

29



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS**

**ME LLEVA EL TREN:**

**LOS ALBORES DEL TURISMO EN MÉXICO  
1921-1934**

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
**LICENCIADA EN HISTORIA**  
P R E S E N T A :  
**JIMENA AURA MATEOS GONZÁLEZ**

**DIRECTOR DE TESIS: DR. JOSÉ LUIS REYNA**



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

CARRERA DE HISTORIA

CIUDAD UNIVERSITARIA

2002



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



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.



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>p.1</b>
<b>I UN VIAJE TURÍSTICO</b>	
1.1 Los orígenes del turismo moderno	p.8
1.2 Siglo XX, el turismo entre guerras	p.16
1.3 El turismo estadounidense	p.20
<b>II DEL PABELLÓN DE LAS FERIAS UNIVERSALES A LA MAGNA EXPOSICIÓN DEL TURISMO</b>	
2.1 El montaje de un México moderno	p.29
2.2 El turismo como escaparate de un México en armonía	p.37
2.3 El diseño de una imagen nacional	p.46
<b>III CAPITAL, CULTURA Y LEY</b>	
3.1 Los límites del capital privado	p.57
3.2 El turista obtiene un sitio en la ley	p.62
3.3 El turismo como instrumento para contrarrestar calumnias	p.66
3.4 La mirada del otro	p.74
<b>IV EMPRESARIOS Y POLÍTICOS FOMENTAN EL TURISMO</b>	
4.1 El turismo, una misión mixta	p.82
4.2 Asociaciones mixtas	p.95

***V PLANEAR NO CUESTA NADA***

**5.1 Cómo hacerlos venir** p.100

**5.2 Centros de recreo** p.116

***VI BAJO CUSTODIA INSTITUCIONAL***

**6.1 El sector turístico se vuelve Institución** p.134

***CONCLUSIONES*** p.149

***APÉNDICE*** P.157

***BIBLIOGRAFÍA***

A Mr. Davin

El tren de la tesis anunció la partida. El viaje fue largo, en ocasiones pareció eterno. Sin la supervisión y auxilio de los oficiales de migración y aduanas, el trayecto no habría sido concretado.

A Georgette José por ser quien me ayudó a marcar la ruta.

Agradezco de manera especial al maquinista José Luis Reyna, quien otorgó el mapa y las coordenadas necesarias para realizar el recorrido, así como los sellos que permitieron avanzar a la siguiente estación

Cuando el ferrocarril amenazó con descarrilarse, Marisa Pérez de Sarmiento ayudó a reparar las máquinas e impedir que cesara el viaje

A Enrique Delgado, Ricardo Gamboa y Margarita Carbó, por hacer válidas las formas de migración y promover con su firma el final del camino

A Ana Rosa Suárez por haber orientado los servicios diplomáticos

A lo largo del trayecto subieron y bajaron diversos pasajeros, siempre se mantuvo presente una pareja de apariencia revolucionaria: Don Juan y Doña Clara, ambos fueron los encargados de financiar los gastos del hospedaje, el peaje y la alimentación.

Asimismo, fueron quienes impidieron que me bajara del tren antes de concluir el viaje. El carro dormitorio y el carro comedor lo compartí en varias ocasiones con dos mujeres, una de ellas amullaba un niño de nombre Santiago, se llamaba Frida, fue quien explicó las cuestiones arqueológicas de la ruta. La otra cargaba un libro y era la encargada de marcar horarios y controlar las medidas de los aspectos físicos del camino. Gisela

Los tours históricos los recorrí con tres mujeres: Anel, Violeta y Verónica. Viajaron también conmigo las compañeras de la vida: Aura, Manola, Luz y Valeria. En el carro-observatorio o carro cantina me encontré siempre con un par de transeúntes sumamente agradables: Bruno y Galo.

Así también, fue esencial la presencia de una pareja de mayores que ilustró el viaje contando cuentos del pasado: Doña Alicia y Don Roberto.

De igual forma, compartí momentos importantes con dos pasajeras que, de pipa y guante, subieron en la estación de San Antonio: las dos Lilias. Solía acompañarlas un imponente

oficial de migración, quien dudó siempre de la validez de mis documentos. Su nombre era Germán y confieso el gran aprecio que le tengo

Casi al final del viaje, cuando estaba planeando cómo sería el siguiente, subió al vagón un hombre que cargaba una cámara en el hombro, la empatía fue tal que, sin duda alguna, será con él con quien compre el billete del próximo tren: Miguel.

## INTRODUCCIÓN

La elección de hacer del turismo el objeto de estudio de esta investigación surgió a raíz de la lectura del libro: *México frente a Estados Unidos, un ensayo histórico, 1776-1993*, escrito por Josefina Zoraida Vázquez y Lorenzo Meyer en 1982. En la página 168 de dicha publicación, encontré un párrafo que señala que, entre los años 1929 y 1934, el turismo se convirtió en un nuevo código de contacto entre México y Estados Unidos y que, una vez que en México terminó el movimiento revolucionario y hubo una aceptación de nuestro país a nivel internacional, se creó la Oficina de Turismo dentro de la Secretaría de la Economía Nacional. La utilización del término "turismo" en los años citados llamó mi atención, puesto que, los viajeros han sido el foco de atención para los historiadores que estudian desde la colonia y particularmente el siglo XIX poco se ha escrito sobre los viajes de recreo o llamados viajes turísticos. Con un interés personal en los años veinte me pregunté cómo se entendía en ese tiempo el "turismo" en México y quiénes lo practicaban. Al buscar bibliografía sobre el tema, me encontré con una gran ausencia de escritos históricos. El historiador Eugenio Mac Donald Escobedo, escribió en 1981 el libro *Turismo; una recapitulación historiográfica de conceptos pronunciados por gobernantes mexicanos desde 1821-1976*. Su concepción de turismo no se diferencia del viajero, ni del extranjero que visitaba el territorio mexicano en busca de nuevos campos de inversión. Sin embargo, este trabajo me llevó a encontrar que Emilio Portes Gil fue el primer presidente en incluir la importancia de la industria del turismo en un informe de gobierno. No obstante, mi objetivo es conocer cuál fue el proceso de adaptación del turismo al lenguaje, las prácticas y las instituciones políticas. En el libro de *Empresarios*



y *Políticas* de Ma. del Carmen Collado hay una referencia a una excursión que en 1921 realizaron algunos miembros de la Cámara Nacional de Comercio, a fin de promover los negocios entre México y la nación estadounidense, e incluyeron en ese viaje la promoción del turismo, lo que sugiere que el uso del término de este fenómeno fue previo a 1928.

Tomando en consideración las obras citadas, no hay investigaciones de carácter histórico que versen sobre los albores del turismo en nuestro país. Por su importancia actual en la industria nacional, me acerqué a la historia empresarial, la cual muestra relevancia del turismo una vez que tomó el carácter de industria como un fin en si mismo desde mediados de los años cuarenta, cuando la estabilidad política y económica mexicanas coincidieron con el crecimiento de corrientes "masivas" de turismo estadounidense.

En los años 60, el turismo se convirtió en motivo de estudio para sociólogos y antropólogos. Algunos internacionalistas y economistas comenzaron también a analizar este tema dentro de la realidad de nuestro país debido a que se encontraba en un proceso de desarrollo estabilizador, en el que se apoyó el crecimiento de nuevos sectores industriales tales como el turístico. Las distintas disciplinas le concebían como un fenómeno cuyo impacto era perceptible dada su masificación en el mundo occidental a partir del fin de la Segunda Guerra Mundial. Los trabajos sociológicos, por ejemplo, hablan del derecho a las vacaciones de los trabajadores, de la práctica de los viajes de recreo como una forma moderna de ocio y de los fenómenos de aculturación producidos por el contacto entre distintas sociedades. La antropología se preocupó por explicar las amenazas y efectos que conllevaba el turismo masivo en los usos y costumbres de

comunidades indígenas. Para un internacionalista, el tratamiento de este tema era sobre la apertura de fronteras que la actividad turística implica, así como la importancia del turismo como vehículo para afianzar hegemonías internacionales. Y para los economistas el interés giró en torno a la productividad de la "industria sin chimeneas" que se anunciaba, desde finales de 1940, como un "eureka económico", receptor y generador de grandes capitales, que contribuían tanto en la balanza de pagos, como en el desarrollo urbano y regional del país.

Al término de la fase armada de la Revolución mexicana el país clamó, ante todo, por una estabilidad social, política y económica que le permitieran rehabilitarse, a fin de emprender un desarrollo que modernizara a la nación sobre los estatutos de la Constitución de 1917. Para llevar a cabo este proceso, el presidente Álvaro Obregón (1920-1924) exhortó a todas las fuerzas nacionales a unificar esfuerzos con el objetivo de reconstruir la nación. De 1920 a 1934, los gobiernos posrevolucionarios mantuvieron el tono del proyecto reconstitutivo. Sin embargo, la lectura de los fundamentos de éste, varió a lo largo de esos catorce años.

La reconstrucción requirió de dos elementos esenciales, la obtención de capital y la legitimación del Nuevo Régimen. El Estado replanteó su relación con el ámbito empresarial, el cual estaba sumamente resentido por la Revolución y por la aplicación de ciertos artículos constitucionales. El reencuentro con los hombres de negocios mexicanos y extranjeros permitió el flujo de capital, al igual que un aparato de presión para hacer de México un sujeto de crédito confiable.

El nuevo Estado mexicano procuró su legitimidad frente a su sociedad y la internacional. Ser un país moderno, requería de la participación en el "concierto de las

naciones", y para recibir inversión, era indispensable obtener un buen sitio a nivel internacional y restablecer las relaciones diplomáticas con varios países, prioritariamente con el gobierno de los Estados Unidos que, al finalizar la primera Guerra Mundial en 1919, afianzaba su sitio como la primer potencia a nivel mundial. Al ser el estadounidense el principal público interesado en realizar viajes turísticos a México, esta actividad se concibió como una nueva vía de diálogo diplomático.

A la historia y a la cultura se les asignó una lectura que respondía al nuevo proyecto de nación, y se buscaron diversos medios con el fin de inculcar a la sociedad mexicana un nacionalismo que fortaleciera el régimen posrevolucionario. Más allá del buen clima y los paisajes naturales, la cultura y la historia fueron la atracción principal de nuestro país como destino turístico, por lo que era necesario inculcar los "valores nacionales" en la sociedad mexicana, para promoverlos y mostrarlos ante quienes buscaban un sitio donde invertir su tiempo libre.

La hipótesis de esta investigación consiste en que el turismo se identificó como un mecanismo de aliento al proceso de reconstrucción nacional, por lo cual, entre los años de 1920 y 1934, se entablaron las bases migratorias, políticas, sociales y económicas que permitieron hacer del turismo una industria nacional respaldada por una política de Estado.

Las fuentes primarias para la elaboración de esta tesis son los documentos que se obtuvieron del Archivo Genaro Estrada,<sup>1</sup> del Archivo histórico del Museo del Ferrocarril,<sup>2</sup> del Archivo General de la Nación<sup>3</sup> y de las décima y onceava series de los microfilmes de "Papeles de Dwight Morrow 1877-1954", de los Archivos del Amherst

---

<sup>1</sup> En adelante AGE  
<sup>2</sup> En adelante AHMF  
<sup>3</sup> En adelante AGN

College. La revisión de los Diarios de Debates de la Cámara de Diputados<sup>4</sup> y la consulta del Diario Oficial de la Federación,<sup>5</sup> en los catorce años estudiados, conformaron también una parte importante del trabajo.

La utilización de las fuentes bibliográficas, además, aportó los panoramas generales e información específica sobre diversos hechos históricos que sucedieron durante el periodo de estudio, 1920-1934.

El trabajo se estructuró en seis capítulos. El primero de ellos es una introducción en la que explico por qué eran los estadounidenses quienes viajaban como turistas a principios del siglo pasado y cuál fue la razón de que México resultara atractivo para ellos. Del segundo al sexto capítulo, la información se dividió en periodos presidenciales, de acuerdo a la información hallada en el Archivo General de la Nación, en los ramos de los presidentes Álvaro Obregón, Plutarco Elías Calles, Emilio Portes Gil, Pascual Ortiz Rubio y Abelardo L. Rodríguez. A lo largo de estas páginas, conoceremos cuál fue la evolución que tuvo el turismo en el proceso reconstructivo de la nación. En cada uno de los capítulos se entreteje la información sobre los actores que impulsaron el turismo y sobre las razones de ello, sobre los medios que alentaron el crecimiento de este fenómeno y un hábito de recreo de la sociedad estadounidense, terminó por convertirse en una institución del gobierno mexicano en el año de 1933.

La tesis lleva el título "Me lleva el tren", puesto que el ferrocarril era el principal medio de transporte en nuestro país y de comunicación con Estados Unidos. A pesar de que algunos turistas cruzaban la frontera en automóvil llegaban al centro de México por la carretera de Nuevo Laredo, porque el ferrocarril era el medio más seguro, eficiente y

---

<sup>4</sup> DDCCD.

<sup>5</sup> En adelante DOF

cómodo. Asimismo, las compañías férreas fungieron como un eje promotor de la imagen de México como país turístico. En los vagones concurren por primera vez todos los agentes que marcaron la diferencia entre un viaje de exploración o estudio y un viaje de recreo. Mientras que el viajero explorador no exigía una infraestructura cómoda de habitación y transporte, el turista requería de la existencia de medios de transporte, hospedaje, restaurantes, seguridad, "confort" y reducción de trámites migratorios.

El hilo conductor de los capítulos es la explicación sobre el papel que jugó el turismo en la reconstrucción de la nación posrevolucionaria y cómo se reflejó en esta actividad el proyecto de nación que planeaba el Nuevo Estado Mexicano. El turismo es el actor principal; en el guión están quienes creyeron en su potencial en México y cómo impulsaron su desarrollo. Los hombres de empresa y funcionarios públicos están presentes en todos los episodios que contamos. Para recorrer la historia de los albores del turismo en México, nos subiremos a un tren que sobre los rieles de la modernidad, reconoce las imágenes del mundo pintoresco y tradicional que se miraba a través de los ojos del turismo.

Los actores de reparto son los empresarios, políticos, marchantes, indígenas, mujeres con reboso, campesinos con sombrero, mozos, recamareras, garroteros, maleteros, oficiales de aduanas y de migración, entre otros. De repente, corren venados y vuelan los faisanes, escapando del rifle de algún turista que caza por diversión. La escenografía es la que se mira a través de las ventanillas del tren, aunque a veces también del de los parabrisas de un automóvil.

Las imágenes se proyectan la pantalla de una sala de cine, son retratadas por una cámara fotográfica y están presentes en las narraciones literarias o reportajes de revistas. En las

escenas campiranas está siempre presente el cielo azul; lo que varía es la presencia de los volcanes, la sierra, el desierto, las playas, el campo, los pueblos y las grandes urbes. Las iglesias, los conventos, las ruinas arqueológicas, los mercados, las avenidas y los grandes hoteles son también parte del conjunto de símbolos que aparecerán a lo largo de esta historia que se sitúa en los primeros catorce años que prosiguieron al conflicto armado de la Revolución Mexicana.

## UN VIAJE TURÍSTICO

### 1.1 Los orígenes del turismo moderno.

Han sido diversos los motivos por los que el hombre se ha desplazado por el mundo a lo largo de la historia. Nos interesa conocer el origen y procesos de cambio de la movilidad espacial con duración temporal llamada "turismo" que tiene como destino final el lugar de partida y como objetivo principal el de viajar con fines de recreo.

Viajar como un modo de emplear el tiempo libre<sup>6</sup> se remonta a la antigüedad clásica como una necesidad frente a la vida moderna de las urbes, mientras que el concepto de turismo se desarrolló hasta finales del siglo XVIII en Inglaterra, a raíz de un cambio en las costumbres y valores provocados por la Revolución Industrial.<sup>7</sup> A pesar de que existe cierto acuerdo con relación a esta idea, para algunos estudiosos del turismo<sup>8</sup>,

<sup>6</sup> A partir de la segunda mitad del siglo XX, los conceptos de ocio y tiempo libre, provocaron diversas discusiones entre los sociólogos, y las definiciones que se han hecho de este término son variadas, éstas dependen del momento histórico en el que se les utiliza. En este trabajo, equiparamos el ocio al tiempo libre y el turismo como una expresión de este. En los años sesenta, el sociólogo francés J. Dumazedier, expresó que el ocio "es el conjunto de actividades, incluidas las turísticas, a las que el individuo puede dedicarse de lleno, ya sea para descansar, para divertirse, para desarrollar su información o formación desinteresada, su participación social voluntaria o su libre capacidad creadora, una vez que se ha librado de sus obligaciones profesionales, familiares o sociales" J. Dumazedier, *Vers une civilization de loisirs*, Paris, 1962, citado en Jordi Montaner Montejano, *Psicosociología del turismo*, España, Editorial Síntesis, 1996, p. 53. Para más información, consultar Knebel, H.J., *Sociología del turismo. Cambios estructurales en el turismo moderno*, España, Editorial Hispano Europea, 1974, Lanfant, Marie-Françoise, *Sociología del ocio*, Barcelona, Ediciones península, 1978, Munne Matamala, F., *Psicología del tiempo libre*, México, Editorial Trillas, 1980.

<sup>7</sup> Ernesto de la Torre Padilla, *El turismo, fenómeno social*, México, FCE, 1994, p. 7.

<sup>8</sup> Los estudios del turismo desde un enfoque social se remontan a la segunda mitad del siglo XX, la mayoría de los trabajos se generaron entre académicos de países desarrollados donde el turismo se convertía en una práctica común entre las distintas capas de la sociedad. Entre los pioneros en acercarse a estudiar el turismo como un fenómeno social, encontramos al sociólogo alemán Paul Bernecker, quien consideró, a mediados del siglo pasado, que el turismo surgía como una necesidad de los individuos por obtener prestigio social a través de un viaje. Sin embargo, también afirmó que en el hombre existe un deseo inato de aventura, el cual se ve estimulado con a los artilugios de la publicidad, así como con los medios de comunicación tales como el cine y la literatura, entre otros, a través de los cuales se crean lugares míticos. Por otro lado, también

este fenómeno de viaje ligado al ocio y al tiempo libre se dio hasta mediados del siglo XIX. No obstante, la mayoría de los trabajos sobre este tema coinciden en que los viajes turísticos adquirieron una relevancia real en términos políticos, sociales y económicos durante la mitad del siglo pasado, cuando el turismo adquirió un carácter masivo que generó el nacimiento de grandes empresas dedicadas al fomento y servicios a los viajes de recreo.

Emprender viajes de recreo ha dependido de las circunstancias tanto históricas, como económicas, políticas, culturales y geográficas de cada sociedad. A diferencia de un viaje de trabajo, cualquiera que fuera el motivo de éste, un viaje de recreo requería de avances tecnológicos que permitiesen trasladar ciertos lujos y comodidades propios de las urbes, así como de una estructura social y económica que hiciera posible el retiro temporal de unos cuantos sin que cesaran los trabajos productivos. De este modo, desde la civilización griega, un viaje de recreo requirió de la sincronización de: la seguridad en los caminos, la carencia de conflictos en general y un grupo de personas encargadas de coordinar y hacer funcionar el transporte, además de una cierta infraestructura para dar hospedaje alimentación y servicios relativos durante los días de reposo.

Debido a que las guerras y los límites territoriales fueron obstáculo para el libre tránsito de personas, las clases potentadas que viajaban en la Edad Media tuvieron pocas posibilidades de movimiento. No fue sino hasta el Renacimiento cuando la aristocracia retomó la costumbre de los viajes recreativos, con el fin de tener un mayor contacto con

---

surgieron teorías que criticaron el turismo por ser un medio que banalizaba la cultura, el folklore y la historia. Frente a la masificación de los viajes turísticos, las empresas involucradas en lucrar con este fenómeno parecían olvidar el contenido histórico y se enfocaban a vender reproducciones apócrifas de la esencia cultural. No obstante, el turismo también se concibió como un agente propulsor del desarrollo económico regional, lo cual fue utilizado como bandera por empresarios y políticos para impulsar el crecimiento de la industria turística.



la naturaleza y reforzar su cultura. Italia y especialmente, Roma, pasó a ser el destino predilecto. La aristocracia del norte y oeste de Europa, consideró el territorio italiano como la herencia de la civilización de Occidente. De tal forma, en sus recorridos identificaba las glorias clásicas como parte de su pasado.

En el siglo XVII los caballeros ingleses realizaban largos viajes alrededor del continente europeo. Esta actividad representaba un complemento esencial en su educación como futuros gobernantes de la sociedad británica. Durante el recorrido, que podía ocupar hasta tres años de su vida, los jóvenes de la nobleza inglesa apreciaban la cultura de otros sitios, se sensibilizaban frente a creaciones artísticas y entablaban relaciones políticas y comerciales con otros pueblos. Visitaban cortes de príncipes, tribunales, iglesias y monasterios, ruinas arqueológicas, bolsas de comercio, universidades y asistían a ejecuciones de la pena capital, entre otras actividades. En el siglo XVIII a este tipo de viajes se le conoció en francés como *Grand Tour* y a los jóvenes se les llamó "turistas". El *Grand Tour* se traduce al castellano como el *Gran Giro*, porque el destino último era el lugar de partida y el uso de la palabra "girar" también reflejaba la concepción de un mundo redondo. En el mismo siglo, el idioma francés tomó la raíz *tour* para derivar de ésta la palabra *tourisme*. En 1800, el Diccionario Oxford derivó de *tourisme* el término *tourism* que se definió en inglés como la teoría y la práctica de viajar por placer. En este contexto, el *tourist* era aquella persona que hacía una o más excursiones, especialmente por un móvil de recreo, placer o cultura.

Hacia finales del siglo XVIII, el *Grand Tour* fue adoptado también por los burgueses, quienes adquirieron la costumbre de enviar a sus hijos a realizar dichos viajes para ampliar su formación artística e intelectual, así como para evidenciar un símbolo de

estatus de las capas privilegiadas económicamente. La burguesía adoptó entonces prácticas culturales canónicas propias de la aristocracia y los negocios dejaron de ser el único motivo de su movilidad temporal hacia otras partes del continente europeo. El costoso *Grand Tour* sufrió un declive y se sustituyó con formas más prácticas de viaje con el objetivo de adquirir conocimiento sobre ideas vanguardistas, técnicas novedosas de producción y avances tecnológicos. Además, la transformación del concepto de propiedad fomentó la construcción de sitios de recreo: los balnearios, cuyo origen se remonta a las aguas termales de las ciudades grecolatinas.<sup>9</sup> En estos establecimientos, que se construyeron primordialmente en Francia,<sup>10</sup> se encontraron la nobleza<sup>11</sup> y las capas más poderosas de la burguesía. Ambos sectores acudían a los balnearios como un modo de alejamiento temporal de las ciudades industriales. Combinaron el cuidado de la salud y el reposo con el juego, la diversión, los encuentros y contactos sociales; así como con la posibilidad de demostrar la pertenencia a los grupos acomodados de la sociedad.

En el siglo XIX, las excursiones a los balnearios ya eran una práctica común entre la naciente clase burguesa. Ésta justificó el reposo como una necesidad frente a las múltiples horas de trabajo. Los médicos incluso recomendaron las aguas termales por sus propiedades minerales y los centros de recreo, fuera de las urbes, como fuentes curativas.

<sup>9</sup> Los primeros datos de la existencia de los balnearios se remontan al siglo Va.C en las ciudades griegas de Delfos y Olimpia, sin embargo, fueron los romanos quienes crearon una auténtica arquitectura termal que respondió a las exigencias de higiene y esparcimiento de las ciudades. Tras la caída del imperio romano, ese tipo de establecimientos adquirió mala fama pues se decía que la promiscuidad sexual conducía a ciertos abusos que la Iglesia no consentía. Tomás Mazón, *Sociología del Turismo*, España, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A., 2000, p. 74.

<sup>10</sup> Si la meta del *Grand Tour* era Italia, los viajes a los balnearios fueron fructíferos, en un primer momento, en Francia. Este país supo orientar firmemente el movimiento a los balnearios como un medio que buscaba obtener beneficios económicos. *Ibidem* p. 75.

<sup>11</sup> Los jóvenes caballeros muy pronto comenzaron a decantarse por esta nueva faceta turística que les era mucho más cómoda. *El Grand Tour* precisaba grandes preparativos de organización, infraestructuras; se enfrentaba a dificultades lingüísticas, etc. Contrariamente, los preparativos de los balnearios eran mínimos, mucho menos arriesgados y resultaban comparativamente más económicos, aunque se perdiese dinero delante de las mesas de juegos o en las ruletas- así es que no tardaron en ponerse de moda.

Los desplazamientos a estos sitios se realizaban por varias razones: los enfermos y ancianos lo hacían por cuestiones de salud, los jóvenes jugaban en los casinos construidos dentro de estos sitios y algunos otros acudían a dichos espacios como un símbolo de estatus social.

El crecimiento de las ciudades y la miseria que se gestaba en ellas provocaron un reencuentro del hombre con la naturaleza. Hacia finales del siglo XVIII, y durante el siglo XIX, surgió una admiración romántica por la pureza del mundo natural. Fue la época de las grades excursiones científicas como la de Darwin. Los poetas, literatos y pintores viajaron a contemplar paisajes distintos a los habituales:

Buscaban la conjunción del arte y el paisaje, la cultura y la vida. Se comenzó a apreciar el paisaje simplemente como tal y fueron muchos los que iniciaron a viajar sin otro fin que el de admirar lagos y montañas, bosques y cascadas, panoramas rurales así como escenarios y actividades campesinas<sup>12</sup>

Fruto de esta mentalidad dispuesta al asombro, se realizaron deportes como el alpinismo, que promovía reconocer y enfrentar la grandeza de los fenómenos naturales. Los Alpes Suizos se sumaron al conjunto de destinos turísticos predilectos junto con Italia, Francia e Inglaterra. Conforme se transformaban las nuevas formas de pensamiento también se ampliaban los destinos turísticos.

El desarrollo del ferrocarril fue un parteaguas que revolucionó los hábitos de reposo y recreo de las sociedades europeas. Los trenes expandieron noticias, mercados y costumbres. En el contexto de la pretensión de comunicar a todo el mundo, se estableció el tiempo universal de Greenwich, que sirvió para coordinar los itinerarios de las líneas férreas. Los horarios de llegadas y partidas marcaron nuevas referencias de tiempo para quienes hacían uso del ferrocarril, así como para los que vivían en los alrededores de las

---

<sup>12</sup> Tomás Mazón, *op. cit.* p 77

estaciones u obtenían su ingreso en torno a éstas. Asimismo, todos los sectores de la sociedad compartieron el espacio en un medio de transporte común que acortó la duración y la distancia de los recorridos. Además, en su conjunto, el tren trasladaba consigo la expresión máxima de "modernidad" que buscaba el siglo XIX.

Como hemos podido observar, poco a poco se incorporaban más personas a la práctica turística. Pero fue hasta mediados del siglo XIX cuando se conjugaron ciertos elementos que dieron pie a la primera revolución turística, que conllevó al surgimiento de una industria en función de la costumbre de los viajes. El desarrollo de una infraestructura de transportes y hospedaje, la accesibilidad al alimento, la liberación aduanal y la facilidad de conversión monetaria propiciaron los viajes de recreo y los de comerciantes e industriales, que investigaban nuevos campos de inversión. En este sentido, la palabra turista no era propia sólo de los que realizaban viajes de placer. Además, incluía a quienes viajaban temporalmente, y que necesitaban de un relativo confort y de la satisfacción de necesidades de muy diversa índole.

A mitad del siglo XIX, George Pullman inventó los "carros dormitorio", los cuales siguieron las pautas de "confort" de la época. Los turistas encontraron de tal modo la forma de trasladarse con mayor comodidad, puesto que con la compra de un boleto de tren podían recibir el servicio de transporte, de hospedaje y de alimentación. En la época se construyeron, también, buques movidos por hélices que daban rapidez a los viajes. Los vehículos fueron más cómodos y se multiplicaron las vías de comunicación.

A su vez, el telégrafo representó una herramienta esencial para el incremento del turismo. La burguesía que se alejaba de sus centros de trabajo pudo mantener contacto inmediato con sus negocios, intercalando el trabajo con el tiempo de ocio. Se inventaron

los cheques de viajero que permitían al turista asegurar su capital contra asaltos de bandidos. Se construyeron hoteles<sup>13</sup> y restaurantes que respondían a los hábitos burgueses de vida más práctica, higiénica y cómoda.

Con la aparición del ferrocarril en 1841, el inglés Thomas Cook coordinó el primer viaje colectivo, cuyo éxito permitió que se fundara la primer agencia de viajes. Este acontecimiento marcó el nacimiento de una industria que lucraba con la necesidad de viajar. Propagó la idea de que el turista debía estar protegido en todo momento, por lo que contrató guías para que acompañaran al viajero en sus recorridos, sirviéndoles de intérpretes y maestros para apreciar y entablar relación con otros mundos. Cook promocionó viajes a la India y Egipto para quienes viajaban a estas colonias británicas, con el fin de establecer negocios o por necesidades militares. A pesar de que estas excursiones no fueron emprendidas con un objetivo meramente turístico, más tarde la posibilidad de viajar con la coordinación que ofrecía la empresa de Cook fue la base para que en adelante se realizaran excursiones de placer a tierras distantes de los países europeos. En la época se decía al respecto de los trabajos del capitalista inglés que:

Cook ha conseguido que viajar sea más fácil que nunca, que sea todo un placer. Es capaz de vender al más pintado un billete a cualquier rincón del globo, o a varios lugares de una sola vez, aparte de proporcionar el tiempo necesario para disfrutar de todo ello. Se encarga de ofrecer alojamiento en cualquier parte del mundo<sup>14</sup>

Frente a las posibilidades de traslado, hospedaje y alimento, políticos y burgueses europeos se asociaron en una sociedad llamada el *Touring Club de Francia*. El objetivo de ésta era organizar viajes para apreciar la naturaleza, practicar deportes y conocer

---

<sup>13</sup> En 1880 apareció la cadena hotelera Ritz, según Oscar de la Torre Padilla, en: *Turismo fenómeno social*, México, Fondo de Cultura Económica, 1994, p. 13.

<sup>14</sup> Tomás Mazón *op. cit.* p. 85

monumentos históricos y arqueológicos. Su intención era reunir al mayor número de personas para reducir costos y obtener grandes ganancias.

El crédito hizo posible que el turismo captara nuevos sectores sociales en las últimas décadas del siglo XIX. Cuando los sindicatos de trabajadores europeos pelearon por el derecho a las vacaciones, algunos obreros también recibieron un aumento salarial que les permitió disponer de un excedente después de satisfacer sus necesidades básicas, de tal modo que en ocasiones pudieron destinarlo a conseguir créditos que les ofrecían "viajar y pagar después". Con fundamento en el marxismo, se ha considerado que el turismo fue una forma de alejar al trabajador de su realidad social para proveerlo de energía, ya que en los viajes turísticos éste encontraría todas las comodidades que no tenía en su vida cotidiana y al volver a su rutina laboral, su rendimiento sería mayor.<sup>15</sup> El tiempo libre se convirtió en una actividad productiva y un porcentaje del sueldo del obrero recaía nuevamente en manos de la burguesía.<sup>16</sup> Sin embargo, la masificación del turismo fue perceptible hasta la segunda década del siglo XX.

---

<sup>15</sup> Marie Françoise Lanfant, *Internacional tourism identity and change*, California, Edited by John B. Allock, 1995, pp.20 - 27

<sup>16</sup> La burguesía inglesa, alemana y de los países escandinavos, practicante de la religión protestante, reinterpretó el rechazo que hizo Calvino sobre el ocio como el camino hacia la condena eterna. Los burgueses de estos países argumentaron que por cuestiones de salud era necesario viajar ciertas épocas del año hacia climas templados y con el tiempo, la realización de viajes recreativos se consideró como señal de modernidad. Asimismo, los dueños de los medios de producción justificaron viajes turísticos para los trabajadores debido a que este descanso se traducía en productividad. Los obreros trabajaban mejor después de las vacaciones y a la vez participaban en el proceso de industrialización de la actividad turística.

## **1.2 Siglo XX, el turismo entre guerras.**

Las altas esferas de las sociedades europeas y americanas realizaban viajes turísticos desde finales del siglo XIX. No obstante, la irrupción de la Primera Guerra Mundial en 1914 interrumpió esta costumbre hasta que cesó el fuego y se reconquistó la confianza de quienes viajaban. Para los gobiernos europeos, el turismo estadounidense, así como el de los sectores más pudientes de Europa fue un importante analgésico para la dolida economía de posguerra. La infraestructura y la costumbre turísticas decimonónicas permitieron a los europeos aprovechar su cultura y atractivos naturales como una medida para atraer a la sociedad estadounidense. Países como Francia, Italia e Inglaterra ofrecieron una gama de opciones de entretenimiento y de tarifas para los turistas. Durante la década de 1920, estas naciones adquirieron experiencia en la atracción del turismo estadounidense y la especulación con el crecimiento de esta empresa. No obstante, cruzar el Atlántico no era sencillo y el temor a la inestabilidad europea impidió que en esos años se cosecharan los frutos esperados del turismo.

La imagen de Francia como país emblemático de la modernidad, la hizo ser uno de los destinos más atractivos para la inversión del tiempo libre. En 1929, con apoyo del *Touring Club de Francia*, se creó una Oficina Nacional de Turismo. Era una asociación civil integrada por políticos, aristócratas, agrupaciones militares y técnicas, así como por comerciantes y banqueros.<sup>17</sup> Dicho organismo apoyó proyectos orientados al fortalecimiento del servicio turístico, gestionó reformas de leyes y reglamentos para facilitar el ingreso de los turistas y subsidió el desarrollo de la infraestructura hotelera. Asimismo, favoreció y estrechó la relación entre la administración pública y la iniciativa

<sup>17</sup>AGE Legajo -III-192-9, 5-13 de octubre de 1931, "Como se hace Turismo". Cuarta Conferencia Comercial Panamericana, folio. 8193

privada con intereses en los transportes y hoteles, al igual que con comerciantes y sindicatos de los servicios que conformaban la industria turística.

La Oficina Nacional de Turismo estableció un órgano llamado "La Casa de Francia", con la intención de coordinar los servicios que requería el turista, tales como: informes sobre transportes y hoteles y toda la preparación de los viajes. Además, brindaba servicios para la compra de boletos de pasaje, el cuidado del equipaje, el trámite de pasaportes y tarjetas de identidad, al igual que permisos especiales para introducir automóviles.

"La Casa de Francia" estaba compuesta por oficinas de información, compañías ferrocarrileras, de navegación y de omnibuses y aeroplanos. Había representantes del Automóvil Club de Francia, la Unión de Intereses Económicos, la Asociación Nacional de Alcaldes, así como representantes del poder legislativo. Además, la integraron delegados del Crédito Nacional Hotelero, de la Compañía Radio-Francia, de las oficinas de expedición de pasaportes y tarjetas de identificación, de oficinas de telégrafos, estafetas y servicio de mensajería, de oficinas de boletos para diversiones, entre otros. "Todo esto con el objeto de atraer al extranjero a Francia, retenerlo, guiarlo, hacerle su estancia fácil, agradable y cómoda, siempre con la divisa de que el turista contento hace más turismo"<sup>14</sup>

Las tareas de coordinación de esta agencia turística quedaron entonces bajo una participación mixta de los principales representantes del ámbito político y empresarial, quienes pretendían recuperar el poder económico y político perdido durante la crisis de

---

<sup>14</sup> *Idem*. Folio 8195.



posguerra. De este modo, el turismo se convirtió en la primera industria francesa y la mayor fuente de ingresos de esta nación.<sup>19</sup>

Para impulsar la tarea de la Oficina Nacional de Turismo de Francia se establecieron sucursales en Inglaterra, España, Suiza, Australia, Argentina, Brasil y en las principales ciudades de Estados Unidos y Canadá. En todos los puertos franceses y en los barcos se otorgaba información turística sobre alojamiento y precios, así como de los lugares de mayor atracción para los que deseaban alejarse de las ciudades. Se emitió propaganda dirigida a los extranjeros a través de publicaciones literarias y científicas en las que se describía desde distintas perspectivas la vida de Francia. Se publicaron folletos ilustrados que contenían mapas, planos, itinerarios y guías.

La Oficina Nacional de Turismo financió el montaje de exposiciones mundiales<sup>20</sup> y congresos internacionales sobre turismo. La misión de esta institución servía como una vía para recuperar el papel de Francia como centro de encuentro entre naciones. Los Estados Unidos afianzaban su poder económico; pero los europeos no estaban dispuestos a perder su sitio como culturas madres de diversas corrientes de pensamiento y creaciones artísticas del mundo occidental. Aunque el turismo fue un hábito que los nuevos ricos estadounidenses heredaron de la aristocracia europea, las formas de éste, hacia finales de la década de 1920, reflejaron el modo de vida estadounidense y el poder adquisitivo de esa sociedad. De esta forma, el turismo estadounidense sirvió a los europeos para afianzar la importancia de su cultura como madre de la sociedad occidental. De modo paralelo, otros países advirtieron el potencial que tenía fomentar el

---

<sup>19</sup> *Idem* Folio 8192

<sup>20</sup> Mientras que a finales del siglo XIX las Exposiciones Universales apenas fueron aprovechadas para fomentar el turismo, en la segunda década del siglo XX, la ya clara decisión de invertir en la industria turística hizo que fueran las asociaciones del turismo las que financiaran exposiciones convenientes para impulsar el flujo de turistas.

hábito del viaje turísticos,, primordialmente entre los sectores pudientes de la sociedad estadounidense. El turismo no sólo traería consigo beneficios económicos, sino también un acercamiento cordial con el país que se perfilaba como el más poderoso a nivel mundial. Después de la Primera Guerra Mundial, el fomento del turismo era una manifestación más del ideal de integración internacional, propiciado por los adelantos y las costumbres de la modernidad. El empresario estadounidense Henry Ford propuso el turismo como un medio para la pacificación entre los países, ya que de este modo existiría una convivencia internacional que propiciaría el encuentro amistoso entre las personas. Aunque provinieran de naciones que se consideraban enemigas entre sí, el turismo contribuiría al entendimiento entre las naciones.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> En 1967 las Naciones Unidas declararon la importancia del turismo como herramienta para la paz mundial, por lo que fue creada la Organización Mundial del Turismo.

### **1.3 El turismo estadounidense**

A finales del siglo XIX, el crecimiento industrial y económico de los Estados Unidos importó la costumbre del "turismo" como un hábito de la modernidad universal. La clase política y la holgadamente económica imitaron modas europeas y fueron demandantes de una infraestructura turística, tanto en el interior del país como en los mercados de turismo europeos y de América Latina.

La economía estadounidense experimentó un proceso de crecimiento que se aceleró durante los años de la Primera Guerra Mundial. Cuando los países europeos agotaron sus recursos, Estados Unidos fue el encargado de surtir de productos básicos y bélicos a los países aliados. Esto provocó que Inglaterra, perdiera su sitio como primera potencia financiera a nivel mundial y fuera sustituida por Estados Unidos. Durante estos años, la nación norteamericana pudo acumular grandes cantidades de capital, así como de experiencia en la optimización de mecanismos y medios de comunicación y transportación, como el envío de armamentos, tropas de apoyo y viveres a Europa. En este contexto, el presidente estadounidense Woodrow Wilson cuidó los movimientos de las fuerzas económicas, a fin de tener un mayor control sobre las dinámicas de mercado para poder satisfacer la demanda estadounidense y europea.

En 1921, Warren Harding ganó las elecciones presidenciales en Estados Unidos. Éste pretendió que la sociedad gozara del capital y planteó desarrollar al país sobre un "capitalismo benévolo,"<sup>22</sup> en el que la iniciativa privada recuperaría las fuerzas de la economía nacional, bajo la supervisión estatal. Al igual que en el siglo XIX, se volvieron a fomentar las Asociaciones de Comercio Exterior para descubrir -oportunidades en otros

---

<sup>22</sup> Samuel Eliot, Henry Steele y William E. Leuchtenburg, *Breve Historia de los Estados Unidos*, trad. Odón Durán, Fondo de Cultura Económica, 3ª ed. México, p. 658

países-, principalmente en naciones latinoamericanas y para proteger los intereses de los estadounidenses en otras partes del mundo.

Durante la década de los 20, Estados Unidos se anunciaba frente al mundo como "el país de la libertad y las oportunidades". Esto aumentó las corrientes de inmigrantes que se integraron al cauce del capitalismo nacional y, a su vez, contribuyeron con ideas vanguardistas en el arte, las humanidades y la ciencia, con lo cual el pueblo estadounidense acumulaba también riqueza cultural.

Crecieron nuevas industrias que sustituyeron o modernizaron a las "viejas", tales como la automotriz, la de construcción, servicios y la de la publicidad, apoyada por las industrias radiofónica y cinematográfica. Al coordinarse todas las anteriores, dieron cabida a empresas modernas como lo fue la turística. El auge del bienestar económico amplió los mercados y transformó el ritmo de la vida cotidiana. La sociedad estadounidense de los años veinte se regía por la capacidad de consumo; los medios de comunicación difundían las modas de un nuevo estilo de vida, que hacía indispensable la posesión de los inventos tecnológicos domésticos tales como licuadoras, refrigeradores y el automóvil. De este modo la industrialización afectó la concepción del tiempo libre, se redujeron las horas laborales y la gente dispuso de más tiempo para satisfacer cuestiones personales.

En 1920, el 50% de las ganancias de los estadounidenses se destinaba a la satisfacción de las necesidades básicas y el otro 50 al consumo de productos suntuarios y a las actividades recreativas. Los trabajadores y la clase media salieron a la calle en busca del esparcimiento que antes sólo era costumbre de los grupos que disponían de riqueza. El gobierno destinó espacios abiertos para que los obreros practicaran deporte. Se

estimuló que aquellos que poseyeran un automóvil y quisieran alejarse de las ciudades durante las vacaciones, encontraran zonas de descanso. Se trazaron carreteras y se asfaltaron caminos a lo largo de los cuales se abrieron gasolineras, moteles y restaurantes, los que a su vez generaron empleos y nuevos mercados de consumo.

La radio y, especialmente, el cinematógrafo se convirtieron en medios masivos de comunicación aliados de la publicidad, la que se constituyó en esos años como una industria. La publicidad jugaba con formas, colores y sonidos, a fin de provocar el deseo de consumo que podía variar desde una "cafi aspirina Bayer" hasta un viaje de recreo.

Diversos factores modernos convergieron para hacer del turismo un hábito común y una empresa. Ésta se desarrolló a partir de la coordinación de otras industrias, tales como medios de transporte, hospedaje, alimentación y recreación. Aquellos que destinaron su tiempo libre al turismo como una forma de diversión, lejos de las máquinas, encontraron ofertas de viajes nacionales e internacionales. Europa siguió siendo la meca del turismo. Viajar al "viejo continente" representaba un símbolo de status, así como la posibilidad de aprender y apreciar la historia y las vanguardias de la civilización occidental.

La importancia que se le dio al conocimiento de la cultura de otros países se reflejó en el impulso y popularización de los museos. Durante los siglos XVIII y XIX, estos espacios habían sido útiles para reforzar el poder de los Estados europeos. Los museos albergaban, entre otras cosas, artículos provenientes de sus colonias, sumándose a la colección de piezas y obras artísticas y arqueológicas que se incorporaron a la canónica lectura de un pasado histórico glorioso. En los albores del siglo XX, los estadounidenses adoptaron los museos para montar expresiones artísticas de otros lugares, de tal modo que

quienes no podían pagar un viaje trasatlántico tenían la opción de recorrer una exposición compuesta por representaciones culturales de diversos sitios del orbe. En este sentido el concepto de museo intentaba simular una integración universal y servía para reforzar el perfil cosmopolita de las ciudades estadounidenses.

En la dinámica de la especulación financiera de los veinte, se invirtieron grandes capitales en la industria turística. Como ejemplo de ello la península de la Florida se convirtió en la principal zona turística de Estados Unidos. Ahí, se especuló con la plusvalía de los terrenos y se construyeron grandes hoteles en las playas de Miami; estos sitios fueron muestra del ideal del modelo capitalista, en el que todos participaban en el proceso de generación y acumulación de capital. En este contexto, la infraestructura turística vendía las esperanzas y las ambiciones de consumo. Quienes viajaban a Florida podían gozar temporalmente de ese mundo moderno al que aspiraban: edificios de concreto que tenían habitaciones con luz eléctrica y baños particulares; servicios que ofrecían la higiene y comodidades de la época. Para la sociedad de consumo de los años veinte y treinta, el turismo era un medio para llevar a cabo los deseos de poder adquisitivo.

De igual forma, los viajes por el oeste del país también se volvieron una costumbre para quienes viajaban con un interés antropológico. La construcción del "Ferrocarril Santa Fe" en 1900, cuyo logotipo fue la imagen de un apache, irrumpió en la vida de los pueblos indios y organizó viajes turísticos para visitar las aldeas. Las artesanías de los apaches encontraron un mercado de consumo entre los turistas, quienes compraban objetos directamente en las aldeas o en las tiendas establecidas dentro de los hoteles y las estaciones de tren.

Al tomar un barco o un ferrocarril, el que viajaba se aislaba por un tiempo limitado de su rutina cotidiana de trabajo y participaba en una suerte de rodaje de película en la que la escenografía eran las comodidades propias de un nivel de vida alto.

Pero en 1929, la economía estadounidense se enfrentó a la mayor crisis que hasta entonces había vivido el capitalismo. Hubo una sobreproducción de mercancías que no correspondía a su demanda, creando así excedentes que implicaron cuantiosas pérdidas industriales. La bolsa de valores había sido una fuente para el desarrollo nacional hasta que se convirtió en un fin en sí mismo. Ésta atrajo a los mercados e individuos extranjeros a especular con la compra y venta de acciones de las grandes empresas, alcanzando un grado en el que los inversionistas mantenían todo su capital en la bolsa sin destinarlo a actividades productivas. La falta de control sobre los movimientos bursátiles provocó el derrumbe de la casa de bolsa de Nueva York en octubre de 1929, generando con ello una gran depresión que alcanzó a las economías de todas las naciones.

La sociedad estadounidense sufrió los estragos de la crisis en todos los aspectos de la vida cotidiana. Los salarios se redujeron casi a la mitad. Muchos trabajadores quedaron desempleados y aquellos que vivían de créditos se vieron forzados a pagar sus deudas con hipotecas y con la venta de sus bienes (automóviles o residencias). Creció el número de familias que tuvieron que mudarse a departamentos, donde los gastos eran menores que en una casa sola. Algunos prefirieron aventurarse a probar fortuna en el ámbito rural o en países como Canadá.

La posibilidad de pagar viajes turísticos al extranjero se redujo casi por completo. Aunque los grandes millonarios siguieron pagando viajes temporales a Europa, otros,

desilusionados del modelo económico, buscaron espacios nuevos donde pudieran alejarse temporal o definitivamente de las metrópolis.

El tiempo libre fue entonces un espacio de evasión de la realidad. En estas circunstancias, los cines estaban siempre llenos, debido a que la pantalla podía proyectar las imágenes de los sueños del mundo ideal. Igualmente, fue mayor la práctica de los deportes en las calles y, aumentó el consumo clandestino del alcohol.<sup>23</sup> También creció la adhesión de estadounidenses de la clase media a distintas iglesias variantes del protestantismo, que ofrecían espacios catárticos y un refugio para evadir la cruda realidad.

Europa había sido siempre el lugar privilegiado del turismo internacional, pero el transporte terrestre funcionaba mejor que el marítimo en términos de tiempo y facilidad de desplazamiento. Por esta razón, las clases altas viajaron a Canadá, donde encontraron bellos paisajes naturales y la estabilidad económica y política que les proporcionaba seguridad en sus recorridos. A pesar de la vecindad de México con Estados Unidos, nuestra nación no era el primer centro de atracción para la costumbre turística, debido al temor ante el todavía fervoroso clima revolucionario. Pero una vez pacífico el país, la propia Revolución, la primera del siglo XX, se convirtió en un atractivo.

<sup>23</sup> A partir de la segunda mitad del siglo XIX se gestaron diversas manifestaciones (muchas de ellas de mujeres en contra del consumo de bebidas alcohólicas, cuyo consumo se señaló como causante de disturbios públicos y privados. Asimismo, el alcohol fue sujeto a impuestos que provocaron que en algunas destilerías rurales adulteraran bebidas como el Whiskey, para venderlas ilegalmente más baratas. Así también, el transporte de bebidas fue blanco de bandidos que participaron en la venta clandestina a precios más baratos que en el mercado.

En 1880 se formó el Partido Prohibicionista, al que apoyaron, sobre todo, las amas de casa. Sin embargo, no tuvo un sustento lo suficientemente sólido para hacer de la prohibición del alcohol una reforma nacional hasta la segunda década del siglo XX. A principios del siglo pasado, algunos estados ya habían cesado la venta de alcohol y otros estaban por hacerlo. El protestantismo ganó espacios entre las clases medias convencéndolas de la necesidad de controlar la transformación de valores morales que provocaba la nueva forma de vida urbana. Los pastores promovieron también la necesidad de prohibir los vicios teniendo gran influencia en las Asociaciones de Mujeres Cristianas. En 1919 la ley prohibicionista obtuvo suficientes votos para ser aprobada por el Congreso y al ser impuesta se detono la búsqueda de centros de evasión.



Quienes cruzaban la frontera sur, con frecuencia lo hacían para emprender viajes relámpago a ciudades mexicanas como Tijuana y Tampico, donde era factible conseguir bebidas alcohólicas en cantinas, casinos, tiendas y centros nocturnos. Así también, deportes como la caza y la pesca fueron comunes en el norte de México. Sin embargo, en comparación con quienes viajaban a Europa y Canadá, eran muy pocos los que se "aventuraban" a realizar viajes turísticos a nuestro país. A pesar de que, durante la crisis generada en 1929, algunos siguieron contando con el sustento económico para realizar viajes de lujo, varios de los que destinaron su tiempo libre al turismo, se conformaron con campamentos y moteles. Sólo algunos se interesaron por el "exotismo" de paisajes como los mexicanos.

Los motivos por los que viajaban los turistas estadounidenses eran diversos: gozar temporalmente del ideal de la vida que proponía el patrón capitalista, buscar centros de evasión, conocer mundos con culturas y naturaleza "exóticas" ante los ojos sajones, así como encontrar nuevas opciones de inversión. Cualquiera que fuera el móvil del viaje, el turista exigía los adelantos de la modernidad reflejados en la coordinación de mejores condiciones salubres, eficiencia y confort en los transportes, en los hoteles, y seguridad en los medios de comunicación. El hábito turístico conjugaba el significado de modernización (como se entendía en el mundo occidental) con los proyectos de integración internacional, los avances científicos y tecnológicos, y un modo de vida donde el poder adquisitivo era la medida de lo valioso.

Conforme avanzó el siglo XX las formas del turismo se transformaron, pero en esencia los motivos de estos viajes fueron los mismos: un aislamiento temporal de la rutina diaria como símbolo de un mejoramiento de la calidad de vida. Durante la

Segunda Guerra Mundial disminuyeron las corrientes turísticas, sin embargo, tras la finalización de ésta el turismo se solidificó y creció con gran fuerza como sector industrial que pretendía incluir a diversos sectores de la sociedad. Así, los distintos países del mundo fueron teniendo mayor familiaridad con los movimientos turísticos y encontraron en este fenómeno, tanto fructíferas fuentes de capital como un medio de comunicación internacional acorde con un proceso de globalización que ocasionó cambios culturales y estructurales a veces poco favorables para algunos grupos sociales.

En la actualidad, la industria turística es una de las más productivas nacional e internacionalmente. La conforman desde potentes cadenas transnacionales hasta pequeños negocios familiares. La apertura de fronteras, los adelantos tecnológicos de los transportes y los medios de comunicación son algunos de los factores que hacen del turismo un fenómeno global con manifestaciones distintas. Hay diversas formas de expresar el hábito turístico: ecoturismo, turismo rural, turismo cultural, entre otros. Para cualquiera de estas prácticas turísticas es necesario que existan medios de transporte. Hay turistas que buscan la aventura y que suelen tener modernos equipos para acampar<sup>24</sup> o comunicarse, si es necesario, con el sitio "urbano" que se encuentre más cercano. El viaje turístico aventurero requiere de un conocimiento previo del sitio a visitar y para llevarlo a cabo satisfactoriamente es necesaria una cierta coordinación de servicios de transporte, hospedaje y alimentación.

---

<sup>24</sup> La costumbre de los campamentos fue una práctica común entre la juventud alemana de finales del siglo XIX. El vagar se convirtió en un símbolo de protesta frente al convencionalismo del mundo burgués de los adultos característico de la sociedad de finales del siglo XIX. Los estudiantes viajaron a espacios al aire libre donde entablaban contacto con otros jóvenes. "En lugar del concierto en el balneario y el paseo, anhelaban la canción popular y el romanticismo de la fogata del campamento [...] En el año de 1918, una vez finalizada la Primera Guerra Mundial, se permitió la entrada a los albergues a todos los jóvenes. El número de albergues se multiplicó, registrándose en el año 1928 un total de 3,784,000 pernотaciones." Tomás Mazon, *op. cit.* p. 86

Tras los ataques terroristas del 11 de septiembre del 2001, la industria turística ha sufrido fuertes daños. Durante la Primera y Segunda Guerra Mundial, se redujeron los viajes a Europa, y durante la Revolución mexicana nuestro país era temido por los viajeros. Hoy en día, quienes planean sus vacaciones evitan viajar a los Estados Unidos, al Medio Oriente y a los alrededores de Afganistán. La industria del turismo resiente los efectos de la guerra, de la enemistad histórica o actual entre los gobiernos y de las distintas apreciaciones culturales sobre el mundo y los hombres. Después de haber señalado a terroristas islámicos como los culpables de los atentados a las Torres Gemelas, los turistas dudan en desplazarse a naciones donde predomina el Islam. Asimismo, los rasgos físicos determinan la rigidez del trato recibido para los trámites de migración.

La vecindad de México con los Estados Unidos determinó que nuestro país se haya convertido en centro turístico internacional.

## II

## DEL PABELLÓN DE LAS FERIAS UNIVERSALES A LA MAGNA EXPOSICIÓN DEL TURISMO

### *2.1 El montaje de un México moderno.*

El siglo XIX fue prolífico en adelantos científicos y tecnológicos que aceleraron el ritmo de la industria, del comercio y de la vida cotidiana, modificando con ello el compás de la "modernidad". El progreso era la medida de lo moderno, y la certeza de su curso para el aprovechamiento de los avances de la ciencia y la tecnología, el desarrollo industrial, la expansión del comercio, así como la adaptación de corrientes de pensamiento que cambiaron las formas de concebir al mundo y al hombre.

A mediados del siglo XIX, ciudades emblemáticas de la modernidad como París, Londres y Chicago fueron importantes centros financieros y culturales donde se enfrentaron simbióticamente los grandes adelantos científicos con la marginalidad de algunos sectores. Estos últimos, con prácticas que se leían como modernas, se expresaban en contra de la desigualdad y el caos que traía consigo el modelo del progreso.

Las urbes cosmopolitas fueron sede de la celebración de las "Exposiciones Universales" donde se manifestaron las versiones que cada nación participante tenía sobre la "modernidad universal".

Estos acontecimientos mostraron la idea de una verdad positiva, universal y homogénea; la idea de una libertad supuestamente alcanzada, y las contradicciones inherentes a esta

idea; el intento de poner fin a la historia al recapitular el pasado y controlar el futuro, es decir, considerar el presente como la mejor de todas las épocas posibles, un presente que ya ha revelado el curso esencial del futuro; y el credo del nacionalismo como parte intrínseca tanto del cosmopolitanismo internacional como del imperialismo económico.<sup>25</sup>

Las exposiciones que se celebraron en París en 1889 y 1900, así como la de Chicago de 1893, fueron para México las más significativas del ocaso del siglo XIX. La estabilidad política lograda por el régimen porfiriano (1876-1911) en las dos últimas décadas decimonónicas permitió que la economía nacional viviera un periodo de crecimiento<sup>26</sup> que favoreció el financiamiento de pabellones que representarían al país en los mencionados acontecimientos mundiales. Estos espacios sirvieron al gobierno de Porfirio Díaz tanto como un medio para señalar los avances materiales que se lograban con el progreso, como para atraer inversiones europeas que contrarrestaran la hegemonía de los capitalistas estadounidenses.

Tras casi un siglo de vaivenes sociales y políticos, la nación tenía la reputación de ser una región inestable, pobre e insalubre. El grupo allegado al poder durante el régimen porfiriano consideró que lo anterior inhibía el crecimiento, por lo cual intentó modificar la imagen de un México inhóspito y salvaje. Con tal motivo, el gobierno ordenó la edición de un sinnúmero de libros<sup>27</sup> para llevar a las exposiciones. Éstos explicaban los

<sup>25</sup> Mauricio Tenorio, *Artífice de la Nación Moderna, México en las exposiciones universales 1880-1930*, México Fondo de Cultura Económica, 1996 p. 14.

<sup>26</sup> Durante el régimen porfiriano, el sector exportador había sido el eje del crecimiento económico del país. La paz social y la estabilidad política de esta época permitieron el mejoramiento de la economía después de un largo periodo de estancamiento. El modelo económico porfiriano buscó asimilar el modelo de los patrones del capitalismo, por lo que fomentó el comercio y el libre intercambio. La posibilidad de adquirir esta dinámica de Mercado, se debió a dos factores fundamentales. El primero fue la abolición de alcabalas, que permitía el libre comercio nacional. El segundo, y tal vez el de mayor impacto en las transformaciones económicas del siglo XIX mexicano, fue el desarrollo de los ferrocarriles. Estos agilizaban la comunicación e incentivaron el comercio y la industria nacionales.

<sup>27</sup> Entre dichas publicaciones encontramos el libro de García Cubas titulado *Cuadro geográfico y descriptivo e histórico de los Estados Unidos Mexicanos*, 1884, donde se afirmaba que México ofrecía a los colonos concesiones de tierras que podían comprarse a "muy bajo precio". A los inmigrantes se les eximia de

logros económicos de la administración en turno y las ventajas que se ofrecía a los inmigrantes de origen europeo, ya que en la inmigración se depositó la esperanza de hacer productivas las tierras e impulsar la modernización del país. Por tanto, se pretendió contrarrestar la mala fama y reiterar que México ofrecía extensas tierras, mano de obra barata y abundantes recursos naturales.

El régimen porfiriano fue invitado a montar un pabellón de México en la Exposición Universal que se celebró en la ciudad de París en 1889. Miembros de la elite mexicana, integrada por políticos, empresarios y el nombrado grupo de los "científicos"<sup>28</sup>, formaron los equipos que se encargaron de diseñar la imagen de nación que se deseaba reflejar.

Los países más industrializados observaron como exóticos<sup>29</sup> a los que aún conservaban un entorno rural, donde se preservaban las tradiciones ancestrales.

"servicio militar" y del "pago de impuestos durante diez años" citado por ( Mauricio Tenorio, *op. cit.* p.62)

<sup>28</sup>A partir de 1890 se consolidó un grupo de jóvenes cultos liberales, quienes consideraron al positivismo comtiano como modelo fundamental para emprender el desarrollo nacional. Romero Rubio, quien fuera más tarde el suegro del Presidente Díaz, fue el maestro de estos jóvenes a quienes se les denominó más tarde "los científicos". Encabezados por José Ives Limantour, "los científicos" eran Justo Sierra, Francisco Bulnes, Manuel Flores, Joaquín Casasus, Ramón Corral, Pablo y Miguel Macedo, y Enrique Creel; un círculo de funcionarios públicos que rodearon a Porfirio Díaz durante las últimas dos décadas de su mandato. Consideraban que el país necesitaba de un poder central que coordinara el orden y el funcionamiento de todos los órganos que lo componían. Además valorizaron el método científico de Comte que consistía en la observación y experimentación científica, y la ciencia en general como la medida confiable para abordar cualquier asunto. "Los científicos" trabajaron para diseñar las vías para que el país caminara hacia el progreso, concebido en términos positivistas como la última etapa de un proceso natural del hombre. Asimismo, fueron quienes impulsaron el desarrollo industrial y económico del país a raíz de la atracción de capital extranjero. A pesar de que interpretaron el positivismo como una opción para guiar y explicar los procesos de desarrollo nacional, se han despertado diversos debates sobre cuán científicista fue su manera de actuar. Al hacer una revisión historiográfica sobre el positivismo y la presencia de "los científicos" en la esfera de poder del México de finales del siglo XIX es ineludible acercarse al texto del historiador Leopoldo Zea *El positivismo en México, nacimiento, apogeo y declive*, México, FCE, 1968. De igual forma, por su importancia como pioneros en este tema de la historiografía contemporánea de México, es importante remitirse al texto de Abelardo Villegas titulado *Positivismo y Porfirismo, México, SEP-Seremias, 1972*.

<sup>29</sup> En el siglo XIX, lo exótico era lo que venía de un país lejano, lo que no era nativo, lo extraño o lo extranjero. Webster's Unabridged, New Edition, biographical dictionary, Reino Unido, 1892 p.480. En la actualidad, la Real Academia de la Lengua define como exótico extranjero peregrino, especialmente si

Asimismo, las dicotomías de barbarie-civilización, exotismo-cosmopolitismo y tradición-modernidad<sup>30</sup>, intentaban explicar el alejamiento del hombre industrial de sus raíces. Estas fueron las razones por las que Francia consideró que la arquitectura del pabellón mexicano debía ser representante del "exotismo" de nuestro país. Por tal motivo, el gobierno porfiriano convocó a un concurso para que se presentaran los proyectos de la estructura que se montaría en París, y se eligió el diseño de un palacio azteca. Se consideró que éste representaba la "conciliación" del México moderno con el tradicional. A pesar de que los franceses solicitaron la presencia de México por sus características "exóticas", la participación en este acontecimiento significaba la inclusión de nuestro país en el nuevo concierto de naciones. De tal modo que el carácter contrastante de la nación mexicana se concibió como un instrumento para atraer a los inversionistas e inmigrantes a que colaboraran para impulsar el "progreso".

La época porfiriana se caracterizó por la imitación de cánones franceses; con esto se pretendía romper con todos los lazos de lo novohispano a fin de hacer surgir una moderna república independiente. No obstante, se destacó la importancia del pasado prehispánico como un medio para justificar lo glorioso de la historia. Así, la construcción de una estructura de apariencia mexicana coincidía con la intención de la historiografía mexicana de finales del siglo XIX de reiterar que el país tenía un gran potencial para desarrollarse sobre la base de una articulación del mítico pasado prehispánico y los modernos preceptos civilizados.

La reproducción miniatura del palacio azteca se realizó con técnicas modernas de construcción, que correspondían a un lenguaje homogéneo dentro de la Exposición de

---

procede del país lejano Diccionario de la Lengua Española, Real Academia Española, 21a edición, Madrid, 1992, p. 659.

<sup>30</sup> Mauricio Tenorio, *op. cit.*, p. 172.

1889, donde predominaron las palabras moderno, progresista, nacional, etc.<sup>31</sup> Se enviaron litografías, grabados, mapas, lienzos pictóricos, fotografías, ediciones literarias y maquinaria industrial, que representaran la percepción que sobre el progreso tenían las élites políticas e intelectuales del porfirismo. De esta forma, la fachada de un pasado histórico prestigioso, albergaba un presente a tono con los adelantos técnico-científicos que, con mira hacia el futuro, incluía también una diversidad de atractivos naturales y culturales.

Los anales de los viajeros que vinieron a México durante el siglo XIX se rescataron para ser expuestos dentro del pabellón mexicano. Éstos aportaban importantes datos e imágenes, sobre los climas diversos, la vegetación, la composición étnica y los sitios arqueológicos como Xochicalco<sup>32</sup>. Hoy en día, arqueólogos, historiadores, geógrafos y antropólogos se remiten a ediciones que se utilizaron para ser expuestas en las exposiciones decimonónicas, tales como *México pintoresco artístico y monumental*, de Rivera Cambas<sup>33</sup>; *Atlas de las antigüedades mexicanas halladas en el curso de tres viajes de la Real expedición de las antigüedades de la Nueva España* de Guillermo Dupaix;<sup>34</sup> *Vues des cordilleres, et monuments des peuples indigenes de l'Amérique* de Alexander von Humboldt. Estas eran las referencias obligadas de los hombres que tenían interés de invertir en México. La mirada europea sobre el México tradicional ayudó a llamar la atención del capital foráneo, para explotar las riquezas naturales del país. Las crónicas de viajeros describían minuciosamente los aspectos antropológicos,

<sup>31</sup> *Ibidem* p. 249

<sup>32</sup> Sobre Xochicalco se escribió desde el siglo XVIII, en el libro de Joseph Antonio Alzate y Ramírez *Descripción de las antigüedades de Xochicalco, descubiertas a los señores de la actual expedición marítima*, España, 1791, tomo 2 núms 31 y 32.

<sup>33</sup> Rivera Cambas, *México pintoresco artístico y monumental*, México 1880

<sup>34</sup> Dupaix, Guillermo, *Atlas de las antigüedades mexicanas, halladas en el curso de tres viajes de la Real Expedición de Antigüedades de la Nueva España*, México, 1833



arqueológicos y naturales del territorio. A pesar de haber sido escritas como trabajos científicos, podemos reconocer en ellas el estilo propio de las guías para quienes, más tarde, viajarían a nuestro país con fines de recreo.

En la ciudad de Chicago se celebró una Exposición Universal en 1893, cuya temática fue la etnología como el punto de partida para debatir sobre la evolución del hombre que argumentaban las teorías de Darwin y Spencer. En el pabellón mexicano, cuya fachada fue un edificio neoclásico, se imprimió la interpretación que "los científicos" habían hecho sobre las teorías evolucionistas. Éstos destacaron una supuesta superioridad de la raza indígena como forma de justificar las capacidades humanas de México como para proyectarse como nación moderna. Por esta razón, el equipo mexicano decidió invitar a una pareja de indios tarahumaras vestidos a la usanza tradicional. Con ello se pretendía evidenciar la fortaleza física de los indígenas y asimilarlos como parte fundamental para el desarrollo.

La ciudad de París fue sede de la primera Exposición Universal en los albores del siglo XX, en 1900. La temática de ésta fue el avance tecnológico y científico que se asociaban con los inicios de una nueva centuria. Además, se incorporó la promoción del "turismo" como una práctica que desde mediados del siglo XIX se volvió común entre las sociedades industriales.

A pesar de tener grandes atractivos naturales entonces, México, no contaba con la infraestructura de "higiene" y "confort" que el turismo exigía. Las embarcaciones eran el único medio de transporte trasatlántico, lo que hacía a nuestro país poco accesible para los turistas europeos. A pesar de la deficiente infraestructura turística, algunas líneas férreas estadounidenses en nuestro país emitieron guías turísticas y organizaron tours

para cruzar la frontera hacia territorio mexicano. Los folletos de las compañías privadas correspondieran a las imágenes que los equipos porfirianos mostraban en las exposiciones universales. Las publicaciones presentaban a un México campesino e indígena; una tierra de volcanes, pirámides prehispánicas y majestuosos palacios coloniales. Como complemento de dicha propaganda se les decía a los turistas que desde las ventanas de sus elegantes coches salón, no sólo verían las maravillas naturales e históricas de México, sino que también descubrirían una tierra lista para la inversión norteamericana e incluso para su colonización. "En México todavía se pueden obtener buenas cosas. En otros países más desarrollados las cosas buenas ya están en manos de gente que intenta mantenerlas".<sup>35</sup> Aunque el objetivo era el beneficio de las propias empresas ferroviarias, México también obtenía ganancias. A pesar de mostrar solamente un perfil tradicional, que incluso reivindicaba la época colonial en términos culturales, estos primeros esfuerzos por alentar el turismo en México lograron atraer capital foráneo.

En 1890 se editó un libro titulado *Au Mexique; Études, notes et renseignements utiles au capitalistes, à l'immigrat, et au touriste*<sup>36</sup>. La palabra turismo no era parte del discurso oficial, ya que no existían los medios necesarios para viajes de recreo, sin embargo, la costumbre turística era común entre la clase alta porfiriana, que al igual que la estadounidense, también copiaba este cánón como señal de pertenencia a los sectores pudientes de la sociedad moderna occidental.

En este sentido, el término "turista" se utilizó para el extranjero que recorría distintas partes del territorio mexicano para hacer tratos comerciales o iniciar alguna

<sup>35</sup> *Facts and figures about México and Her Great Railway system* (México: Mexican Central Railway Company, 1906), p. 95 citado por James Oles, *South of the border, México in the American Imagination, 1914-1947*, Smithsonian Institution press, Washington, 1993 p. 51

<sup>36</sup> Gustave Gotowski, *Au Mexique; Études, notes et renseignements utiles au capitalistes, à l'immigrat, et au touriste*, Paris, 1890. Citado por Mauricio Tenorio Arce, p. 202.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

industria. De este modo, a diferencia de los países que utilizaban sus paisajes naturales para fomentar el turismo como un fin en sí mismo, el régimen porfiriano los utilizó como un medio publicitario que captara inversiones extranjeras.

Los materiales que se usaron para proyectar el perfil de México en las exposiciones citadas, se hicieron, la mayoría de las veces, sobre la base de trabajos de extranjeros, o de interpretaciones que la élite adoptaba a partir de las miradas y teorías que hacían "los otros" acerca de nuestro país, siempre y cuando éstas fueran convenientes para el proyecto porfiriano de nación.

## ***2.2 El turismo como escaparate de un México en armonía.***

Al estallar la Primera Guerra Mundial en 1914, Estados Unidos tomó el papel que tuvieron las naciones europeas como anfitrionas de las Exposiciones decimonónicas. En 1913, el presidente estadounidense Woodrow Wilson avaló la celebración de una Feria Internacional<sup>37</sup> en San Francisco que sería inaugurada en 1915, bajo el nombre de "Panama-Pacific". El objetivo era contrarrestar fricciones generadas con los países latinoamericanos, y se pensaba como un punto neutral de encuentro entre las naciones europeas, que durante la exposición estaban involucradas en el conflicto armado internacional.

A pesar de la tambaleante relación entre México y Estados Unidos, el Presidente Francisco I. Madero (1911-1913), recibió la invitación a participar en la Feria de San Francisco. El gobierno organizó, tal como lo hacía Porfirio Díaz, un equipo de trabajo para elaborar el pabellón mexicano. Pero, su asesinato, en 1913, y la usurpación del poder por Victoriano Huerta fueron causa de la abrupta interrupción que sufrieron los preparativos para la Feria. A pesar de que Estados Unidos no excluyó a México de la Feria, en abril de 1914 se llevó a cabo la intervención armada estadounidense en Veracruz y meses después cayó el gobierno huertista, colocando al país en uno de los momentos más críticos del proceso armado de la Revolución. La economía nacional, por tanto, no tenía recursos para participar en la Feria "Panama -Pacific". Sin embargo,

si el mundo hubiera sido derruido y el único mundo y el único México que hubieran podido ser reconstruidos hubieran surgido de las ruinas de la Feria y de los documentos

---

<sup>37</sup> El término Feria Internacional es sinónimo de Exposición Universal. En este capítulo utilizo "Feria", a fin de hacer una distinción con el carácter que tuvieron estos acontecimientos a partir de la Primera Guerra Mundial, cuyas características se exponen más adelante. Asimismo, el uso de "Internacional" sirve para destacar que un motivo importante de la Feria de San Francisco fue ayudar a una integración regional norteamericana, a pesar de que incluyó también a naciones europeas.

de la fallida participación de México, lo que habría quedado sería una imagen idealizada de orden y progreso, un mundo al que pertenecía toda la feria, el mismo era el terruño del siglo XIX<sup>38</sup>.

Para las naciones participantes el espacio que propició la Feria de 1915 sirvió para ratificar su amistad con los Estados Unidos, cuyo expansionismo y poder hegemónico era inminente.

Durante la Revolución, permaneció en México una extensa colonia de capitalistas y latifundistas de origen estadounidense, quienes en el año de 1919, conformaron una *Asociación Nacional para la Protección de los Derechos Americanos en México*<sup>39</sup>. La mayoría de sus miembros eran petroleros, cuyos intereses se vieron fuertemente amenazados frente al cumplimiento del artículo 27 de la Constitución promulgada en 1917. En dicho artículo, se estableció que los terrenos petroleros pasarían a ser propiedad del gobierno y a cambio sus dueños recibirían concesiones limitadas a 50 años, después de los cuales, las tierras debían ser devueltas al Estado a fin de que éste las explotara para beneficio de la nación.

Esta Asociación emprendió campañas propagandísticas en contra de nuestro país. Estos trabajos presionaban a la Casa Blanca para no reconocer la legitimidad del gobierno obregonista, el cual ratificaba que no haría retroactivas las leyes constitucionales en las que se concentraron las demandas revolucionarias sobre las que se irguió la construcción del Nuevo Estado Mexicano. A este último le correspondió mantener un equilibrio entre las fuerzas sociales, políticas y económicas con el fin de permitir el desarrollo nacional y privilegiar el interés colectivo frente al privado y el nacional frente al extranjero.

<sup>38</sup> Mauricio Tenorio, *op. cit.*, 1996 p 264

<sup>39</sup> Martha Strauss Newman, *El reconocimiento de Álvaro Obregón: presión americana y propaganda mexicana, 1921-1923*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1983, p. 32

El presidente constitucional del Nuevo Estado mexicano, General Álvaro Obregón (1920-1924), se enfrentó con un país que necesitaba, de manera urgente, afianzar la legitimidad del gobierno y recapitalizar su devastada economía. México carecía del crédito diplomático y financiero de los estadounidenses cuya importancia era imprescindible para poder rehabilitar a la nación. La obtención de ambos se sumaba a la necesidad de contrarrestar las campañas que habían creado la imagen de un México "sanguinario" y "rebelde" que rechazaba la presencia de inversión extranjera. A fin de llevar a cabo la tarea de borrar esta imagen de "barbarie" fue necesario conciliar intereses con el mundo empresarial mexicano, compuesto, en su mayor parte, por hombres de origen extranjero, a quienes se les brindaría apoyo siempre y cuando trabajaran por el bien nacional.<sup>40</sup> Durante su campaña presidencial, Obregón desarrolló un programa que exigía, por un lado, la inviolabilidad de la soberanía nacional y, por el otro, el reconocimiento de los derechos que los extranjeros habían obtenido de forma legítima, ofreciendo toda clase de facilidades a las inversiones extranjeras, bajo la advertencia de que conciliaran sus intereses con los de los trabajadores y el erario. En un discurso que pronunció en Dallas, como presidente electo en 1920, dijo que el gobierno mexicano ofrecía reconocer todos los compromisos que hubiera contraído y, eventualmente,

---

<sup>40</sup> "La empresa privada es considerada como el espacio fundamental de creación capitalista y realización del proceso productivo, comerciantes, industriales y banqueros se reconocen no sólo como capitalistas, sino ante todo como empresarios" [...] "El empresario puede ser definido como un individuo o un grupo de individuos asociados dedicado a una actividad que incluye una secuencia integrada de decisión cuyo propósito es el de iniciar, mantener o engrandecer un negocio orientado hacia la obtención de ganancias, a través de la producción o distribución de bienes o servicios y cuyo éxito se mide en dinero o en otras ventajas, actividad que se realiza en interacción con la situación interna del propio negocio y con las circunstancias económicas, políticas y sociales de un periodo. Cuando la vocación empresarial se orienta hacia la defensa de intereses colectivos, los empresarios adquieren importancia como categoría eminentemente política. Además de ser dueños del capital, los empresarios comprenden a otros grupos que participan de las opiniones intereses y problemas de la clase propietaria, los cuales proclaman y defienden en múltiples tribunas y campos de batalla política." Cristina Puga, *México, empresarios y poder*, México, UNAM, Colección. Las Ciencias Sociales, México, 1993, p. 20-21.

prometió abrir el país a los extranjeros, especialmente a "todos los hombres de negocios de los Estados Unidos del Norte, quienes tendrían grandes oportunidades de éxito económico".<sup>41</sup>

A pesar de que algunos interpretaron la Constitución de 1917 como enemiga de la iniciativa privada, el gobierno posrevolucionario fue muy claro al advertir la importancia que jugaba el mundo empresarial en el nuevo proyecto de nación. Tanto para los políticos como para los hombres de negocios era importante encontrar un lugar común donde ambos se declararan apoyo mutuo. Los empresarios pedían protección frente a los vaivenes políticos, y el gobierno dependía de ellos para la generación y atracción de capitales.

En 1921, la Confederación de Cámaras de Comercio<sup>42</sup> solicitó al gobierno de Obregón que le brindara apoyo para realizar una excursión propagandística por los Estados Unidos. El propósito de ésta fue promover el comercio, la industria, la banca, la agricultura y el turismo nacional. A pesar de que la economía del erario público no tenía fondos para financiar dicho viaje lo apoyaba moralmente sin reservas, debido a que representaba la necesidad nacional de que la iniciativa privada colaborara para rehabilitar las finanzas del país. Así, en febrero de 1921 la excursión de propaganda llamada *Tour of the U.S. by the good will committee of the confederation of mexican chambers of*

<sup>41</sup> Moisés González Navarro, *Los extranjeros en México y los mexicanos en el extranjero. 1821-1970*, México, El Colegio de México, 1994, vol. III, p. 73

<sup>42</sup> En 1917, durante el gobierno de Venustiano Carranza, la Secretaría de Industria y Comercio convocó a la reunión de un Congreso Nacional de Comerciantes, en el que se discutieron y analizaron las problemáticas para la recuperación económica del país. Asimismo, se firmó el acta constitutiva de la Confederación de Cámaras de Comercio de los Estados Unidos Mexicanos. Se advirtió también que se crearía un organismo que agruparía de manera definitiva al gremio de industriales, mismo que logró consolidarse en la Confederación de Cámaras de Industriales en 1921, bajo la presidencia de Álvaro Obregón.

comerce<sup>43</sup>, fue emprendida por 52 miembros de la elite empresarial. Fernando Leal Novelo, presidente de la Confederación de Cámaras de Comercio de México, presidió la excursión. Quienes la integraron viajaron durante un mes en un carro Pullman de ferrocarril que puso a su disposición el gobierno de Obregón.<sup>44</sup>

A su regreso, la comisión del viaje de propaganda entregó una bitácora al secretario particular del Presidente Obregón, Fernando Torreblanca. El reporte del viaje, titulado "Las grandes ventajas y oportunidades de México" fue remitido no sólo al gobierno, sino también a todas las cámaras de comercio y centros de actividades comerciales, agrícolas y manufactureras de la República. De tal forma dichos apuntes eran una base de referencia para estimular las actividades económicas en México y unificar esfuerzos con las cámaras de comercio estadounidenses.<sup>45</sup>

La esfera empresarial reconocía que presentar a México como país turístico podía traer grandes beneficios financieros. Se consideró que estos beneficios se obtendrían solamente si se combatía la idea de que el gobierno era el encargado de realizar todas las

<sup>43</sup> Tur que realizó por Estados Unidos el comité de beneficencia de la Confederación de Cámaras de Comercio de México

<sup>44</sup> El carro Pullman era el vagón mas lujoso de la época, puesto que tenía dormitorios y restaurante. Los turistas solían viajar en este tipo de tren

<sup>45</sup> En Estados Unidos también se llevaban a cabo campañas propogandísticas para estimular la relación comercial con México. Encontramos artículos como "Present Conditions in Mexico" que se redactó el 21 de septiembre de 1921 en la revista "The Bankers Magazine". El autor de dicho texto fue John B. Glenn, representante de México en la compañía de confianza comercial entre México y Nueva York. El objetivo de este artículo fue promover los negocios entre México y Estados Unidos. El estadounidense señaló la visión errónea que seguía habiendo sobre nuestro país en los Estados Unidos. Señaló que existía un activo intercambio entre hombres de negocios así como un tráfico general de visitantes estadounidenses a nuestro país. Asimismo, destacó que en México había cesado el movimiento revolucionario y que durante el año de 1921 se habían generado negocios prósperos de inversionistas norteamericanos. Acabó que el problema radicaba en que los mexicanos y estadounidenses tenían distintas estructuras psicológicas, pero la solución de esto estaba en promover el acercamiento entre empresarios de ambas naciones. AGN, ramo Obregón-Calles, 104-P-123, John B. Glenn, "Present Conditions in Mexico" en *The Bankers Magazine*, 21 de Septiembre de 1921, Vol. CIII, No. 3, p. 7



funciones del desarrollo y engrandecimiento de la patria<sup>46</sup>. Esta afirmación era una manera de aceptar su compromiso con la reconstrucción del país, pero advertían que el Estado debía reducir su tarea de intervenir con derechos y obligaciones legales.

En la propuesta de los informes de la excursión se recaló que las corrientes turísticas se traducirían en dinero. Se exhortó a la iniciativa privada a "ponerse en juego ayudando a las autoridades a procurar el saneamiento del pueblo y el establecimiento de una disciplina que apoyara el crecimiento del país. En el caso del turismo propusieron entablar un mayor contacto social, habilitar comodidades y emitir propaganda"<sup>47</sup>.

La riqueza cultural y las condiciones naturales eran los principales atractivos de México, de tal modo que el interés que los turistas tenían por la cultura mexicana debía ser aprovechado por cada localidad del país. Los comerciantes consideraron que de cada plaza importante era necesario hacer una ciudad o pueblo limpio. Al hablar de limpieza también se refirieron a que "había que desterrar la miseria, ya que los pordioseros que reclamaban caridad horrorizaban al viajero. Hablaron del mendigo como una mancha de la que había que deslindarse por ensombrecer el interés de los inversionistas."<sup>48</sup> La pobreza no era un secreto, pero para atraer el capital que regenerara al país era necesario esconderla. Por otro lado, la propuesta de "limpiar la miseria" mostraba que el ámbito empresarial que manejaba el turismo para atraer negocios se interesaba por la cultura mexicana. Pero éste no se comprometía con el cumplimiento de las demandas sociales que se incorporaban en el discurso oficial. Mientras que la Revolución era bandera

<sup>46</sup> AGN, ramo Presidentes, fondo Obregón- Calles, 427-D-1-3-1, informe titulado "las grandes oportunidades de México" presentado a Fernando Torreblanca, por la excursión de propaganda encabezada por el Presidente de la Confederación de Cámaras de Comercio, Fernando Leal Novelo, 2 de abril de 1921 folio 1.

<sup>47</sup> *Idem.*, folio 3.

<sup>48</sup> *Idem.*, folio 4.

política del Estado, para los comerciantes las demandas sociales eran un obstáculo en el quehacer económico.

Se propuso crear juntas locales que integraran delegados de las cámaras de comercio y vecinos. La función de estos organismos sería servir como vehículo para apoyar la construcción de caminos que comunicaran a los sitios urbanos con atractivos turísticos y para darle un giro turístico llamativo a cada localidad, debido a que "solamente un mayor contacto social, la mejora de comodidades y la propaganda llamarían a que el turista detuviera la mirada en nuestro país"<sup>9</sup>. La composición de estas juntas no incluyó autoridades públicas. Esto significaba que el fomento al turismo correspondía en términos prácticos, al interés social y al capital privado.

Ante la demanda turística de viajar a lugares tradicionales, que contrastaran con la vida acelerada de las urbes, se sugirió que las ciudades y localidades fomentaran audiciones musicales, kermeses y ferias periódicas. Además, debían construirse "clubes" y centros de recreo donde los turistas pudieran descansar y divertirse con juegos de mesa o acudiendo a bailes. La concepción de clubes incluía no sólo un sitio para realizar deporte, sino también centros sociales de reunión donde una de las opciones era el juego de naipes.

Frente al interés de viajar a las playas del Pacífico mexicano, se consideró necesario construir balnearios, parques, hoteles y estaciones de veraneo, que respondieran a las necesidades de "confort" que exigía la "civilización". Este turismo era el que prometía mayores ingresos, debido a que requería del desarrollo de una infraestructura, para cuya construcción se generarían empleos que sanearían la economía. El resultado de los trabajos sería reflejo de la modernización nacional, pero se recalcó que el desarrollo

---

<sup>9</sup> *Idem*, folio 5

de los proyectos turísticos no debía perder el carácter típico de la cultura nacional y de los encantos naturales de los poblados mexicanos.<sup>30</sup> El concepto de modernidad se concibió en este documento como un balance entre la tradición y los hábitos del nuevo siglo. A pesar de construir con modelos arquitectónicos vanguardistas, había que respetar los rasgos culturales característicos de cada lugar.

La misión principal que tuvo la excursión de la Confederación era típica de las exposiciones decimonónicas: promover las ventajas comerciales e industriales del país. El turismo se concibió como un medio para recuperar el prestigio financiero internacional, así como una nueva oportunidad para que el Estado se reconciliara con el ámbito empresarial mexicano.

Los empresarios mostraron interés en el fomento del turismo debido a que en los viajes de recreo podrían asistir a la firma de nuevos tratados comerciales. Asimismo, la actividad turística necesitaba de inversión en infraestructura, lo que representaba cuantiosos intereses monetarios para los hombres de negocios. Sin embargo, para obtener beneficios monetarios era necesario hacer converger los factores de legalidad, infraestructura y publicidad. A la vez, estos mismos elementos respondían a las necesidades del Nuevo Estado Mexicano para consolidar su poder y emprender el crecimiento del país. En este sentido, empresarios y políticos partían del supuesto de que el turismo respondía a intereses comunes, por lo que se unieron para promover que México se convirtiera en un gran destino turístico mundial.

A la iniciativa privada le correspondía encargarse de la promoción y la infraestructura que proyectaran un México en armonía. El gobierno participaría como supervisor legal. El Estado era custodio del producto que promocionaban los

---

<sup>30</sup> *Ibidem*, folio 6.

**empresarios: las riquezas naturales y culturales. Los proyectos turísticos que se proponían debían respetar los terrenos ejidales y los valores nacionales. En este sentido, la iniciativa privada limitaría sus ambiciones capitalistas a los preceptos revolucionarios consagrados en la Constitución de 1917.**

### **2.3 El diseño de una imagen nacional.**

Al término de la fase armada de la Revolución mexicana, el nuevo Estado necesitó diversos mecanismos para contrarrestar las difamaciones en contra del régimen posrevolucionario y para incorporarse como nación moderna y pacífica en los foros internacionales. Para tal efecto, el gobierno apoyó la participación de México en ferias internacionales. Además, promovió exposiciones dentro y fuera del país, con el fin de reivindicarse como nación mestiza.

El discurso del nuevo Estado recurrió a fórmulas que exaltaban los valores nacionales, que, se suponían, eran señal del potencial que tenía nuestro país. La Historia, la Antropología, la Arquitectura, la Literatura y las Artes Plásticas fueron promovidas, principalmente para configurar cultural e ideológicamente a la nueva nación mexicana. A este esfuerzo se sumaron mediante el impulso estatal, la radio y el cinematógrafo. En el año de 1922, el gobierno de Brasil convocó a la celebración de una feria internacional para conmemorar el primer centenario de su independencia. La sede sería la ciudad de Río de Janeiro, y el tópico general eran las consecuencias y necesidades que traía consigo la modernización de las ciudades. Sobresalieron los temas relativos a la salubridad y el turismo entre otros<sup>31</sup>.

Cuando se celebró la Feria de 1922, México se encontraba en un momento clave de su relación con el gobierno estadounidense. Acababa de restablecerse la relación financiera, no obstante, faltaba algo de mucha importancia: el aval diplomático de la Casa Blanca. La obtención de ambos reconocimientos contribuiría a fomentar el crecimiento nacional. Tras varias negociaciones con los banqueros que fueron acreedores en

---

<sup>31</sup>Mauricio Tenorio, *op.cit.*, p.268

regímenes anteriores, el 16 de junio de 1922 se firmó el acuerdo De la Huerta- Lamont,<sup>32</sup> en el que el Estado mexicano admitía la deuda con los banqueros estadounidenses. A pesar de que esto implicaba un fuerte golpe inmediato en el aspecto económico, el reencuentro con los financieros ejercería presión para que se otorgara el reconocimiento diplomático al gobierno obregonista. A Obregón lo defendían algunos gobiernos europeos e intereses norteamericanos, quienes deseaban beneficiarse con sus ofrecimientos.

Para el Nuevo Estado Mexicano, la participación en la Feria de Río representaba un espacio más que ayudaría al proceso reconstructivo de la nación. Sería punto de convergencia entre los ámbitos políticos y empresariales, ya que se promovieron las ventajas de inversión y comercio. Sin embargo, la preocupación del Nuevo Estado puso mayor énfasis en el espíritu de nación moderna. Incorporó la Revolución como indicador de la modernidad de México. El gobierno aclaró que tenía toda la intención de modernizar al país, sobre los preceptos emanados del movimiento revolucionario, que privilegiaban el interés colectivo frente al privado y el nacional frente al extranjero.

A pesar de que otras naciones resaltaron la importancia del turismo en la modernización de las ciudades, México, todavía no lo consideraba de importancia axial. Sin embargo, este acontecimiento sirvió al gobierno posrevolucionario como un complemento de los trabajos para recibir visitantes del mundo de los negocios, quienes a lo largo de sus recorridos turísticos, por nuestro país reconocerían posibilidades de inversión. Así también, la importancia que advirtieron los empresarios en 1921<sup>33</sup>, de conservar el rasgo cultural de cada sitio, correspondía la labor compartida de configurar

<sup>32</sup> Thomas W. Lamont era el Presidente del Comité de Banqueros de la casa Morgan, quien firmó el tratado con De la Huerta, cuyo puesto en ese tiempo fue el de secretario de Hacienda en el gobierno Obregonista.

<sup>33</sup> AGN, ramo Presidentes, fondo Obregon- Calles, 427-D-1-3-11, op. Cit folio 4

una gran idea sobre la particularidad de "lo mexicano", la cual legitimaría al nuevo régimen, tanto en la definición del perfil de país que se mostraría al mundo como la que se presentaría al interior. El turismo respondía al propósito de inculcar los valores nacionales a la sociedad y utilizarlos, a la vez, para emitir la imagen de un México posrevolucionario en proceso de reconstrucción nacional.

A diferencia de los equipos de exposiciones de la elite porfiriana, en la Feria de Brasil no hubo un grupo único encargado. Esto se debió a que en un proceso de reacomodo de los grupos del poder no era posible formar un equipo con posiciones unánimes en torno a una variedad de tópicos sobre los asuntos de México. No obstante, el pabellón mexicano reflejó el llamado de Obregón a que toda la sociedad trabajara por la nación, puesto que fue un espacio en el que se encontraron intelectuales, funcionarios del gobierno y empresarios que colaboraban por el fin común de impulsar la regeneración del país.

El gobierno obregonista recalcó la importancia de trabajar en la configuración del perfil de nación que se proyectaría en dicho acontecimiento, el primero en el que México participó desde el año 1900. José Vasconcelos, como Secretario de Educación Pública de Obregón, encabezó la delegación encargada de plasmar el "espíritu" nacional en el pabellón mexicano. La posibilidad de acudir a este espacio también fue una vía para atraer la mirada de más estadounidenses, a quienes el nuevo régimen intentaba conquistar debido a la dependencia histórica de nuestros gobiernos con el de la nación vecina del norte.

El pabellón de México en la Feria de 1922 estuvo caracterizado por el discurso vasconcelista sobre el "espíritu de la nación". Vasconcelos tenía la convicción de que el

bienestar social y económico del país podría alcanzarse a través de una transformación y unificación cultural, orientado por la inclusión de las clases bajas y medias. Afirmaba que era necesario llevar a cabo una "evangelización cultural" en la que las artes visuales desempeñarían un papel predominante. Otorgó apoyo institucional a las creaciones artísticas mexicanas que cooperaban con el discurso del nuevo régimen. Con el fin de darle legitimidad a este último, se reiteró que el mestizaje mostraba la potencialidad determinaba la supremacía cultural y espiritual de la sociedad mexicana. En este contexto, se acentuó la importancia de la arquitectura como un instrumento didáctico para transmitir los valores nacionales. En el estilo de un edificio se percibía la composición mestiza de la sociedad mexicana. Vasconcelos consideraba que la esencia mixta que componía la nación se podía sintetizar retomando el barroco novohispano, amalgamado por el encuentro entre lo indígena y lo hispano. Por tal razón, los edificios que se construyeron en los años veinte utilizaron técnicas contemporáneas que recreaban la arquitectura de trazos hispánicos coloniales y que sustituyeran la tendencia de afrancesamiento porfiriano. Se consideraba que, en el rescate de dicho trazo, se aludía al mundo indígena puesto que con su mano de obra se levantaron muchos de los grandes monumentos novohispanos.

La estructura que albergó la representación de México en la Feria Internacional de Río de Janeiro, fue la copia de un edificio colonial similar al que se construyó para la Secretaría de Educación Pública en la Ciudad de México. Se promovió un lenguaje visual y plástico que le diera presencia a los valores mestizos de la nación a través de la contemplación estética.



El proceso de reconfiguración simbólica nacional le otorgó un sitio prioritario a la historiografía, con el argumento de que la lectura que se hiciera del pasado, serviría para fortalecer al nuevo régimen. El nacionalismo mexicano de los años veinte utilizó a la Historia para el conocimiento y fomento de tradiciones mexicanas como las fiestas patronales o la charrería e hizo énfasis en conservar los trajes típicos y platillos culinarios que reflejaban la particularidad de lo mexicano.

Manuel Gamio, el principal estudioso y promotor del indigenismo en México en los años veinte, coincidió con que la época novohispana era la que ejemplificaba mejor "lo mexicano". El indigenismo de su época fue apoyado por trabajos antropológicos y etnográficos. El porcentaje indígena en la composición demográfica de México era enorme y de suma importancia. La elite porfiriana se refería a lo indígena para glorificar el pasado. El nacionalismo de los años veinte mantuvo una actitud paternalista y consideró la riqueza cultural del mundo indígena como componente fundamental del México mestizo.

El Instituto Nacional de Antropología e Historia tuvo sus orígenes en el siglo XIX y a éste le correspondió ser patrocinador de la protección de los indígenas, así como de fomentar estudios antropológicos e históricos que ayudaran a la construcción cultural de la nación. De igual forma, este instituto se encargó de conservar los monumentos históricos e inaugurar museos que apoyaran la difusión de la cultura indígena.

En 1921, el Secretario de Relaciones Exteriores, Alberto J. Pani fue nombrado jefe de los festejos del primer centenario de la consumación de Independencia de México. Por tal motivo, se organizó una exposición de arte popular, la cual fue inaugurada el 19 de septiembre del mismo año por el presidente Obregón. El Doctor Atl fue el encargado

de pronunciar el discurso inaugural, con el que manifestó su reconocimiento al "ingenio y la habilidad indígenas que habían estado siempre relegados a la categoría de parias [...]. La exposición canalizó el sentimiento público hacia una mejor comprensión del arte nacional, y las consecuencias comerciales y artísticas que de ella se han derivado son realmente importantes".<sup>34</sup> Así, el arte popular se convirtió en un elemento clave para el nacionalismo del nuevo gobierno. Se homogeneizó la lectura de la estética de las diversas regiones y periodos históricos del país, a fin de incorporarlos como definición de lo mexicano, confundiendo también los términos de "lo indígena" y "lo popular" con la intención de reconocer el trabajo indígena en la creación artística representante de lo que se asumía como mexicano.<sup>35</sup>

La exposición de arte popular que se celebró en México en 1921, también se envió a Los Ángeles en 1923<sup>36</sup>. La cultura popular servía como discurso diplomático. Además, en las recepciones oficiales, diplomáticas y comerciales, se obsequiaban artesanías a los invitados.<sup>37</sup>

La manera como se impulsó el arte popular ocasionó que "el buen gusto se identificara con arreglar las casas, los salones y las bibliotecas con una pequeña

<sup>34</sup> *Ibidem*, folio 9

<sup>35</sup> La insistencia sobre este punto es evidente en la Noche Mexicana que el pintor Adolfo Best Mougard organizó para las celebraciones de la Independencia. Introdujo motivos populares que filtró a través de los modelos estéticos familiares, con el fin de suavizar el impacto de su diferencia para la audiencia de las clases superior y media. Para la Noche Mexicana incluyó la presentación de baile basado en el *Jarabe tapatio* popular, ejecutado delante de un escenario basado con motivos ampliados de las bandejas laqueadas, y a acompañado por música basada en melodías populares. James Olea, *op. cit.* p 22.

<sup>36</sup> La escritora estadounidense Katherine Anne Porter escribió el catálogo para la exposición que se transportó a Los Ángeles, en el cual subrayó lo siguiente: "Los artistas populares son uno con un pueblo simple como la naturaleza es simple o sea, directo y salvaje, bello y terrible, lleno de asperezas y amor, divinamente gentil, brutalmente honesto. Ningun arte popular es jamás satisfactorio para aquellos que aman las superficies lisas y la simetría artificial", Katherine Anne Porter, *Outline of Mexican Popular Arts and Crafts* (Los Ángeles. Young and Mc Allister, 1922) citado por James Olea, *op. cit.* p. 102. En su escrito Porter señaló la originalidad del arte popular en el sentido de que estaba libre de la producción en serie característica del mundo industrial, donde se eliminaba la originalidad de cada objeto.

<sup>37</sup> Dr. Ail, "Las Artes Populares en México", México, Ed. Cultura, 1921 en *Antología, Textos sobre arte popular*, México, Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, 1982, p 26

exposición del arte popular y todas las clases sociales de la ciudad pusieron de manifiesto el gusto por las cosas del país, aquellas personas que no podían darse el lujo de decorar toda una pieza, adornaban ""en diván con un zarape de Oaxaca.""<sup>38</sup>

El turismo rescató el México popular, sus escenas y su arte. En este sentido, la valorización del arte popular sirvió para definir el aspecto de nuestro país que se expondría en el escenario publicitario internacional. El turista estadounidense se interesaría por los valores que rescataban las disciplinas humanísticas; por tal razón se propuso formar técnicos<sup>39</sup> del turismo que pudieran guiar al visitante para apreciar "lo mexicano". También encontramos que en algunas ocasiones, aquellos que se interesaban por buscar destinos turísticos en México habían asistido a cursos sobre nuestro país en la ciudad de Nueva York. En 1921, en esa ciudad se inauguró una escuela de verano que impartía clases de español, literatura e historia mexicanas. También se analizaba el folclor, la arqueología y los procesos de desarrollo económico de México.

En este contexto, los intelectuales de izquierda estadounidense jugaron un papel importante al rescatar aspectos de la cultura y los procesos históricos. Algunos hombres, a quienes se les puede reconocer como "political pilgrims"<sup>40</sup> se interesaron por los acontecimientos revolucionarios al sur del Río Bravo y descalificaron la propaganda que se escribía en contra del gobierno mexicano; aseguraban que para comprender la realidad de nuestro país era necesario analizar el contexto histórico. Mientras que para algunos

<sup>38</sup> *Ibidem.*, p. 27

<sup>39</sup> En 1923 se creó la Dirección de enseñanza Técnica, Industrial y Comercial a fin de impartir educación técnica para el desarrollo económico nacional. Para este tema vease "En busca de la educación revolucionaria" en Josefina Zoraida Vázquez, *Nacionalismo y Educación en México*, México, Colegio de México, 1970, p. 151-223

<sup>40</sup> La traducción al español podría ser "peregrinos políticos" que debe diferenciarse de los exiliados políticos. "Peregrinos políticos" fue el nombre que destacó el sociólogo Paul Hollander para caracterizar a los intelectuales que visitaban la Unión Soviética y otras sociedades revolucionarias a principios de la década de 1920. Citado por Helen Del Par, *The enormous Vogue of Things Mexican: cultural relations between the U.S. and México, 1920-1935*, Tuscalosa University of Alabama, 1992-274 p. 27

México era un sitio temido, para otros representó un foco de esperanza frente a los procesos industriales, y en ocasiones fue un "laboratorio social" donde se experimentaban las consecuencias de la primera revolución popular del siglo XX.

Gracias al influjo lento pero constante de artistas, de literatos, de periodistas, de hombres de letras, y también gracias al interés demostrado muy especialmente por los excursionistas americanos, admiradores de los productos típicos de México, se reconcentró la atención del gobierno en las artes autóctonas<sup>61</sup>

En la década de los años veinte del siglo pasado, llegaron a nuestro país hombres como Frank Tannenbaum<sup>62</sup> quien, entre sus varios análisis sobre la nación mexicana, escribió acerca del gobierno obregonista, reconociendo su labor en el restablecimiento de la paz y en la realización de reformas educativas. Sin embargo, criticó aspectos de la situación de los trabajadores y de la diferencia abismal que existía entre las distintas clases sociales. Manifestó que

encontrar una mujer llevando una pesada carga de café a la espalda, no representaba cambio alguno después de doce años de lucha revolucionaria, en especial si se pensaba en los *cobarets* de la ciudad de México y los generales revolucionarios despilfarrando miles de pesos para satisfacer su estilo de vida.<sup>63</sup>

Aún cuando se hicieron críticas al gobierno mexicano, los escritos de los hombres de izquierda, así como algunas películas y fotografías que realizaban artistas extranjeros, sirvieron para diseminar la imagen del "México bárbaro"<sup>64</sup> que se había difundido desde

<sup>61</sup> "Las artes populares en México" del Dr. Atl se redactó para la presentación de la "Primera Exposición de Arte popular Mexicano, que se presentó en la Ciudad de México y en Los Angeles, California como parte de los festejos del Centenario de Consumación de la Independencia"

<sup>62</sup> Tannenbaum realizó su primer viaje a México en 1922. Fue enviado por la revista Survey con el fin de estudiar a la Organización Obrera de México, la CROM. Después de su primer visita se refirió a México como "el país del futuro" y en el año de 1923 regresó a México con el fin de escribir reportajes sobre el México postrevolucionario, de dichos trabajos derivó la publicación en 1924, del libro *México Contemporáneo*

<sup>63</sup> Tannenbaum a Esther Tannenbaum, february 10<sup>th</sup>, march 28<sup>th</sup> 1926, Box 5, Frank Tannenbaum papers. Rare Book and manuscript library, Columbia University, New York, citado por Helen del Par, *The enormous Vogue of Things Mexican*, op. Cit.

<sup>64</sup> John Kenneth Turner, *México Bárbaro*. Esta obra delató y describió los abusos cometidos en el sureste de nuestro país contra campesinos e indígenas. La obra proyectó la imagen de un México "incivilizado" y

los albores del siglo XX. Se pretendió borrar la idea de un "México bolchevique" al que señalaban aquellos cuyos intereses económicos se vieron afectados por la lucha armada y la Constitución de 1917.

La propaganda que se hizo con el interés de atraer turistas al país, también funcionó para destefir la imagen de que México no era un país seguro para ser visitado, ni para invertir en él. La prensa, las revistas, fotografías y conferencias<sup>63</sup>, fueron los medios para describir una nueva imagen de la nación mexicana. Se aprovecharon algunas publicaciones de viajeros del siglo XIX y poco a poco, hacia la segunda mitad de la década de 1920, con mayor frecuencia, se utilizaron la radio y la pantalla cinematográfica. Se creía que la propaganda diseñada por estadounidenses tendría un mejor efecto, puesto que los artilugios en los que ésta se apoyaba, se enfocaban en las costumbres y estructuras mentales de los estadounidenses.

A pesar de la propaganda en donde se "revaloraba" la imagen de nuestro país, la infraestructura turística que existía no era suficientemente moderna ni eficiente. Los ferrocarriles eran el único medio de transporte "seguro" para adentrarse en el territorio mexicano y se encontraban en un grave deterioro. Las campañas que promovieron el turismo a México a principios de los años veinte tuvieron como objetivo el hacer uso del turismo como medio para adquirir reconocimiento diplomático y financiero de los Estados Unidos. No es posible afirmar que el turismo tuvo injerencia en la firma del

---

"salvaje", esto contribuyó con los obstáculos a los que se enfrentaba el porfirato para ser reconocido como una nación en progreso.

<sup>63</sup> Antonio Caso ofreció pláticas sobre México en distintos países de Sudamérica con el fin de contrarrestar la imagen sanguinaria de nuestro país que se difundía en la prensa y el cine. Caso hizo de lo mexicano un discurso de la política nacional e internacional, en el que logró integrar la historia, la Revolución y las tradiciones populares para describir a la nación posrevolucionaria que crecía como país moderno. AGN, ramo Presidentes Obregon Calles, 104-P-123, 6 de octubre de 1921, Informe que recibió Fernando Torreblanca por parte de la embajada de Brasil sobre los honores rendidos a México y al embajador Antonio Caso.

tratado De la Huerta-Lamont en 1922 y los tratados de Bucareli en 1923, con los que la Casa Blanca reconoció oficialmente al gobierno de Obregón. Pero los documentos consultados muestran que el fomento del turismo en México, durante el gobierno de Obregón, se hizo con la intención de atraer inversiones y generar la seguridad entre los estadounidenses de que nuestro país no era "sanguinario" y de que tenía los méritos para ser reconocido y ser partícipe, en consecuencia, en los foros internacionales.

Las ferias internacionales siguieron sirviendo al gobierno como escaparate para atraer la mirada extranjera de políticos e inversionistas y de aquellos que viajaban sólo con fines de recreo. El turismo por sí mismo funcionó como complemento del papel que jugaron las exposiciones universales desde el siglo XIX. Sin embargo, mientras que en éstas se representaba un México en escala, el turismo convertía al país en una magna exposición que demostraba el potencial nacional, meritorio de obtener el aval financiero y diplomático, en específico, el proveniente de los Estados Unidos.

Podemos observar que de 1890 a 1923, los atractivos naturales y culturales de México fueron elementos recurrentes para atraer la mirada de las naciones más industrializadas. Nuestro país utilizó los aspectos que parecían "exóticos" ante la mirada de quienes vivían sujetos al ritmo de la maquinaria industrial para obtener inversión extranjera y un sitio en el concierto internacional.

La Revolución siguió la tradición porfiriana de mostrar la imagen de un México confiable para la inversión de capital. Era crear espacios para exponer un perfil de nuestro país que reflejara que el proyecto del Estado posrevolucionario no rechazaba la modernización y que garantizaba seguridad a la iniciativa privada y respetaba sus intereses, con la condición de que éstos no pretendieran violar la Constitución. El

cumplimiento de la Carta Magna era fundamental para mantener la estabilidad del país. Fue entonces que se tomó ventaja de la vecindad recalcó con los estadounidenses y de su cultura del turismo que éstos tenían. En este sentido, se recalcó la importancia de construir una infraestructura que respondiera a las exigencias de la costumbre moderna del turismo y que al mismo tiempo reactivara la economía de la nación mexicana.

## III

**CAPITAL, CULTURA Y LEY*****3.1 Los límites del capital privado.***

La renegociación de la deuda financiera con los banqueros estadounidenses en 1922 y el reconocimiento diplomático por parte de los Estados Unidos en 1923 fueron fundamentales para el desarrollo del proyecto reconstructivo de la nación. No obstante, el restablecimiento de las relaciones con el país vecino no certificaba una estabilidad inmediata. Era necesario buscar los medios para tener un buen entendimiento con el gobierno estadounidense y con el sector empresarial. Además, urgía convencerlos de que la lucha armada había concluido. México era sujeto de crédito y ofrecía seguridad a la inversión foránea. El capital era fundamental, pero el cumplimiento de las demandas sociales, estipuladas en la Carta Magna, era la fuente principal de legitimidad del nuevo gobierno.

En 1924, el Congreso convocó a elecciones presidenciales en las que el general Plutarco Elias Calles resultó electo para el periodo 1924-1925. Este aseguró que daría continuidad al programa obregonista de reconstrucción nacional. Antes de tomar posesión, realizó un viaje a los Estados Unidos con el fin de reiterar que el Estado



mexicano estaba abierto y comprometido para otorgar beneficios a la inversión privada nacional y extranjera.<sup>66</sup>

Calles trabajó por centralizar el poder en su gobierno. El nuevo presidente consideraba que el Estado debía ser el eje de todas las actividades políticas, sociales y económicas, a fin de prevenir el debilitamiento del régimen posrevolucionario.<sup>67</sup>

El gobierno callista subrayó la necesidad de restablecer un espíritu nacional en la política y las finanzas. En el año de 1924, México aún no había podido obtener crédito financiero, el cual era esencial para la regeneración del erario público. Sin embargo, a finales de 1925, los comerciantes estadounidenses consideraban con optimismo la rehabilitación económica del país. Reiteraban que no tenían razones para temer respecto al porvenir de la industria y el comercio, puesto que ambos crecían sobre una base sólida presupuestal, meritoria de ser confiable frente a los intereses capitalistas y bancarios provenientes de los Estados Unidos. Acerca de la confianza depositada en el porvenir del país, se decía que México era el tesoro de donde habían de salir el oro, la plata, el cobre y las piedras preciosas con las que se debían construir los imperios del mañana y hacerse

<sup>66</sup> Georgette José Valenzuela, "El viaje de Plutarco Elías Calles como Presidente electo por Europa y Estados Unidos", en *Revista Mexicana de Sociología*, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, julio-septiembre, 1995, p. 191-210

<sup>67</sup> Como una prioridad, Calles reestructuró el sistema financiero creando un banco único de emisión que asegurara la estabilidad económica y estimulara las actividades empresariales del país. Así mismo, el Secretario de Hacienda, Alberto J. Pani, instauró un nuevo sistema fiscal que reviviera al erario público a partir de una equitativa tributación, de tal modo las reformas fiscal y financiera fueran regenerando al país, y en 1925 éste consiguió obtener crédito del exterior, que provocó la apertura de nuevos negocios que tenían mayor confianza en la solidez del nuevo gobierno. Así el Estado se agilizó el movimiento mercantil con el fin de distribuir la riqueza. El erario público invirtió en una infraestructura de servicios que comunicaran las distintas regiones del país y proporcionara alumbrado público, obras de riego, escuelas y la construcción de edificios públicos que fueran precursores del desarrollo regional. Cristina Puga, *Empresarios y poder*, México, UNAM, 1993, p. 362-365

ciudades del porvenir, del "verdadero Jerusalén"<sup>68</sup>. Asimismo, algunos empresarios recalcaron el papel del Presidente en el estímulo a la industria y el comercio:

Calles ofrece toda clase de garantías y aliento para el engrandecimiento del país. Sobre todo encontrará buena acogida el capital extranjero, no menos que los hombres de negocios y hacendados, pudiendo asegurarse que los tres años venideros serán testigos no sólo de un gran aflujo de inmigrantes, sino también del más asombroso desenvolvimiento de los recursos naturales del país.<sup>69</sup>

El impulso que recibió la industria por parte del gobierno, se reflejó en la promoción de nuevas ramas empresariales, tales como el ensamble de automóviles, el envase de alimentos, la producción de llantas, la fabricación de muebles domésticos y la industria del turismo.

En 1925, el Secretario de Hacienda y Crédito Público, Alberto J. Pani, advirtió sobre los beneficios que traería consigo el fomento del turismo. Este debía perfilarse a ser una industria nacional<sup>70</sup> a la que definió como "el conjunto de empresas y actividades de diversa índole que posibilitan, provocan y mantienen el movimiento de viajantes nacionales y extranjeros a través de nuestro territorio".<sup>71</sup> Con esta definición, Pani dejaba en claro que el turismo se entendía como una empresa, ya no como una actividad aislada asimismo, hizo referencia a turistas nacionales, quienes sin duda eran un número muy reducido de mexicanos que pertenecían a las clases altas.

Alberto J. Pani consideró que la industria del turismo era susceptible de un gran desarrollo y que este sector podía colocarse a la cabeza de todas las industrias del país para contribuir, de manera notable, a las reformas arancelarias. En este sentido, se

<sup>68</sup> AGN, Ramo Presidentes, Fondo Obregón-Calles, 104-1-16, 28 de diciembre de 1925, notas informativas de la Asociación a favor del fomento comercial e industrial de México.

<sup>69</sup> *Loc cit.*

<sup>70</sup> Alberto J. Pani, "La industria nacional del turismo" en, *Tres monografías*, México, Ed Atlante, 1941, p. 223 -263.

<sup>71</sup> *Idem* p. 224

recaudarian impuestos sobre la gasolina, las visitas a los museos, la construcción de una infraestructura hotelera y la apertura de restaurantes. Pero para que estos beneficios fueran perceptibles, había que comenzar por comunicar de manera eficiente las diferentes regiones del país. Esto implicaba que en la modernización y el desarrollo de los medios de transporte recaía el principal aliento a esta industria. Fue esta la razón por la que Pani justificó en su texto la apertura de las líneas férreas que comunicaron al Distrito Federal con Guadalajara y con algunas ciudades fronterizas del norte, como Laredo.

Pese al grave deterioro de los ferrocarriles, estos seguían siendo el principal medio de transporte en los años de reconstrucción nacional. Una vez que fueron enlazados diversos puntos de la República, los trenes tuvieron que cumplir con horarios y tarifas fijas, así como con las demandas turísticas de "higiene"<sup>72</sup> y "confort". Los vagones comedores y dormitorios, ofrecieron servicios especiales para los viajes de recreo, y se respetaron las leyes sanitarias que desde finales del siglo XIX fueron subrayadas como un eje vertebral en el debate para definir "civilidad" y "modernidad".

También, se estimularon los trabajos de ingeniería civil. Se construyeron las carreteras que iban de la capital de la República a ciudades como Puebla, Pachuca y Cuernavaca. Años más tarde, estos trabajos se extendieron hasta Veracruz y en el Golfo de México; Nuevo Laredo, en la frontera norte, y el puerto de Acapulco en la costa del pacífico, pasando esta última por la ciudad de Taxco, cuya conservación de estética novohispana era de gran atractivo para los turistas. El uso del automóvil en México aún no se masificaba en el año de 1925, pero estos trabajos tuvieron un fuerte impacto posterior en la industria nacional del turismo.

<sup>72</sup> Alberto J. Pani acentuó la importancia de mejorar la higiene de todos los servicios turísticos y principalmente de las ciudades y los pueblos, puesto que la salubridad era indispensable para el desarrollo nacional.

El turismo respondió a los proyectos gubernamentales de modernizar al país a través del impulso al crecimiento industrial y al desarrollo de una infraestructura para los medios de comunicación. No obstante, el carácter de la industria del turismo requería la integración de varias empresas que dependían de que México fuera visto como un sitio pacífico, conciliador con los contrastes nacionales y capaz de dirigirse hacia el camino del progreso.

### **3.2 El turista obtiene un sitio en la ley.**

La política porfiriana había sido insistente en la atracción de inmigrantes que colaboraran con el progreso nacional. Pero se tomaron medidas de salubridad y seguridad para prevenir la entrada de extranjeros que se consideraban "nocivos para la sociedad mexicana". En 1908, se redactó una ley de migración que cuidaba todos aquellos aspectos involucrados con los ámbitos político, económico y social. La ley mostraba una preocupación especial frente a la llegada de personas de origen chino. La mayoría de ellos era la principal mano de obra para la construcción de vías férreas en el sureste del país y en los trabajos de maquila de los estados del norte. En este sentido, fueron considerados como una competencia para la fuerza laboral nacional.

En esta ley de migración, se estipularon los requisitos para poder ingresar a territorio mexicano. Se obligó a inspecciones salubres que previnieran epidemias y una serie de medidas que aseguraran que aquellos que llegaban no desestabilizaran el "orden social".

En los años veinte, por distintas causas, llegaron a México cientos de inmigrantes provenientes de diversas partes del mundo. La mayoría de ellos eran de Medio Oriente y judíos ashkenazis de países del este europeo. Estos inmigrantes consideraban a nuestro país como "el pasaporte a la esperanza"<sup>73</sup> para cruzar al "país de la libertad y las oportunidades", que era la imagen que los Estados Unidos proyectaban de sí ante el resto del mundo. El gobierno mexicano, que por un lado procuró la inmigración como aliento

---

<sup>73</sup>Gloria Carreño, *Generaciones judías en México. La Kehilá Ashkenazi (1922-1992) Pasaporte a la Esperanza*, Tomo I México, Comunidad Ashkenazi de México, 1993

de inversión extranjera, tuvo que imponer nuevas reglas frente a los crecientes grupos de inmigrantes, ya que algunos de ellos, como se había considerado a principios del siglo XX, significaban un obstáculo para la reconstrucción del país. Representaban, por una parte, competencia para la fuerza de trabajo y por otra, una "mala influencia" en la sociedad, ya que algunos de ellos eran partidarios de ideologías que el gobierno descalificaba, como el anarquismo. En el año de 1926, se hicieron las primeras reformas a la ley de migración de 1908. Estas buscaron dar prioridad a quienes prometieran colaborar con el crecimiento nacional y restringir la entrada a aquellos que pudieran amenazar la estabilidad del proceso reconstructivo.<sup>74</sup>

El turista obtuvo un sitio en las reformas de la ley de migración que se hicieron en 1926. Por un lado, el turismo prometía grandes beneficios que había que estimular mediante el otorgamiento de ciertas prohibiciones para ingresar al país, pero también, había que prevenir que la categoría de "turista" no fuera mal utilizada por inmigrantes ilegales. En el inciso III del artículo 26 de la ley, se estableció la categoría de *turista*, que se diferenciaba de las de emigrante e inmigrante<sup>75</sup>. Se estipuló que con la designación del término turista, se hacía referencia al extranjero que, por distracción o recreo, visitara la República sin exceder los seis meses de estancia. Asimismo, se equiparaba a los turistas con los extranjeros que entraran al país por móviles mercantiles, industriales, científicos,

<sup>74</sup> Remítase en el apéndice e esta tesis a la Ley de Migración de 1926.

<sup>75</sup> El inmigrante se definió como "El extranjero que arribe a la República con el propósito expreso de establecer en ella, por cualesquiera causas o fines lícitos, o cuya temporalidad de establecimiento exceda, sin interrupción, más de seis meses a partir de la fecha de su internación."

El emigrante era: "el individuo, cualquiera que sea su nacionalidad, profesión u oficio, que manifieste el propósito de abandonar, por más de seis meses, el Territorio Nacional, habiendo permanecido en él, sin interrupción, siendo extranjero, igual temporalidad, y los braceros mexicanos que por móviles de trabajo salen periódicamente de la República, aun cuando su ausencia sea menor de seis meses".

Diario oficial de la Federación (en adelante D O F), Secretaría de Gobernación, Ley de Migración de los Estados Unidos Mexicanos, Lunes 19 de abril de 1926, p 2.

artísticos y familiares, siempre y cuando su permanencia tampoco excediera los seis meses.<sup>76</sup>

Se estableció que para ingresar al país, el turista debía portar una "Carta de Identidad" que podía obtener en los consulados mexicanos ubicados en su país de origen. Para los turistas estadounidenses, era requisito contar con la forma de migración número 11 y portar una cantidad mínima de 200 pesos. Mientras que al turista de cualquier otro país, se le expedía la forma 5-B que se validaba siempre y cuando tuviera más de 500 pesos. La razón de esto se debió a que existía un mayor control sobre la inmigración europea.<sup>77</sup>

Al incluir a los hombres de negocios dentro de la definición de turista se demostró que además de que el turismo comenzó a impulsarse como un sector empresarial, también se consideró como una vía para atraer inversionistas. A través de los viajes, éstos últimos podrían crear un juicio propio sobre la situación del país.

Al otorgar un sitio al turista en las leyes de migración, la actividad turística recibía un estímulo fundamental para su crecimiento. Los requisitos impuestos en cuanto a las cantidades monetarias que el turista portaba fueron un medio, tanto para garantizar que no hubiera inmigración ilegal, como para tener control sobre los movimientos de divisas en la economía nacional.

Los beneficios migratorios que se otorgaron al turista coincidieron con la idea de que el turismo debía ser favorecido, especialmente por su carácter de medio para mantener una cierta imagen nacional de paz y ofrecer facilidades de inversión a los empresarios extranjeros. El hecho de que la élite empresarial mexicana aún estuviera

---

<sup>76</sup> *Loc cit.*

<sup>77</sup> Diario de los Debates de la Cámara de Senadores (en adelante DDS) capítulo III, Ley de Migración, 12 de marzo de 1926, Artículo 26 p 2

compuesta en su gran mayoría por hombres de origen extranjero, permitió a la vez, que fueran éstos quienes promocionaran viajes turísticos a México a fin de traer a sus familiares de visita o intentar traerlos a radicar en el país aprovechando la categoría de turista<sup>78</sup>.

---

<sup>78</sup> Los inmigrantes libaneses fueron los primeros en abrir agencias de viajes para cruzar el océano, esto era una forma de hacer turismo pero con el objeto de conocer la patria abandonada. Díaz de Kuri Martha y Lourdes Mackuf, *De Líbano a México*, México, Editorial Gráfica Creatividad y Diseño, 1997, p.220



### **3.3 El turismo como instrumento para contrarrestar calumnias.**

La obtención del aval diplomático de la Casa Blanca en 1923 y el paulatino acercamiento entre el gobierno mexicano y los empresarios, así como la inclusión del término "turista" en la ley de migración, no influyeron de forma automática en el incremento de corrientes turísticas a nuestro país.

En 1923 México recibía solamente el 4.6% de los gastos de los estadounidenses en viajes al extranjero, mientras que Canadá recibía 36.9%<sup>79</sup>. La imagen de México como campo de batalla seguía siendo divulgada por la prensa estadounidense y fue reforzada por el embajador James Rockwell Sheffield. El diplomático presentó credenciales en nuestro país en 1924. Era un hombre republicano, defensor de los intereses que los petroleros de los Estados Unidos tenían en México. Sin embargo, el embajador consideró que el Nuevo Estado Mexicano estaba permeado de ideas comunistas que rechazaban el capital foráneo. Con dicha opinión, durante su misión, solicitó de modo imperativo, que el gobierno del general Calles hiciera retroactivos los artículos constitucionales que afectaban las inversiones de sus connacionales. Pidió también que se indemnizara a aquellos hombres de empresa a quienes había dañado la Constitución y la lucha armada de la Revolución.

El embajador Sheffield argumentaba que los pueblos anglosajones tenían la obligación de servir de guías a las sociedades "no blancas" como la mexicana y reiteró

---

<sup>79</sup> Hellen Delpar, *The enormous Vogue of Things Mexican, Cultural Relations between the U.S. and México, 1920-1935*, Tuscaloosa, Alabama, University of Alabama, 1992, p. 16

que éstas debían comprender cuáles eran sus intereses y obligaciones. Asimismo, en caso de que esto no fuera así, los estadounidenses tendrían que intervenir con la fuerza armada<sup>80</sup>. Durante sus años de gestión en México (1924-1927), el representante del gobierno estadounidense opinó que era incongruente que su gobierno tuviera relaciones con el régimen posrevolucionario, ya que consideró que no había un respeto por los intereses económicos estadounidenses. De igual modo, advirtió que en México se gestaban agitados movimientos comunistas. Criticó que hubiera una representación diplomática de la Unión Soviética en nuestro país, puesto que en ella se reunían miembros del Partido Comunista de distintos países de América Latina. Shiefield se quejó de que Sandino, el dirigente del Partido Liberal de Nicaragua, estuviera refugiado en México. La razón de lo anterior se debió a que el diplomático consideró el refugio de Sandino como un atentado del gobierno mexicano en contra de la relación de los Estados Unidos con los países centroamericanos, ya que su gobierno apoyaba la dictadura conservadora del nicaragüense Adolfo Díaz.

Trece años después de la invasión estadounidense al puerto mexicano de Veracruz, en contra del gobierno de Victoriano Huerta, en 1914, México volvió a vivir la amenaza de una nueva intervención armada de Estados Unidos. En 1925, el Secretario de Estado, Frank B. Kellog, advirtió al gobierno de Plutarco Elías Calles que Washington le retiraría su apoyo en caso de no proteger los derechos y vidas de los estadounidenses que radicaban en nuestro país. En este sentido, en 1927, la relación bilateral se agravó de nuevo frente a la acusación de que el Estado mexicano era promotor de movimientos

---

<sup>80</sup> Josefina Zoraida Vázquez y Lorenzo Meyer, *México frente a los Estados Unidos. (Un ensayo histórico, 1776-1993)* México, Fondo de Cultura Económica, 1982, p. 158

comunistas y permitía la divulgación de las ideas bolcheviques.<sup>81</sup> El Presidente Calles advirtió que si Estados Unidos interfería en México con las armas, el gobierno mexicano publicaría documentos secretos que había interceptado de la correspondencia entre Kellog y Shiefeld. Las tensiones se vieron disminuidas cuando Calles se vio secundado por un grupo de financieros y políticos estadounidenses que convencieron al gobierno de la Casa Blanca de que la solución no se encontraba en la vía armada.

Tras la modernización de los medios de comunicación y la designación de una categoría de turista en la Ley de Migración de 1926, se conformaron algunas empresas privadas de origen nacional y estadounidense, así como asociaciones mixtas con miembros de los sectores público y privado, que apostaron sus trabajos a la promoción del turismo en México. Estas empresas fueron integradas por hoteleros, restauranteros, comerciantes, así como por hombres de negocios de las industrias de comunicación terrestre y marítima.

La emisión de propaganda que realizaban estas organizaciones coincidió con el objetivo del Estado de recurrir a la historia y la cultura para inculcar los valores nacionales. El papel de la propaganda se conjuntaba con la labor de promover un perfil de México que servía para contrarrestar las difamaciones hechas por los intereses petroleros, apoyadas por el embajador George Rockwell Shiefeld.

Los medios de transporte fueron los primeros en hacer coincidir todos los servicios que implicaba un viaje turístico. Como ejemplo de los esfuerzos de las

---

<sup>81</sup> La problemática de la relación con Estados Unidos tocó su cúspide en enero de 1927, cuando Frank B. Kellog acusó al Presidente Calles y a la CROM (Confederación regional de Obreros Mexicanos) de tener relaciones con los comunistas y de querer crear un centro de propaganda bolchevique en México. La prensa norteamericana reportaba el alcance de la violencia religiosa y pedía la intervención de su gobierno para contener la presunta marea roja. Marcelo García, Víctor Godínez, *et al* Los Estados Unidos en la década de los años veinte" en Estados Unidos. Síntesis de su Historia, Tomo 10, México, Instituto José María Luis Mora, 1a edición, 1991, p. 71

compañías marítimas y ferroviarias encontramos el proyecto de la *New York and Cuba Steamship Company*.<sup>82</sup> Esta compañía propuso establecer un servicio a cargo de la empresa de vapores Habana y Ward Line, así como la línea de ferrocarriles entre México y Nueva York. Las rutas de dicha compañía eran de Nueva York al puerto de Veracruz, de Veracruz a La Habana y de Veracruz al centro del país o de Nuevo Laredo a la Ciudad de México.

El Banco de México fue la primera instancia del Estado que invirtió en esta flamante industria, lo cual reflejaba su carácter mixto. La institución financiera insistió en que el fomento del turismo necesitaba del soporte moral del Ejecutivo, quien debía coordinarse con las cámaras de comercio y los ayuntamientos.<sup>83</sup> El Banco de México estimuló la atracción del turismo con el objeto de impulsar la entrada de divisas a México; con este fin, en 1926, se instauró un Departamento de Turismo. Este organismo funcionaba con el sostén de la línea de vapores *Ward Line* y la compañía de turismo *American Express*, así como con el apoyo de todas las cámaras de comercio mexicanas y de algunas estadounidenses<sup>84</sup>.

El Banco de México emitía un boletín turístico redactado en inglés, y la edición de éste pasó a manos del Departamento de Turismo. En esta publicación se escribían reportajes con ilustraciones fotográficas que mostraban diversos sitios atractivos para los turistas. Se promovían ruinas arqueológicas como Teotihuacan y Cholula, además se hacían reportajes sobre iglesias y conventos coloniales como el de San Francisco

<sup>82</sup> AGN, ramo Presidentes, Fondo Obregón-Calles, 104-T-25. Memorandum que envió la *New York and Cuba Steamship Company* al Presidente Calles el 27 de febrero de 1928 con el fin de mostrar sus proyectos para impulsar el turismo a México por medio de viajes organizados.

<sup>83</sup> AGN, Ramo Presidentes, Fondo Obregón-Calles, 104-T-25, carta del Director del Banco de México envía carta a Calles expresando el impetu por fomentar el turismo en México 14 de enero de 1928.

<sup>84</sup> *Loc cit.*

Acatepec en Puebla las catedrales de la Ciudad de México y Guadalajara. Así también se describían ciudades como Amecameca, Pachuca, Tepoztlán y Querétaro. Los sitios que se promocionaron en la ciudad de México fueron visitas al Palacio Nacional, la Academia de San Carlos, la Casa de los Azulejos, la Avenida del Paseo de la Reforma; el Castillo y el Bosque de Chapultepec, entre otros. Asimismo, se ofrecían paseos en trajinera por el Lago de Xochimilco; visitas al lago de Guadalupe; a San Ángel, Churubusco y Coyoacán.

La publicación de este Departamento de Turismo del Banco de México también incluía información acerca del tipo de cambio, los hoteles existentes en la ciudad, como el Geneve, el Mancera, el Regis, el Imperial y el Princess. De igual modo, se imprimieron horarios, rutas y tarifas de los pasajes. Se incluyó información sobre actividades deportivas y recreativas: cursos de golf, canchas de tenis, albercas, juegos de base-ball, juegos de pelota, corridas de toros, teatros, *cabarets*, cines, paseos a caballo, excursiones de caza y de pesca. También se señalaban los avances tecnológicos y la comunicación internacional de la ciudad de México. Se proyectaba una ciudad moderna, donde era factible conseguir enlaces telefónicos y correo aéreo para hacer enlace con todas las ciudades estadounidenses, lo que permitía al turista mantenerse en contacto con sus negocios y familia. Los visitantes de nuestro país eran, en su mayoría, miembros de las clases acomodadas.

La promoción turística de la Ciudad de México que se realiza o se lleva a cabo en la actualidad señala los mismos sitios que se promocionaban desde finales de la década de los años veinte. La elección de qué mostrar al turismo ha sido acorde con la visión que el Estado ha deseado mostrar sobre la historia nacional. En este sentido, en la ciudad se

han hecho rutas turísticas que recorren desde las ruinas arqueológicas hasta las zonas emblemáticas de “modernidad”, como lo fue la Avenida del Paseo de la Reforma. Esta avenida se ha utilizado como un libro que narra la historia oficial; recurre al arte de la escultura para exponer diversos monumentos de héroes y símbolos de la patria. Los sitios que mantienen fiestas tradicionales como Xochimilco, aún siguen siendo los puntos de interés para el turista que espera encontrar el “exotismo” de México. Asimismo, desde los años veinte, el museo fue un instrumento moderno para proyectar la gloria de las culturas prehispánicas o las joyas de la Nueva España. Si nos remontamos al México posrevolucionario y llegamos hasta los albores del siglo XXI, encontramos una continuidad: la promoción del turismo en nuestro país ha jugado con los elementos de cultura popular e historia política para configurar la imagen de un México que se encamina hacia el “progreso”, tal como se hizo en las exposiciones decimonónicas.

La visita de turistas se percibió también como un símbolo cosmopolita de la ciudad; la presencia de éstos aludía a la existencia de los grandes hoteles, donde dormía el turista con las comodidades de una ciudad industrial. La Cámara México-Americana de comercio publicaba una revista mensual en inglés y en español, titulada: *México*. Ésta se anunciaba como promotora del “verdadero México”, puesto que con el afán de contrarrestar la imagen del “México bárbaro” y promover la relación financiera entre México y Estados Unidos, revelaba las ventajas comerciales y los atractivos turísticos de nuestro país e informaba sobre los estatutos revolucionarios como un símbolo de modernidad.<sup>83</sup>

---

<sup>83</sup> AGN, Ramo Presidentes, Fondo Obregón Calles, 104-m-39, Carta que envió la Cámara México-Americana de Comercio al General Calles con el propósito de describir el valor de la revista a México para que ésta fuera enviada a los consulados mexicanos en Estados Unidos y Europa con el fin de promover México 1926 [sin mex. ni día]

En noviembre de 1927 se conformó la Asociación Impulsora de Turismo en México, la cual llevó como consigna "Conozca su país y delo a conocer a los demás"<sup>86</sup>. Vicente Lombardo Toledano fue integrante del comité ejecutivo de esta asociación; como tal, apuntaló el turismo como una necesidad nacional, económica y patriótica. Lombardo Toledano, quien más tarde fuera encargado de llevar el mando de la institución que representó las demandas revolucionarias de los trabajadores (la CTM, anteriormente CROM), apoyó el turismo en 1927. Esta asociación se formó con objeto de secundar la iniciativa del Presidente Calles para incitar el crecimiento del turismo en México. Apoyó la publicación de revistas, folletos y películas que sirvieran para exponer, de modo permanente, los atractivos turísticos del país.

Por otro lado, la Secretaría de Relaciones Exteriores otorgó a los cónsules la responsabilidad de incluir el fomento del turismo en su agenda. Los consulados de México en el extranjero debían hacer campañas de promoción de la cultura y el turismo de nuestro país. Asimismo tenían la obligación de cuidar que la imagen publicada por la mirada extranjera fuera acorde con el proyecto nacional. Para dicho objetivo, este órgano estatal tenía medios publicitarios tales como la guía titulada "The Handy Guide", que se publicó desde 1923. Los consulados debían repartirla a aquellos interesados en conocer nuestro país. En el año de 1927, la empresa publicitaria Cook Co. diseñó un folleto para la cancillería con el fin de que éste fuera enviado a los cónsules como una herramienta adicional de difusión sobre los atractivos turísticos y potenciales para invertir en México<sup>87</sup>.

<sup>86</sup> AGN Ramo Presidentes, Fondo Obregón- Calles, 104-t-25, 16 de noviembre de 1927 Carta enviada al presidente Calles para anunciar la creación de la Asociación Impulsora de Turismo en México

<sup>87</sup> AGE, Legajo IV-612 6 (42) A fin de dar a conocer las ventajas de México ante turistas y capitalistas extranjeros, los cónsules solicitaron más ediciones de la guía "Handy Guide" Marzo 1928

En enero de 1928, el cónsul general de México en Nueva York, Arturo M. Elias, comunicó a Fernando Torreblanca, secretario particular del presidente Calles, sobre la reciente conformación de la "Asociación Mexicana de Turismo" en esa ciudad. Dicho organismo estuvo integrado por representantes del *American Trunklines*, de *Ward Line*, la *Pullman Co.*, la *Thos Cook and Son* y el *Hotel Waldorf Astoria*. Esta asociación envió una carta al gobierno de Calles con el propósito de sugerir la creación de una Junta Nacional para lidiar con los problemas a los que se enfrentaban los turistas a lo largo de sus recorridos por México. No obstante, esta carta fue remitida, como muchas más que trataban el tema del turismo, a las empresas de transporte y cámaras de comercio. Esto implicaba que el Estado brindaba el apoyo oficial para el desarrollo turístico, pero el funcionamiento de los proyectos debía depender de la iniciativa privada.

Si bien durante la presencia del embajador Shiefeld en México el desarrollo de la industria turística no decreció e incluso se pensó como herramienta para contrarrestar la imagen que difamaba un México enemigo del capital foráneo, los avances que se lograron en términos reales fueron escasos ya que la actitud del diplomático no era un buen aliciente.



### **3.4 La mirada del otro.**

El buen funcionamiento de la industria del turismo dependió, de manera directa, de la estabilidad en la relación entre el gobierno mexicano y estadounidense. Como resultado de la ríspida relación entre el gobierno Calles y el embajador Shiefeld, la Casa Blanca retiró a dicho diplomático de su misión en nuestro país. En su lugar, nombró al demócrata Dwight Witney Morrow, quien pertenecía al mundo de los negocios como socio de la firma financiera J.P. Morgan. La actitud del nuevo embajador marcó una forma de relación distinta con el gobierno mexicano. Desde su llegada a México el 23 de octubre de 1927<sup>22</sup>, el estadounidense pretendió acercarse al Presidente Calles en términos amistosos, buscando tener empatía con la visión de la sociedad y el Estado mexicanos, respecto a la vía sobre la cuál debía reconstruirse el país.

A diferencia de su antecesor, Morrow aclaró que no insistiría más nuestro gobierno sobre la modificación del artículo 27 constitucional que afectaba a los connacionales que tenían inversiones en el petróleo. Empero, apoyó con mayor énfasis a los banqueros, comerciantes e industriales estadounidenses y colaboró para estrechar la relación entre éstos y el Estado posrevolucionario. El diplomático fomentó el turismo en nuestro país por dos razones. La primera de ellas es que estaba consciente de que el turismo era una productiva actividad económica que radicaba principalmente en la iniciativa privada. En segundo lugar, esta industria podía ser un elemento auxiliar en la relación entre la nación mexicana y la estadounidense. Morrow argumentó que la relación bilateral también recaía en el intercambio entre individuos lo que repercutiría en términos diplomáticos.

---

<sup>22</sup> Excelsior, 24 de octubre de 1927, p.7

Dwight Morrow llegó a México acompañado de su esposa Elizabeth y su hija Anne, quienes revelaron también un interés personal por la cultura mexicana, lo que contribuyó en gran medida a la tarea de destear la idea de la nación vandálica. La familia del diplomático fomentó una relación entre personajes del ámbito cultural mexicano y del estadounidense, cuyas creaciones promovían el conocimiento de un México pintoresco. Así la familia de Morrow participó en la atracción de turistas al país.

En Estados Unidos, Morrow leyó las publicaciones de los "peregrinos políticos" y tuvo una relación cercana con los "peregrinos de la cultura"<sup>89</sup> radicados en nuestro país. Esto contribuyó a que Morrow tuviera una mayor información sobre las circunstancias que hacían comprensible el proceso revolucionario; así este embajador tuvo menos problemas en entender la concepción de nación que tenía el gobierno posrevolucionario.

El interés por afianzar al nacionalismo mexicano permitió el florecimiento de un espíritu de rescate de la cultura popular, lo que atrajo la mirada de algunos estadounidenses que buscaban escenarios distintos a los industriales. En esta coyuntura, llegaron a nuestro país personajes como Katherine Anne Porter, Anita Brenner<sup>90</sup> y Edward Weston,<sup>91</sup> entre otros. Todos ellos se caracterizaron por un singular aprecio de

<sup>89</sup> Al referirnos a los peregrinos de la cultura, hacemos alusión a todos aquellos extranjeros que llegaron a nuestro país durante los años veinte motivados por los movimientos culturales en nuestro país o encantados por los aspectos de la esencia y los paisajes culturales y naturales de nuestro país, se vieron atra

<sup>90</sup> "Hacia fines de los años veinte, la rica variedad de estrategias visuales y propuestas estéticas y políticas presente en el arte mexicano de esta década se vio cada vez más oscurecida en el discurso crítico, a favor de una explicación homogénea del fenómeno cultural y social de la nación. Esto se manifiesta en el arte auspiciado por el régimen de Calles y en la historiografía incipiente de las artes visuales del periodo. Un libro clave de este último aspecto es *Idols behind Altars*, una síntesis dinámica y anecdótica, pero analítica, de la cultura, la historia y el arte mexicanos. Su autora Anita Brenner, era una joven escritora estadounidense que se codesaba con los principales protagonistas culturales de la época. El libro ejerció gran influencia tanto en México como en los Estados Unidos, y constituyó un factor de atracción para los artistas y visitantes extranjeros" James Oles, *South of the border, México in the American Imagination, 1914-1947*, Smithsonian Institution press, Washington, 1993 p.36

<sup>91</sup> El fotógrafo Edward Weston llegó a vivir a México en el año de 1923 junto con Tina Modotti, éste se dedicó en un principio a trabajar como retratista comercial y colaboró con Modotti para el libro de *Idols behind Altars* de Anita Brenner en 1925. Las fotografías de Weston proyectaron imágenes de los paisajes

“lo mexicano”, contribuyendo a fortalecer la imagen que el flamante Estado Mexicano quería proyectar ante el mundo.

Haciendo uso de las letras, del rescate del arte y la artesanía, así como de la fotografía, los “peregrinos de la cultura” configuraron el imaginario de un México compuesto de atractivas imágenes que no era posible apreciar en las ciudades industriales de concreto. El ritmo pausado del mundo rural permitía otra relación con la naturaleza y con los valores familiares que se perdían en el compás acelerado de las urbes. La manera en que estos artistas plasmaron su noción de lo mexicano fue un imán para atraer el interés de aquellos estadounidenses que ansiaban un retiro temporal del sonar de las máquinas a fin de invertir su tiempo de ocio en lugares como el campo mexicano, donde se palpaba una relación cercana entre el hombre y la tierra.

Morrow tuvo una estrecha amistad con los exponentes del movimiento muralista mexicano que, como Diego Rivera, impulsaron que la relación entre México y Estados Unidos promoviera un intercambio cultural como parte importante en el mejoramiento de las relaciones entre las dos naciones vecinas. El 13 de octubre de 1930, con apoyo de Morrow, se inauguró una exposición de arte mexicano en el Museo Metropolitano de Nueva York donde se exhibieron más de 300 objetos históricos y culturales de nuestro país, que abarcaron desde el periodo novohispano hasta el posrevolucionario. En este

---

mexicanos donde el artista pretendió comunicar las formas con vida que emitía cada componente del paisaje mexicano. A pesar de que éste no buscó hacer fotografía turística, sus trabajos contribuyeron con mostrar ese México rural que atrajo a quienes buscaban aislarse temporalmente de las ciudades estadounidenses. (Assunta Adelaida Modotti, conocida como Tina Modotti, estadounidense de padres italianos, realizó trabajos fotográficos con la finalidad de exponer la realidad de los trabajadores mexicanos y sus luchas, entre las que destacó manifestaciones de mujeres obreras. Su afiliación al Partido Comunista de México, así como sus retratos que no parecían apoyar al régimen estatal, le ocasionaron ser sujeto de persecuciones por parte del Estado mexicano hasta que fue expulsada del país en el año de 1934. No obstante que su arte no coincidió con las necesidades del gobierno, a la vez colaboró con dar a conocer México ante ojos extranjeros.)

último se incluían obras de pintores como Orozco, Rivera, Charlot, Tamayo y Revueltas.<sup>92</sup>

La atracción que sintió el embajador estadounidense por la naturaleza y por la mecánica que entretecía al México moderno con el tradicional fueron aspectos que generaron confianza en el mundo de los negocios. Vinieron a México hombres como el multimillonario Abby Aldrich Rockefeller, quien tenía un interés particular por la cultura mexicana, ya que la consideraba parte integral de la riqueza cultural de todo el continente. Rockefeller invirtió en negocios de importación de artesanías.

Con sus recurrentes viajes al país en los años de 1930 y 1933,<sup>93</sup> Rockefeller promovía la confianza entre los empresarios estadounidenses. En ocasiones, Morrow colaboró proveyendo información para redactar artículos que favorecieran la imagen de nuestro país, tuvo reuniones con periodistas y académicos e impulsó a sus amigos, entre los que había hombres del mundo intelectual, a realizar viajes turísticos en nuestro país. En su correspondencia personal, encontramos que describía al clima mexicano como el mejor para el viajero que escapaba de los fríos invernales<sup>94</sup> y garantizaba que existía

<sup>92</sup> Los movimientos artísticos nacionalistas fueron utilizados por el régimen posrevolucionario como herramienta para mejorar la relación con los Estados Unidos. No obstante, en una ocasión, David Alfaro Siqueiros criticó a Rivera por retratar un México idealizado que se vendiera frente a los ojos del turista, al que consideraban comprador de imitaciones y corruptor de la cultura mexicana. En el año de 1936, Rivera pintó un mural en el Hotel Reforma al que tituló México Folklórico y turístico, en el cual critica al turismo mediante el retrato de una multitud de gringos que, con sus cámaras y cuadernos, habían invadido al país. James Oles, *op. cit.* p. 38.

<sup>93</sup> Frances Flynn Paine, promotor de arte mexicano en Estados Unidos organizó en 1928 una exposición de pintura y artes decorativas mexicanas en el Art Centre, una galería de Nueva York financiada por la familia Rockefeller. Abby Aldrich Rockefeller adquirió objetos de esta exposición y luego formó la Mexican Arts Association con Paine y otros para "promover la amistad entre los pueblos de México y los Estados Unidos de América fomentando las relaciones culturales y el intercambio artístico" Marion Oettinger, *Epoch Treasures of Mexico: The Nelson A. Rockefeller Collection*, Nueva York, 1900, p. 38 citado por James Oles, *op. cit.* p. 126.

<sup>94</sup> *Amberts College Archives, Dwight Morrow, papers 1877-1954, Serie X, Ambassador to México, 1927-1930 Carta de Morrow a Bruce Barton, 3 de febrero de 1928, microfílm, rollo 1*

seguridad en los caminos debido a que el país se encontraba en paz social y política.<sup>95</sup> De tal modo, el paisaje mexicano que se empleó desde el siglo XIX como vehículo del nacionalismo cultural, siguió siendo utilizado durante la reconstrucción nacional después de la Revolución.

Morrow y su familia construyeron una casa en la ciudad de Cuernavaca la cual fue denominada como la "Casa Mañana"<sup>96</sup>, la cual se convirtió en la residencia de descanso del embajador. Fue construida con un trazo colonial en el que las recámaras y la cocina tenían salida a un amplio patio común. Los espacios fueron decorados con objetos artesanales mexicanos (baúles de Olinalá, vajillas de barro, vasos de vidrio soplado y cazuelas colgantes). Esta residencia es la muestra de la visión estadounidense de "lo mexicano".

La "Casa Mañana" tomó la arquitectura novohispana como representación de la composición híbrida de la nación, a la que hacía alusión José Vasconcelos. En su conjunto, la residencia era similar al diseño de un pabellón mexicano dentro de una de las Ferias Internacionales, puesto que representaba un modo de vida moderno en una escenografía típica del imaginario mexicano configurado durante los primeros años del Estado posrevolucionario.

Cuernavaca fue uno de los primeros centros turísticos. Antes de que existiera en esta ciudad una moderna infraestructura para recibir visitantes, el sitio resultaba atractivo

<sup>95</sup> *Ibid.* Carta de Morrow al profesor universitario Harold Zink del Departamento de Ciencias Políticas del Amherst College, 10 de noviembre de 1928, microfilm, rollo 8

<sup>96</sup> Le llamaron "Casa Mañana" porque durante su construcción, el maestro de obras respondía invariablemente a las preguntas de Morrow sobre cuándo estaría lista tal o cual cosa "mañana, señor embajador, mañana" Presentación de Adriana Estrada Cajigal en Elizabeth Morrow, *Casa Mañana*, trd. Y presentación Adriana Estrada Cajigal, Suma morelense, Cuernavaca, 1982 *opud* Ma. Del Carmen Collado, "La mirada de Morrow sobre México, ¿preludio de la buena vecindad?" Actualmente, dicha residencia es un restaurant llamado "Las mañanistas", cuya estética colonial se aprovecha para mantener el tradicional ambiente mexicano de pueblo

por los edificios históricos y su todavía vida tradicional. A fin de promoverla como destino turístico se señalaba que Cortés la había elegido para establecer su palacio, y Maximiliano de Habsburgo, para su casa de verano. Por sus condiciones geográficas, así como por la existencia de una vía férrea y una carretera en construcción, que la comunicaban con la ciudad de México, desde finales de la década de los veinte, se promovió el atractivo de este lugar para recibir inversión de capitalistas con mira en la industria turística.

Entre los documentos que muestran el apoyo de los Morrow para atraer la mirada de turistas a Cuernavaca encontramos descripciones sobre un viaje de la ciudad de México hacia la capital de Morelos:

El viaje lo deja a uno con los dientes y el temperamento sacudidos al final de un viaje de tres horas. Aún así la expedición cale bien los tumbos y la fatiga (*sic*), el viaje vale la pena por el hermoso panorama de montañas y valles que se disfrutan en toda la trayectoria<sup>77</sup>

La ciudad de Cuernavaca, que durante la revolución fue centro efervescente del conflicto armado, se convertía en centro turístico representante de la esperada modernidad, donde quedaba claro que la revolución se asimilaba como componente glorioso de la nación posrevolucionaria. Al mismo tiempo que se defendían las tierras ejidales el Estado jugaba a promover que los campos de batalla se convirtieran en campos de golf.

Entre los funcionarios del gobierno posrevolucionario, Cuernavaca se convirtió en un sitio común para pasar el tiempo libre; lo que mostró el potencial de esta ciudad como receptora de turismo. Poco a poco se construyeron hoteles con alberca y se abrieron

<sup>77</sup> Elizabeth Morrow, *op.cit.*, trd. y presentación de Adriana Estrada Cajigal Suma morelense, Cuernavaca, 1982 p.2

INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES LINGÜÍSTICAS Y LINGÜÍSTICAS  
 1982

centros nocturnos, con los que se respondía no sólo a los hábitos de los turistas sino también a los de la clase gobernante. El auge que fue teniendo Cuernavaca se expresó en conferencias que exaltaron el potencial turístico de México. Sobre esta ciudad se dijo que "el viajero pesimista, que se encuentra en México, como en todas partes, el que siempre piensa que la fama de un paisaje es exagerada, que la comida y la tubería de los hoteles es mal; suspira con satisfacción cuando menciona Cuernavaca"<sup>98</sup>.

El embajador de Estados Unidos narró en una carta, que:

la orilla del camino estaba cubierta de flores silvestres, largos tallos de salvia azul morado, siempre hay indios en el camino, algunos montando pequeños burros grises, bajitos y sencillos[...]los hombres usan un sarape de alegres colores y las mujeres, un rebozo, que sirve como canasta de mercado y como porta-bebé, el aire es suave y el clima, semi-tropical.<sup>99</sup>

La radio y el cinematógrafo no fueron ajenos en absoluto al desarrollo del turismo en México. Semanalmente, el Presidente Calles emitía programas radiofónicos que se escuchaban en algunas ciudades de Estados Unidos. En ellos se señalaban las condiciones de la situación política y financiera del país; además eran amenizados con música popular. Durante los años de la presidencia del general Calles, se realizaron documentales y películas sobre México que tuvieron el aval del Estado posrevolucionario. Reconocemos en estas producciones cinematográficas películas como "Terreno" y "México Lindo". Estos filmes fueron útiles para atraer la mirada tanto de turistas como de inversionistas, puesto que se grabaron escenas de los perfiles modernos y tradicionales, así como de escenarios industriales, edificios públicos que se acababan de

<sup>98</sup> AGN, Ramo Presidentes, Fondo Emilio Portes Gil, 315/104, extracto 727, 6 de septiembre de 1929. Conferencia titulada "El atractivo de México" sobre México que dio en San Fco el Dr. Lincoln Wirt ante el San Francisco Commonwealth Club

<sup>99</sup> *Op. Cit.* carta de Morrow a Bruce Barton, 3 de febrero de 1928, microfilm, rollo 1

construir, mercados y fiestas populares, así como personajes típicos del campo y de la ciudad.

A partir de 1927 coincidieron una serie de factores que motivaron el crecimiento de la industria turística en nuestro país. No obstante, a pesar de la propaganda que proyectaba un México estable, en ciertas regiones se detonaron nuevos conflictos cuya problemática no fue sencilla de resolver, como fue el caso de la Guerra Cristera. La propaganda turística fue cuidadosa con no mencionar dicho conflicto y la presencia de Morrow tuvo un papel fundamental como intermediario para la solución de éste, por lo cual sus declaraciones sobre la estabilidad del país posrevolucionario fueron decisivas para no ahuyentar a los inversionistas y turistas extranjeros.

La descripción de los albores de la industria turística en México no puede prescindir de la mención sobre la determinante influencia de Dwight Witney Morrow. Fue él quien promovió el primer viaje aéreo a México, realizado por quien más tarde sería su yerno: Charles Lindbergh.<sup>100</sup> En una emisión de radio entre México y Nueva Jersey, Morrow invitaba a sus connacionales a viajar al sur, subrayando "el encanto de una nación que tiene la civilización más antigua de Norteamérica"<sup>101</sup>. Morrow participaba del romanticismo de lo indígena característico de los estadounidenses que rechazaban la industrialización de su mundo y se refugiaban en la historia y la naturaleza de lo "mexicano". A través del turismo es posible interpretar la visión que el embajador promovía sobre nuestro país, sin embargo este oficio es meritorio de otra investigación.

---

<sup>100</sup> El 27 de diciembre de 1927, el piloto Charles Lindbergh realizó el primer viaje sin escala desde Washington a la ciudad de México. Aterrizó en Balbuena donde miles de espectadores se acercaron a presenciar este evento, que abriría el espacio para el medio de comunicación más rápido de esos tiempos. AGE IV-612-6(04)28, Comisión Mixta Pro-Turismo, 1928. [s n folio]

<sup>101</sup> *Loc cit.*



## IV

**EMPRESARIOS Y POLÍTICOS FOMENTAN EL TURISMO****4.1 EL TURISMO, UNA MISIÓN MIXTA.**

Hacia el ocaso de la presidencia del general Plutarco Elías Calles, el desarrollo de la industria del turismo en México se encontró ante coyunturas favorables que le permitieron obtener un sitio más claro en el discurso oficial y en la estructura legal del país. Los albores de 1928 prometían un panorama propicio para desarrollar el turismo como industria nacional. A pesar de que la participación del estado no era particularmente importante en la construcción de una infraestructura material del país, durante el gobierno de Calles hubo notables avances en las comunicaciones y la irrigación. Además, la presencia del embajador Morrow anunciaba una buena relación con el país vecino del norte. Asimismo, algunos capitalistas mexicanos y estadounidenses confiaron en que sus inversiones estarían protegidas bajo un clima de paz que pretendía mantener el gobierno postrevolucionario. El 17 de julio de 1928, el presidente electo Álvaro Obregón fue asesinado y la estabilidad del nuevo régimen se enfrentó a la mayor crisis política que había vivido desde el fin de la fase armada de la Revolución.

Plutarco Elías Calles fue señalado por varios como el culpable de la muerte del caudillo. Con el fin de evitar el debilitamiento del régimen sonoreense, los generales Lázaro Cárdenas y Juan Andrew Almazán, así como los gobernadores Aaron Sáenz y Emilio Portes Gil, defendieron a Calles. Éste se reunió con militares, gobernadores,

secretarios de estado y altos funcionarios, con el fin de determinar quién sustituiría a Obregón. Acordaron que era preferible que el alternante del poder fuera un civil cercano al presidente electo asesinado. Así, el 25 de septiembre de 1928, el Congreso de la Unión designó al Licenciado Emilio Portes Gil, antes gobernador de Tamaulipas, como presidente provisional de la República Mexicana. El interinato de esta presidencia se prolongaría del 1° de diciembre de 1928 al 5 de febrero de 1930.

A pesar de los vientos que reacomodaban las fuerzas del poder, el gobierno de México no perdió legitimidad ante el gobierno estadounidense. El primero de diciembre de 1928, en su último informe de Gobierno frente al Congreso de la unión, Calles anunció:

al concluir el periodo de mi gobierno, dejo del todo normalizada y sin ningún problema que en estos momentos pueda causar ansiedad ni trastornos, la situación internacional de México. Quizás por primera vez, desde hace más de veinte años, por circunstancias conocidísimas el Ejecutivo puede hacer este anuncio a la Representación Nacional. Por primera vez, en tan largo periodo, nuestro país se encuentra en amistosas y normales relaciones exteriores, sin dificultades ni controversias amenazantes y manteniendo simultáneamente intactos el decoro y la dignidad de la nación y firmes y seguros los principios de reforma social que la Revolución mexicana inició y ha venido desarrollando<sup>102</sup>

Por su parte, el presidente estadounidense Calvin Coolidge (1923-1929), afirmó que las relaciones entre México y Estados Unidos estaban en su mejor momento desde el término de la Revolución y manifestó que:

Muchos de los malentendidos se han resuelto y una negociación respetuosa promete un arreglo final de todas las cuestiones pendientes. Es muy gratificante para nosotros que nuestro embajador Morrow haya logrado unir a las dos naciones vecinas que tienen

---

<sup>102</sup> Arnaldo Córdova, *La Revolución en crisis, la aventura del Maximato*, México, Cal y arena, 1995, p.42.

tantos intereses en común- en una situación de confianza mutua y de respeto por sus respectivos derechos soberanos<sup>103</sup>.

Cuando Emilio Portes Gil tomó protesta como presidente provisional de la República Mexicana, reiteró que daría seguimiento a los programas de los generales Obregón y Calles e insistió en que haría cumplir los artículos constitucionales, en especial el 27 y el 123. Acentuó también que resguardaría los logros de la administración callista, asegurando con ello que mantendría el impulso a la recuperación nacional.

La nivelación de los presupuestos que para 1929 está ya lograda como resultado de los desvelos y la energía del Presidente Calles, será norma inmutable que rija la política hacendaria de la administración que asegure, sin angustia, el desarrollo del programa de gobierno, y el cumplimiento de sus compromisos interiores y exteriores. Mi administración reconocerá como una de las bases fundamentales de su programa, continuar y desenvolver la educación de las masas del pueblo<sup>104</sup>

Con respecto a la política exterior con los Estados Unidos, se refirió de la siguiente manera:

Afortunadamente la cordura y el patriotismo con los que el Presidente Calles y el Embajador Morrow han servido a sus respectivos países, han logrado barrer insensiblemente las suspicacias y han conseguido llevar a los dos pueblos vecinos hasta el buen entendimiento que a la fecha existe, y que de todo corazón deseo que perdure. De subsistir en el gobierno americano igual deseo y dentro del respeto de nuestra soberanía - que es algo en lo que México no puede retroceder ni transigir, cualquiera que fuera la magnitud de los sacrificios que se hicieran necesarios- el pueblo americano no podrá encontrar más que motivos de cooperación y de la más amplia buena voluntad de su vecino del Sur<sup>105</sup>

En este sentido, el Presidente interino cooperó con mantener un clima pacífico que propiciara el buen entendimiento con los estadounidenses y la atracción de capital que tanto urgía. Portes Gil profundizó la relación con los empresarios, en su mayoría

<sup>103</sup> Ricardo Ampudia, *México en los informes presidenciales de los Estados Unidos de América*, México, Secretaría de Relaciones Exteriores y Fondo de Cultura Económica, 1996, p 212

<sup>104</sup> Emilio Portes Gil, *Quince años de política mexicana*, México, Ediciones Botas, 1954, 3a edición, p 82.

<sup>105</sup> *idem* p 83.

extranjeros e incorporó a algunos mandos militares y políticos en el ámbito de los negocios. Todos los aspectos anteriores, sirvieron para neutralizar ambiciones políticas y también para que el Estado pudiera recibir inversiones privadas. De este modo, el turismo encontraba bases sólidas para presentarse como un fenómeno que beneficiaría a la nación en su conjunto.

El general Calles permaneció detrás del nuevo gobierno como "Jefe Máximo" de las fuerzas armadas de la Revolución y mantuvo su poder para decidir el rumbo que debía seguir el país. Su intención era canalizar las tensiones entre la familia revolucionaria y evitar así el debilitamiento del Estado. A instancias del propio Calles, en 1929 se conformó el Partido Nacional Revolucionario (PNR). La misión del nuevo partido consistió en atraer a los caudillos para dirimir y evitar la disputa violenta del poder dentro de marcos institucionales. El partido evitó que los problemas de carácter económico, social y político, se convirtieran en nuevos levantamientos armados. En este contexto de relativa estabilidad, el crecimiento económico encontró circunstancias favorables. La presencia del partido contribuyó a impulsar el comercio y fomentar industrias como la turística, la cual requería de una relativa paz social para desarrollarse.

En diciembre de 1927, el secretario de Hacienda Alberto J. Pani, propuso al Congreso una iniciativa de ley a fin de conformar una Comisión Mixta Pro-Turismo<sup>108</sup> con el objetivo de estudiar y resolver las necesidades de la industria turística. El Congreso aceptó la iniciativa del ejecutivo y el 27 de diciembre de 1928, la CMPT inició sus funciones. A pesar de que la intención de dicho organismo fue planteada en función de beneficiar a la industria nacional, la incursión de turistas dependía, de modo directo y prioritario, de las leyes de migración; por una cuestión de seguridad nacional, la custodia

---

<sup>108</sup> En adelante CMPT

de la comisión estuvo a cargo de la Secretaría de Gobernación. El 6 de julio de 1929, por acuerdo presidencial, se estableció de modo permanente la CMPT. En este decreto se imprimieron las siguientes palabras del Presidente Emilio Portes Gil: "Es de forzosa protección por las autoridades, todo esfuerzo encaminado a procurar el desarrollo del turismo en México."<sup>107</sup> En lo anterior claro que el gobierno tenía toda la disposición de apoyar los trabajos a favor del fomento del turismo en nuestro país. Una gran parte de estas labores le correspondía a la iniciativa privada las palabras del ejecutivo también sugerían que el Estado sería protector del sector empresarial involucrado en el desarrollo de la infraestructura turística. En el reglamento de la CMPT<sup>108</sup> se estipuló que el objetivo de esta dependencia legal era fomentar y desarrollar de modo permanente el turismo en México. Para tal misión debían ser analizados los procesos que enfrentaba el turista en su recorrido y eliminar todas las trabas existentes para el buen funcionamiento de los servicios turísticos.

Tras un año de una conjunta entre políticos y empresarios, el poder ejecutivo propuso transformar la CMPT en comisión nacional de turismo<sup>109</sup>. La minuta del proyecto de ley orgánica de dicha comisión, se imprimió en el Diario de Debates de la Cámara de Senadores, el 28 de diciembre de 1929. En esta fuente, no se registró ningún voto en contra de dicho decreto presidencial, parecía ser unánime la opinión de que el turismo prometía diversos beneficios a la nación. Asimismo, la transformación de Comisión Mixta a Comisión Nacional, implicaba que el turismo, al igual que otras actividades económicas del país, debían estar bajo la rectoría del Estado. La ley que

<sup>107</sup> AGE, CMPT, IV-301-47 Felipe Canales, subsecretario Encargado del Despacho de Gobernación, en uso de la facultad conferida a esta Secretaría por el Acuerdo Presidencial de fecha 6 de julio de 1929, expedía el reglamento interior de la CMPT Folio 1

<sup>108</sup> *Idem.* folio 7

<sup>109</sup> En adelante CNT

estableció la CNT, fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 3 de febrero de 1930 y el reglamento de ésta entró en vigor 4 días después.<sup>110</sup>

Los miembros de la extinta CMPT permanecieron en sus cargos cuando se creó la CNT y dieron continuidad a las funciones de la primera. Una vez al año, la comisión convocaban a una Convención General de Turismo, con el propósito de llegar a acuerdos comunes para fomentar el turismo nacional e internacional. Ambas dependencias se riguieron por el mismo reglamento en el que se redactó que los trabajos estarían apoyados por organismos locales. Se formaron subcomisiones encargadas de valorar y resolver los distintos aspectos que la actividad turística implicaba: administración, propaganda y prensa, ferrocarriles y carreteras, mejoramiento de ciudades y demás centros de turismo, turismo local y coordinación de actividades nacionales pro-turismo, trámite y estadística. A diferencia de la CMPT, la CNT aumentó una subcomisión: la de investigación. Ésta se encargó de analizar las condiciones sociales y económicas para conocer cuáles eran las posibilidades para desarrollar y fortalecer centros turísticos. Las subcomisiones quedaron integradas por banqueros, cámaras de comercio, empresas de transportes y comunicaciones, asociaciones, clubes de automovilistas y de rotarios, y cualquier otra empresa interesada en la promoción del turismo.

La sede de la CMPT, y posteriormente la de la CNT, fue el número 7 de la calle de San Juan de Letrán en la ciudad de México. El financiamiento de las comisiones dependió de un subsidio estatal así como de donaciones y legados de corporaciones particulares. Además, en el reglamento de la CNT se estipuló que los impuestos

---

<sup>110</sup> Es importante hacer notar que la publicación de la ley orgánica de la CNT se publicó en los mismos días del cambio de gobierno del interinato de Emilio Portes Gil a la presidencia constitucional de Pascual Ortiz Rubio el 5 de febrero de 1930. De este modo, el turismo fue adoptado por la constitución en un momento en el que el respeto a esta era el eje que sostenía al Nuevo régimen postrevolucionario.

recaudados por la compra de boletos para visitar monumentos históricos o ruinas arqueológicas, serían destinados a la comisión y que la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas daría a la CNT la concesión de los ingresos obtenidos por los anuncios que se colocaban en las carreteras nacionales.

La CMPT recibía propuestas tanto de sus miembros como de particulares, quienes sugerían diversas maneras para incrementar las visitas turísticas a nuestro país. La primera preocupación de esta dependencia fue estudiar las facilidades indispensables que debían conceder las Secretarías de Gobernación y de Relaciones Exteriores, el Departamento de Salubridad y la Dirección Federal de Aduanas, para regular la entrada y salida del turista extranjero en nuestra frontera norte. Se impusieron trámites indispensables y se suprimieron los innecesarios.

El 3 de julio de 1929, el vicepresidente de la CMPT, Antonio L. Rodríguez, Delegado del Banco de México S.A., redactó un documento titulado "Lo que se ha hecho en el país en favor del Turismo",<sup>111</sup> en el que resumía cuáles habían sido los principales trabajos realizados por la comisión desde diciembre de 1928. Dividió el escrito en tres apartados, el primero lo dedicó al ramo de migración, el segundo al de salubridad y el tercero al aduanal.

En lo tocante a migración destacó que al turista se le había situado en un lugar preferente frente a otros pasajeros que abordaban los diversos medios de transporte. Se le beneficiaba con la expedición de una tarjeta especial que, de forma sistemática expedían las oficinas consulares de nuestro país en el extranjero. Las solicitudes para obtener dichos documentos fueron exentas del requisito de fotografías reduciendo los datos

---

<sup>111</sup> AGE, CMPT, Exp 4/241-1929/134, Antonio L. Rodríguez, "Lo que se ha hecho en el país en favor del turismo" México D.F., 3 de julio de 1929, folio 1-3

necesarios para migración y estadística. En el mismo contexto, la expedición de las tarjetas eximían a los turistas pagos extraordinarios, y les evitaban molestias burocráticas. También a los excursionistas se les extendieron ciertas facilidades: las compañías de transporte, asociaciones y cámaras de comercio que organizaban las excursiones, realizaban un trámite común para todos los pasajeros.

Era necesario determinar precisamente quienes debían equipararse al turista o excursionista (personas que viniesen al país por móviles científicos, artísticos etc.) a ellas se les eximía del pago de impuesto del inmigrante. Asimismo, la comisión hizo sugerencias para modificar la Ley de Migración a fin de establecer sanciones a quienes aprovecharan el carácter de turista o excursionista para ingresar al país con otras intenciones.

En el ramo de salubridad, la CMPT dispuso que a los turistas y excursionistas sólo se les debía someter a revisiones de salubridad cuando parecieran sospechosos a los oficiales de migración. Además, se pedía la cooperación de Consulados mexicanos, oficinas de turismo, ferrocarriles y empresas de transporte para dar a conocer a los turistas el código sanitario que prevenía enfermedades transmisibles. Por último, dentro del tema de salud, se solicitó que las autoridades sanitarias previnieran la higiene de las principales ciudades que se consideraban centros turísticos.

Con respecto a los requisitos aduanales, los oficiales de aduanas debían cuidar los equipajes de los turistas y excursionistas, así como revisarlos a una sola vez lo largo del trayecto. De igual modo, se previno establecer oficinas especiales dentro de las estaciones de ferrocarril, cuya misión se limitaba sólo a revisar el equipaje de las categorías de migración mencionadas. Se estableció un criterio general, entre las dependencias



aduanales, sobre cuáles eran los objetos personales que los turistas y excursionistas podían llevar consigo sin necesidad de pagar impuestos. Con el fin de agilizar los trámites y prevenir equívocos, se redactaron listas que exponían cuáles eran los productos prohibidos.

Como logros complementarios, el documento también incorporó los trabajos de las Secretarías de Agricultura, Hacienda y Guerra, a quienes les correspondía expedir los trámites y requisitos para los turistas cazadores que solían adentrarse en nuestro territorio con un auto propio. Además, la Comisión se encargó de estudiar los requisitos que debían cumplir los ferrocarriles en su paso por la frontera, a fin de disminuir el tiempo del recorrido y agilizar las conexiones con los vagones estadounidenses.

Las líneas del texto aludido nos permiten observar que el clima postrevolucionario exigía un cuidado especial sobre quienes ingresaban al país. Por esta razón la CMPT buscaba las vías para que al turista se le dieran facilidades extraordinarias que lo motivaran a visitar México.

Dentro de los legajos de la CMPT, encontramos el discurso pronunciado por el Sr. Rafael Jiménez Castro, Jefe del Departamento de Migración, en la apertura de la Convención Pro-Turismo que se celebró en Tampico, Tamaulipas, el 27 de septiembre de 1929.<sup>112</sup> El documento trata sobre los beneficios de la industria del turismo y convoca a la iniciativa privada y al gobierno a trabajar para el desarrollo de este sector empresarial. El autor menciona tres beneficios fundamentales del turismo: el económico, el moral y el social. Con respecto al primero, reconoce sin duda alguna, las cuantiosas cantidades monetarias recibidas anualmente por las corrientes turísticas en países como Cuba,

<sup>112</sup> AGE, CMPT, Exp IV-612 6(42)/1 "Discurso Pronunciado por el Sr. Don Rafael Jiménez Castro, Jefe del Departamento de Migración en la apertura de la Convención Pro-Turismo, de Tampico, Tamps., el 27 de septiembre de 1929. Folio 1-8

Alemania, España, Italia, Suiza y Canadá, entre otras naciones. Sin embargo, considera que en el caso de México, la atracción de divisas no era el beneficio más valioso, aunque sí el más atractivo para el erario público, debido a su contribución a la balanza de pagos<sup>113</sup>. Dice Jiménez:

Nocio sería mirar con desdén la significación económica del turismo, y estoy muy lejos de tal actitud; pero si estoy profundamente convencido que nuestra patria ganará más con el testimonio verídico y sincero de los extranjeros que espontáneamente vengan, vean y observen las altas virtudes de nuestro pueblo los esfuerzos del Gobierno en pro del mejoramiento social, los progresos realizados en las ciudades y en los campos por medio de la cultura intelectual y de la cultura física; [ ] este testimonio, espontáneo, sincero, verídico, será para nuestro México incomparablemente más valioso que todos los millones que los turistas pudieran traernos. Este testimonio tornará blanca a la roja leyenda de nuestra revolución fratricida y México no será más el México bárbaro, el México de Huitzilopochtli, sino el México de la raza de bronce: altiva, sobria, hospitalaria, soñadora y artista como se muestra a través de la agricultura, el comercio y la industria. He aquí, pues otra especie de beneficios del turismo: los de orden moral, a los cuales yo asigno el lugar preferente.<sup>114</sup>

En este sentido, el turismo debía ser un medio para subir el prestigio de nuestro país frente al extranjero y

hacer que se reconozca la importancia de México como país responsable, solvente, que encamina sus actividades por senderos en donde el decoro y la más alta honorabilidad son las guías.[...] Procurar la visita de personalidades eminentes capaces de hacer observaciones atinadas y de expresar fallos justicieros, es más que una conveniencia una necesidad y por lo mismo una obligación<sup>115</sup>

En este beneficio radicaba la urgencia de contrarrestar las calumnias que se

<sup>113</sup> Los turistas y los braceros mexicanos que inmigraban temporalmente a Estados Unidos fueron un importante aliciente a la balanza de pagos, ya que las divisas que ambos introducían al país fueron sustitutos del carente comercio de exportación. Moisés González Navarro, *Los extranjeros en México y los mexicanos en el extranjero 1821-1970*, México, El Colegio de México, 1994 p.203.

<sup>114</sup> AGE, *opcit*, Exp IV-612 6(42)/1 folio 2 y 3

<sup>115</sup> *Ibidem*, folio 6

hacían en contra de nuestro país. El resultado de este trabajo llevaría a México a afianzar su sitio en el concierto de naciones tal como lo habían procurado los gobiernos de nuestro país desde el régimen porfiriano.

En su discurso, Jiménez Castro acentuó el beneficio social que se obtendría a través del turismo. Esta industria ayudaría a estrechar la relación entre México y los Estados Unidos ya que, a consideración del autor, no eran aún naciones tan amigas como podrían serlo. Sin embargo, el encuentro entre las dos naciones estaba en un momento favorable con la presencia del embajador Dwight Whitney Morrow, a quien se refirió en los siguientes términos:

Quando el horizonte aparecía más obscurecido y una tormenta estaba próxima a desencadenarse, vino a nosotros un hombre, un embajador de amplia acción y de espíritu comprensivo y sincero, y no sólo no hubo tempestad sino que el sol resurgió esplendorosamente; después, fue el águila solitaria, el coronel Carlos Augusto Lindbergh (sic), quien vino a nuestro país en viaje inolvidable de buena voluntad...<sup>116</sup>

Habiendo expuesto lo anterior, consideró que los beneficios económicos favorecerían a la nación; los beneficios morales a la nación en general y a determinadas regiones en particular y los beneficios sociales favorecerían a dos o más naciones. Las palabras de este discurso proclamado en la convención de turismo, justificaban entonces que el Estado postrevolucionario apoyara el desarrollo de este ramo y lo integrara en su discurso oficial. El fomento de esta industria era consecuente con el programa de reconstrucción nacional que había emprendido el general Álvaro Obregón. El turismo significaba una derrama económica en manos de empresas privadas y de poblaciones con atractivos turísticos. Además, contribuía con la educación de los mexicanos, ya que estos debían ser instruídos para mostrar las bellezas naturales y culturales, a fin de y evitar la

---

<sup>116</sup> *Idem* folio 4

explotación desmedida de estos recursos. De igual modo, aclaró que era preciso "...educar a nuestro público, habituarlo a considerar racionalmente la industria de los viajes de placer, a fin de que no incurramos en el error de exagerar la explotación, matando en su origen una que puede ser verdadera fuente de riqueza para el país".<sup>117</sup>

Para concluir su discurso, Jiménez Castro exhortó a los delegados de la CMPT a buscar, a través del turismo, el bien particular y el bien público. El carácter mixto de esta comisión propiciaba que los sectores públicos y privados fueran favorecidos por la industria del turismo y que éstos participaran por igual en promover para que aumentaran las corrientes de turistas que visitaran nuestro país.

La transformación de Comisión Mixta a Comisión Nacional reflejó la centralización de las actividades económicas en el Estado. Sin embargo, los documentos hallados en los legajos de la CNT, reflejan que la intervención de la iniciativa privada representaba un peso importante en las labores de este organismo. A pesar de que era constante el argumento de que el turismo traería beneficios a todos los niveles nacionales, los intereses económicos volcados en el desarrollo de una infraestructura turística hacían que los empresarios fueran los más insistentes en que las dependencias gubernamentales brindaran su apoyo con la disminución de requisitos legales.

Las atracciones de la industria turística fueron tales que el Estado procuró regirlas bajo un marco legal que no amenazara su control sobre el movimiento del capital. Fue claro también que sin inversión de capital privado, el gobierno no podría echar a andar la industria del turismo, además, requería de la experiencia de los hombres de negocios. A diferencia del porfirismo, los empresarios y políticos del México postrevolucionario estaban claramente divididos y fue necesario recurrir de manera constante a medios

---

<sup>117</sup> *Ibidem* folio 6.

conciliadores, puesto que el desarrollo nacional dependía en gran medida del mundo empresarial. Hacendados y hombres de negocios que habían luchado en la Revolución, buscaron también ascender al poder, con lo que empresarios y políticos de la familia revolucionaria conformaron las nuevas clases altas de la sociedad. Aunque estaban celosos de los hombres de negocios de origen extranjero que habían perdurado desde el régimen de Díaz, aceptaron que requerían de su conocimiento y experiencia para emprender acciones de tipo económico. Además, el hábito de realizar viajes turísticos fue compartido por los grupos potentados de la sociedad mexicana. En este sentido, el turismo fungió como coordenada para acercar sectores que se habían enemistado tras el movimiento revolucionario.

## **4.2 Asociaciones Mixtas**

Como ya hemos mencionado en párrafos anteriores, los viajes de recreo acercaron a los sectores público y privado. Por un lado, los altos círculos de la sociedad adoptaron la costumbre de los viajes turísticos dentro de la república y en ocasiones al extranjero, este hábito les ayudó a conocer las ventajas que traían consigo estos paseos. En ocasiones, los dos sectores citados, crearon asociaciones mixtas con el objetivo de fomentar la industria turística en México. Los empresarios aportaban su conocimiento sobre cómo emprender negocios lucrativos, mientras que los políticos contribuían adquiriendo beneficios dentro de los marcos legales de la federación y hacían uso de sus relaciones para cabildear con otros funcionarios, a fin de que éstos otorgaran apoyo oficial al desarrollo de la industria turística en nuestro país. Estas asociaciones tenían también el soporte de la CMPT y más tarde de la CNT.

Las asociaciones mixtas que integraban funcionarios públicos y miembros prominentes de la iniciativa privada, reflejaban el reencuentro entre ambos sectores, así como la incorporación de políticos en el ámbito empresarial. Entre las comisiones mixtas que se fundaron en aquella época, a mediados de 1929, se fundó la Asociación México-Americana Pro-Turismo Automovilístico,<sup>118</sup> organizada por iniciativa del gobierno federal. En ella se afiliaron delegados de las Secretarías de Estado de la Comisión de Caminos, CMPT y del Banco de México. El fin que perseguía era el de impulsar el turismo en general y en particular el automovilístico, así como ofrecer servicios para la atención de los turistas y propiciar "las buenas relaciones y buen entendimiento entre los

---

<sup>118</sup> AGN, Ramo presidentes, Fondo Emilio Portes Gil, 2-302-104, 12 de agosto de 1929

pueblos".<sup>119</sup> El presidente de esta asociación fue el General Abelardo L. Rodríguez, quien argumentó que el crecimiento del turismo automovilístico beneficiaría directamente a la ampliación de la construcción de carreteras mexicanas, por lo que el gobierno federal debía otorgar todas las facilidades legales requeridas, para incrementar las visita de aquellos que viajaban en su auto propio.<sup>120</sup>

Los trabajos que se hicieron para incentivar el turismo, bajo la presidencia de Emilio Portes Gil, coincidieron con la Gran Depresión de 1929. Los estadounidenses visitaron México por diversos motivos; aquellos que mantuvieron grandes fortunas, viajaron por placer y en miras de sitios dónde invertir, otros encontraron en nuestro país un sitio para refugiarse temporalmente frente a la decepción asociada con la sociedad de consumo y el crecimiento industrial.

A pesar de que México también formaba parte del mercado internacional, mantenía otras formas de relación social y del hombre con su historia, su cultura, la naturaleza y en particular con la tierra. Al sur del Río Bravo, adentrándose en territorio mexicano, aún era posible encontrar sitios libres de las dinámicas consumistas que derivaron de la mayor crisis económica que hasta la fecha había vivido el capitalismo. Los turistas que vinieron durante los años de la crisis, contribuyeron al crecimiento del mercado de arte popular mexicano. Fueron consumidores de objetos de producción artesanal, así como de obras de artistas mexicanos que retrataban en sus lienzos las "caras del México popular," la riqueza natural de los colores, los frutos y los paisajes.

---

<sup>119</sup> AGN, Ramo presidentes, Fondo Emilio Portes Gil, 2-302-104, 1929 (s.f.) Asociación Automovilística México-Americana.

<sup>120</sup> AGN, Ramo presidentes, Fondo Emilio Portes Gil, 144 17948/1930)18 de julio de 1930, Telegrama La asociación Automovilística México-Americana

Frente a la crisis de 1929 y la ley de prohibición del alcohol en Estados Unidos, las ciudades del norte del país se convirtieron en sitios frecuentados por los estadounidenses, quienes conseguían tarjetas de identidad de turista a fin de cruzar la frontera. Ciudades como Tijuana se convirtieron en los llamados "centros de vicio" que respondieron a la demanda de "viajes relámpago" y de viajes turísticos en busca de centros de recreo.<sup>121</sup> La importancia de Tijuana creció como consecuencia de un turismo estadounidense que buscaba sitios de tolerancia. Quienes tenían intereses en hoteles y centros nocturnos en la ciudad fronteriza del territorio norte de Baja California, obtuvieron ganancias lucrativas de los negocios destinados a recibir turistas del vecino país del norte. A pesar de que la construcción de casinos y hoteles en el Noreste de México reflejaron modernidad e implicaron cuantiosas ganancias para hombres como Abelardo L. Rodríguez, la imagen que los casinos proyectaron de nuestro país no fue favorable. Algunas películas estadounidenses eligieron las cantinas y centros nocturnos de Tijuana como locación, de tal modo que en la pantalla se mostraba un México con carácter de prostíbulo y hombres machistas armados con pistola. La consideración de que los casinos eran nocivos para la sociedad mexicana y contraproducentes para su imagen ante el mundo, ocasionó que, años más tarde, durante la presidencia del general Lázaro Cárdenas, fueran prohibidos. Esta prohibición sigue vigente y a la fecha genera debates entre quienes se rehusan a que haya casinos en nuestro país, por considerarlos

---

<sup>121</sup> AGE, Turismo, Legajo IV/553 2(73-46)/-2 Exp IV-169-34. 1929, Cónsul de México en San Antonio solicita a migración que "Estando prohibida la inmigración de individuos de raza negra a territorio nacional, esta medida se ha hecho extensiva a lo largo de la frontera en tal forma absoluta, que no se permite que ningún ciudadano americano de esta raza, pase algunas horas en viaje de recreo a cualquiera de las poblaciones fronterizas mexicanas. Se solicita que se les permita ingresar por 48 horas sin integrarse en territorio central Otorgando fianza mínima y sin ningún requisito. Este documento revela la existencia de la discriminación racial del gobierno mexicano frente a las personas de raza negra. La solicitud del cónsul mexicano iba dirigida a los beneficios económicos que se obtenían de los "viajes relámpago" a los centros de evasión, sin embargo, no abogaba por derechos humanos que permitieran la incursión de negros al centro del país, debido a que se consideraban como una raza impura.



centros de mafia y evasión fiscal, y aquellos que los consideran una fuente enorme de ingresos.

Las ciudades mexicanas de la frontera Este, desarrollaron negocios turísticos dirigidos principalmente a cazadores o automovilistas que, junto con sus familias, invertían su tiempo libre en las playas de Tamaulipas. De este modo, las distintas áreas geográficas de México recibían a personas que viajaban motivadas por diversas razones. Se procuró que la propaganda turística (que sirvió a la nación en general y a fortalecer la relación bilateral con Estados Unidos) mostrara un perfil de México que resultaba "exótico" para los extranjeros. Por esta razón, el territorio que en la época prehispánica fue Mesoamérica, se convirtió en el foco de atención que mejor utilizó la publicidad turística. Esta propaganda provino, en varias ocasiones, de la percepción que tenían los estadounidenses sobre México. Respecto a esto, encontramos documentos que indican lo siguiente:

estaban equivocados quienes decían que en la América no existían positivas antigüedades, por lo que había que visitar Babilonia o Egipto.<sup>122</sup> Sin embargo, bastaba con ir a sitios como Chichenitza donde se reconocía una raza industriosa que por no poseer armas de fuego fue sacrificada y esclavizada. Asimismo, se enaltecía al gobierno mexicano, refiriéndose a que éste estaba gobernado por jóvenes mestizos que se

<sup>122</sup> "En guías turísticas y ensayos, se hablaba de Yucatán como el Egipto del Nuevo Mundo. Sobre los edificios arqueológicos como el llamado castillo de Chichen itzá se decía lo siguiente: "El Castillo! El sagrado de los sagrados de los mayas! un templo en el cielo que los europeos, al no comprender, llamaron erróneamente un Castillo. Surgió como la esperanza del hombre, sus ansias de alcanzar los secretos del universo, llevando su mirada hacia arriba por encima del obstáculo de la monotonía completa" Gregory Mason, "The Riddles of Our Own Egypt" Century 107 1 November 1923, citado por: James Oles, *op. cit.* p 160. Los hallazgos arqueológicos que hubo en México desde el siglo XIX fueron, en muchos casos, encabezados por arqueólogos extranjeros como Sylvanus Morley en la zona maya peninsular. Debido a los parámetros que estos tenían del Viejo Mundo, sus interpretaciones del mundo prehispánico fueron a través de analogías con edificios europeos. En este sentido, los nombres que se otorgaron a los vestigios descubiertos solían ser paralelos a conceptos modernos eurocentristas.

jactaban de su origen azteca y eran ellos mismos quienes habian hecho y sostenido la Revolución durante 100 años.<sup>123</sup>

Dichas palabras, demostraban el interés estadounidense porque se reconociera el pasado mexicano como una gloriosa historia del continente americano, que podía competir con las civilizaciones madres del continente europeo. El turismo contribuía con un intercambio cultural que funcionaba a los estadounidenses como arma para reforzar el poder de su fuerza en términos mundiales. De igual modo, para el Nuevo Estado Mexicano, la difusión de la historia servía para que el potencial de la nación fuera reconocido ante "los otros".

En esencia, durante el gobierno de Emilio Portes Gil, el turismo fungió primordialmente como un medio para fortalecer las relaciones de México con el extranjero. A pesar de ser un eje de convergencia con el mundo empresarial, la creación de una Comisión Mixta Pro-Turismo (más tarde Comisión Nacional de Turismo), reflejó la insistencia del Congreso en que el desarrollo económico debía ser custodiado por el Estado. Sin duda, el turismo requería de un trabajo mixto, si bien su crecimiento como industria estaba en manos del capital privado, no podía actuar sin disposiciones legales y fue en ellas donde el gobierno afianzó su papel como coordinador de los intereses privados, a fin de certificar que éstos trabajaran en beneficio de la nación y no solamente para un bienestar particular.

---

<sup>123</sup> AGN, Ramo presidentes, Fondo Emilio Portes Gil, 315/104 extracto 727, 6 de septiembre de 1929. Conferencia titulada "El atractivo de México" que en San Francisco California dicto el Dr. Lincoln Wirt ante el San Francisco Commonwealth Club. Folio 126

## V

**PLANEAR NO CUESTA NADA****5.1 Cómo hacerlos venir**

En el año de 1929, el Partido Nacional Revolucionario discernió sobre quién debía ser el presidente constitucional de la República mexicana. Se buscó a un candidato de carácter civil que no dañara la fortaleza de Plutarco Elías Calles como Jefe Máximo de la Revolución y diera continuación a los proyectos de éste. El ingeniero Pascual Ortiz Rubio, quien era embajador de México en Brasil, fue quien resultó electo presidente y tomó posesión como tal en el año de 1930.

Durante su campaña electoral, en cuanto había oportunidad de hacerlo, Pascual Ortiz Rubio mantuvo la promesa callista de otorgar garantías a los capitalistas, productores y latifundistas.<sup>124</sup> Asimismo, reiteró el objetivo de reactivar por completo las fuerzas de la economía a través del "esfuerzo y buena fe"<sup>125</sup> de todos los mexicanos que lograran suplantar la dependencia económica de las importaciones. Esto aludió a quienes tenían intereses en el fomento de la industria del turismo, puesto que dicho sector prometía la obtención de grandes cantidades de divisas.

La creación de la Comisión Nacional de Turismo en el año de 1929, afianzó el sitio del turismo como parte de la política oficial del gobierno postrevolucionario. En los proyectos de desarrollo turístico se imprimían las expectativas que buscaba el Nuevo

<sup>124</sup> Arnaldo Córdova, *op.cit.*, 1995, p. 120

<sup>125</sup> Pascual Ortiz Rubio, *Discursos políticos*, [s.p.], México, 1930, citado por Arnaldo Córdova, *idem...*, p. 121.

Régimen para la reconstrucción del país y para enfrentar los efectos de la crisis mundial que detonó en octubre de 1929.

El Estado mexicano adaptó medidas proteccionistas ante la gran depresión económica y se consolidó como rector del desarrollo económico. En respuesta a ésto, en 1930, se redactó la "Ley sobre planeación general de la República Mexicana". En ella fue programado el desarrollo nacional sobre un marco jurídico e institucional con el propósito de modernizar al país, elevar el nivel de vida de la población y tener un inventario de los recursos naturales y del patrimonio cultural, a fin de poderlos aprovechar.<sup>126</sup> En este sentido, el desarrollo del turismo fue estimulado como una actividad económica que favorecía a la sociedad mexicana en su conjunto. La actividad turística dependía de promover los atractivos culturales y naturales como se estipulaba en la ley de planeación. En esta coyuntura, los interesados en proponer proyectos turísticos encontraron una situación propicia que les permitió exponer diversas alternativas de desarrollo.

Ortiz Rubio consideró que el movimiento social había terminado y que México trabajaba por ganarse un sitio entre los países del mundo civilizado. Dentro de este marco, al ofrecer un clima templado, paisajes pintorescos y actividades de recreo, se generaba la expectativa de recibir a hombres de negocios y personas interesadas en la cultura, que alimentaran distintos aspectos de la relación bilateral entre México y Estados Unidos.

---

<sup>126</sup> Otto Granados Roldán, Rogelio Montemayor, et al. *México, 75 años de Revolución* Tomo I, México, Fondo de Cultura Económica, 1988, p 89

En la Ley de Migración se abrió la primera puerta para motivar las corrientes turísticas. El Congreso aprobó una nueva Ley de Migración en el año de 1930, dentro de la cual la categoría de turista recibió mayor atención, distinguiéndolo del inmigrante.

Quedó estipulado que el turista era aquel cuyo móvil fuera un viaje de recreo;<sup>127</sup> se le otorgaron concesiones de acuerdo a lo considerado por la Secretaría de Gobernación. Esta dependencia gubernamental, advertía que los interesados no debían tomar ventaja de dichos privilegios para entrar al país con fines distintos al de visitarlo de forma temporal<sup>128</sup> y, en caso de hacerlo, serían debidamente penalizados.<sup>129</sup> Estos artículos evidenciaron el temor del gobierno ante la posibilidad de que la creciente inmigración ilegal desestabilizara a la nación, ya que implicaba mayor competencia en la carente oferta laboral. Asimismo, el estado temía que entraran al país agitadores del movimiento anarquista o comunista.

En lo referente a la inmigración se estableció el orden de inspección a los pasajeros de los trenes, autobuses y barcos. Fue especificado que, en primera instancia, tendrían prioridad los representantes diplomáticos y consulares o comisionados oficiales de México u otro país con el que existiera una relación bilateral. En segundo lugar serían registrados los mexicanos; en tercer término turistas organizados o excursionistas, en cuarto los turistas individuales, (quedando detrás de ellos otros transeúntes que viajaban por negocios menores) y en último lugar los inmigrantes.<sup>130</sup> En la Ley de Migración de 1930, la definición de turista se redactó como un fin en sí mismo, puesto que ya no se

<sup>127</sup> D.O.F. *Ley de Migración de los Estados Unidos Mexicanos*, 30 de agosto de 1930, capítulo IV. Artículo 37 La penalización implicaba el cobro de una cuota especial y eran deportados a su país de origen.

<sup>128</sup> D.O.F. *Ley de Migración de los Estados Unidos Mexicanos*, 30 de agosto de 1930, capítulo IX. Artículo 58

<sup>129</sup> D.O.F. *Ley de Migración de los Estados Unidos Mexicanos*, 30 de agosto de 1930, capítulo IX. Artículo 59

<sup>130</sup> Diario Oficial, Reglamento de la Ley de Migración 14 de junio de 1932 p.2

incluyeron a los artistas y viajeros comerciales como tales: la categoría de turista se restringió en concreto a quienes viajaban con por un mero móvil recreativo.

En el reglamento de la Ley de Migración publicado en 1932,<sup>131</sup> se equiparó a los turistas con los excursionistas. Estos últimos estaban exentos de presentar formas individuales de identidad. Bastaba con que la compañía de transportes o quien organizara la excursión, presentara una lista con los nombres de todos los que viajaban, así como los boletos de entrada y salida del país y un comprobante de que los gastos de permanencia de cada excursionista estaban ya cubiertos. Así también, como excursionistas ingresaban los turistas que trajeran auto propio, éstos debían salir del país en un plazo fijo, incluyendo al chofer y a la servidumbre que los acompañara.

El examen de admisión a turistas se hacía conforme a tres categorías: a) Turistas organizados en grupo o excursionistas (cuando provenían de países limítrofes y sólo visitaban la frontera, no se les exigían identificaciones especiales, pero se les advertía que estarían vigilados por autoridades de migración, atentas en revisar que dejaran México en el tiempo establecido, b) Turistas que viajaban en compañía de sus familiares o con servidumbre. c) Turistas que viajaban solos.

Por su parte, los consulados tenían la facultad de documentar a los extranjeros que viajaran a México como turistas o excursionistas. Aquellos que, una vez dentro del territorio, pretendieran prorrogar su estancia por más de los seis meses establecidos, tendrían que solicitarlo antes del vencimiento del permiso. En tal caso, debían entregar un certificado de depósito de repatriación, el cual se reintegraría al interesado cuando venciera el plazo renovado. De esta manera la Secretaría de Gobernación custodiaba el

---

<sup>131</sup> Véase en el apéndice a la Ley de Migración de 1932

tránsito de inmigrantes, procurando impedir la ilegalidad, ya era necesario verificar que no fueran una competencia en la reducida oferta de empleos existente en la época.

A los artistas y científicos que visitaran México por menos de seis meses, se les expedía la carta de identidad 5-B con fotografías, que los exentaba del pago del impuesto del inmigrante y del arancel del equipaje. Sin embargo, los exponía a revisiones sanitarias y a la comprobación de solvencia económica. La Secretaría de Gobernación tenía particular interés en certificar que éstos no atentaran contra el gobierno establecido, que no fueran anarquistas y que no aprovecharan su visita a México para incorporarse al Partido Comunista Mexicano fundado en 1919. A éste se afiliaron diversas personalidades entre las que destacan a Diego Rivera, Frida Kahlo, David Alfaro Siqueiros y José Clemente Orozco, entre otros. Sin embargo, los movimientos comunistas que se gestaron en nuestro país, tuvieron siempre un impacto directo en la relación de México con los Estados Unidos. Por la necesidad de entablar una relación amistosa con la potente nación de Norteamérica, los gobiernos mexicanos se vieron forzados a tomar medidas en relación con las filas comunistas.

En el año de 1926, durante la presidencia del general Calles, el gobierno mexicano dispuso establecer relaciones con la ex Unión Soviética, que designó a la señora Kollontay como embajadora en nuestro país. "Mientras dicha señora se encontró al frente de la delegación de la URSS nuestras relaciones con su país fueron en extremo cordiales y nunca se suscitó el menor motivo de distanciamiento con su Gobierno".<sup>132</sup> Sin embargo, en 1929, la diplomática fue sustituida por el embajador Makar, a quien el presidente Emilio Portes Gil se refirió en los siguientes términos

---

<sup>132</sup> Emilio Portes Gil, *op.cit.*, p 387

era un hombre sin gran cultura, poco conocedor de nuestro medio y de cortos alcances intelectuales. El fue, sin duda, el mayor responsable de que México rompiera en el mes de enero de 1930, sus relaciones de amistad con la Rusia Soviética.<sup>133</sup>

A finales de los años veinte, la embajada rusa en México fungió como foco de encuentro del "fantasma comunista" en Centro y Norte América. "La legación soviética en México era un centro de inquietud política y de propaganda. Celebrándose en ella constantes reuniones de carácter político, a las que asistían, por invitación, muchos de nuestros nacionales, adiestrándose éstos en actos de agitación y mientras esto se hacía en nuestro territorio, en Moscú se desarrollaba una labor semejante que proyectada a naciones de Europa y América, dio por resultado frecuentes atentados en contra de Embajadas y legaciones mexicanas"<sup>134</sup> Lo anterior ponía al gobierno mexicano en una situación frágil ante los juicios del imperialismo estadounidense. El entendimiento diplomático entre el gobierno postrevolucionario y el gobierno bolchevique de la Unión Soviética había sido estrecho durante los primeros años del restablecimiento de su relación. Ambos países se identificaron con un movimiento revolucionario que luchaba por los derechos de las clases trabajadoras. Sin embargo, el gobierno mexicano se vio presionado por los intereses estadounidenses y tendió hacia un cierto conservadurismo que lo llevó a clausurar las oficinas del Partido Comunista en México y vetó la edición del *Machete*, órgano publicitario de esta organización. Aquel México que se levantó en armas con estatutos en defensa del "proletariado", en 1929, fue calificado por la Unión Soviética como un país que apoyaba a la "burguesía". En la prensa de aquel país, miembros del partido comunista, redactaban artículos en contra del gobierno de México, al que se acusaba de represor e imperialista. El representante plenipotenciario de México

---

<sup>133</sup> Emilio Portes Gil, *opcit.*, p 386

<sup>134</sup> Emilio Portes Gil, *opcit.*, p 389



en Moscú, Jesús Silva Herzog, se quejó del espionaje de que era víctima el personal de la legación mexicana en aquel país. A esto se agregaban los ataques sistemáticos que, en las sesiones del Partido Comunista de Moscú, se hacían al gobierno de México

acusándolo de ser un instrumento del imperialismo americano y de la burguesía por el solo hecho de que no se permitía al pequeño grupo llamado comunista, de la ciudad de México, cometer la serie de violencias y desórdenes que a diario intentaba llevar a cabo en las calles y en las plazas por medio de mítines en que se pretendía atacar de manera soez a altos funcionarios de la Federación.<sup>135</sup>

El resultado final de las acusaciones y la presión del gobierno estadounidense al ejecutivo mexicano, conllevó al rompimiento de la relación diplomática con la URSS.

La tendencia de los gobiernos del maximato<sup>136</sup> (1928-1934) fue hacia una faceta cada vez más conservadora que estuvo determinada por la relación con los Estados Unidos. No obstante, México se mantuvo firme en defender a otros pueblos como el nicaragüense frente a la intervención estadounidense, que también amenazaba a nuestro país. A mediados de 1929, el Presidente Emilio Portes Gil ofreció asilo político al nicaragüense César Augusto Sandino. A pesar de que ésto implicó el enfrentamiento con el gobierno de la Casa Blanca, Portes Gil hizo respetar la "Doctrina Carranza" que postula el acercamiento con las repúblicas hispanoamericanas, en especial con Centroamérica, y abrió la frontera sur del país al líder nicaragüense. El nuevo régimen vivía un periodo de contradicciones como consecuencia de la necesidad de lidiar entre la bandera revolucionaria y un país que necesitaba rehabilitarse a costa del capital y la amistad con los estadounidenses.

<sup>135</sup> Emilio Portes Gil, *op.cit.*, p. 393.

<sup>136</sup> El periodo histórico comprendido entre los años de 1928 y 1934 ha sido nombrado "el maximato", debido a que a pesar de la alternancia presidencial, el Jefe Máximo de la Revolución, el general Plutarco Elías Calles, fue quien se mantuvo como la cabeza líder de las decisiones políticas y administrativas de la nación.

En 1931, nuestro país fue aceptado como miembro de "La liga de las Naciones", organismo creado al término de la Primera Guerra Mundial, con el fin de mediar los conflictos entre los países miembros. México se incorporó como nación estable y obtuvo un sitio entre los países del mundo moderno. Nuestro país hizo hincapié en el compromiso de mantener el derecho y el respeto a la soberanía nacional y a la autodeterminación de los pueblos.

La integración de México en el mapa de las "naciones civilizadas" lo señaló como un lugar confiable para quienes deseaban invertir el tiempo de ocio en viajes turísticos a países exóticos como el nuestro. Con estos viajes, el gobierno mexicano consideró que se podría entablar un nuevo diálogo internacional por la vía del encuentro cordial entre individuos. En este contexto, la iniciativa privada participó con el estado en promover las riquezas naturales y los atractivos culturales de la nación que eran interesantes ante la mirada de los extranjeros originarios de países desarrollados, en específico de los Estados Unidos. Se publicaron artículos como el que citamos a continuación, cuya intención fue promover un México turístico:

La idea de viajar como manera de pasar las vacaciones ha progresado rápidamente del simple deseo de descansar contemplando bellos panoramas nuevos. Nuestros padres se contentaban con pasar sus vacaciones en tranquilidad y holganza en un ambiente de quietud, ya fuera entre montañas o lagos o bien a la orilla del mar calmado o tempestuoso. Pero sus hijos quieren mucho más. Sus viajes y sus recorridos deben tener un fuerte sabor de aventura. Por ello en el programa del turismo las diversiones y atractivos variados constituyen una parte tan importante como la buena comida, la belleza de los alrededores y del clima agradable. Y los atractivos y diversiones que se ofrecen hoy día abarcan toda la gama de deportes y aventuras modernas<sup>137</sup>

---

<sup>137</sup> 4 de agosto de 1931, EL UNIVERSAL, "Discurso del Gerente de la Oficina de Turismo Nacional de la Asociación Americana de Automovilistas", Elmer Jenkins, en el programa de desarrollo de turismo para las naciones de Panamérica.

Se propuso que secretarías de estado y hombres de negocios de empresas marítimas, ferroviarias y aéreas, industriales hosteleros y comerciantes, enviaran propaganda turística a los consulados, así como colecciones fotográficas de las principales riquezas arquitectónicas de las distintas regiones del país<sup>138</sup>

En el reglamento de la Ley de Migración, se estableció que las oficinas diplomáticas de México en el exterior debían realizar conferencias públicas y periódicas con el fin de publicarse en los medios locales de comunicación. La propaganda que se les enviara a los cónsules debía ser repartida en las cámaras de Comercio y asociaciones de turismo que se encargaran de preparar excursiones<sup>139</sup>

Las empresas ferroviarias repararon en la importancia que tenía el turismo como medio para impulsar el patrimonio de los ferrocarriles, así como el beneficio que esto traería al desarrollo regional del país. Las empresas ferrocarrileras atravesaban por una fuerte crisis en la que habían caído desde el periodo de la fase armada de la Revolución Mexicana. Sin embargo, este medio de transporte seguía funcionando como eje vertebral de los medios de comunicación. A pesar de que se redujo notablemente el número de pasajeros que abordaban los trenes, los empresarios ferrocarrileros, nacionales y extranjeros, apostaron al turismo como una carta que ayudaría a su recuperación.<sup>140</sup> La Compañía estadounidense de ferrocarriles Missouri Pacific entabló acuerdos con los

<sup>138</sup> AGN, Ramo presidentes, Fondo Pascual Ortiz Rubio, 144-2145-(1931) 6 de marzo de 1931

<sup>139</sup> D.O.F., Poder Ejecutivo, Secretaría de Gobernación, 14 de junio de 1932, Reglamento de la Ley de Migración, Artículo 52-II, p 6

<sup>140</sup> En 1929, coincidiendo con la creación de la Comisión Nacional de Turismo, se nombró una comisión para determinar los pasos a seguir en la reforma del sistema ferroviario mexicano. Se tomaron medidas como la reducción del personal, lo que llevó a un gran descontento entre los trabajadores de este medio de transporte, que en esencia conservaba las mismas líneas que se construyeron durante el régimen porfiriano. En 1933 las condiciones económicas mejoraron y con ello disminuyó notablemente la tensión entre la empresa de Ferrocarriles Nacionales de México y el sindicato, pero su situación seguía siendo muy difícil

hoteles para vender viajes organizados que contemplaran todas las necesidades del turista. Los ferrocarriles competían con el creciente uso del automóvil y los autobuses.

Los turistas en los Estados Unidos se dividen en 2, los que viajan por auto y el que viaja en ferrocarril, avión o vapor. A México el auto sólo es común hasta Monterrey debido a que no ha sido concluida la carretera de Laredo a la ciudad de México, por lo que para llegar a la ciudad de México, el único medio es el Ferrocarril<sup>141</sup>.

Para tomar ventaja de lo anterior, las empresas de ferrocarriles recurrieron a nuevos medios de propaganda para promover los viajes turísticos y vender más pasajes de primera clase. Con la consigna de combatir competencias y aumentar los ingresos, las líneas ferroviarias, invirtieron en promover sitios que siempre se habían ignorado y que podían ser valiosos centros de atracción turística. Sus campañas señalaron que los caminos eran seguros y México era el mejor lugar para descansar: "venid a este país a descansar del cuerpo y del espíritu; venid a disfrutar de las delicias de un clima maravilloso, de la vista de un magnífico panorama y de la hospitalidad de su pueblo".<sup>142</sup>

México parecía responder por completo a la necesidad turística de encontrar espacios completamente distintos a los de la rutina cotidiana. El párrafo citado a continuación proyecta la imagen que se quería mostrar de nuestro país como un lugar perfecto para los viajes de recreo.

En esta época de carreteras y automóviles, de turismo y deportes, todos los que tienen tiempo disponible, los que cuentan con vacaciones de primavera, tratan de aprovecharlas para sustraerse de la rutina del trabajo cotidiano, buscan una agradable tregua a sus fatigas diarias, procuran fortificar su cuerpo con el ejercicio y el descanso. El tiempo gastado en las montañas, en la playa, en los campos o pescando en las orillas de un río, proporciona un placer que a todos nos complace gozar en toda su extensión y que

<sup>141</sup> AGN, ramo presidentes, Fondo Pascual Ortiz Rubio, Exp. 144-5094 Campaña de Propaganda en el New York Time para atraer turistas americanos a México

<sup>142</sup> "Nuestros corresponsales", FERRONALES, Tomo I No 6, junio 1930 p 21-23, Coronel C D Hicks, Representante del Presidente Ejecutivo de las Líneas Missouri Pacific

esperamos con ansia anticipada. Unas pequeñas vacaciones significan el abandono de las diarias molestias de la ciudad, y por ello buscan, al salir, un cambio completo de escena<sup>143</sup>

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, permitió que a bordo de los trenes, y en las estaciones de Monterrey y Colonia, se establecieran oficinas de revisión aduanal que daban prioridad al equipaje de los turistas, etiquetando sólo aquellos que excedieran su equipaje o portaran objetos no regularizados.<sup>144</sup> En los reglamentos aduanales se definía el tipo de objetos que podía cargar un turista, como equipaje:

- I. La ropa de uso personal (siempre que no fuera excesiva).
- II. Objetos que el turista llevara puestos: joyas, reloj, cadena, botones, bastón, "saracofs", 1 o 2 armas con sus accesorios y 100 cartuchos si las armas eran de fuego.<sup>145</sup>
- III. Instrumentos o herramientas indispensables para la labor de la persona. No se comprenden en la franquicia pianos, órganos, ni material para laboratorios.
- IV. 100 puros, 40 cajetillas de cigarros y ½ mg. de rapé o tabaco de mascar (si los pasajeros fueran adultos)
- V. Libros usados
- VI. Petacas, baúles y velices, que usualmente sirven de envase a los equipajes.<sup>146</sup>

En la revista *Ferronales*, órgano publicitario de la Compañía de Ferrocarriles Nacionales de México, encontramos algunos artículos que insistían en la necesidad

<sup>143</sup> "Consejos a los Turistas por Dr. Ángel de la Garza Brito, Supervisor General de los Servicios Sanitarios" en FERRONALES, noviembre de 1931, Tomo 2, No 11 p.33,34

<sup>144</sup> AGE Comisión Mixta-pro-turismo, IV-301-47, 23 de abril 1929, "Memorandum de la Dirección General de Aduanas"

<sup>145</sup> No encontramos referencia que estipule qué tipo de armas de fuego eran las que fueron permitidas, no obstante resulta extraño que éstas se hayan permitido, puesto que se vivía en medio del temor de levantamientos armados

<sup>146</sup> AGE, Turismo, Comisión Nacional Pro-Turismo Legajo IV-301-47, Artículo 224 de la Ordenanza General de Aduanas, 9 de abril de 1929

nacional de fomentar el turismo. En este sentido, durante toda la década de 1920, las empresas ferroviarias fueron sensibles al incremento de pasajeros cuyo fin eran los viajes de placer. La respuesta incisiva que dieron a este fenómeno social, político y económico, no fue sino hasta el inicio de los años treinta.

Si esperamos que haya turismo, es indispensable que tomemos primeramente la fuerte resolución de dedicarnos en cuerpo y alma a contribuir con todo nuestro empeño y a prestar toda nuestra cooperación para conseguirlo. La cooperación debe ser sin cortapisas, permanente y sostenida, por tiempo determinado, sino para todo tiempo:(sic) el turismo crece y crece y sus beneficios van acumulándose con el tiempo<sup>147</sup>

El ferrocarril se mantuvo como el principal medio de transporte de los turistas, era el medio más seguro y económico para viajar y el único que comunicaba de forma directa al centro del país con ciudades estadounidenses o con los puertos a donde llegaban los turistas que venían por barco de Europa. Sin embargo, a finales de la década de los veinte, el automóvil ya era un medio común de transporte en Estados Unidos y algunos turistas cruzaban la frontera en su auto particular.

Las líneas del *Missouri Pacific* efectuaban el enlace entre Nueva York, Chicago, St. Louis Missouri, la frontera de nuestro país y Estación de Colonia (donde actualmente se construye el Hotel Hilton, que se promociona utilizando la bandera del valor histórico de esa zona del país). Éstas enviaban reportes y solicitudes al gobierno mexicano para incrementar las visitas turísticas al centro de México. Dicha compañía estadounidense, emitía ediciones de propaganda en inglés, tales como "Abramos los ojos ante las oportunidades que nos ofrecen nuestros vecinos"<sup>148</sup>. En esta edición se señalaban

<sup>147</sup>- "Nuestros corresponsales". FERRONALES, Tomo I No 6, junio 1930 p 21-23, Coronel C.D. Hicks, Representante del Presidente Ejecutivo de las Líneas Missouri Pacific

<sup>148</sup> AGN, Ramo presidentes, Pascual Ortiz Rubio, 144/2551(1930) 12 de marzo de 1930 Propaganda pro-México Missouri Pacific. La Missouri Pacific Railroad Company envía una carta a Pascual Ortiz Rubio donde le asegura su interés por colaborar con la República mexicana emitiendo un ejemplar de publicaciones sobre México, "Let us Open our eyes to our opportunities next door."

atracciones turísticas cuya finalidad era la de entablar relaciones comerciales entre los dos países. La Compañía del *Missouri Pacific S.A.* del *New York Central Lines* abrió una oficina en la ciudad de México destinada a promover el turismo. Asimismo, se convocó a una convención entre ferrocarrileros, con el propósito de entablar pláticas entre la empresa del *Missouri Pacific Railroad Company* y las *Líneas Nacionales de México*, a fin de discutir las bases sobre las que debía inducirse el turismo.<sup>149</sup>

Los ferrocarriles ofrecían la posibilidad de mantener contacto con las ciudades a través de los telégrafos, de este modo, desde los trenes se podían concertar tanto negocios como conservar un enlace con los familiares. Se autorizó que arriba de los trenes se llevaran a cabo los trámites aduanales y migratorios, para reducir los tiempos y agilizar los viajes. Los oficiales de migración recibían para tal efecto un entrenamiento especial para ser atentos con los turistas y otorgarles las comodidades necesarias. Esta educación servicial representaba, en cierta medida, la preocupación por no alejar el capital que generaban todos los aspectos de la industria del turismo y el afán de mantener una buena imagen frente al exterior. De acuerdo con lo anterior, nos atrevemos a interpretar que los viajes de recreo habían sido siempre costumbres de las clases altas de la sociedad viajaban rodeadas de todas las comodidades. A pesar de que el turismo se masificó, conservó el carácter suntuoso que tenían los viajes desde los tiempos clásicos. En las décadas de 1920 y 1930, el turista pretendió rodearse de las comodidades que reflejaban la vida moderna.

---

<sup>149</sup> AGN, Ramo presidentes, Fondo Pascual Ortiz Rubio, 144/2551(1930), 7 de marzo de 1930. Envía carta C.D. Hicks, representante de las líneas del *Missouri Pacific Railroad Company* al presidente Ortiz Rubio. Al saber sobre el interés que tenía el presidente por desarrollar la industria del turismo en México, envió un memorándum que incluía los esfuerzos para mejorar los servicios de trenes de pasajeros y la atracción turística a México.

En agosto de 1929 fue organizada, por iniciativa del Gobierno Federal, la Asociación Automovilística México-Americana. Su objetivo era impulsar el turismo e incrementar las divisas de este sector, mismas que podían invertirse en la construcción de carreteras. La integraron delegados de las Secretarías de Estado, Comisión de Caminos, Comisión Pro-turismo y el Banco de México, entre otros. Esta solicitó a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público que le fuera autorizado expedir permisos y otorgar fianzas para los automovilistas estadounidenses.

Con la premisa de considerar "el turismo como el recurso del porvenir de México", se formó la Asociación Automovilística Azteca en 1930<sup>120</sup>. Para coordinar labores pro-turismo que anteriormente se realizaban de manera aislada, fomentaría, en primer término, el turismo automovilístico y sucesivamente el ferroviario, el marítimo y el aéreo.

La Asociación expuso la necesidad de organizar excursiones a la República Mexicana desde los Estados Unidos. Para dicho efecto, se realizaron conferencias atractivas que eran ilustradas por el cinematógrafo, o transmitidas por la radio. En ocasiones también distribuyeron propaganda a través de guías, folletos, revistas y anuncios en la prensa. Abrieron oficinas generales en la ciudad de México y sucursales en los principales puntos fronterizos y puertos. Estas propuestas no estuvieron limitadas a dicha asociación ya que a la presidencia también llegaron documentos como el que reproduzco, en facsimil, a continuación:

---

<sup>120</sup>AGN, Ramo presidentes, Fondo Pascual Ortiz Rubio, 144 17948/1930, 18 de julio de 1930, telegrama que envió la Asociación Automovilística México -Americana al presidente.



5 de noviembre de 1930

Señor Ingeniero  
 Pascual Ortiz Rubio  
 Presidente de la República  
 Chapultepec México  
 Muy respetable señor Presidente:

Esta Compañía(mexicana) con su deseo de cooperar en la noble y patriótica labor desarrollada por el Gobierno que usted dignamente preside, ha dispuesto dar a conocer por medio de Revistas Cinematográficas que se exhibirán dentro del territorio nacional y fuera de él, algunos trabajos que encaminen a ayudar a la campaña Pro-Turismo, pues estas Revistas llevarán títulos en español y en inglés, previa la sanción de las Autoridades.

Como nuestra labor es noble a la vez que será una propaganda gráfica de lo que es México, sus Autoridades, sus principales edificios, paseos, lugares históricos, vías de comunicación, industrias, etc., daremos con ello a conocerlo hasta a los mismos compatriotas que se encuentren en el extranjero, porque a decir verdad, hay muchos mexicanos que aun radicados dentro del territorio nacional no lo conocen.

Nuestra mira no es solamente tomar Revista del Distrito Federal, sino de todas las Entidades de la República y dado el fin que nos proponemos, rogamos a usted respetuosamente, nos imparta su ayuda moral a efecto de llevar a cabo mejor éxito nuestra empresa, ordenando a las autoridades correspondientes, nos presten facilidades para ello.

Nos hemos permitido dirigimos a usted en esta forma, sabidos de que sus múltiples ocupaciones le restan todo tiempo para atendernos personalmente en su despacho.

Muy respetuosamente  
 México Monumental Films  
 Gerente.<sup>131</sup>

<sup>131</sup> AGN, ramo presidentes, Fondo Pascual Ortiz Rubio, Exp 144/104 Folio 13324. Carta que envió al Presidente Pascual Ortiz Rubio el Gerente de la empresa México Monumental Films, México D.F. 5 de noviembre de 1930

La Asociación Automovilística Azteca solicitó que la dependencia oficial apropiada, le otorgara una subvención mensual de \$3,000.00 pesos, para atender y promover los servicios del turismo. Advertían que esta cantidad se invertiría en el establecimiento, la organización y el mantenimiento de las oficinas generales de la compañía, en los gastos de propaganda y conferencias impartidas en el extranjero, preferentemente en Estados Unidos. Criticaron, calificándola de "raquítica", la acción de la CNT dependiente de la Secretaría de Gobernación, que gastaba de modo absurdo un cuerpo de empleados limitado a proporcionar datos aislados a solicitud del turista. Igual de inútil consideraban la propaganda desordenada que imprimían otras dependencias oficiales. Por esta razón sugerían que el gobierno delegara las labores del fomento al turismo en esta Asociación privada. Con dichos comentarios, se evidenció que el impulso a esta industria dependía de la experiencia y el capital del ámbito empresarial. Mientras que el gobierno justificó su participación a través del apoyo legal que ofrecía al buen funcionamiento de este sector.

## **5.2 Centros de recreo**

Durante los primeros tres años de la década de 1930, el gobierno argumentó su apoyo a la iniciativa privada porque fomentaba el turismo como una vía para enfrentar los efectos de la crisis mundial de 1929 y los daños económicos de la Revolución. Se puso énfasis en que el turismo apoyaba la rehabilitación nacional a partir de que se generaban nuevos empleos para la construcción de centros de recreo y medios de comunicación. Así también, quienes impulsaron las labores en pro del turismo auxiliaban promoviendo la imagen de un México pacífico y con amplias oportunidades para invertir. La iniciativa privada consideró que el turismo debía fomentarse mediante una labor conjunta entre empresas de transporte, hoteleros, restauranteros, rotarios y dependencias gubernamentales.

La participación de los rotarios para sugerir y promover el turismo a México fue esencial. Después de la Primera Guerra Mundial, se formó el Club de Rotarios Internacional como expresión de nuevas formas de entendimiento entre las naciones. Esta organización estuvo compuesta por miembros de los grupos económicos acomodados de diversas partes del mundo. Cada país que integró el Club tuvo una organización paralela que se encontraba representada a nivel local con el lema de "servicio no egoísmo"<sup>132</sup>.

Los rotarios se asociaron, esencialmente, con un fin social, su objetivo fue el de propiciar un acercamiento entre hombres de negocios de todo el mundo y cultivar la amistad de sus miembros por medio de diversos actos sociales. En el caso de México, los rotarios aseguraron que no intervendrían en política, pero creían que para alentar el

---

<sup>132</sup> AGN, ramo presidentes, Fondo Obregón- Calles, 104-r-16 C44, 9 de mayo de 1923

desarrollo, era necesario realizar un trabajo conjunto a nivel federal, estatal y municipal. Como una organización empresarial, estaban interesados en el desarrollo industrial y comercial. Quienes representaron a México en el Club de Rotarios Internacional, tomaron ventaja de este espacio como un medio para proyectar una imagen favorable de la nación posrevolucionaria, ya que tenían el propósito de ayudar a promover las ventajas de inversión en nuestro país. Los rotarios también trabajaron por la imagen de México buscando con ello que nuestro país tuviera un sitio entre otras naciones, para lo cual, solicitaron que el gobierno mexicano les donara una bandera oficial, la cual izaron junto a las de otros países. Reiteraban al gobierno mexicano que su labor no era política, pues su trabajo estaba encaminado hacia la "inquebrantable fe que tenía el Club de rotarios en el porvenir de México y el sincero entusiasmo de servir al país".<sup>153</sup>

Dentro de sus actividades, incluyeron la realización de viajes turísticos. El hecho de pertenecer al ámbito empresarial, les permitió vislumbrar el desarrollo de esta industria, no sólo por la inversión en la estructura de servicios sino también como un medio para acercar a los capitalistas de diversas partes del mundo. Los rotarios tenían representantes en las Comisiones Mixta-Pro-Turismo y Nacional de Turismo<sup>154</sup>, así como en diversas asociaciones a favor del desarrollo turístico. Tanto los rotarios como las labores que llevaron a cabo para estimular el turismo, funcionaron al proyecto del nuevo Estado, ya que fueron importantes promotores en el proceso de mejorar la imagen de nuestro país a nivel internacional.<sup>155</sup>

---

<sup>153</sup> *Loc. cit.*

<sup>154</sup> Diario Oficial, Órgano del gobierno Constitucional de Los Estados Unidos Mexicanos, Poder Ejecutivo, Secretaría de Gobernación, Reglamento de la Ley Orgánica de la Comisión Nacional de Turismo, 10 de febrero de 1930 Artículo 2, inciso a

<sup>155</sup> AGN, Ramo presidentes, Fondo Emilio Portes Gil, Exp 315, 20 de agosto de 1929

Por otra parte, se consolidó la compañía Turismo Mexicano S.A.<sup>156</sup>, que solicitó al presidente su autorización para llevar a cabo un proyecto en el que fueran activas todas las fuerzas vivas del país, para lo cual proponía: a)divulgar en todos sus aspectos el conocimiento de la República Mexicana, fomentando para ello la publicación de guías, catálogos, anuncios literarios, etc. dentro y fuera de nuestra patria; b) provocar y estimular cuantas iniciativas tendieran a mejorar el turismo en México; c)estimular el desarrollo de la Industria hotelera, procurando la fundación de una escuela para formar técnicos especialistas en esta materia, así como en materia de turismo; d)Construir en la ciudad de México un hotel adecuado, con campos para deportes y con capacidad de alrededor de mil cuartos para el alojamiento cómodo y confortable de los visitantes, así como levantar hoteles en las principales ciudades de la República mexicana que interesaran al turista; e)construir centros de turismo para proporcionar albergue cómodo y barato a los viajeros a lo largo de los caminos carreteros de Laredo a la ciudad de México, de ésta al puerto de Acapulco, otras dos que fueran hacia Guadalajara y otra a Veracruz, de Matamoros a Mazatlán, de Matamoros a Guadalajara y a Chamela, una playa en la costa de Jalisco. g)Construir un centro de turismo en el Parque Nacional del "El desierto de los Leones" con todos los atractivos. h)Apoyar todo aquello que tendiera al más amplio fomento y desarrollo del turismo nacional y extranjero, celebrar contratos y realizar operaciones de comercio que se relacionaran directa o indirectamente con la sociedad, al igual que propiciar en México y en el extranjero, un mejor y más amplio

---

<sup>156</sup> AGN, Ramo presidente, Fondo Pascual Ortiz Rubio, Exp 144 9577 (1930) julio de 1930, Carta de la Compañía mexicana de turismo dirigida al presidente

conocimiento de nuestro país, de sus productos y bellezas culturales, naturales e históricas.<sup>157</sup>

En esta propuesta se imprimían los objetivos de reconstrucción nacional del Nuevo Estado Mexicano, puesto que buscaba integrar los valores nacionales, impartir una educación técnica, estimular las actividades mercantiles e industriales. En conjunto, era una propuesta que disolvía la dicotomía entre el México moderno y el tradicional, al tiempo que pretendía llevar el turismo como medio para desarrollar otras zonas del país, puesto que dichas acciones beneficiarían a regiones en específico y a la nación en su conjunto.

El empresario Ritz Carlton sugirió construir un hotel en la ciudad de México, el primero de mil habitaciones con baño y espacios destinados a actividades sociales como los salones de baile.<sup>158</sup> Para impulsar tratos comerciales se apostó a invertir en una infraestructura hotelera.<sup>159</sup> Los hoteles jugaron un papel central en la reunión de políticos y comerciantes mexicanos o extranjeros. Para los turistas extranjeros, "el hotel" representaba un certificado de higiene y confort; a ellos también acudían las altas esferas de la sociedad mexicana como una práctica de recreo, para alguna reunión política o empresarial, o para celebrar fiestas y banquetes organizados con el lujo y ventajas de la modernidad.

Los hoteles, fondas y restaurantes fueron sujetos al reglamentos de sanidad y policía para establecer la cantidad que debían pagar. Los juegos y las diversiones públicas fueron también sometidas a reformas de impuestos. Sobre estas reformas arancelarias, en

<sup>157</sup> AGN, Ramo presidentes, Fondo Pascual Ortiz Rubio, Exp. 144/9577 (1930) de julio de 1930, Carta de la Compañía Mexicana de Turismo dirigida al Presidente.

<sup>158</sup> AGN, Ramo presidentes, Fondo Pascual Ortiz Rubio, Exp. 144/104 (1930), 30 de junio de 1930.

<sup>159</sup> AGN, Ramo presidentes, Fondo Pascual Ortiz Rubio, 144/9577 (1930), Carta del Consul General de México en Nueva York dirigida al Presidente Pascual Ortiz Rubio el 15 de octubre de 1930.

1930 la Compañía de Espectáculos y Turismo envió un memorando al presidente de la República, presentando un proyecto para construir, en el Bosque de Chapultepec, un centro de espectáculos y turismo donde el visitante pudiera descansar y entretenerse.

Se justificaba el proyecto como una esperanza para sobrellevar la languidez de la iniciativa privada a principios de la década de los treinta. La construcción propuesta requería una inversión de 5 millones de pesos que la Compañía podía destinar ya que los terrenos sobre los que querían emprender la obra ya le pertenecían. Solicitaban al gobierno que suprimiera los obstáculos legales para el desarrollo de este proyecto cuyo fin era: levantar sobre un terreno de 90 mil hectáreas<sup>140</sup> una serie de atractivos que respondían a los intereses de los turistas estadounidense y a los hábitos de la clase alta mexicana. Propusieron espacios como una playa artificial y un solarium, un hotel, un teatro-cine restaurante, una cantina, un casino, garages individuales, salón de té, billares y boliches, un hipódromo, un gran centro deportivo, un centro de diversiones como el de Coney Island, un cabaret, un frontón y una plaza de toros. Este plan reflejaba que los patrones de lo moderno se obtenían de las costumbres de la sociedad estadounidense y a la vez eran muestra de que la clase acomodada mexicana tenía la suficiente solvencia económica para invertir su tiempo libre en actividades que mezclaban la tradición mexicana con costumbres adquiridas de los Estados Unidos.

Junto con este proyecto, la compañía planteó enviar representantes a Estados Unidos con fines propagandísticos y ofrecer a los turistas otra opción además de París Florida y La Habana, así como contrarrestar "la campaña de calumnias que se hacía en el

---

<sup>140</sup> AGN Ramo presidentes, Pascual Ortiz Rubio, 144/104, 1 millón de mts. habían sido sucedidos por un particular (Alberto Cuevas Lascruain) y los otros 117 mil metros eran sobre los que la Compañía había construido el Polo Club

extranjero en contra de México".<sup>161</sup> En este centro de turismo, que se inspiraría en las "ideas más adelantadas del mundo", México pretendía mostrar fuerza y capacidad para realizar obras que representaran su valía frente al resto de los países industrializados.

En los discursos oficiales que hacían referencia al turismo, se hablaba de la importancia de este medio como un refuerzo de los valores nacionales.

A pesar de que el turismo se consideró un medio para inculcar los valores nacionales, varios proyectos de desarrollo turístico en México, pretendían imitar los complejos turísticos estadounidenses. En la construcción de grandes hoteles y centros de diversión se depositó la esperanza de alcanzar la modernización del país que, para algunos, se vería reflejada en la similitud con los modelos del país vecino del norte. En cierto sentido, la práctica del turismo y los proyectos de desarrollo turístico, reflejaban el expansionismo cultural de los Estados Unidos. En las estaciones de tren y dentro de los hoteles, era común encontrar comida rápida como "sandwiches" y "hot dogs" o beber una soda en vez de un agua de fruta natural. Asimismo, en la arquitectura de los complejos se miraba el individualismo de la sociedad norteamericana; habitaciones independientes con baños particulares, la obsesión de la higiene en los servicios y la capacidad de repetir las formas de vida estadounidense dentro de un hotel, sin importar en qué sitio de mundo se ubicara éste. Debido a que los centros turísticos solían contar con las comodidades de una infraestructura moderna, la "familia revolucionaria" adoptó la costumbre de acudir a grandes hoteles o practicar deportes como el golf, el polo o el tenis, ya que esto representaba la incursión a la modernidad así como un símbolo de bienestar económico. Mientras que los potentados porfirianos imitaron los cánones franceses, los empresarios y

---

<sup>161</sup>AGN, ramo presidentes, Pascual Ortiz Rubio, exp 144/ 104 folio 10810 Memorandum enviado al presidente Pascual Ortiz Rubio por "De la Lama y Basurto S.A" Fraccionadores, Negociantes de Bienes raíces y promotores de Buenos negocios"



políticos del México postrevolucionario copiaron a los estadounidenses, cuyo poder expansionista era ya evidente en la segunda y tercera década del siglo pasado.

La adopción de hábitos estadounidenses comenzó a sustituir raíces de la cultura nacional, no obstante, al ser nuestra cultura un atractivo turístico fundamental había que trabajar en el énfasis de trajes, comida, música y fiestas populares. Pero la aspiración de todos los sectores sociales urbanos era adoptar costumbres estadounidenses en la alimentación, la vestimenta y otros aspectos de la vida diaria. Con ello, se creía demostrar que México caminaba hacia la línea de la modernidad.

Los comerciantes enfatizaban la necesidad de fomentar el turismo para alentar el intercambio comercial y como un medio esencial de la cultura. No se detuvieron en el desarrollo de una infraestructura argumentando que la importancia de promover al país como centro turístico, debía sustentarse en el hecho de que el país, en sí mismo, fuera una magna exposición de las ventajas comerciales que ofrecía la República Mexicana. Las Cámaras de Comercio trabajaron con los cónsules honorarios y diplomáticos tanto para respaldar la imagen del México que se modernizaba, como para alentar la relación comercial con el exterior, primordialmente con Estados Unidos. En este contexto, el turismo se concibió como un sustituto de la función que cumplían las Ferias Universales, cuyo significado cambió con respecto a las que tuvieron lugar en el siglo XIX. A finales de los años veinte, las Ferias Universales se convirtieron en un espacio de difusión sobre otros mundos, como una actividad de recreo. Visitar estos acontecimientos universales se convirtió un hábito común. Aquellos que no podían viajar, obtenían en las ferias una imagen general de los países participantes y podían comprar artículos originarios de distintas naciones. Asimismo, las ferias se utilizaron como un arma de los gobiernos para

fortalecer la unidad regional o para debatir conceptos que nacían con la modernidad, tales como la preocupación por la higiene, la antropología o la eficiencia de los medios de comunicaciones y transportes, entre otros. En 1929, el gobierno español celebró una exposición en Sevilla con el fin de afianzar la hispanidad y obtener un reconocimiento ante otras naciones europeas. España perdió su poder político y económico en Europa tras la independencia de las colonias españolas en América, y por la adquisición de colonias imperialistas de países como Francia e Inglaterra. En la exposición de Sevilla, España recurrió al pasado colonial a fin de fortalecer su sitio e imagen entre las naciones Europeas. "En la exposición de Sevilla, la vieja nación hispana, que no ha querido continuar aletargada entre sus glorias pasadas quiso demostrar al mundo entero, la vitalidad y energía de su propio esfuerzo".<sup>162</sup> México participó encocando su representación de la herencia hispánica en aspectos como el arquitectónico.

En abril de 1930, el Presidente de México recibió una carta proveniente de una editorial mexicana llamada Hispana, la cual se dedicaba, entre otras cosas, a imprimir publicaciones a favor del fomento al turismo en nuestro país. El documento enviado había sido presentado ante el Congreso Nacional de Turismo que se celebró a principios del año citado en la ciudad de Monterrey. En el escrito, encontramos la sugerencia de que México debía secundar la "obra de confraternidad mundial y de alta significación económica"<sup>163</sup> que había dado España con la celebración de las magnas exposiciones de Sevilla y Barcelona. Consideraron que la manera de llevar a cabo dicho apoyo, que

---

<sup>162</sup> AGN, ramo presidentes, Exp. 144/104, folio 5432. Carta enviada al Presidente Pascual Ortiz Rubio con copia de discurso pronunciado en el Congreso Nacional de Turismo por Pedro Serrano, director del Centro Editorial "Hispano". México D.F., 25 de abril de 1930.

<sup>163</sup> *Loc. cit.*

también sería benéfico para la nación mexicana, era a través del montaje de una Exposición Internacional que atrajera el turismo a nuestro país.

Alguien ha afirmado que solamente viendo a México se puede contemplar la grandeza de la vieja España, y el admirable contraste de estas dos formidables civilizaciones hace que esta República se un relicario de incalculable valor digno de ser admirado y reconocido por el mundo entero<sup>164</sup>

Específicamente, la propuesta pretendía mejorar la relación de México con España, pero buscaba también que nuestra nación fuera reconocida a nivel mundial a través de sus atractivos turísticos. Por tanto el turismo cubría una parte importante de los motivos que anteriormente habían tenido las Exposiciones Universales en la definición e integración del mundo moderno.

El autor del documento enunciaba que la nación mexicana ya había resuelto sus principales problemas, con lo que se auguraba el establecimiento de una paz definitiva que representaba su incorporación al camino del progreso. "Debemos saciar la mundial curiosidad que ha estado pendiente de nuestras convulsiones internas y demostrar que, este pueblo inquietante de orientaciones atrevidas y de radicales ideales, goza de una tranquilidad absoluta a cuyo amparo surge el engrandecimiento de todas las actividades humanas y pujante e invencible el programa de los ideales de sus gobernantes"<sup>165</sup>. Estas palabras respondían al programa del nuevo estado mexicano que pretendía colocar a México en un sitio reconocido frente al resto de las naciones del orbe.

Se argumentaba que la Exposición Internacional propuesta debía resaltar las maravillas de los monumentos prehispánicos la grandeza de la arquitectura novohispana, así como "sacar provecho de la curiosidad que inspiraban nuestros nacionales indígenas,

---

<sup>164</sup> *Loc. cit.*

<sup>165</sup> *Loc. cit.*

por sus usos, costumbres y carácter, heredados de unas razas fuertes como sus montañas nobles y como el fértil suelo mexicano".<sup>166</sup> En su conjunto, el proyecto que pretendía ser expuesto en el Bosque de Chapultepec en 1933, buscaba un montaje de la República mexicana en su conjunto para mostrar el perfil del México moderno, contrastando la riqueza de la historia y la cultura de cada región del país. De este modo, los aspectos turísticos servirían para dar a conocer lo mexicano como un medio para afianzar el nacionalismo, como una vía para alentar el comercio entre las regiones del territorio y con el extranjero. Las ambiciones de este proyecto tenían un costo de 180 millones de pesos que solicitaban a todas las empresas privadas que participaban en el Congreso. A pesar de los propósitos de la idea sugerida, el plan no se realizó. Sin embargo, reflejó la tesis de que, a través de una Exposición Internacional, con pabellones dedicados a las bellas artes, la agricultura y el comercio, entre otras actividades, la nación mexicana atraería el capital Extranjero para coadyuvar en el desarrollo de las riquezas del país. Sobre la importancia de las exposiciones, argumentaban que éstas siempre habían sido impulsadas en todos los pueblos por sus mismos Gobiernos, convencidos de que los resultados prácticos obtenidos, eran símbolo de un paso más en la senda del progreso, enseñando al hombre nuevos horizontes, que le invitaran a dedicarle su trabajo, su inteligencia o su capital.<sup>167</sup>

Con un objetivo similar al de las Ferias Internacionales, el ejecutivo recibió otros proyectos tales como montar una Exposición Nacional de carácter permanente destinada también a ser atracción turística de la ciudad de Nuevo Laredo. Se propuso tener un lote permanente para la exposición con un jardín en el centro que tuviera forma de la

---

<sup>166</sup> *Ibidem* p. II.

<sup>167</sup> *Ibidem*, p. III.

República Mexicana y con canales que marcaran las fronteras norte y sur de nuestro país.

El argumento de dicho plan fue el siguiente:

...que los extranjeros que pisan los umbrales de nuestro México se lleven una pálida idea de sus riquezas naturales, sus industrias y sus hombres, logrando con ello destruir los juicios denigrantes que enconados enemigos de nuestra patria y nuestro progreso han venido fomentando en el extranjero y muy especialmente en el vecino país del Norte, sirviendo esa guía para atraer a los hombres de empresa, habrá también todos los itinerarios que el turista necesita para seguir su viaje en el interior ya sea de carácter recreativo o de negocios".<sup>144</sup>

Asimismo, se planteó que cada estado del país fuera representado con un pabellón, el cual debía construirse de acuerdo a un trazo arquitectónico típico del lugar que se presentaba. Además, cada pabellón tendría que mostrar productos que, al igual que la arquitectura, representarían las costumbres y tradiciones de cada Estado. Como ejemplo de esto Morelos sería Cacahuamilpa y el Estado de México una pirámide de Teotihuacán. Así también, era conveniente presentar las condiciones geográficas de las entidades federativas, datos sobre sus latitudes la densidad de población, el clima, las ventajas de agricultura y minería, entre otras actividades. Junto con estos datos también podrían adjuntarse listas con nombres de los empresarios más prominentes, así como profesionales y propietarios de terrenos. Las sugerencias de este proyecto tenían el mismo propósito que el pabellón de México en las Ferias Universales: promover las ventajas de invertir en la nación mexicana y atraer el turismo como un modo para alentar la reconstrucción y para fomentar la inversión foránea.

En el año de 1931, se celebró una Convención en favor del fomento del turismo como un factor de Comercio. En la citada Convención se propuso la formación en

<sup>144</sup> AGN, ramo presidentes, Fondo Pascual Ortiz Rubio, Exp 144-6236 Proyecto presentado al Primer Congreso Nacional de Turismo por el Sr. Eduardo de León, delegado por la junta local, la cámara nacional de comercio el H. Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tama y de la Sucursal de la Asociación Automovilista México-Americana de Tamaulipas. México, 23 de abril de 1931 folio 4

Estados Unidos de una oficina panamericana de turismo que atrajera a personas de Europa y Estados Unidos hacia las naciones latinoamericanas. Este plan proponía una integración regional que beneficiaría todos los aspectos del comercio de los países participantes. La decisión de crear la oficina en los Estados Unidos fue debido a que la mayor fuente de turistas del mundo eran los estadounidenses.

El enorme desarrollo que ha adquirido el turismo como medio de entretenimiento ha dado nacimiento a una industria tan colosal y de tanta importancia para la prosperidad nacional, que en la actualidad no hay gobierno alguno que pueda dejar de estimar la gran importancia que reviste. [] Sin duda alguna la fuente mayor de turistas del mundo es los Estados Unidos.<sup>169</sup>

Se propuso que las Repúblicas de América Latina cooperaran para que los turistas estadounidenses se sintieran atraídos por las virtudes naturales y culturales de las naciones panamericanas. La propuesta de formar la oficina panamericana de turismo tenía los siguientes objetivos: crear un importante volumen de tráfico humano a la América Latina; reducir a un mínimo los costos para crear una industria de turismo en las naciones involucradas; formar un sistema para aumentar el deseo de viajar a los países latinoamericanos; llevar a cabo una extensa campaña de anuncios en los Estados Unidos; delinear un proyecto por medio del cual las agencias de turismo pudieran cooperar sobre bases más lucrativas para ellas; desarrollar un sistema que permitiese a las agencias de turismo dar a sus clientes el mayor servicio por el dinero que ellos pagaran. Asegurar para la América Latina la cooperación y la buena voluntad de las principales compañías de transporte de los Estados Unidos. Demostrar ser un factor esencial para crear un entendimiento más completo y una firme amistad con los estadounidenses y los

---

<sup>169</sup> *Idem*. Folio 2.

europcos, finalmente, beneficiar de manera incalculable las relaciones comerciales entre los países latinoamericanos el continente europeo, y con los estadounidenses.

El turismo fue para los empresarios, como una industria y para los comerciantes,<sup>170</sup> como una empresa que se consideró una "mercadería única en su clase"<sup>171</sup> En la Convención, los comerciantes se refirieron al turismo como un producto intangible, considerado como un lujo.<sup>172</sup> Los viajes de recreo se clasificaban como una mercadería híbrida compuestas por un entrecruzamiento entre las mercaderías de especialidad y las de servicio, que como un producto se componía de varios elementos. El turismo fue concebido como una combinación de servicios de transporte y hospedaje, así como de atención personal y ayuda en la preparación de itinerarios de viaje. Los tres factores anteriores hacían posible el cuarto elemento del que dependía el turismo: el entretenimiento. Gracias a ese factor era posible la venta de los viajes, debido a que "la creación del deseo de placer y entretenimiento que sólo el viaje puede proporcionar es el factor esencial para el fomento del turismo".<sup>173</sup>

En este contexto, donde la iniciativa privada planteaba las opciones para impulsar el turismo, la Confederación de Cámaras de Comercio propuso exhibir, de modo permanente en las Oficinas de la Asociación Automovilística Azteca en Estados Unidos, productos y artículos comerciales de la industria nacional; como hilados y tejidos de

<sup>170</sup> A pesar de que en el México postrevolucionario, el término de empresarios solía referirse a la iniciativa privada en general, en ocasiones era necesario definir que los distintos rubros que componían este sector: banqueros, empresarios, comerciantes y hacendados. Para cada uno de ellos el turismo resultaba beneficioso en sus campos particulares.

<sup>171</sup> AGN, Ramo presidentes, Fondo Emilio Portes Gil, III-192-9, "Fomento de Turismo como factor de Comercio", el vicepresidente de la Travel Guild Inc de Nueva York y consejero técnico de la Delegación de Colombia, E.H. Hellmund (1931) folio 2.

<sup>172</sup> *Idem.*, folio 3.

<sup>173</sup> AGN, Ramo presidentes, Fondo Emilio Portes Gil, III-192-9, "Fomento de Turismo como factor de Comercio", el vicepresidente de la Travel Guild Inc de Nueva York y consejero técnico de la Delegación de Colombia, E.H. Hellmund (1931) folio 5.

algodón, artefactos de cerámica, sarapes de Oaxaca y Saltillo, loza de talavera, azulejos y mármoles de Puebla, rebozos de Santa María en San Luis Potosí, deshilados, bordados y encajes hechos a mano, jicaras de Michoacán, bastones de Apizaco, reatas de San Juan del Río, alfarería, sillas de montar, mangas de hule, entre otros.<sup>174</sup>

En 1931 se hablaba del éxito del turismo como industria mundial, ingrediente esencial que reflejaba la prosperidad de las naciones. Debido a los saldos del comercio y los cambios industriales e internacionales, los empresarios decían que "...los viajeros no sólo son mensajeros del comercio sino del buen entendimiento,"<sup>175</sup> lo cual permitía mejorar la comunicación entre las naciones. El turismo se tenía que manejar como un negocio, para cuyo fomento era preciso conocer atractivos que ofrecía, y comprender el equivalente económico de éstos a fin de venderlos y ponerlos en competencia con parajes turísticos de otras partes del mundo. Debía analizarse también, en qué consistía el interés del turista de esos días con el fin de servirlo con éxito, así como examinar y reconocer cualquier desventaja que se presentara, para así poder realizar las correcciones apropiadas.

En el año de 1931, el turismo generó grandes ganancias a nivel mundial, que contribuyeron, en alguna medida, a la estabilidad económica de todas las naciones involucradas en las corrientes turísticas. Estos planteamientos, eran la clara muestra de que, para el Nuevo Estado Mexicano, era conveniente apoyar el fomento de la industria turística, no sólo por ser una opción que ayudaba a superar la crisis económica, sino por

<sup>174</sup> AGN, Ramo Presidentes, Pascual Ortiz Rubio, III-192-9, 28 de Julio de 1931, Asociación Automovilística Azteca, propuestas de los representantes de las Cámaras de Comercio

<sup>175</sup> AgN, Ramo presidentes, Fondo Emilio Portes Gil, III-192-9, "Fomento de Turismo como factor de Comercio", el vicepresidente de la Travel Guild Inc de Nueva York y consejero técnico de la Delegación de Colombia; E.H. Hellmund (1931) folio 7



su importancia como factor para mejorar la relación con los estadounidenses y por el hecho de que era un sector donde convergían los intereses mixtos del sector privado y del empresarial.

En septiembre de 1932, Pascual Ortiz Rubio, presentó su renuncia debido a presiones políticas que criticaban su incompetencia. Bajo la custodia de su gobierno las condiciones nacionales favorecieron diversas propuestas de proyectos para fomentar el turismo estadounidense en México por considerarlo, ante todo, como un instrumento para superar la crisis económica mundial. Si bien no se logró que aquellos que entraban con categoría de turista trajeran consigo grandes cantidades de divisas, México aprovechó su carácter rural y folclórico para atraer a quienes salían de Estados Unidos deseando un panorama distinto al de la urbe y la industria.

A partir de la Gran Depresión, hubo una revalorización de los trabajos manuales, vírgenes de la maquinaria industrial. En 1932, el escritor Salvador Novo, escribió un artículo que se publicó en la revista *Nuestro México*, en el cual destacó el modo en que los turistas aquilataron "el arte popular", que los gobiernos estadounidense y mexicano utilizaron como arma diplomática.

Nuestras costumbres, nuestros ritos, nuestras habitaciones en el campo y en los pueblos atraen la atención de los turistas, que vienen fatigados de las grandes ciudades y admiran un poco compasivamente la choza del camino, en tanto que mientras el tren se detiene a tomar agua en una estación, compran, a sus reiterados ruegos, un jarro decorado, un pequeño sarape, un muñeco de petate, una máscara o cualquier otra curiosidad que les ofrece un hombre mal cubierto con harapos. El tren llega a la ciudad de México. El turista se instala en un cómodo hotel cuyo cuarto de baño y cuyo teléfono, cuyos huevos con jamón y café con crema, pan tostado y mermelada con naranja, previa toronja, lo invitan a sentirse en su casa. Sale a conocer la ciudad, pregunta cuánto pesa el Ángel de la Independencia y por qué le ponen coronas todos los días, pues este extraño adorno le ha hecho pensar que se trata de un céntrico panteón subterráneo; toma un automóvil, va a

Taxco, cena en Sanborn's y para su extrañeza, pero también para su comodidad, encuentra aquellos objetos que viera en las diversas estaciones de su tránsito se exhiben ahora en una atmósfera norteamericana que le place aspirar, con el título Mexican Curious- sólo que a precios exageradamente mayores. Unos días después el turista toma un avión y se rompe la crisma, o llega sano y salvo a su lugar de origen. Pero el hombre mal cubierto con harapos que se acercó al tren a suplicar, casi con lágrimas en los ojos, que le compraran el muñeco de barro o el candelero de vidrio, el jarro o el sarape, regresa, una vez partido el tren, a su pintoresca choza. Trae en la mano unos cuantos centavos que le ha producido la venta de los objetos cuya manufactura significa días enteros de laboriosidad y privación. Se come unas tortillas y vuelve a ponerse a trabajar. Su pequeño hijo ya está aprendiendo y le ayuda. Cuando el padre muere, el hijo hará lo mismo que hacía aquel.<sup>176</sup>

El artículo de Novo es un legado valioso para percibir cómo el turismo logró combinar los símbolos del progreso (trenes, automóviles, lujosos hoteles y comida internacional), con una realidad de pobreza mexicana cuyo sustento era el hábito turístico del mundo occidental. Mientras que la realidad mexicana se convirtió en un elemento pintoresco para los viajes de turistas, para los artesanos, el comercio de sus productos era su cotidiana fuente de ingresos. Cuando el arte popular se adoptó como una moda y se valoró estéticamente, surgió una industria en torno a las artesanías. Aquel que en su tiempo libre hacía un juguete, convirtió ese juguete en un artículo de comercio, por lo que el artesano destinó el ocio al negocio.<sup>177</sup> Las comunidades cambiaron sus ritmos tradicionales de vida por las necesidades que demandaban los hábitos modernos; se incorporaron a la modernidad a partir de la venta de su tradición, lo que, inevitablemente causó transformaciones culturales. El despertar de la devoción estadounidense por el arte folclórico llevó a la apertura de un par de sitios donde el turista pudiera observar y

<sup>176</sup> Salvador Novo, "Nuestras Artes Populares" en: revista *Nuestro México*, México, julio de 1932 p 59-62 citado en: *Antología. Textos Sobre Arte Popular*, México, Fondo Nacional para el fomento de las artesanías, 1982.

<sup>177</sup> Bruno Traven, "Canastitas en serie" en *Canasta de Cuentos Mexicanos*, trd R.E. Luján, México, Compañía General de Ediciones, 1956.

sentirse participe de las fiestas populares, así como para comprar artesanías que se valuaban como piezas de arte. Elizabeth Morrow se refería a su apreciación por el arte mexicano de la siguiente manera: "Nunca pude resistir un jarro que dijera Luz de mis ojos o Adiosito querida Lolita"<sup>178</sup> Desde el siglo XIX, existieron tiendas de antigüedades en Estados Unidos que vendían piezas prehispánicas, coloniales, así como instrumentos cotidianos de algunos grupos indígenas. En las décadas de 1920 y 1930, siguieron existiendo estos sitios de antigüedades, pero también se abrieron comercios a los que se llamó *curious shops*, en las estaciones de tren en zonas turísticas, con el fin de vender objetos que no tuvieran impresa la producción industrial, puesto que la particularidad de las artesanías radicaba en que cada pieza era una creación artística. La mayoría de los dueños de estas tiendas eran estadounidenses; comercializaban con el arte popular que adquirían a precios muy bajos y, posteriormente, lo vendían a los turistas a precios que rebasaban de manera cuantiosa los precios originales.

La arqueóloga Zelia Nutall, expuso en su casa de Coyoacán, (que había pertenecido a Alvarado), una colección de arte mexicano de los distintos periodos de la historia ofreciendo a la venta réplicas de algunas piezas. Asimismo, desde mediados de los años 20 y durante la década de 1930, el antiguo Palacio de Iturbide fue una tienda de arte mexicano, propiedad de un estadounidense llamado Frederik Davis, cuyo objetivo primordial eran turistas y la colonia estadounidense en México.<sup>179</sup> Por otra parte, se

<sup>178</sup> Elizabeth Morrow, *Op cit.*, trad y presentación de Adriana Estrada Cajalal Suma moreliense, Cuernavaca, 1982 p 7

<sup>179</sup> En una de las revistas de promoción de dicha tienda, el estadounidense de origen germano, d'Harmoncourt, quien vendía arte mexicano en Estados Unidos y promovía a artistas mexicanos, escribió lo siguiente "hay muy pocos cazadores de antigüedades en México. Los mexicanos que están interesados en los objetos de arte son, con muy pocas excepciones, integrantes de la clase alta muy educada, que está completamente en la penuria y es incapaz de comprar. Para las cosas mexicanas (en oposición a los europeos), uno solo puede tratar con las colonias extranjeras y con los turistas. El grupo más importante entre estos es el de los norteamericanos. La mayoría de la gente tiene la opinión errónea de que las

fundó una compañía estadounidense llamada "Sonora", que vendía artesanías mexicanas dentro de los ferrocarriles de la compañía South Pacific<sup>100</sup>. En esencia, todas estas tiendas nos hablan de que la valoración que los estadounidenses dieron al arte mexicano se convirtió en una de las empresas que hacían del turismo una industria, no obstante, las ganancias abundantes eran para los estadounidenses.

Nos atrevemos a afirmar que durante la presidencia de Pascual Ortiz Rubio, se concibió al turismo como un instrumento que permitiría paliar los efectos de la crisis económica mundial. Esta industria implicaba generación y recepción de capital a través de la construcción de una infraestructura turística, de la recepción de divisas y del impulso al intercambio mercantil. El programa de reconstrucción nacional ávido de capital, siguió apoyándose en el turismo como móvil que servía para generar confianza en el ámbito empresarial que el Estado postrevolucionario no estaba enemistado con el capital. A pesar de que no fueron años especialmente intensos en el flujo turístico estadounidense, se elaboraron proyectos y, principalmente, se construyó una infraestructura de comunicaciones. Por tal motivo, las compañías de transporte ferroviario y automovilístico fueron las más interesadas en trabajar para el turismo, del cual también eran dependientes para su rehabilitación y buen funcionamiento. Asimismo, la construcción de vías de comunicación contribuyó con el desarrollo regional del país y con el impulso del desarrollo mercantil, sin embargo, este cambio no beneficiaría directamente a todos los sectores del país.

---

antigüedades son solamente para la gente rica, por el contrario, en general es más barato amueblar una casa con antigüedades que con cosas modernas de la misma calidad, especialmente en México". René d'Harnocourt, cuaderno con fecha de 1927 en manifiesto de Sarah d'Harnocourt, 1990, citado por: James Oles, *op. cit.* p.124.

<sup>100</sup> AGE, expediente 225, folio 2.

## VI

**BAJO CUSTODIA INSTITUCIONAL*****6.1 El sector turístico se vuelve institución.***

Ante la renuncia de Pascual Ortiz Rubio, inducida por el presidente Calles el ideólogo y político de las instituciones surgidas del movimiento revolucionario el gabinete se reunió para debatir quien debía sustituir al presidente saliente. Calles sugirió presentar una terna de candidatos al presidente del PNR con el fin de presentar un candidato ante el Congreso. La terna fue compuesta por Alberto J. Pani, el general Amaro y Abelardo L. Rodríguez. El primero declinó su candidatura y el general Amaro no hizo campaña para obtener el puesto. Calles veía en Rodríguez a un hombre de suma confianza y lo consideró como candidato idóneo para ocupar la presidencia. Lo había llamado para dirigir la Secretaría de Guerra durante 1931, para enfrentar la crisis producida en el gabinete y posteriormente, en agosto de 1933, fue nombrado secretario de Industria, Comercio y Trabajo. En estas circunstancias que requerían de paz política, Abelardo L. Rodríguez era el hombre que podría equilibrar las fuerzas nacionales y quien daría seguimiento al proyecto de nación durante el año faltante para completar el tiempo restante el periodo presidencial (1933-1934). Al presidente sustituto le correspondería administrar la reconstrucción y el desarrollo del país, mientras que Calles determinaría, como nunca antes, el sentido de las decisiones políticas de la nación.

El nuevo presidente interino afianzó el poder del Jefe Máximo, advirtiendo que no sería blanco de humillaciones como lo fue su antecesor. En el año de 1936, en referencia a su puesto como presidente, Abelardo L. Rodríguez envió una carta al editor de la Enciclopedia Columbia, donde afirmaba lo siguiente:

No he sido instrumento del señor general Plutarco Elías Calles, es inexacto que yo, como Presidente de la República, haya sido dominado por nadie. Sin embargo, reconociendo una vasta experiencia en el señor general Calles, no tuve empacho en consultarlo cada vez que estimaba conveniente hacerlo, posponiendo así mi amor propio a los intereses de la Nación...<sup>181</sup>

Pese a mantener una fuerte relación con Calles, intentó consolidar su figura bajo el refuerzo de los estatutos del PNR<sup>182</sup>, fundado en 1929 y cuyo último objetivo era mantener la estabilidad política. No obstante los efectos negativos producidos por la Gran Depresión de 1929, el ambiente de paz armada propició una efectiva recuperación económica del país. En su primer y último informe de gobierno reiteró que el Estado favorecería todas las actividades que contribuyeran con el crecimiento de la nación, en las que se incluía la industria del turismo.<sup>183</sup>

Abelardo L. Rodríguez, originario de Guaymas, Sonora, se unió a las filas constitucionalistas en su estado natal, durante la Revolución, sin embargo, nunca llegó a ocupar altos cargos de decisión ni de mando. A pesar de haber mantenido siempre cierto contacto con el ámbito militar, destinó su carrera a la administración: tuvo diversos negocios en el norte del país, como hoteles, hipódromos y casinos que respondían a la demanda de turistas y otros transeúntes estadounidenses. En 1928, viajó a Francia con el

<sup>181</sup> Carta de Rodríguez al editor de la Enciclopedia Columbia, 18 de abril 1936, citada por Francisco Xavier Gaxiola Jr. en *El Presidente Rodríguez (1932-1934)* Editorial Columbia, México 1938, pp 116-117. Citado en: Lorenzo Meyer, Rafael Segovia y Alejandra Lajous, *Historia de la Revolución Mexicana (1928-1934). Los inicios de la institucionalización*, México, El Colegio de México, 2a reimpresión, 1995, p. 160.

<sup>182</sup> En adelante PNR

<sup>183</sup> Arnaldo Córdova, *op.cit.*, p. 311

fin de adquirir mayor formación sobre "sistemas de alojamiento". Fue un empresario pionero en la industria del turismo con grandes visiones sobre los beneficios económicos que ésta prometía. En estas circunstancias, el apoyo que, como presidente de la República dio al desarrollo de dicho sector, no sólo fue para continuar con el programa reconstructivo del nuevo estado mexicano, sino también por las enormes ganancias que obtenía de esta actividad a nivel personal. Rodríguez encarna el ejemplo del reacomodo de los grupos políticos y económicos del México postrevolucionario, los empresarios ya no sólo eran extranjeros sino también exgenerales de la Revolución por lo que surgía una nueva clase política relacionada con la esfera empresarial.

La condición de Abelardo L. Rodríguez -un militar convertido en político para devenir en empresario permitió que entre diciembre de 1933 y diciembre de 1934 se fortaleciera la relación entre el gobierno y el sector privado. Lo anterior representaba el enlace ideal de lo que después se conocería como "economía mixta", en donde el sector público y la iniciativa privada trabajarían juntos por impulsar el desarrollo nacional. El gobierno de Rodríguez se destacó por su actitud conciliatoria con los círculos del capital privado. Sin embargo, objetivo el proceso centralizador de la economía en manos del Estado no significó un desafío real para los grupos económicos más poderosos, debido a que la clase política y económica tendían al acercamiento.

A principios de 1933, el PNR había aprobado un "plan sexenal" que sería la base del gobierno de Lázaro Cárdenas (1934-1940). El plan establecía los lineamientos sobre los cuales debía desarrollarse la nación. En 1934, Abelardo L. Rodríguez puso en marcha un "programa mínimo", como un primer experimento de lo que más tarde sería el "Plan Sexenal". En él, se dio prioridad a las cuestiones agrarias y educativas, así como al

crecimiento industrial. La actividad empresarial, recibiría todo el apoyo y privilegios constitucionales del Estado.

En esta época, el Jefe Máximo, Plutarco Elías Calles, incorporó a su vocabulario el término *cooperación*<sup>184</sup>. Este nuevo concepto implicaba la solicitud del apoyo a todos los sectores y la flexibilización de sus demandas<sup>185</sup> para hacer un frente común ante los efectos negativos de la crisis y para permitir la continuidad del proceso de reconstrucción nacional. La promoción del crecimiento industrial siguió siendo prioritaria, sin embargo, en esos años se agudizó el conflicto entre el movimiento obrero y el Estado.

El conflicto ferrocarrilero fue uno de los problemas mas graves a los que se enfrentó el presidente Rodríguez y que afectó a los otros sectores de la economía. A pesar de la construcción de carreteras y del crecimiento del transporte motorizado, en la década de los años treinta el ferrocarril seguía siendo el principal medio de transporte de mercancías y de pasajeros. Las líneas férreas se encontraban básicamente, en las manos de tres empresas, Ferrocarriles Nacionales de México (de capital mexicano), Ferrocarril Mexicano, propiedad de una empresa británica y Ferrocarril South Pacific (en manos de capital estadounidense). Asimismo existían líneas de comunicación regional, pero su extensión era muy reducida. En virtud de algunas medidas que se tomaron para hacer frente a la crisis, muchos trabajadores perdieron su empleo dando lugar a huelgas que obstaculizaron la rehabilitación ferroviaria.

<sup>184</sup> Calles incorporó el término de *cooperación*, "entendiendo por él una especie de concurso obligado de todas las fuerzas económicas de la nación con el objetivo común de superar la crisis a través del único camino que podía tener efecto redituable, aumentar la producción y el intercambio... pero acabó concluyendo que los únicos *sacrificables* tenían que ser los trabajadores, porque los capitalistas podían volar o resistirse con éxito al esfuerzo de *cooperación*." Arnaldo Córdova, *op.cit.* p 325

<sup>185</sup> Los trabajadores demandaban aumentos salariales así como el cumplimiento de los derechos que establecía la Carta Magna. Por su parte, los industriales, comerciantes, y otros hombres de negocios solicitaban que el gobierno otorgara beneficios particulares a cada uno de estos ámbitos. Entre otras demandas, pedían la reducción o exención de impuestos, seguridad frente a vaivenes políticos que repercutían en la economía y cierto control social que impidiera levantamientos de las clases trabajadoras



La industria turística, dependiente directa del funcionamiento de las líneas férreas, sin duda se veía afectada por las huelgas. Poco a poco los viajes en tren fueron sustituidos por los viajes en autobús ó automóvil. En esos tiempos sólo un grupo reducido tenía acceso al transporte aéreo.

En su informe de gobierno del 1° de septiembre de 1934, Abelardo L. Rodríguez reiteró su apoyo a la industria del turismo. Realizó cambios estratégicos en la reestructuración administrativa de su gabinete que afectaron de manera medular a dicha industria. Disolvió la Secretaría de Industria Comercio y Trabajo convirtiéndola en la Secretaría de la Economía Nacional. En 1933 creó, dentro de la Secretaría de Economía Nacional, un Departamento de Turismo<sup>186</sup> que siguiera con los trabajos iniciados por la Comisión Nacional de Turismo. Se consideró que el turismo requería de un trabajo conjunto entre diversas dependencias del poder público, por lo cual era preciso centralizar los trabajos bajo un Departamento de Turismo, que, basado en la Ley orgánica de la CNT, buscara las medidas óptimas para el desarrollo del sector. Se argumentaba como en años anteriores, que el turismo era un medio para atraer capital y mejorar la relación con Estados Unidos en el año de 1933, se hablaba ya de que la industria nacional del turismo, al ser reconocida como empresa nacional, debía ser manejada por el Estado, pero en la práctica, el crecimiento de dicha industria, correspondía a la iniciativa privada. El gobierno se presentaba como rector de la economía nacional y debía, por tanto, asegurar que el turismo se desarrollara en un marco institucional para tener mayor control sobre los resultados de su crecimiento. Al institucionalizar las actividades

---

<sup>186</sup> Remítirse al apéndice, D O F México, Lunes 27 de marzo de 1933, Tomo LXXXVII Núm 23 p.362-363. Creación de un Departamento de Turismo dependiente de la Secretaría de la Economía Nacional.

empresariales se pretendía predecir su desarrollo y lograr que el erario público fuera el mayor receptor de las ganancias producidas.

La Secretaría de la Economía, el 27 de marzo de 1933 publicó en el Diario Oficial de la Federación el acuerdo titulado: "Creación de la Comisión, el Comité Oficial y el Patronato de Turismo"<sup>157</sup>. Este acuerdo fue remitido a las mismas secretarías que tuvieron mayor participación en la Comisión Nacional de Turismo: la Secretaría de Gobernación, Relaciones Exteriores, Hacienda y Crédito Público, Comunicaciones y Obras Públicas y al Departamento de Salubridad. A la Secretaría de Gobernación le correspondía la parte referente a migración y seguridad nacional. La Secretaría de Relaciones Exteriores estaba pendiente de la imagen que México debía proyectar para atraer al turismo y tenía la misión de alentar la relación diplomática y financiera con el exterior. La Secretaría de Hacienda se encargaba de los impuestos recabados en las actividades turísticas así como de vigilar el balance de la economía frente a la recepción de divisas. De la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas dependía que llegaran los turistas, puesto que le correspondía impulsar el desarrollo de las vías de comunicación (como carreteras), así como crear una infraestructura de drenajes e iluminación. Sin el impulso a estas últimas cuestiones, el país no sería atractivo para los viajes de recreo. La Secretaría de Salubridad tenía a su cargo el cuidado de la higiene y desarrollo de centros de salud que previnieran, entre otras cosas, el contagio de enfermedades. Cada una de las secretarías debía procurar la reconstrucción de la nación con miras a un crecimiento moderno que respetara el proyecto nacionalista del nuevo estado mexicano.

El acuerdo citado en páginas anteriores sobre la creación del Departamento de Turismo de la Secretaría de la Economía Nacional, fijó "el propósito de organizar ampliamente

---

<sup>157</sup> Véase apéndice

este importante aspecto de fomento comercial, con el fin de promover resultados benéficos para la colectividad"<sup>188</sup>. Asimismo, se hizo alusión al turismo como:

...una actividad económica privilegiada cuyos factores básicos son las bellezas naturales del país y las atracciones de toda especie que pueden ofrecerse a los visitantes, así como porque se pretende que el turismo, considerado en épocas anteriores, de modo exclusivo como el arte egoísta de viajar bien, responda al concepto moderno y se complete con la posibilidad de recibir bien a los viajeros.<sup>189</sup>

El Departamento de Turismo representó la culminación de los trabajos, en favor del fomento al turismo, que se llevaron a cabo durante los 13 años de la etapa reconstructiva de la nación post-revolucionaria. Cuando se creó el Departamento de Turismo, la economía del país era más sólida. Existían ya las condiciones migratorias adecuadas para agilizar la afluencia del turismo. También, a pesar de que el ferrocarril se encontraba en un periodo de depresión, éste, junto con los otros medios de transporte, apoyados por la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, trabajaban por ofrecer los servicios al turismo extranjero y al incipiente turismo nacional que crecía de modo acompasado.

El aliento que recibió la industria del turismo, se debió también, como lo hemos visto en los capítulos anteriores, a la estabilización y mejoramiento de la relación con Estados Unidos. El presidente estadounidense Franklin D. Roosevelt (1933-1945) estableció la política del "buen vecino"(1933) ante el congreso de su país. Esta política destacaba el respeto y la amistad entre todas las Repúblicas del continente americano y

---

<sup>188</sup> D.O.F, México, Lunes 27 de marzo de 1933, Tomo LXXVII Núm 23 p.362-363

<sup>189</sup> *Ibidem.*, p.363.

ponderaba que los tratos de negocios firmados por estadounidenses, debían ser respetuosos con el Estado, que les daba la oportunidad de invertir su capital.<sup>190</sup>

La diplomacia que inició el embajador Dwight Morrow fue continuada por los embajadores Reuben Clark (1931-1933) y Josephus Daniels (1933-1942). Este último se encontró un México más estable que el de sus antecesores y vivió los frutos que sembró su antecesor Morrow en cuanto a la disposición que mostraban México y Estados Unidos para solucionar sus mutuos conflictos. Daniels se identificó con las causas sociales por las que lucharon los revolucionarios mexicanos. Era un admirador de la cultura e historia de México y fue, además, presidente de la Liga Anti-Imperialista. Todo lo anterior contribuyó al buen entendimiento del embajador con el gobierno mexicano y a proyectar hacia el exterior la imagen de un México pacífico y estable. Como consecuencia de esto el turismo obtuvo mayores beneficios y representó, con mayor claridad que en años anteriores, un medio para fortalecer el buen entendimiento con los Estados Unidos.

De esta manera la estabilidad en las relaciones internacionales con el país fronterizo y el apoyo que brindó Rodríguez al ámbito empresarial, reflejaron confianza entre los hombres de negocios de origen extranjero. Empresarios estadounidenses escribieron artículos como el que cito a continuación, el que se advierten los logros del gobierno mexicano por motivar la inversión foránea:

Quizá nunca antes en la historia de ese gran país, han existido las posibilidades que ahora existen, para el desarrollo del comercio y de la industria. Las finanzas de México están ahora sobre las más firmes bases y su pueblo se siente de tal manera animoso, que esto augura un gran bienestar para el futuro. Ninguna persona como el general Rodríguez,

---

<sup>190</sup> "Nosotros nos hemos comprometido con nuestros vecinos a evitar en el futuro expansiones territoriales y la interferencia de una nación en los asuntos internos de la otra" Primer informe presidencial del presidente estadounidense Franklin D. Roosevelt, 3 de enero de 1934 en Ricardo Ampudia, *México en los informes presidenciales de los Estados Unidos de América*, México, Fondo de Cultura Económica, 1996 p.216

sería más apropiada para regir los destinos de México, en un periodo de desenvolvimiento de los negocios y de la industria como el actual<sup>191</sup>

La atmósfera de confianza, entre el gobierno mexicano y el sector privado, repercutió de manera favorable al desarrollo del turismo. Se redactaron artículos como "Vamos a México", publicado en la revista *Chronicle Telegraph*. En éste, los comerciantes estadounidenses destacaron la importancia de aumentar los viajes turísticos de sus conciudadanos hacia Canadá y México. Afirmaba que ambos países contaban con climas complementarios y atracciones inusuales para los visitantes de esta nacionalidad. En este contexto, según el autor del texto, aquellos que realizaran viajes turísticos a nuestro país, entrarían en armonía y entendimiento con las características de la nación, borrando así difamaciones que hacían los intereses foráneos enemistados con el gobierno postrevolucionario y atrayendo el intercambio comercial.<sup>192</sup>

Durante sus últimos años como Secretario de Hacienda, Allberto J. Pani trabajó junto con Aarón Sanz en el fomento del turismo, destinando dinero del erario público a la reconstrucción estética y funcional de la ciudad de México, lo cual serviría, sin duda, para atraer la mirada de los turistas cuyo número crecía conforme la crisis económica en Estados Unidos se superaba. En el marco del desarrollo de una educación nacionalista en busca de un pasado glorioso, se financiaron proyectos para la restauración de monumentos históricos y excavaciones arqueológicas; se abrieron nuevos museos como el de Arte Religioso y se hicieron mejoras al de Arqueología, Etnología e Historia, otorgando una presencia más vigorosa a los símbolos del pasado prehispánico.

Como lo había considerado Vasconcelos, desde los inicios de 1920, fue importante rescatar el trazo colonial del centro histórico, con el fin de quitarle el aire

<sup>191</sup> El Universal, México, 20 de enero de 1933 p 34

<sup>192</sup> AGN, Ramo Presidencia, Fondo Abelardo L. Rodríguez, 505.4/34, 25 de noviembre de 1933.

afrancesado del régimen porfirista y poner énfasis en la riqueza cultural del mestizaje de la Nueva España. A esto se añadió la creación de nuevos monumentos y calles que reflejaran la opulencia y la modernidad del México post-revolucionario. Para señalar los símbolos del México moderno, se construyó la Avenida 20 de noviembre y la calle de La Palma (a una cuadra del zócalo capitalino) y se ensanchó la calle de San Juan de Letrán.<sup>193</sup> Al hacer una remodelación estética de la ciudad que servía tanto para atraer turismo como para inculcar los valores nacionalistas, se aludió al proyecto del Estado postrevolucionario de que la arquitectura expusiera la composición cultural de nuestro país. Al integrar el pasado en el proceso de modernización, se repetía el objetivo buscado en el pabellón de la Feria Internacional de Brasil en 1922.

En el intento de hacer de la cultura una herramienta para fortalecer al Estado, se abrieron espacios destinados a todos los sectores sociales. Durante el régimen porfirista se había dado inicio a la construcción del Teatro Nacional, actual Palacio de Bellas Artes, diseñado por el Arquitecto Adamo Boari en 1904; sin embargo, la Revolución interrumpió la obra y fue retomada por el gobierno postrevolucionario de Plutarco Elías Calles, concluyendo en 1933, para ser inaugurada en 1934 bajo el argumento de ser una obra que complementaba la educación nacionalista. Este sitio recibió el nombre de "Palacio de Bellas Artes", situado frente a la estación de Colonia de la Ciudad de México, a un costado de la Alameda Central, fue, a partir de ese momento, término con el fin de ser sede de exposiciones y espectáculos de distintas creaciones artísticas, tanto nacionales como extranjeras; así como se pensó como un centro de difusión cultural.

---

<sup>193</sup> Alberto J. Pani, "La industria Nacional del Turismo", en *Tres Monografías*, México, Ed. Atlante, 1941, p.64.

También se consideró como una construcción que colaboraría con la estética y con los atractivos turísticos de la Ciudad.<sup>134</sup>

Para 1933, la cooperación cultural entre México y Estados Unidos, apoyada por el embajador Morrow durante sus tres años de misión en México, estaba en su apogeo. Los movimientos artísticos de nuestro país, que rescataron al México rural, fueron acogidos en ciudades como Nueva York y San Francisco, donde se reforzó el aprecio por los campesinos y las alusiones al mundo indígena. En el mismo año, el intercambio de creaciones artísticas, así como los distintos estudios sobre el mundo prehispánico y las investigaciones antropológicas sobre las comunidades en el México rural fueron parte integral de la relación bilateral entre México y Estados Unidos. Este nuevo diálogo entre artistas de ambas nacionalidad, y las ofertas culturales de México contribuyeron, sin duda, a atraer la atención no sólo de artistas y científicos, sino también de todos aquellos que buscaban emplear su tiempo de recreo en viajes turísticos.

Sin embargo, exponer el patrimonio cultural como un atractivo turístico representó una amenaza para su conservación. La moda de tener piezas prehispánicas o retablos de iglesias novohispanas como adornos de colección, provocó saqueos incalculables al patrimonio arqueológico e histórico de México. Jugar a ser arqueólogo se convirtió en una actividad turística. A partir de enero de 1934 se publicó mensualmente la revista *Mapa*, cuya edición era destinada al naciente turismo nacional en México. Esta publicación mensual fue patrocinada por algunas empresas privadas que se beneficiaban del turismo, tales como la Compañía Cervecería Moctezuma y la empresa fotográfica Kodak. La presencia de dichas industrias es reflejo de la dependencia del

---

<sup>134</sup> Pani, *op. Cit.* p 69.

turismo con el apoyo de diversas empresas involucradas en las necesidades de los viajeros. En la revista *mapa* Se redactaban artículos y cuestionarios sobre los efectos que tenía la empresa turística a nivel nacional; de igual modo, era una guía que mostraba fotografías y narraciones descriptivas sobre sitios históricos y arqueológicos tales como Uxmal. En esta publicación, encontramos un artículo donde se aconsejaba a los turistas cómo adquirir vestigios arqueológicos originales. Se les advertía sobre el cuidadosos de no caer en los engaños de la gente que residía en los alrededores de las zonas arqueológicas ya que, en ocasiones, vendían equipo de arqueólogo para que el turista excavara una zona determinada con el fin de hallar algún vestigio que podría adquirir como suyo. En caso de encontrar una pieza, se recomendaba que el turista revisara la autenticidad de las piezas, debido a que podían ser réplicas enterradas.<sup>193</sup> Los saqueos y el deterioro que sufrían los monumentos requirió de la redacción de un reglamento para proteger el patrimonio nacional. Este documento defendía la idas de hacer compatibles la tradición y la modernidad. El Estado debía cuidar que los proyectos de desarrollo turístico respetaran los trazos estéticos y edificios históricos de pueblos y ciudades. Se argumentaba que en la protección de la cultura se encontraba la fuente primordial de la industria turística. En este sentido, institucionalizar la "moderna empresa del turismo" presentaba a este sector como guardián del pasado y la tradición nacional. A pesar de que el turismo se levantó con la consigna de proteger los valores y monumentos culturales de México, el desarrollo turístico tuvo un crecimiento poco controlado que con el afán de ser también emblema e modernidad; sustituyó árboles con concreto así como bailes y vestimentas tradicionales por modas hollywoodenses que pretendía emular un mundo indígena acartonado. De este modo, los mexicanos que estaban de acuerdo con que el

<sup>193</sup> Revista *Mapa*, México, Ed. Mercurio, 1934, Tomo 1, no 1



turismo se aprovechara para fortalecer el nacionalismo adoptaron estilos ajenos a los suyos. Así también, la familia revolucionaria que criticó a la elite porfiriana por copiar cánones franceses, imitó formas de vida estadounidense que negaban la tradición por oponerse al proceso modernizador de la nación

En 1934, el turismo era una actividad acostumbrada para cabo políticos y empresarios mexicanos similar a la costumbre del veraneo de los grupos en el poder durante el régimen porfiriano. En sus viajes de recreo, al tiempo que descubrían los tesoros y costumbres propias de la nación mexicana, ampliaban sus conexiones con otros hombres de negocios mexicanos o extranjeros que tenían la facilidad de pasar sus vacaciones en centros turísticos como las aguas termales de Tehuacan, Puebla.

Los artilugios de la publicidad lograron hacer de las costumbres y de los objetos, un producto de venta para el desarrollo de una nueva empresa. Se diseñaron modas para el turista como bañadores, calzado y sombreros de playa. A las mujeres se le recomendaba que, para no aburrirse en las vacaciones, llevaran un libro de aventuras previniendo que el color de la encuadernación de éste fuera del mismo color que sus zapatos.<sup>176</sup>

La infraestructura de hospedaje turístico, en varias ocasiones propiedad de políticos-empresarios, fue sede de decisiones y discusiones políticas, así como del cierre de tratos comerciales. Un ejemplo de lo anterior fue el casino "La Selva" en Cuernavaca, lugar de gran atractivo turístico y propiedad del presidente Abelardo L. Rodríguez. Como mencioné anteriormente, los casinos representaron un importante centro de atracción para visitantes estadounidenses. En estos espacios se realizaban movimientos de grandes cantidades de dinero sobre las que el gobierno no tenía ningún control. El capital recibido

---

<sup>176</sup> Revista Mapa, *op. cit.*, no 5

por el turismo atraído por los casinos, quedaba sólo en manos de los dueños de estos centros de recreo, sin remunerar en lo absoluto a la reconstrucción nacional ni al desarrollo regional. A pesar de que el gobierno apostó al desarrollo turístico del país como sector impulsor para la economía y la modernización mexicana sin destruir las tradiciones culturales, los mayores beneficios de esta industria fueron recibidos por los grandes hoteleros o dueños de los centros nocturnos o casinos.

A mediados de los años treinta, era evidente que el turismo en México aún se destinaba principalmente a los extranjeros y a las clases mexicanas que disponían de riqueza. A pesar del derecho a las vacaciones que se otorgó a los trabajadores, éstos no tenían excedentes para viajes turísticos como lo hacían los trabajadores de capitales industriales en Europa o Estados Unidos.

Al término del gobierno de Abelardo L. Rodríguez, la solidez del Estado se apoyaba en la institucionalización de todas las actividades políticas y económicas como un medio para centralizar y fortalecer el poder. Parte de este proceso, asumió la Revolución como un símbolo de modernidad y se incorporó la historia de la lucha armada como un atractivo turístico. La bandera revolucionaria que amenazaba con impedir que México se incorporara al diálogo internacional, terminó por convertirse en vehículo para atraer la mirada de los extranjeros a quienes se les recibía con escenografías que proyectaran una imagen idealizada de los tiempos revolucionarios. Se utilizó una etapa bélica de la Historia con el fin de entablar amistad con otros pueblos. A los visitantes que llegaron atraídos por la Revolución, se les vendía la idea de un pueblo solidario con una gran riqueza cultural y vanguardista en cuanto a las ideas de los albores del siglo XX.

Frente a la crisis de 1929, el gobierno mexicano tendió hacia el proteccionismo económico, buscando favorecer a la industria nacional, cuyo crecimiento debía ser regulado por el Estado, que tenía a su cargo la explotación de los bienes de la nación para el beneficio de todos los mexicanos. En suma a lo anterior, el país abrió las puertas a algunos estadounidenses que buscaron paisajes rurales como una vía de escape frente al fracaso del capitalismo. A pesar de que no se recibían grandes flujos monetarios, el turismo en estos años fue, ante todo, un vehículo para proyectar un país pacífico dispuesto a cooperar con el extranjero.

El gobierno y el sector privado, compuesto también de políticos-empresarios, utilizó como medio para promover la imagen de un México estable, sus riquezas naturales, culturales e históricas, propiciando así el intercambio comercial y el desarrollo industrial. De esta manera, pretendían presentar a México como un país moderno con méritos para ocupar un sitio en el encuentro entre naciones.

## CONCLUSIONES

Hoy en día, resulta común encontrarse con algún turista nacional o extranjero, recorriendo un museo, fotografiando los puestos de un mercado, monumentos históricos de pueblos y ciudades. Además, es cotidiano encontrarlos bronceándose en una playa o bebiendo cervezas en un bar. Al decir "es un lugar muy turístico", implicamos diversas cosas: que es un sitio seguro, lleno de gente y casas de cambio, que existe una infraestructura hotelera, restaurantera y en ocasiones de centros nocturnos, al igual que medios de comunicaciones y transportes para poder llegar. Asimismo, la referencia a lo turístico también puede implicar que es un sitio caro y poco "autóctono", puesto que al turista se le trata como a un extraño que conoce poco de los costos y tradiciones reales. Incluso hay veces que culpamos al desarrollo turístico por ser destructor de "costumbres mexicanas" e implantador de modelos modernos totalmente ajenos a "lo nuestro", con lo cual contranamos a la política económica y social que ha regido a nuestro país en los últimos 71 años de historia, durante el cual, el impulso al sector turístico se ha postulado como señal de modernidad.

Igualmente, es familiar ver un autobús que diga *transporte turístico*. Hay oficinas de turismo en todas las delegaciones de la ciudad de México y en los 30 estados que conforman la República. En ellas se ofrece información sobre *tour*s organizados, así como guías y mapas para visitar sitios arqueológicos, históricos o centros culturales. Así también, en la calle de Masarik de la Colonia Polanco en la ciudad de México, está el

edificio de la Secretaría de Turismo y en cada informe presidencial se incluyen cifras monetarias y estadísticas sobre las corrientes turísticas. En este sentido, podríamos extendernos con un sinnúmero de ejemplos que hacen referencia al término "turismo". No obstante, nuestro interés estriba en reconocer la familiaridad que en la actualidad tenemos los mexicanos con respecto a este fenómeno, y que se remonta a los inicios de la década de 1920. Fue entonces cuando el nuevo Estado mexicano, asumió al turismo como pilar importante de cómo había de ser la nueva nación.

El presente trabajo de investigación lleva a concluir que la vecindad terrestre con los Estados Unidos, fue determinante que el régimen post-revolucionario adoptara y fomentara el canon moderno de realizar viajes de recreo para expandir una industria nacional, que prometía grandes beneficios al interés público y privado.

El gobierno posrevolucionario concibió al turismo como arma para propiciar el reencuentro entre el Estado mexicano y los hombres de negocios. El mejoramiento de la relación con el mundo empresarial propiciaría confianza entre la inversión extranjera y, a la vez esto sería un instrumento para que México proyectara la imagen de un país digno de ser sujeto de crédito.

En tanto al turismo como receptor de divisas, estos años no reflejaron grandes beneficios, no obstante, se aprovecharon en planificar la forma para desarrollar dicho fenómeno como una industria. Durante los años veinte y primera mitad de la década de los treinta, el nacimiento de la industria turística fue una herramienta para el desarrollo de una infraestructura de servicios y apoyó la conservación estética de las ciudades y de algunos pueblos. La Secretaría de Hacienda, dirigida por Alberto J. Pani, destacó que las ventajas de fomentar el turismo recaían también en la reforma arancelaria, puesto que de

modo paralelo a el crecimiento de esta empresa, se cobraron impuestos en las distintas actividades que la integraban, tales como las visitas a museos y zonas arqueológicas, en los las entradas para distintos espectáculos, en el cobro para del tránsito por los caminos y el impuesto a la gasolina, en la expedición de las formas de identidad B-5 y 11, así como en los precios de restaurantes y en el hospedaje.

La afluencia turística impactó la estructura económica de algunas comunidades. El aprecio que tuvieron los turistas por el arte popular ocasionó que objetos de uso tradicional se convirtieran en un potencial mercado artesanal para los visitantes extranjeros. Al dedicar más tiempo a la fabricación de artesanías, los campesinos dejaron de lado otras actividades como la cosecha de sus tierras. Quienes vendieron artesanías para turista desarrollaron una mayor dependencia hacia otros productores. Asimismo, quienes vivían en zonas turísticas o cerca de ella, pudieron encontrar trabajos en los servicios de esta empresa, de modo que se modificaron, también, los ritmos de vida cotidiana y económica en algunas familias del México rural. Las mujeres encontraron empleo como recamareras o cocineras de los hoteles y restaurantes, ya que el turismo fue una opción laboral sin necesidad de emigrar a las ciudades, pero los bajos salarios y la relación patronal, no parecía ser distinta a la de otras industrias. El turismo ha trastocado comunidades enteras, de tal modo que comunidades enteras ya no se parecen a lo que eran.

Con respecto a la relación de México con el extranjero, el turismo se utilizó en el discurso como un arma diplomática. Se argumentaba que el turismo propiciaba un contacto entre individuos que podía ser auxiliar a la relación entre los gobiernos. Así también, la propaganda turística emitía la imagen de un México pacífico, amigable y con

valiosas riquezas culturales y naturales, al tiempo que ofrecía grandes ventajas para la inversión extranjera. El Estado mexicano se apoyó en los diversos medios de promoción para transformar la idea del México bárbaro y sanguinario por la de una nación en vías de crecimiento, dispuesta a proteger al capital foráneo siempre y cuando éste no transgrediera el marco constitucional. Una vez que se obtuvo el reconocimiento diplomático por parte de los Estados Unidos en 1923, el turismo encontró un campo propicio para crecer. La llegada del Embajador estadounidense, Dwight Witney Morrow, significó un partecguas en la mejora de las relaciones diplomáticas con los Estados Unidos. Tanto la historiografía como los documentos consultados, denotan la actitud amistosa que tuvo el embajador frente al gobierno mexicano, ya que, a diferencia de su antecesor Shiefield, buscó tener empatía con la situación de nuestro país aclarar que él era representante de su gobierno y de la sociedad estadounidense en su conjunto, no sólo de la colonia estadounidense en México.

Diversos testimonios nos permiten señalar que el turismo se vio favorecido por la presencia de Morrow. En su correspondencia personal, atestiguó que México era un sitio pacífico para pasar las vacaciones. Apoyó el viaje en avioneta del piloto Charles Lindbergh a la ciudad de México, creyendo que con ello se estimulaba la paz entre las naciones vecinas. El embajador y su esposa tuvieron un interés particular por la cultura y la historia mexicana, lo cual colaboró con la valoración de diversos aspectos de la cultura mexicana. En la ciudad de Cuernavaca, hoy turística por excelencia, construyeron una casa de fin de semana con trazo colonial, decorada con muebles tradicionalmente mexicanos. Con ello se dio soporte, de manera implícita, al argumento de que la infraestructura turística podía conservar la arquitectura y las formas tradicionales, que la

higiene y el confort -emblemas de modernidad- se acoplaban con la tradición. Esta casa y la actitud de los Morrow, cooperó entonces con la idea de que el turismo podía ser una práctica moderna pero conciliadora con la tradición.

A la Secretaría de Relaciones Exteriores le correspondió promover y custodiar la imagen turística de la nación mexicana. Como parte de su agenda, los cónsules tuvieron a su cargo la supervisión de propaganda que hacían empresas privadas de origen extranjero. Asimismo, se autorizó que los turistas pudieran adquirir las cartas de identidad correspondientes en los consulados mexicanos, donde se ofrecían consejos e información en guías que incluían condiciones climáticas, medios de transporte, posibilidades de hospedaje y alimento, tipos de producción en distintas zonas, entre otras referencias. La propaganda que proporcionaban los consulados incluía las ventajas para invertir en México, puesto que la labor pro-turismo se utilizó también como un importante medio para alentar el comercio con internacional, primordialmente con los Estados Unidos.

En las décadas de 1920 y 1930, aquellos que cruzaron el Río Bravo para hacer viajes turísticos, lo hacían principalmente por el "exotismo" de nuestro país. Esto puede resultar paradójico si pensamos que México quería mostrarse como un país moderno frente al exterior, sin embargo, dicha característica sólo implicaba que el turismo requería de una infraestructura moderna. Al mismo tiempo, la historia y la cultura se convirtieron en aliados esenciales para quienes planeaban el desarrollo de México. El trabajo de las representaciones diplomáticas continuó con la función que tuvieron las Exposiciones Universales decimonónicas: al atraer turismo se pretendía hacer de México un magno pabellón mexicano.



Nuestro país fue exitoso como centro de descanso para quienes buscaron alejarse temporalmente, de la vida acelerada en las urbes. Las playas de Tampico fueron un importante centro turístico. Para quienes tenían tiempo para adentrarse hacia el centro del territorio, la ciudad de México, Amecameca, Taxco y Teotihuacan fueron los lugares más visitados por su acceso carretero y férreo así como por la valorización histórica que se les daba. A pesar de los hallazgos arqueológicos en Oaxaca y el sureste mexicano, estos sitios estaban mal comunicados y el acceso a ellos se redujo a los investigadores que viajaban por conocimiento y que no requerían de las comodidades de un viaje de recreo. Los monumentos arqueológicos e históricos servían al estadounidense para incorporarlos como parte de su pasado continental. La disciplina de la antropología cobró importancia desde la segunda mitad del siglo XIX, las teorías evolucionistas conllevaron a un interés por interpretar al mundo indígena, lo que sirvió a naciones, como la estadounidense y la mexicana, para asumir la postura de estados paternalistas frente al mundo indígena. Existía, entre algunos turistas, la motivación de visitar comunidades indígenas, como una forma de estar en contacto con "el estado natural del hombre", el respeto que hubiera en este trato pretendió corresponder con la forma en la que el Nuevo Estado entendió el mundo indígena. En este rubro de interés antropológico podemos incluir también las fiestas populares, que se fomentaron en esos años como expresiones del nacionalismo mexicano. El planteamiento de cómo y qué mostrar al extranjero, colaboraba directamente con la intención de fomentar "lo mexicano" como un medio para legitimar el poder del Estado.

Por otro lado, frente al crecimiento de los grupos puritanos, la ley de prohibición del alcohol y de juegos de azar, fueron un anzuelo para que vinieran turistas. En ciudades

de la frontera norte, como Tijuana, existían varios casinos, donde los estadounidenses depositaban cantidades significativas de dinero que destinaban al juego, al consumo del alcohol y a la prostitución.

Exgenerales del ejército se incorporaron al ámbito empresarial, algunos invirtieron en la industria del turismo; en casinos y en hoteles, e hicieron de éstos, centros de reunión para políticos. Abelardo L. Rodríguez, quien tomó posesión como presidente interino en el año de 1933, fue dueño de casinos en la frontera, así como del casino "La Selva" en Cuernavaca. Rodríguez apoyó de modo vehemente el fomento del turismo en México, no sólo como continuación de los gobiernos que lo antecedieron, sino por los intereses económicos personales que tenía en la industria turística. Durante su interinato, se institucionalizó un Departamento de Turismo dependiente de la Secretaría de la Economía Nacional en 1933. Con ello culminaron catorce años en los que el término "turismo" se maneja dentro del discurso del Estado como una labor mixta con la iniciativa privada. En 1921, el gobierno de Obregón favoreció a los comerciantes en su iniciativa de realizar una excursión de propaganda por Estados Unidos, en la que la promoción del turismo tuvo un sitio prioritario como fomento al desarrollo nacional. En 1926, la Secretaría de Gobernación aprobó una reforma a la ley de migración de 1908 donde se otorgó al turista un sitio en la ley que lo diferenciaba del inmigrante. En 1928 se aprobó la iniciativa del Ejecutivo, de crear una Comisión Mixta Pro-Turismo presidida por la Secretaría de Gobernación e integrada por delegados de todas las secretarías de Estado y de todas las empresas que al concurrir, hicieron posible una industria nacional del Turismo. En 1929, la Comisión Mixta se formalizó como Comisión Nacional de Turismo, reiterando la presencia del Estado en las actividades económicas. La creación

de comisiones pretendía regular todos los intereses envueltos en la industria turística, la cual comprendía temas que eran claves en la formación de la nación post-revolucionaria: el uso de suelo; la construcción de carreteras que suplantarán a los ferrocarriles ya que con ello se evadían problemas con los ferrocarrileros, se fomentaba el consumo del petróleo tanto a manera de gasolina como de chapopote para el concreto. Así también la revalorización de "lo mexicano" como herramienta para dar legitimidad al nuevo régimen y la consolidación de una imagen nacional que proyectara un México pacífico y moderno frente a los ojos extranjeros.

La labor pro-turismo que realizaron las empresas privadas fue constante a lo largo de los catorce años. La presencia de las compañías férreas en el fomento del turismo fue evidente en todo momento, ya que representaba un manantial de ingresos que ayudaba a la recuperación económica de este medio de transporte, (caballo de la Revolución), amenazado por el creciente uso del automóvil. El argumento anterior nos permite justificar que el título de esta tesis haya sido "Me lleva el tren", puesto que el transporte y el desarrollo turístico, fueron dependientes de las rutas del ferrocarril.

Los hallazgos documentales que bordaron esta tesis, pueden funcionar como fuente para aquellos que se interesen en hacer del turismo un objeto de estudio en diversas disciplinas, con la información que se expone e interpreta en estas páginas cubre un pequeño espacio de la riqueza temática que se puede derivar del fenómeno turístico.

APÉNDICE

REGLAMENTO DE LA LEY ORGÁNICA DE LA COMISIÓN NACIONAL DE TURISMO

CAPÍTULO I

De los fines de la Comisión

ARTÍCULO 1º.-La Comisión Nacional de Turismo tendrá por objeto: I.- Fomentar el turismo nacional y el internacional en nuestro país, por todos los medios oficiales y privados que estén al alcance de la Comisión; estudiando para eliminarlas las circunstancias que impidan el desarrollo de aquella industria.

II.-Funcionar como centro coordinador y orientados de las comisiones locales de turismo que se establezcan en la República, así como de los esfuerzos oficiales o privados, que tiendan a impulsar el turismo y en general, desarrollar los trabajos a que se refiere el artículo 3º de la ley que se reglamenta.

CAPÍTULO II

De las Comisiones locales

ARTÍCULO 2º.-Para los efectos de la fracción II del artículo 3º de la ley de la Comisión Nacional de Turismo<sup>1</sup> mantendrá relaciones oficiales con las Comisiones locales que lo soliciten y les prestará su apoyo, siempre que dichas Comisiones se ajusten a las bases siguientes.

a).-Que estén integradas, lo mismo que la Comisión Nacional, por representantes de las autoridades, empresas bancarias, Cámaras de Comercio, Empresas de Comunicaciones, clubes de automóviles y rotarios, y en general por las empresas o instituciones que tengan conexión con el turismo.

b).-Las Comisiones locales deberán desarrollar sus trabajos en pro del turismo de manera regular y permanente.

c).-Además de sus funciones legales, las Comisiones de los Estados y Territorios tendrán el carácter de auxiliares de la Comisión Nacional pudiendo ésta por lo tanto, encomendarles las funciones y trabajos que juzgue pertinente.

ARTÍCULO 3º.-Las dificultades que pudieran suscitarse entre la omisión y algunas Dependencias del Ejecutivo con motivo de la interpretación y aplicación de este Reglamento serán tratadas por la Secretaría de Gobernación, y en su caso, resueltas por el mismo Ejecutivo.

<sup>1</sup> Artículo 3o.-Son facultades y obligaciones de la Comisión Nacional de Turismo las siguientes:  
I. Fomentar el turismo nacional e internacional a nuestro país por todos los medios que estén a su alcance.  
II. Asumir la dirección y orientación de la Comisión Nacional, coordinando sus trabajos con los que realicen las Comisiones Locales de Turismo en los Estados.  
III. Intervenir oficialmente ante las autoridades que corresponda para que los turistas dentro del país gocen de garantías.  
Diario Oficial, órgano del gobierno Constitucional de Los Estados Unidos Mexicanos, Viernes 7 de febrero de 1930, Poder Ejecutivo, Secretaría de Gobernación, Ley Orgánica de la Comisión Nacional de Turismo.  
p. 1

**ARTÍCULO 4°.-**La Comisión estimulará, dentro de sus posibilidades, la inversión de capitales nacionales en las industrias que se relacionen con el turismo.

### **CAPÍTULO III**

**De la organización y funcionamiento de la Comisión Nacional**

**ARTÍCULO 5°.-**La Comisión Nacional de Turismo estará integrada:

I.-Por el Secretario de Gobernación, quien será Presidente nato de la Comisión.

II.-Por los Delegados representantes que específicamente señala el artículo 7° de la ley<sup>2</sup>, ingresarán a la Comisión de conformidad con las bases siguientes

I.-Mediante la aprobación de la Asamblea General para admitir la representación de las instituciones, corporaciones o empresas que por la similitud de sus actividades merezcan acreditar ante la Comisión Nacional un Delegado representante común. Para dictar su resolución, la Asamblea oír previamente el dictamen de la Comisión de Investigación e Integración

II.-Para que la Comisión dicte la resolución a que se refiere el inciso anterior, se requiere una asistencia no menor de las dos terceras partes de sus miembros activos y el voto aprobatorio de las dos terceras partes de los Delegados asistentes.

**ARTÍCULO 7°.-**Las instituciones oficiales o particulares a que se refieren los artículos anteriores, tendrán ante la Comisión, un Delegado representante, activo, pudiendo acreditar también delegados suplentes o asesores técnicos, pero en todo caso representarán solo voto por la institución que los acredite.

**ARTÍCULO 8°.-**Para la mejor realización de las funciones y estudio de los trabajos de la Comisión, esta designará las Subcomisiones siguientes:

1. De Administración
2. De Propaganda y Prensa
3. De Vigilancia y Seguridad
4. De Comunicaciones y Transportes
5. De Mejoramiento de ciudades y demás centros turísticos
6. De Turismo local u coordinación de actividades nacionales pro-turismo
7. De Trámite
8. De estadística
9. De Investigación e Integración

Las demás que se deban crear a juicio de la Asamblea con las atribuciones que esta mismo les confiera.

<sup>2</sup> Artículo 7o Estará integrado por: a)El encargado del Despacho de la Secretaría de Gobernación que será Presidente nato de la Comisión b)Por los representantes de cada Secretaría de Estado y de los Departamentos autónomos federales c)Por los representantes de la Asociación de Hoteleros de las Cámaras de Comercio, empresas de Ferrocarriles, Navegación Marítima y Aéreas, Caminos y demás empresas de Transportes y Comunicaciones, Clubes de automovilistas y rotarios de la Asociación de Camioneros y en general por las Empresas o Instituciones que tengan conexión con el turismo a juicio de la Asamblea. Diario Oficial, Órgano del gobierno Constitucional de Los Estados Unidos Mexicanos, Viernes 7 de febrero de 1930, Poder Ejecutivo, Secretara de Gobernación, Ley Orgánica de la Comisión Nacional de Turismo p 1

**ARTÍCULO 9º.-**La subcomisión de Administración estará formada por cinco miembros y presidida por el Secretario de Gobernación como Presidente nato de la Comisión y como Presidente de la misma Sub-Comisión. Los cuatro miembros restantes serán los Delegados representantes de la Secretaría de Hacienda del Departamento de Contraloría de la Confederación de Cámaras de Comercio de los Estados Unidos Mexicanos y el Tesorero del Comité Ejecutivo que lo será a la vez de la sub-Comisión

Las facultades de la subcomisión son las siguientes:

- a)-Controlar la distribución y el manejo de los delegados cuyos gastos autoricen al Comité Ejecutivo.
- b)-Vigilar la contabilidad de la Comisión en cuyo efecto cualquiera de sus miembros tendrá derecho de presentar al Tesorero de la Comisión, muestras del estado de cuentas de la misma, en el momento que lo desee.
- c)El Tesorero y demás empleados que manejen saldos, deberán canceonar su manejo a satisfacción del Comité Ejecutivo.

**ARTÍCULO 10.-**La Subcomisión de Propaganda y prensa tendrá las siguiente facultades:

I.-La dirección técnica de la propaganda que haga en el país y en el extranjero, para llevar a cabo la función que le corresponde a la Comisión Nacional de acuerdo con la fracción V del artículo 3º de la Ley<sup>3</sup>

II.-Dirigir la Propaganda que se refiere al inciso V del artículo 3º de la Ley y recomendar a las empresas privadas que se propaganda a favor del turismo esté de acuerdo con las ideas de la Comisión.

III.- Toda la información que la Comisión deba hacer de Prensa.

IV. Las demás atribuciones que les sean señaladas a la Comisión.

**ARTÍCULO 11.-**Para los efectos del inciso III del artículo 3º de la ley, la Comisión Nacional promoverá la creación del Servicio de Vigilancia y Seguridad para el turista y para tal fin, la Subcomisión de Vigilancia quedará a su cargo.

I. La formación del proyecto del Servicio de Vigilancia y Seguridad para el turista, en el menor tiempo posible.

II.-Proponer ante la Comisión, todos los acuerdos para otorgar soluciones que tiendan a la realización del proyecto aprobado, ejecutando al efecto todos aquellos trámites que reclamen urgentemente su intervención con aprobación de la Asamblea.

III. Dictaminar en los asuntos que sobre vigilancia y seguridad se presente ante la Comisión.

**ARTÍCULO 12.-**La Subcomisión de Comunicaciones y Transportes tendrá las siguientes funciones

I. Procurar el más exacto cumplimiento de las leyes y disposiciones que allanen dificultades al turista en los puertos terrestres y marítimos, líneas férreas y carreteras, estaciones de tránsito y terminales.

II. Iniciar y llevar a la práctica por los conductos debidos ante las Autoridades y particulares, todas aquellas medidas que al mejorar los servicios públicos y privados, fomenten el turismo local o el extranjero.

<sup>3</sup> Artículo 3o fracción V, ser el órgano oficial de propaganda del país en el extranjero, uniformando y dirigiendo los trabajos que hicieran los Consules y Agentes Comerciales mexicanos.

III. Dictaminar sobre los asuntos anteriormente señalados y que se presenten ante la Comisión.

**ARTÍCULO 13°.-** La Sub-Comisión del mejoramiento de Ciudades y demás Centros de Turismo:

I. En relación con las autoridades federales locales para la creación, desarrollo y perfeccionamiento de todos los servicios públicos.

II. En relación con las empresas privadas, especialmente hoteles y alojamientos en general, comercio etc., para proporcionar comfortable albergue y demás comodidades relativas al turista.

III. -Dictaminando sobre los asuntos de la índole señalada que se presenten ante la Comisión.

**ARTÍCULO 14°** La Subcomisión de Turismo local y coordinación de actividades generales, tendrá a su cargo:

I. El impulso y desarrollo de excursiones, giras, etc. - en nuestro país, para el fomento del turismo local;

II. Unificación de métodos y sistemas de todos los Comités Locales para lograr que la acción de éstos y de la Comisión Nacional forme un solo cuerpo en las actividades de este género.

III. Impulsar la creación de nuevos centros de turismo.

**ARTÍCULO 15.** La Subcomisión de Trámite tendrá a su cargo hacer directamente ante los Jefes de las presentaciones conducentes a la aceptación, implantación etc. de las resoluciones o acuerdos tomados por la Comisión. En casos muy urgentes, podrá hacer dichas gestiones ante miembros de tales Instituciones distintos de los Jefes de las mismas.

**ARTÍCULO 16-** La Subcomisión de Estadística quedará integrada por el representante del Departamento de la Estadística nacional Y EL Secretario de la Comisión y tendrá a su cargo la preparación de la estadística nacional e internacional cuya publicación gestionará dentro de las prescripciones de la estadística del turismo nacional e internacional cuya publicación gestionará dentro de las prescripciones de la ley relativa.

**ARTÍCULO 17.-** La Subcomisión de Investigación e Integración, tendrá a su cargo

I. Estudiar las facilidades que presente las empresas o instituciones que se crean con derecho a tener representantes en la Comisión.

II. Estudiar y proponer a la Asamblea el ingreso a la Comisión de aquellas empresas o instituciones que a su función deban tener representantes en el seno de la Comisión Nacional.

III. Hacer las Investigaciones conducentes a fin de rendir dictamen acerca de los merecimientos de las personas propuestas como miembros honorarios o representantes de la Comisión en el extranjero.

IV. -Estudiar y dictaminar acerca de los proyectos de la Comisión por particulares, empresas o instituciones que no correspondan a las demás subcomisiones.

**ARTÍCULO 18.-** Las demás Sub-Comisiones que designe la Asamblea tendrán el número de miembros y funciones que la misma les señale.

**ARTÍCULO 19.-** Las Subcomisiones estarán obligadas a cumplir los acuerdos que sobre la materia que sea su competencia, dicte la Asamblea; a rendir sus informes y dictámenes dentro del plazo prudente que al efecto se les hubiere fijado; a presentar las sugerencias y

proposiciones que crean necesarias para el mejor desempeño de sus labores y a dar cuenta e información de éstas a la Comisión.

## CAPÍTULO IV

### De las facultades de la Asamblea

#### ARTÍCULO 20

I.-Dictar todos los acuerdos y medidas que deban ponerse en práctica en relación con el objeto de la Comisión;

II.-Resolver Acerca de las proposiciones, estudios, informes que serán presentados por las subcomisiones.

III.-Autorizar la asistencia a las sesiones de personas extras a la Comisión, con voz informativa.

IV.-Una vez que la Comisión esté en condiciones de percibir fondos por cualesquiera de los conceptos a los que se refiere el artículo 15 de la ley<sup>4</sup>, nombrará una Comisión especial que formule el Reglamento para el manejo e inversión de los mismos fondos, el que será sometido a la consideración de la Asamblea.

ARTÍCULO 21.-Salvo los casos en que conforme al reglamento se requiera un quórum especial para las asambleas se efectúen, deberán concurrir cuando menos la mitad más uno de los Delegados representantes ante la Comisión.

ARTÍCULO 22.-Con la misma excepción señalada en el artículo anterior, todos los acuerdos de las Asambleas se tomarán por mayoría de votos de los miembros que conforme al mismo artículo deberán estar presentes. En los casos de empate el Presidente de la Comisión o quien lo substituya tendrá voto de calidad.

ARTÍCULO 23.-Los Delegados representantes tendrán un voto por cada institución que representen, en el concepto de que un mismo Delegado no podrá tener más de dos representaciones de instituciones diversas.

ARTÍCULO 24.-Las sesiones serán ordinarias y extraordinarias. Las ordinarias tendrán lugar una vez por semana en el local de la Comisión, en el día y a la hora que sean fijados por la Asamblea. Las extraordinarias tendrán lugar en el local citado en el día y a la hora que fije el Presidente y se efectuarán cuando éste crea que el caso lo amerita, o cuando la Asamblea así lo acuerde; en ellas se tratarán únicamente los asuntos para los que fue convocada la sesión.

## CAPÍTULO V

### De los miembros honorarios

ARTÍCULO 23.-La Comisión Nacional de Turismo podrá conferir el carácter de Delegados Honorarios de la misma:

1. A los miembros del Cuerpo Consular y Diplomáticos Mexicanos y a los funcionarios del Gobierno Federal que a juicio lo merezcan.

<sup>4</sup> El patrimonio de la Comisión Nacional de Turismo se constituirá con los bienes y recursos que a continuación se enumeran a) Con el inmueble de propiedad nacional que se encuentra actualmente en la calles de San Juan de Letrán número 7, b) Con el mobiliario y equipos con que cuenta en la actualidad c) Con el subsidio global de 200 mil pesos anuales que le asignen las leyes c) Con los legados y donativos que se le hagan por corporaciones o particulares. Diario Oficial de la Nación, Secretaría de Gobernación, Ley de la Comisión Nacional de Turismo, 10 de febrero de 1930 p 1



A aquellas personas que reúnan los requisitos siguientes:

a) Haberse dedicado a la labor del fomento del turismo con actividades al interior del país o en el extranjero.

b) Ser de honorabilidad reconocida y haber sido propuestos para dicho cargo, cuando menos por tres miembros de la Comisión, previo el dictamen favorable de la Comisión de Investigación e Integración.

ARTÍCULO 29.-Serán además miembros honorarios de la Comisión Nacional de Turismo aquellos representantes que hubieran perdido su representación de conformidad con el artículo 12 de la Ley Orgánica.

ARTÍCULO 30.-Los miembros honorarios de la Comisión Nacional de Turismo tendrán las siguientes obligaciones y atribuciones.

a) Trabajar en beneficio del turismo, de acuerdo con el criterio de la Comisión Nacional.

b) Desempeñar aquellos trabajos que la Comisión les encomiende

c) Comunicar a la Comisión el desarrollo de sus actividades en bien del turismo acatando los acuerdos de aquella.

ARTÍCULO 31.-La Comisión Nacional de Turismo podrá retirar el título de miembro honorario a la persona que se aparte de las prevenciones anteriores, o en general deje de merecer la confianza de la Comisión.

ARTÍCULO 32.-La Comisión Nacional de Turismo expedirá diplomas de honor a favor de aquellas personas que a su juicio se hubieren distinguido por su labor oficial o particular en beneficio del turismo nacional e internacional.

ARTÍCULO 33.-Los miembros honorarios de la Comisión a que se refiere el artículo 12 de la ley tendrán voz pero no voto durante el año a que se refiere dicho artículo.<sup>3</sup>

#### CAPÍTULO VI

De los funcionarios de la Comisión

ARTÍCULO 24.-El presidente de la Comisión Nacional tendrá las atribuciones y obligaciones siguientes:

- I. Será Presidente de la Asamblea General y del Comité Ejecutivo.
- II. Presidirá las sesiones de la Asamblea General y del Comité Ejecutivo
- III. Acordará la Orden del Día de las sesiones de que habla el inciso anterior y dirigirá en ellas los debates.
- IV. Convocará a las sesiones extraordinarias de la Comisión cuando juzgue que el asunto deba ser sometido a la consideración de esta, cuando se determine por la misma Asamblea o de acuerdo con las disposiciones relativas de este reglamento.
- V. Autorizar con su firma las actas de las sesiones y los acuerdos o resoluciones tomadas por la Comisión o el Comité Ejecutivo firmándolos en compañía del Secretario.
- VI. Presidirá la Subcomisión de Administración a que se refieren los artículos 8º y 9º de este Reglamento.

<sup>3</sup> Los miembros de la Comisión Nacional de Turismo durarán en sus cargos dos años, pero al cabo de ese tiempo las Secretarías, Departamentos y Empresas particulares que los nombraron, les ratifiquen sus nombramientos de representantes ante la Comisión, seguirán en sus cargos por otros dos años más. En caso de que durante el desempeño de sus funciones fuere retirada a los miembros de la Comisión la representación que los llevara a ella seguirán, sin embargo, formando parte de la Comisión como miembros honorarios durante un año.

VII. Suspenderá las resoluciones tomadas por el Comité Ejecutivo en caso de considerar a éstas inconvenientes por ser contrarias a la ley o a la política del Gobierno.

VIII. El primer vicepresidente substituirá al Presidente de la Comisión de en todas las funciones que le confiere el artículo anterior, ya sea en los casos de falta del mismo Presidente o cuando éste así lo determine.

ARTÍCULO 35.-El Segundo Vicepresidente ejecutivo tendrá las mismas funciones que el Primer Vicepresidente y tendrá las mismas facultades que adquiriera el Presidente.

ARTÍCULO 36.-A falta de Presidente y de los dos vicepresidentes, serán los Vocales, por su orden los que cubran las funciones de aquél.

ARTÍCULO 37.-Son obligaciones y atribuciones legales:

I.-Asesorar a la Comisión Nacional, el Comité Ejecutivo y a las Subcomisiones, en los asuntos de la competencia de éstas, cuando reclamen su concurso.

II.-Las demás que le señale la ley.

#### CAPÍTULO VII

De las obligaciones y atribuciones de los representantes

ARTÍCULO 32.-Son obligaciones y atribuciones de delegados representantes ante la Comisión Nacional de Turismo:

I. Asistir con puntualidad a las sesiones ordinarias y extraordinarias.

II. Justificar ante la Asamblea sus faltas de asistencia e instruir debidamente de los asuntos que les correspondan a los delegados suplentes.

#### CAPÍTULO VIII

De las reformas al reglamento

ARTÍCULO 40.-El presente Reglamento sólo podrá ser reformado por el C. Presidente de la República en virtud de las mismas facultades según las cuales lo expide.

ARTÍCULO 42.-Sólo por promoción de siete miembros de la Asamblea General y por el voto aprobatorio de las dos terceras partes de la misma Asamblea, podrá ser elevada a la consideración del C. Presidente de la República, una proposición de reforma al Reglamento.

#### TRANSITORIOS

ARTÍCULO 1º El presente reglamento entrará en vigor tan pronto como sea publicado en el Diario Oficial

ARTÍCULO 2º Para Los efectos del artículo 4 transitorio de la ley, en la primer ASAMBLEA QUE CELEBRE LA Comisión Después de la publicación del Reglamento, se determinará qué número par o impar corresponde a cada uno de los representantes de la Comisión Nacional de Turismo

Comuníquese y cúmplase. México D.F. A 10 de enero de 1930,  
El Presidente Provisional de los Estados Unidos Mexicanos. Emilio  
Portes Gil

El Oficial Mayor de Gobernación, Encargado del Despacho MM.  
Collado-Rúbrica.  
Lo que comunico a usted para su publicación y demás fines.  
Sufragio Efectivo, No reelección

México D.F. a 3 de febrero de 1930-El Oficial Mayor de Gobernación, Encargado del Despacho  
M. Collado.

**LEY DE MIGRACIÓN 1932****Capítulo III****De la inmigración**

Artículo 26.-Para los efectos de la presente Ley, se considera:

- I. Inmigrante: El extranjero que arribe a la República con el propósito expreso de establecerse en ella, por cualesquiera causas o fines lícitos, o cuya temporalidad de establecimiento exceda, sin interrupción, más de seis meses a partir de la fecha de su internacional.<sup>6</sup>
- II. Emigrante: El individuo, cualquiera que sea su nacionalidad, profesión u oficio, que manifieste el propósito de abandonar, por más de seis meses, el Territorio Nacional, habiendo permanecido en él, sin interrupción, siendo extranjero, igual temporalidad; y los braceros mexicanos que por móviles de trabajo salen periódicamente de la República, aun cuando su ausencia sea menor de seis meses.
- III. Turistas: "Con esta designación se comprende al extranjero que visita la República por distracción o recreo, y cuya permanencia en territorio nacional no excede de seis meses.
- IV. Se equiparan a los turistas, los extranjeros que vienen al país por móviles mercantiles, industriales, científicos, artísticos y familiares, siempre que su permanencia no exceda de seis meses.

---

<sup>6</sup> Es la misma redacción que existe en el Diario Oficial, Secretaría de Gobernación, Ley de Migración de los Estados Unidos Mexicanos, Lunes 19 de abril de 1926, p. 2

## CREACIÓN DE LA COMISIÓN, EL COMITÉ OFICIAL Y EL PATRONATO DE TURISMO

El 27 de marzo de 1933 se publicó en el Diario Oficial de la Federación, un Acuerdo de la Secretaría de la Economía, por el cual se crearon; la Comisión, el Comité Oficial y el Patronato de Turismo, se emitió copia de este documento a las secretarías de Gobernación, Relaciones Exteriores, Hacienda y Crédito Público, Comunicaciones y Obras Públicas y al Departamento de Salubridad.

Este acuerdo destacó que el haber creado un Departamento de Turismo de la Secretaría de la Economía Nacional, "implicó el propósito de organizar ampliamente este importante aspecto de fomento comercial, con el fin de promover resultados benéficos para la colectividad". Aludió al turismo como:

...una actividad económica privilegiada cuyos factores básicos son las bellezas naturales del país y las atracciones de toda especie que pueden ofrecerse a los visitantes, así como porque se pretende que el turismo, considerado en épocas anteriores, de modo exclusivo como el arte egoísta de viajar bien, responda al concepto moderno y se complete con la posibilidad de recibir bien a los viajeros.

El desarrollo del turismo debe fundarse en la certeza de ofrecer a los visitantes condiciones de seguridad, higiene, comodidad etc., lo que hace indispensable la colaboración de diversas dependencias del poder público para realizar una labor de conjunto.

Para este efecto será preciso: centralizar y coordinar informes concernientes al turismo bajo todos sus aspectos; buscar medios propios para desarrollarlo y promover y adaptar medidas que mejoren las condiciones de transporte circulación y residencia de los viajeros; y organizar la propaganda en el extranjero.

Para la realización de un programa tan vasto es indispensable a la Ley Orgánica de la Comisión Nacional de Turismo, este Ejecutivo Federal estima conveniente crear órganos adecuados para esta materia y al efecto ha tenido a bien expedir el siguiente acuerdo:

I. Se constituye la Comisión de Turismo integrada por el Jefe de la Oficina de Turismo quien la presidirá, y por particulares representantes de las diversas actividades, que la Secretaría de la Economía Nacional señale como vinculadas con dicha actividad

II. Son atribuciones de la Comisión: a)recabar y coordinar toda clase de informes concernientes al turismo; b)proponer las medidas que estime pertinentes para el desarrollo del mismo y c)opinar con motivo de las consultas que le sean formuladas por el comité oficial o por el patronato.

III. Se organiza un comité oficial de turismo integrado por: Secretario de la Economía Nacional (presidente), Director de General de Caminos de la Secretaría de comunicaciones y Obras Públicas., Jefe del departamento de Migración de la Secretaría de Gobernación, Jefe del Departamento consular de la Secretaría de Relaciones Exteriores, Jefe del servicio de Inspección General de sanidad del Departamento de salubridad Pública.

IV. Son atribuciones del Comité Oficial: a)estudiar los diversos problemas relacionados con el turismo proponiendo soluciones concretas, b)promover el desarrollo por los medios más adecuados, c)proponer medidas que mejoren el transporte, circulación y residencia de los viajeros.

Se establece un Patronato de Turismo integrado por la Secretaría de Economía Nacional, Secretaría de Gobernación, Secretaría de Relaciones Exteriores, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas y el Jefe del Departamento de Salubridad Pública.

El patronato orientará las actividades que deban desarrollarse en materia y decidirá en

definitiva sobre las medidas que hayan de adoptarse al respecto.

Diario Oficial, México, Lunes 27 de marzo de 1933 Tomo LXXVII Núm 23 p.362-363. Secretaría de la Economía Nacional Acuerdo del 15 de enero de 1933 por el cual se crean la Comisión, el Comité oficial y el Patronato de turismo.

**FUENTES PRIMARIAS**

Archivo General de la Nación, Ramo Presidentes, Fondo Obregón- Calles, Emilio Portes Gil, Pascual Ortiz Rubio, Abelardo L. Rodríguez

Archivo Genaro Estrada, Turismo

Amherst College Archives, Dwight Morrow Papers 1877-1954. Serie X, Ambassador to Mexico, 1927-1930 (Microfilmes en la Biblioteca del Instituto Mora)

Diario Oficial de la Federación

Diario de los Debates de la Cámara de Diputados

Diario de los Debates de la Cámara de Senadores

**REVISTAS Y ARTÍCULOS**

Collado, Ma. del Carmen, ponencia: "La Mirada de Morrow, ¡preludio de la Buena vecindad!", Instituto Mora, Noviembre, 1999.

José Valenzuela, Georgette, "El viaje de Plutarco Elías Calles como presidente electo por Europa y Estados Unidos", *Revista mexicana de Sociología*, Instituto de Ciencias Sociales, , p.191-210

López Rosado, Diego, "El Turismo" en: *El Perfil de México en 1980*, vol 2, México, Instituto de Investigaciones sociales y UNAM, Siglo XXI editores, 1976. P. 169-187.

Meyer, Lorenzo, "La etapa formativa del Estado Mexicano contemporáneo, 1928-1940", en: *Foro Internacional: revista trimestral*, vol 17, México, México, Colegio de México, n°4 abril-junio 1977.

Riguzzi, Paolo, "La imagen nacional en el Porfiriato", en: *Historias 20*, México, Instituto Nacional de Antropología e Historia, p.137-153.

*Revista MAPA* México, Ed. Mercurio, 1934, Tomo I, no 1-12 ils, mapas, fotos

*FERRONALES*, Órgano del personal de los FF.CC.N.de M. Tomo I. Núm 4, Junio 1930

*FERRONALES*, Órgano del personal de los FF.CC.N.de M. Tomo I. Núm 6 Noviembre 1930

*FERRONALES*, Órgano del personal de los FF.CC.N.de M. Tomo I. Núm 7, Diciembre 1930

*FERRONALES*, Órgano del personal de los FF.CC.N.de M. Tomo II. Núm 1, Enero 1931

*FERRONALES*, Órgano del personal de los FF.CC.N de M. Tomo II. Núm 3, Marzo 1931

*FERRONALES*, Órgano del personal de los FF.CC.N.de M. Tomo II. Núm 6, Junio 1931

*FERRONALES*, Órgano del personal de los FF.CC.N.de M. Tomo II. Núm 9, Septiembre 1931

*FERRONALES*, Órgano del personal de los FF.CC.N.de M. Tomo I. Núm 11, Noviembre 1931

#### DOCUMENTOS INÉDITOS

México Leyes, estatutos, etc.: ley federal de turismo, 3a ed., México, Porrúa, 1989, 275p.

Moreno Toscano, Octavio, Turismo una interpretación, México, El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales, 1969, 327p. (Tesis de Licenciatura en Relaciones Internacionales).

#### BIBLIOGRAFÍA

Alcázar Marco Antonio, *Las agrupaciones patronales en México*, México, Colmex, 1970.

*Antología, textos sobre Arte Popular*, Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, México, 1982.

Ampudia, Ricardo, *México en los informes presidenciales de los Estados Unidos de América*, México, Secretaría de Relaciones Exteriores y Fondo de Cultura Económica, 1996.

Banco de México, S.A. Departamento de Estudios Económicos, *El turismo norteamericano en México, 1934-1940*, México, Gráfica Panamericana, 1941.

Carreño, Gloria, *Generaciones Judías en México. La Kehilá Ashkenazi (1922-1992). Pasaporte a la Esperanza*, Tomo I, México, Comunidad Ashkenazi de México, 1993.

Collado Herrera, Ma. del Carmen, *Empresarios y Políticos*, Instituto de Investigaciones sobre la Revolución Mexicana, México, 1996.

Córdova Arnaldo, *La ideología de la revolución mexicana, la formación del nuevo régimen*, México, Era, 1997.

Córdova, Arnaldo, *La Revolución en crisis. La aventura del maximato*, México, Cal y Arena, 1995.



Delpar, Helen, *The enormous vogue of mexican things: Cultural relations between the U.S. - México, 1920-1935*, Tuscaloosa, Alabama London; Universitu of Alabama, 1992.

Durán Manjarrez, Patricia Cecilia, *Turismo: mito y realidad*, Tepic, Nayarit, Universidad Autónoma de Nayarit, Escuela de Turismo, 1979.

Eliot Morison, Samuel, Henry Steele Commager y William E. Leuchtenburg, *Breve historia de los Estados Unidos*, trd, Odón Durán D'ion, Faustino Balvé, Juan José Utrilla, México, FCE, 4a ed. 1995.

Erbes, Robert, *International tourism and the economy of developing countries*, Paris, France, Organizatiois for Economic Cooperation and Development, Development centre, 1973.

Esteva Fabregat, Claudio, *Estado, etnicidad y biculturalismo*, Barcelona, España, Ediciones península, 1984, 235p.

García Marcelo, Víctor Godínez, etal. *EUA, síntesis de su Historia*, Tomo 9 y 10, México, Instituto Mora, 1a ed. 1991.

Getino, Octavio, *Turismo y desarrollo en América Latina*, México, Imuso, 1987.

Jones, Harol, *Turismo entre estados Unidos y México*, p.27-31, en: *Revista de economía*, vol. 5, n° 9, 1942.

Granados Otto, Roldan, Rogelio Montemayor etal. *México, 75 años de Revolución*, Tomo I. México, FCE, 1988.

Herrera, Hayden, *Frida; una biografía de Frida Kahlo*, Editorial Diana, México 1988.

Labastida Julio, (Compilador), *Grupos Económicos y organizaciones empresariales en México*, México, Alianza Editorial, 1986.

Lanfant, Marie-Francoise, *International tourism identity and change*, edited by JohnB.Alcock and Edward M. Bruner, Thousand Oaks, Calif Sage, 1995.

León de Palacios, Ana María, *Plutarco Elías Calles, creador de instituciones*, México, Instituto Nacional de Administración Pública, 1975.

Mc Donald Escobedo, Eugenio, *Turismo; una recapitulación historiográfica de conceptos pronunciados por gobernantes mexicanos desde 1823*, México, Bodoni, 1981.

Martínez Assad, Carlos, Alfonso Morales y Francisco Reyes Palma, *Los inicios del México Contemporáneo*, México, CONACULTA, FONCA, INAH, 1997.

Martínez García, Jorge B., *El turismo en el desarrollo económico: el caso de México*, Monterrey, Universidad de Nuevo León, Facultad de Economía, 1970, ilus.

Meyer, Jean, *La Revolución Mexicana, 1910-1940*. Trad. Luis Flaquer, Barcelona, España: Dopesa, 1973.

Meyer Lorenzo, "Dwight W. Morrow (1927-1930)" en: Ana Rosa Suárez (comp) *En el nombre del Destino Manifiesto. Guía de ministros y embajadores de Estados Unidos en México*, Instituto Mora, Secretaría de Relaciones Exteriores, México, 1998.

Meyer, Lorenzo, Rafael Segovia y Alejandra Lajous, *Historia de la Revolución Mexicana. Periodo 1928-1934. Los inicios de la Institucionalización. La política del Maximato*, México, Colegio de México, México, 1978.

Meyer, Lorenzo, *El conflicto social y los gobiernos del maximato*, México, El Colegio de México, 1978.

Meyer, Lorenzo, *México y Estados Unidos en el conflicto petrolero; 1917- 1942*, México, El Colegio de México, 1988.

Meyer Lorenzo, *The Mexican Revolution and the anglo american powers. The End of Confrontation and the Beginning of Negotiation*, Centre of U.S.-Mexican studies, University of California, San Diego, 1985.

Moreno Toscano, Octavio, *El turismo como factor político en las relaciones internacionales*, Mexico, El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales, 1976, p.66-94.

Morrow Elizabeth, *Casa Mañana*, trd. y presentación de Adriana Estrada Cajigal, Suma Morelense, Cuernavaca, 1982..

Oles, James, *South of the border*, México in the American Imagination, 1914-1947, Smithsonian Institution press, Washington, 1993.

Pani, Alberto J. *Tres monografías*, México, ed. Atlante, 1941, 400p.

Pedroza, Archibaldo Eloy, *La obra del Sr. General Calles y sus colaboradores*, México, Ed. Azteca, 1927.

Pozas Ricardo y Matilde Luna, (Coords.) *Las Empresas y los Empresarios en el México Contemporáneo*, México, Grijalbo, 1991.

Puga Cristina, *México. Empresarios y Poder*, UNAM, Colección, las Ciencias Sociales, México, 1993.

Puga, Cristina y Ricardo Tirado, *Los Empresarios mexicanos ayer y hoy*, México, UNAM, COMESCO, UAM, 1992 .

Reyes Aurelio de los, *Cine y sociedad en México, 1896-1930. Bajo el cielo de México 1920-1924*, vol II, UNAM, México, 1993.

Rodriguez Ortiz, Ma. De Lourdes, *El turismo como aparato cultural*, México. (cuadernos del taller de investigación masiva, 9) Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, Depto de Educación y Comunicación, 1981.

Roodric A. Camp., *Los empresarios y la política en México: Una visión contemporánea*, Mex, FCE, Trad. Eduardo L. Suárez, 1990.

Romero, Hector Manuel, *Enciclopedia del Turismo*, tomo V, Crónica mexicana del turismo, México, Limusa, 1988.

Romero, Hector Manuel, *Hacia un plan de desarrollo turístico de la Ciudad de México*, México, Departamento del Distrito Federal, Dirección General de Turismo, 1982.

Rosell de la Lama, Guillermo, *Turismo*, México, Secretaría de Programación y Presupuesto, Dirección general de Documentación y Análisis, 1980.

Rosell, Pierre ed., *Turismo, la producción de lo exótico*, Copenhague, Grupo Internacional de trabajo sobre asuntos indígenas, 1988.

Ross Stanley, W. Morrow, *Ambassador to Mexico*, Academy of American Franciscan, Washington, 1958.

Schmitt, Karl M. *México y Estados Unidos 1821-1973. Conflicto y coexistencia*, Limusa, 1978.

Smith, Robert F., *Los Estados Unidos y el nacionalismo revolucionario en México, 1916-1932*, México, Extemporáneos, (A pleno sol 27) 1973.

Strauss Newman, Martha, *El reconocimiento de Alvaro Obregón: Opinión americana y propaganda mexicana, 1921-1923*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras, Colegio de Historia, 1983.

Traven, Bruno, *Canasta de Cuentos Mexicanos*, trd. R.E. Luján, México, Compañía General de Ediciones, 1956.

Thorstein veblen, *Teoría de la clase ociosa*, TRD Vicente Herrero, México, FCE, 1963.

Torre Padilla, Oscar de la, *El turismo, fenómeno social*, México, Fondo de Cultura Económica, 1984.

Vázquez, Josefina Zoraida y Lorenzo Meyer, *México frente a Estados Unidos, un ensayo histórico, 1776-1993*, México, Fondo de Cultura Económica, 1995.

Vázquez, Josefina Zoraida, *Nacionalismo y Educación en México*, México, Colegio de México, 1970.

Villegas, Abelardo, *Positivismo y Porfirismo*, México, SEP-Setentas, 1972.

William. D. Raat, *El positivismo durante el porfiriato*, México, SEP-Setentas, 1975.

Zea Leopoldo, *El positivismo en México, nacimiento, apogeo y decadencia*, México, Fondo de Cultura Económica, 1968.