el turismo social es el que practican los sectores de la población que tienen bajos ingresos y que se hace posible y se facilita mediante servicios especiales." Y se consideró que los elementos que lo estructuran son los siguientes:

A.- El de los recursos económicos limitados de los trabajadores.

B.- El resultante de la condición de subvención, ya sea proveniente del estado, de autoridades locales, de grupos patronales, de sindicatos, etc.

C.- La salida del lugar normal de residencia para trasladarse a un medio diferente. (4)

Se da una definición amplia y explicativa, adoptada por la OECDE, creando un Comité de Turismo Social, y que consiguió una unanime aceptación: "La acción a desarrollar pretende esencialmente crear las condiciones necesarias que permitan el acceso al turismo de amplios sectores de la población, los cuales por insuficiencia de medios económicos o por falta de hábito, educación o información, habían permanecido hasta ahora fuera del movimiento Turístico. (5)

Los estudiosos del turismo social, han aceptado en su mayoría, que los fines de esta actividad son tres, a saber:

1o.- El vano empleo del tiempo libre

2o.- Elevar culturalmente al trabajador y a su familia

3o.- Ayudar a la realización de la Justicia Social

Para que se lleguen a lograr estos fines, y que el Turismo Social se convierta en una organización que cumpla sus metas, el estado mexicano ha adoptado medidas radicales en beneficio de las clases que lo practican como la construcción de obras de infraestructura prácticas y funcionales, como es el caso de los albergues familiares (FAMITEL), propuestos por la Secretaría de Turismo, formula de hospedaje, hoy por hoy, única en su género en el mundo.

Estos albergues familiares (FAMITEL) tienen un cupo máximo-

(4) Sierra Revnoso, Pedro. Aspectos Socio-jurídicos del turismo Social, Tesis Fac. de Derecho UNAM 1969, pág. 24

(5) Ortuño Martínez, Manuel. Introducción al Estudio del Turismo Textos Universitarios, México 1966 Pág. 189

diario de 240 personas alojadas en 60 habitaciones. Las cuales cuentan además con los servicios de recepción, con una sala de convivencia familiar, jardines, alberca, pequeños estacionamientos - con locales concesionables para el establecimiento de una tienda.

C.- TURISMO FRONTERIZO

La frontera norte de México tiene una extensión de 2,597 Km. A través de ella, colinda con el país que, después de España, - más ha influido en su historia y en la manera de ser del mexicano. Formidable mercado de consumo de bienes y servicios turísticos, el ciudadano estadounidense representa, en lo que a turismo internacional o receptivo se refiere, casi el 90% del turismo que recibe México.

En la franja fronteriza mexicana del Norte ocurre un fenómeno de dimensiones singulares en el mundo: el número de cruces - fronterizos, que en 1973 fue aproximadamente de 66 millones de estadounidenses: promedios: 180,821 diarios; 7,534 por hora; -- 125 por minuto. (Entre cruces de mexicanos y estadounidenses, - el total fue aproximadamente 180 Millones). (6)

Esta gigantesca marea humana que se expresa en las cifras - de cruces fronterizos, auspicia, amplificandolos y dramatizándolos, los fenómenos socio-económicos, culturales, étnicos y -- psicológicos, que prohija el turismo, concebido como una conducta viajera del hombre a través de la cual capta la influencia - del medio que visita, a su vez, influye sobre él.

Los 2,597 kms. de frontera - colindancia geográfica con el país que desde hace muchas décadas se encuentra en franca expansión en todos los ámbitos mundiales del pensamiento y de la producción, representa para México el sector geográfico en el que mejor se ejemplifica y magnifica el choque socio-cultural que - todo turismo supone. Aun ahora en que las velocidades supersónicas pues as al servicio del turismo contribuyen a desvanecer las ventajas que brinda la ley de la vecindad geográfica, subsisten tales ventajas referidas al turista que viaja por carretera, - que en México está representado aproximadamente por uno de cada dos turistas estadounidenses que nos visitan.

(6) Gaceta Fiscal - Económica de Baja California, nov. 1975
Números 36 y 37

Además de los fenómenos económicos que propician un turismo tan extraordinariamente caudaloso, en esta faja fronteriza ocurren otros que trascienden integralmente a todas las demás áreas de la vida del mexicano fronterizo expuesto, más que ningún otro, al impacto de la expansión de la cultura estadounidense y a los fenómenos de transculturación.

En las 34 poblaciones nacionales ubicadas en esa área, habitan más de 5 millones de mexicanos que disfrutan del ingreso -- "per capita" más elevado del país, cuyo poder de compra equivale al 40% del consumo general que se registra en toda la República. Esta área mexicana registra uno de los más elevados coeficientes de crecimiento demográfico nacional: 4.2% anual.

Los fenómenos que se producen con el turismo fronterizo se significan por las consecuencias que reportan, tanto en el campo estricto de la transculturación, como en los sociológicos, psicológicos y económicos.

Circunscribiéndonos al aspecto psicológico, operan tres fuentes de movimientos dinámicos de importancia, dignos de estimarse. Tales son: los ritos de paso, el problema de los encuentros culturales y el proceso de aculturación del inmigrante mexicano en los Estados Unidos, principalmente en las regiones sureñas.

LOS RITOS DE PASO

De acuerdo con los patrones culturales de los pueblos, antiguos o modernos, el rito de paso significa esencialmente un cambio psicológico de importancia que persiste aún cuando, en apariencia, tal proceso se haya superado, como se observa, por ejemplo, en las fiestas de 15 años, en la celebración de bautizos y primeras comuniones, en las novatadas a los estudiantes, en las ceremonias de graduación de profesionistas, en la bendición de edificios y establecimientos por inaugurar, etc.

En el desarrollo del turismo fronterizo, el rito de paso es claramente advertible, el fenómeno físico de cruzar una frontera puede operar como auténtico rito de paso por los contenidos psicológicos que arrastra: induce a que el individuo se sienta liberado de determinadas normas culturales para, así, sin inhibiciones, ingresar a ámbitos de otros de otras normas diferentes para el turista.

Es evidente que en este fenómeno existen ciertas ligas catátmicas y pensamientos mágicos con el conectados: los marinos - de la Base Naval de San Diego, por ejemplo, al pasar hacia México, algunas veces se descalzan, gritan y lanzan cohetes. ¿Que - significado tienen todos estos actos de aparente infantilismo?: todo el oculto de un rito de paso. En posición inversa, al cru--zar la frontera de Estados Unidos, el mexicano manifiesta rea--cciones cuyo significado, bajo algún ceremonial o actitud espe--cial, aluden también al oculto rito de paso.

Dentro del rito de paso está referida la conducta general - del turismo medio que visita la zona mexicana de colindancia -- fronteriza, y que se caracteriza por un ansia compulsiva de aven--turas y diversión; por la intoxicación alcohólica y la búsqueda de aventuras amorosas y de peligros reales o imaginarios. Todo--ello forma parte del aparato de estímulos psicológicos clásicos para llegar a consumar el rito de paso.

EL PROBLEMA DE LOS ENCUENTROS CULTURALES

Otro aspecto que puede explicar algunas de las peculiaridades del turismo y del medio social fronterizo en la frontera sep--tentrional, lo constituyen los fenómenos psicológicos típicos - de los encuentros culturales. Los cambios psicológicos que ocu--rren a consecuencia de estos encuentros culturales, son fenóme--nos extremadamente complejos y plantean graves problemas. Suce--de que la cultura impactada reacciona con patrones de hostilidad e intolerancia frente al acervo cultural impactante. En ocasiones, este rechazo puede determinar que la cultura se encuentre en si misma y rechace cuanto le ofrece la segunda entidad cultural en un esfuerzo compulsivo por afirmar-reafirmar sus propios va--lores, que siente desintegrarse.

De ahí la tendencia a la exaltación, aveces hasta niveles - irreflexivos, de lo que significan y son México y los mexicanos como reacción inconsciente al impacto cultural extraño.

El análisis de estas reacciones ayuda a comprender algunas--otras de las reacciones que, especialmente en la frontera Norte, intervienen en los fenómenos turísticos y culturales, hechido -- precisamente, al inevitable e innegable encuentro cultural entre dos organizaciones y entidades culturales distintas: es aquí --

donde el encuentro cultural se desarrolla en más elevadas proporciones, e influye integralmente en los hábitos, la cultura y todos los procesos sociales. Así mismo, fenómenos como la evasión mediante el alcohol y la promiscuidad sexual, encuentran campo de expresión propicio en esas regiones fronterizas.

EL PROCESO DE ACULTURACION DEL INMIGRANTE MEXICANO EN LOS + ESTADOS UNIDOS

Existe un tercer factor perturbador y potencialmente conflictivo en la frontera. Es el referido a la situación social y psicológica del inmigrante mexicano en las ciudades del sur de los Estados Unidos. No menos de 3 millones de mexicanos han emigrado a los Estados Unidos en los últimos 100 años, estimándose -- que alrededor de uno de cada 50 ciudadanos estadounidenses es de ascendencia mexicana. En su gran mayoría se encuentran distribuidos en los estados meridionales de los Estados Unidos, y plantean singulares problemas de aculturación. Este problema ofrece similitudes con las otras minorías en Estados Unidos, tales como la aculturación de los japoneses emigrados y algunos otros - latinoamericanos, en especial los puertorriqueños.

En general, puede considerarse como deficiente el grado de aculturación logrado por el mexicano en las ciudades estadounidenses, no ha podido adaptarse adecuadamente a los medios socioculturales de aquel país y continúa, algunas veces con obstinación aferrado a las tradiciones culturales del país de sus ancestros, lo que le acarrea problemas graves. A ello se debe sumar el fenómeno de discriminación, notable sobre todo en el sur de Estados Unidos, parecida a la que se ejerce sobre el japonés.

"La suma del problema de aculturación de inmigrantes mexicanos con el del encuentro cultural, produce fenómenos típicos. -- Por ejemplo, la cultura estadounidense, de acuerdo con su propia escala de valores determinada culturalmente, posee ciertos valores superiores. Así, dentro de este marco cultural, el valor de la limpieza y el aseo desempeñan papel sobresaliente. -- Tal vez por el agudo contraste que en ocasiones padece en la -- frontera, el estadounidense, de esta suerte, busca efanosamente sus propios valores: la limpieza y el aseo particular. Ahora

bien, tanto por presiones mercantilistas como a causa del proceso de transculturación que opera, el mexicano de la frontera, gradualmente ha ido asimilando aquellos valores culturales estadounidenses que, para él, son más fáciles de aceptar. La expresión desdeñosa que anteriormente se aplicaba al mexicano llamándole despectivamente "greaser" (ceboso), ha disminuido al sumen-
tar, dentro del ambiente de nuestra frontera, los niveles de --
limpieza y de pulcritud." (7)

También es posible observar el problema del turista, hijo -
de padres mexicanos, pero que siendo ya ciudadano estadounidense, viene a México considerándolo como país de sus mayores, y -
al que, por una parte, desea ligarse fuertemente pero que, por otra, desprecia en el fondo. También existe conflicto en su actitud hacia los valores de los Estados Unidos. En parte aprecia los patrones de vida de aquél país, y, en parte, se halla en --
pugna con ellos.

Así, por ejemplo, el turista de San Antonio, Texas, que viene con deseo de ver y conocer México, adopta, ciertamente, una actitud amigable hacia los mexicanos, aunque, también no deja -
de experimentar hacia ellos una reacción de desdén y hostilidad. Por otra parte, conserva los patrones de pulcritud, limpieza y --
aseo que ha asimilado del mundo cultural estadounidense, por --
más que en ocasiones experimenta una inquietante sensación de --
encontrarse más a sus anchas entre nosotros.

En ambos lados de la frontera y no sólo en la porción mexicana se están realizando aportaciones y contribuciones, por cuanto ni uno ni otro grupo son impermeables a las influencias que reciprocamente se transmiten. Uno y otros poseen valores susceptibles de canje y lo suficientemente dinámicos para que, quiérase o no, vayan infiltrándose en los hábitos de las gentes de uno y otro lado, modelando la conducta, las costumbres y ciertas formas de pensar y de entender la vida. En esta comunión --
cultural que tiene como escenario una dilatada frontera geográfica, el mexicano aporta elementos de temperamento y sensibilidad ajenos a la sensibilidad y temperamento del estadounidense.

(7) Revista Fiscal y Económica de Baja California, Órgano de la Sra. A. Cruzas del 101. del Mo. de E. S., Dic. 1975, no. 37

El autor: Agente Aculturador y Transculturador.

El estadounidense, por su parte nos transmite su vocación-- mercantil y tecnológica. El mexicano de la frontera procede de una sociedad que desde siempre se ha regido por el patriarcado-familiar; en estadounidense, por el contrario, procede de una atmósfera familiar de tipo matriarcal. La conjugación de estos elementos heterogéneos viene auspiciando un tercer camino, una tercera actitud social y psicológica en la que se advierte que uno y otro grupo cultural ha ido haciendo concesiones paulatinas.

"Es curioso que en las ciudades mexicanas fronterizas, las calles dedicadas a los esparcimientos que el turista estadounidense busca, sean sólo las conectadas directamente con los puentes y puertos migratorios, pero una o dos calles más adentro, - la vida es mexicana 100%, cesó la algarabía, las excitaciones - de la zona roja y sus escándalos, la explotación. Es decir, el mexicano se resiste claramente a la influencia del turista y -- del extranjero, tiende a conservar sus costumbres, sus ideales, sus sentimientos. Todo ello es visto por otros latinoamericanos como demostración de fuerza admirable, y nos preguntan cómo es posible que ante el fortísimo vecino, México logre actitudes de reciedumbre, de nacionalidad, de costumbres y actos políticos - de valentía como la expropiación petrolera, como las hazañas de rancho Villa y tantas otras en el curso de la historia." (8)

D.- TURISMO INTERNACIONAL

Turismo internacional son los traslados que se hacen de un país a otro, con propósitos ajenos al lucro.

El turismo internacional en su amplia estructura comprende: Turismo receptivo, formado por las personas que procedentes del extranjero se internan en México, tanto extranjeros, como mexicanos que radican en el extranjero; y al turismo agresivo o exterior, que se integra con los nacionales que viajan al extranjero por causas de placer.

Los adelantos alcanzados en materia de comunicación y transporte han propiciado la práctica del turismo internacional, marcándose una preferencia por el transporte aéreo.

(8) Enciclopedia Mexicana de Turismo, volumen 2, Pág. 8

TURISMO RECEPTIVO

Del turismo extranjero, el 88% procede de los Estados Unidos por la vecindad geográfica, por el aumento de la población, especialmente la urbana; por el aumento del ingreso per capita; - por el aumento de las vacaciones pagadas y los ratos libres. En 1975 el número de familias en los Estados Unidos dispuso en su mayoría de más de 10,000 dólares por año y por tanto susceptibles de viajar fue de 34 millones, o sea casi la mitad de las familias norteamericanas.

Si se determina del número de turistas extranjeros que a la fecha han visitado nuestro país, y el gasto que han realizado, - se puede asegurar que para 1980 llegarán a México 5.5 millones de turistas.

El mayor número de visitantes extranjeros en avión y en 2o. lugar en automóvil. Los turistas se dirigen principalmente a -- los estados fronterizos, al D.F., A Acapulco, Guadalajara, Puerto Vallarta, Mérida, Cozumel y Cancun.

El turismo extranjero, en encuestas llevadas a cabo manifiesta su preferencia por viajar a México, debido a las siguientes razones:

- 1.- Recursos naturales, culturales e históricos de carácter sobresaliente
- 2.- Facilidades de comunicación
- 3.- Condiciones climatológicas satisfactorias
- 4.- Nivel de precios estables y razonables
- 5.- Libertad de cambio en el sistema monetario
- 6.- Tranquilidad pública
- 7.- Variedad en riqueza artesanal y folklórica
- 8.- Calidad hospitalaria del mexicano
- 9.- Servicios públicos y turísticos desarrollados

*Después de las exportaciones totales de mercancías y de -- las transacciones fronterizas, el turismo receptivo ocupa, desde varios años atrás, el tercer lugar entre los principales generadores de divisas para el país. Por ejemplo, para solo citar tres años, de los datos recorridos y clasificados por el Banco de México, la Secretaría de Turismo y otras instituciones, se concluye que en 1973, de un total de 59 mil millones de pesos -

ingresados al país por concepto de exportaciones de mercancías y servicios, el renglón de turismo receptivo produjo más de 9 mil millones. En 1974, el total de este renglón fue superior a los 10 mil millones y en 1975 pasó los 12,500 millones de pesos. Las derramas antes mencionadas fueron hechas por los 3 millones y fracción de turistas que visitan México cada año, cifra que indiscutiblemente lleva tendencia a aumentar como lo demuestran los antecedentes estadísticos, siempre y cuando se mantengan y superen las condiciones ideales que han atraído a los turistas del mundo hacia México." (9)

Elucubraciones aparte, únicamente queda resumir que el turismo receptivo en México es una importante fuente de ingresos de divisas e indiscutible contrapeso nivelador de los déficits en la balanza total de pagos de nuestro país.

TURISMO EGRESIVO

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO: El medio más utilizado es precisamente el aéreo. La zona de donde proceden el mayor número de turistas que viajan al exterior, lo es el D.F., que está ubicado a considerable distancia de los Estados Unidos (país que absorbe la mayor cantidad de nuestro turismo egresivo) razón por la cual no es frecuente el desplazamiento por vías terrestres o marítimas.

PERMANENCIA MEDIA DEL TURISMO EGRESIVO: Por lo general la estadía del mexicano es siempre muy amplia y normalmente están excluidos los viajes rápidos.

PAISES DE DESTINO: El 87% de nuestros turistas viaja dentro del continente americano, y dentro de éste, el país que absorbe un 71% del total de nuestros turistas egresivos es Estados Unidos.

CARACTERISTICAS PERSONALES DE LOS VIAJEROS: Un 42% de los turistas es mayor de 25 años. Por el tipo de gastos que realizan, por la duración de la estancia, por el medio de transporte utilizado, se puede inferir sin lugar a dudas que los viajeros mexicanos al extranjero pertenecen a las clases socioeconómicas de alto nivel, en su mayor proporción.

(9) Revista "Visa", Turismo y Comercio Exterior, Tomo I No. I, 18 de marzo de 1976 Pág. 6

TEMPORADAS DE TURISMO EGRESIVO: Los meses que arrojan mayor volumen de turismo egresivo son mayo, julio, agosto, septiembre y diciembre, aunque debe ser consignado que existe un volumen que da cierta estabilidad a lo largo de los 12 meses del año, por lo cual no puede afirmarse que existan temporadas perfectamente definidas en lo que a turismo egresivo se refiere.

MOTIVOS DEL VIAJE: Cada día van siendo más frecuentes los viajes por razón de negocios. Sin embargo, debe tomarse en cuenta que el mexicano que viaja por negocios, siempre tiene la tendencia a compaginar el paseo con los negocios, razón por la cual puede considerarse que la casi totalidad de los viajes al exterior son propiamente turistas, y la razón preponderante es el placer, descanso, paseo, cultura, etc.

DISTRIBUCION DE LOS GASTOS: No es posible precisar con exactitud la forma en que el mexicano distribuye sus gastos en el extranjero, pero si se ha podido apreciar que el capítulo de compras ocupa un lugar destacado.

De acuerdo con un reciente estudio por el United States Travel Service, 87% de todos los mexicanos que vacacionaron fuera de su país en los últimos 2 años (1973, 1974) visitaron los Estados Unidos.

Hallazgos clave de este estudio realizado por el United States Travel service incluye:

Durante 1974, los residentes mexicanos hicieron 1,840,849 viajes a los Estados Unidos, un 14% de aumento sobre 1973.

El promedio de gastos por los viajeros mexicanos en los Estados Unidos fue de 592 dólares (7,400 pesos)

Destinaciones más frecuentes visitadas por los turistas mexicanos fueron ciudades en los estados de Texas y California- (80%)

Destinaciones más favorecidas para futuros viajes a los Estados Unidos fueron Nueva York, San Francisco, Disneylandia y Washington, D.C.

68% de los visitantes mexicanos vinieron por vacaciones, 16% estaba visitando amigos y parientes y 9% estaban en viajes de negocios.

Más de la mitad de los mexicanos considerarán a los Estados Unidos como el mejor lugar para ir de compras.

Los visitantes mexicanos a los Estados Unidos estaban casados (60%); sobre 30 años de edad (33%); y del grupo de ingreso medio o clase media (50%)

El promedio de estancia en los Estados Unidos fue de aproximadamente 15 días (10)

VIAJES INTERNACIONALES A LOS ESTADOS UNIDOS: De los quince millones 698,617 visitantes a los Estados Unidos en 1975, dos millones 155,651 o el 14% del total de viajeros internacionales a los E.U. llegaron de México, que es el segundo más grande proveedor de viajeros internacionales a los E.U., después del Canadá. Esta figura representa un incremento de 17% sobre el año de 1974 de 1,840,848 turistas mexicanos.

ACONTECIMIENTOS MAS IMPORTANTES DE LLEGADAS DE VISITANTES + EXTRANJEROS A LOS ESTADOS UNIDOS EN DICIEMBRE DE 1975.

"Diciembre fue un mes de viaje excepcionalmente favorable para los viajes internacionales a los Estados Unidos. Durante diciembre llegaron 269,346 turistas mexicanos."

"Dramáticos incrementos fueron también presenciados en llegadas de turistas de México. Durante diciembre, los viajes desde este vecino sureño aumentaron 73.5% sobre el mes de diciembre de 1974. Muchas razones se pueden dar para este saludable incremento decembrino:

1.- Prosperidad incrementada, mejoramiento de las condiciones económicas en México.

2.- Rumores de que el gobierno mexicano pueda restringir -- los viajes, haciendo que estos se tomen ahora antes de que sea demasiado tarde.

3.- Ruptura de las comunicaciones con España; no hay permitidos viajes a España; posiblemente desvío algo de los viajes de Europa a los Estados Unidos.

4.- Aumento del interés de los mexicanos en viajes de ski a los Estados Unidos, estimándose que se duplicó en 1975. (II)

(IO) Highlights of a Study of Mexican Travel Habits and Patterns Office of Research and Analysis, United States Travel Service, U.S. Department of Commerce, Washington, D.C. 20230 Pág. 38

(II) Summary and Analysis of International Travel to the U.S., Calendar Year 1975, U.S. Department of Commerce, United States Travel Service Págs. 8, 17, 16 y 24

CONCLUSIONES

1.- Frente al gran reto que para México significa su desarrollo, el turismo se presenta como una tarea promisoría que -- contribuye en forma determinante al progreso de nuestro país, -- ya que contempla aspectos económicos, migratorios, sociales, --- culturales y tantos otros que, tendientes a proporcionar al hombre una serie de satisfactores que busca a través de los viajes, le dan a esta actividad socioeconómica una proyección profundamente humana que fomenta la integración nacional y el mejor entendimiento y comprensión entre los pueblos.

2.- Las motivaciones que inducen al turista nacional o extranjero, que viaja constante o esporádicamente, en nuestro país, son fundamentalmente el descanso y la diversión; en México existe una gran variedad de sitios atractivos, ya que el país -- posee diversidad de climas y áreas de recreación.

Los afectos a diversos deportes encuentran en México el lugar adecuado para practicarlos, aun en las más delicadas exigencias, como es el caso de la pesca, la caza y tantos otros que existen.

Los matices y facetas que encuentra el turista al visitar nuestras zonas arqueológicas, que son de importancia y relevancia mundial, lo dejan satisfecho por lo impresionante de dichas zonas prehispánicas.

3.- En el campo social, el turismo contribuye en forma notable a la generación de empleos, que en una sociedad con fuertes presiones demográficas como la nuestra, es muy de apreciarse, ya que permite en función proporcional a la inversión, producir mayor ocupación y contribuir en esta forma a la solución del serio problema que anualmente encara la nación.

4.- El Derecho Turístico, es el conjunto legislativo que tiene por objeto la regulación del fenómeno turístico, ya sea nacional o internacional; no se trata de un código turístico, y ya que no es necesario en virtud de que los turistas están incluidos en los ordenamientos del derecho común mexicano.

5.- Nuestra legislación turística es muy variada, tanto en el aspecto federal, como en el local: además de leyes, reglamentos, etc. tenemos otros cuerpos jurídicos que directa o indirectamente, regulan aspectos relacionados con el fenómeno en cues-

tión, como la Ley General de Población y la Ley Federal de Fomento al Turismo.

6.- La regulación jurídica de la actividad turística se inició en México en 1929; posteriormente con la Ley de Turismo de 1961, hasta culminar con la expedición de la vigente Ley Federal de Fomento al Turismo, de 29 de diciembre de 1973, que contempla en forma integral, con mentalidad objetiva, práctica y visionaria, la regulación del turismo en México.

7.- La Ley Federal de Fomento al Turismo comienza por introducir cambios fundamentales al considerar de interés público la creación, conservación, mejoramiento, protección y aprovechamiento de los recursos turísticos del país. Brinda un estatuto bilateral de protección para aquellos sujetos que hagan uso de servicios turísticos y aquellos que también los prestan, además de que promueve la creación de empresas turísticas ejidales o comunales, coordinadamente con la Sría. de Asuntos Agrarios.

8.- La composición del turismo en México refleja las condiciones del mercado. Los turistas provienen en 89% de Estados Unidos, son de ingresos medios y altos, superiores a 10,000 dólares al año, y permanecen en México un promedio de 12 a 14 días. Estos turistas usan automóvil en 53% y avión en la porción restante. Utilizan los servicios disponibles de mayor calidad y se encaminan preferentemente a los establecimientos que tienen importantes flujos de mercado en el exterior. La canalización y la promoción de esta corriente turística se realiza principalmente por mayoristas y operadores internacionales.

9.- Ha sido nuestra vecindad con Estados Unidos -país cuyos habitantes son por tradición móviles y viajeros-, unida a nuestras diferencias históricas, geográficas y culturales lo que ha contribuido principalmente al privilegiado lugar de México como receptor de divisas por turismo -ocupamos el 4o. lugar mundial-, así como a la gran importancia que este sector tiene en la balanza de mercancías y servicios del país.

10.- El turismo extranjero que se interna en nuestro país, el que visita las zonas fronterizas, aporta a México divisas tan importantes que equivalen a las que se obtienen por la totalidad de las ventas de mercancías al exterior, llegando en el año de 1973 a una cantidad del orden de los 23,600 millones de pesos, por concepto de turismo y transacciones fronterizas.

11.- En México el turismo ha sido un instrumento de aculturación en favor de la dependencia estadounidense.

12.- El turismo cuando es interno, opera como factor importante, en la integración de nuestro ser nacional, en la fijación de nuestros valores históricos y como factor disuasivo para contener modas sofisticadas en algunos nacionales que antes de conocer su país, se dirigen al extranjero, originando con eso descompensaciones en nuestra balanza turística.

13.- El turismo interno tiene trascendencia vital para nuestro país y por lo tanto debe fomentarse intensamente, puesto que es factor de redistribución de la renta nacional y contribuye a generar empleos en los nuevos polos de desarrollo turístico arraigando en dichos lugares a sus pobladores y contribuyendo a través del intercambio de culturas y experiencias a una más acelerada integración nacional.

14.- En México como en el resto del mundo el desarrollo del turismo es relativamente reciente, ya que la forma feudal en que se practicaba hasta antes de la segunda guerra mundial, con la aplicación de la moderna tecnología en materia de transportes, le cedió su lugar al turismo masivo con sentido social y, así podemos observar que en nuestro país el turismo interno es cada día mayor gracias al creciente desarrollo industrial, a los mayores ingresos que perciben los trabajadores, así como a nuestros ordenamientos legales que con profundo espíritu de justicia social garantizan un salario mínimo, participación en las utilidades, seguridad social y vacaciones pagadas; todo lo cual propicia día a día mayores posibilidades de viajar.

BIBLIOGRAFIA

- ACOSTA ELIAS, MARCIANO Perspectiva Jurídica y Problemática Internacional del Turismo
- CARDENAS DIAZ, JOSE LUIS El Seguro del Turista Extranjero en México
- DE ARRILLAGA, JOSE IGNACIO Sistema de Política Turística
DEPARTAMENTO DE TURISMO Memoria de Labores-1974
- ENCICLOPEDIA MEXICANA DE TURISMO
- ESPEJEL, CARLOS Las Artesanías Tradicionales en México
- FERNANDEZ FUSTER, LUIS Teoría y Técnica del Turismo
PODOR'S MEXICO 1973 A definitive guidebook of the United Mexican States
- GONZALEZ ALPUCHE, RAFAEL Temática y Legislación Turística
HAULOT, ARTHUR Le Tourisme et la Bible
HERRERIAS, ARMANDO Turismo, Proyección Integral. Historia y Actualidad
El turismo como Medio de Integración Nacional
- LES GUIDES BLEUS Mexique
- LEY FEDERAL DE FOMENTO AL TURISMO
- LEY GENERAL DE POBLACION Y SU REGLAMENTO
- LOSADA, RODOLFO El Turismo, Lazo Espiritual y Fuente de Progreso
- ORTUÑO MARTINEZ, MANUEL Introducción al Estudio del Turismo
- SIERRA REYNOSO, PEDRO Aspectos Socio-jurídicos del Turismo Social
- SOUZA MORENO, LEOPOLDO Naturaleza Jurídica del Fenómeno Turístico
- TRAVELER'S GUIDE TO MEXICO 1975
- VALLE, RAFAEL HELIODORO Breve Historia del Turismo en México
- AMERICAN AUTOMOBILE ASSOCIATION Mexico and Central America-1975
Artículos en revistas de turismo como la "Visa" de Turismo y Comercio Exterior, "Gaceta Fiscal y Económica de Baja California", y "United States Travel Service".