



ISSN 1695-7121

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
ISSN: 1695-7121
info@pasosonline.org
Universidad de La Laguna
España

El turismo y su impacto en las políticas económicas, culturales y turísticas de México en las primeras del siglo XX: la perspectiva de la prensa de la época

Mercado López, Eugenio

El turismo y su impacto en las políticas económicas, culturales y turísticas de México en las primeras del siglo XX: la perspectiva de la prensa de la época

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 16, núm. 3, 2018

Universidad de La Laguna, España

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88166098008>

DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.048>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional.

El turismo y su impacto en las políticas económicas, culturales y turísticas de México en las primeras del siglo XX: la perspectiva de la prensa de la época

Tourism and its impact on the economic, cultural and tourism policies of Mexico in the first half of the 20th century as reflected in the press

*Eugenio Mercado López **
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo,
México
 eugenio_mercado@hotmail.com

DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.048>
 Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88166098008>

Recepción: 03 Julio 2017
 Aprobación: 15 Septiembre 2017

RESUMEN:

Las investigaciones previas en el tema muestran que el uso turístico de los bienes culturales fue parte de las políticas del gobierno mexicano desde los inicios del siglo XX. No obstante, un aspecto que no ha sido suficientemente identificado son las ideas que alimentaron la configuración de los programas turísticos y su relación con el patrimonio cultural en México durante las primeras décadas del siglo XX, tema que se aborda en el presente texto. Teniendo como principal fuente de información los artículos publicados por la prensa de España y México, se identifica el contexto, la circulación de ideas y de conocimientos en torno al turismo entre estos países, con el objetivo de conocer y valorar esa experiencia histórica, contribuir en la formulación de las políticas turísticas contemporáneas, así como una posibilidad de superar las discrepancias acerca del aprovechamiento económico de los bienes culturales a través de esa actividad productiva.

PALABRAS CLAVE: Prensa, Patrimonio, turismo, circulación de ideas, México, España.

ABSTRACT:

Previous research has shown how the Mexican government used culture to attract tourism to the country in the first half of the 20th century. However, one aspect that has not been sufficiently researched is why this shape was given to tourism and what choices lay behind the heritage values highlighted in the tourism promotion and marketing of the times. Using the press as the basis of our present research, above all the Spanish and national press, the shared historical context of tourism between the two countries is pieced together in order to understand how ideas and knowledge circulate, influencing tourism policies. The present article also aims at settling the debate about using tourism as a means toward the economic valuation of cultural heritage.

KEYWORDS: Press, Heritage, tourism, circulation of ideas, Mexico, Spain.

1. INTRODUCCIÓN

En México, el turismo tiene un papel relevante en la economía nacional, es una prioridad en los programas públicos y una herramienta para impulsar el desarrollo regional, en donde los programas de turismo cultural son un importante componente de la oferta turística del país. No obstante lo anterior, es también frecuente la confrontación entre la conservación del patrimonio cultural y natural con su aprovechamiento económico, lo cual impide conciliar los objetivos de esas visiones en beneficio de las comunidades receptoras (Cabrales y González, 2008; Hiriart, 2013; Madrid, 2014). De forma paradójica, en investigaciones previas se ha corroborado una estrecha relación entre el desarrollo del turismo con los procesos de valoración y conservación del patrimonio cultural y natural en México desde las primeras décadas del siglo XX (Mercado,

NOTAS DE AUTOR

* Facultad de Arquitectura de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Profesor Investigador Asociado "C" de Tiempo Completo; E-mail: eugenio_mercado@hotmail.com

2015, 2016). Por lo anterior, se propone la relevancia de conocer el proceso que dio origen al turismo en México en su etapa inicial durante las primeras décadas del siglo XX y, en particular, su relación con el patrimonio cultural y con los programas de gobierno de la época. La valoración de la experiencia histórica en la temporalidad indicada es una posibilidad para superar las actuales discrepancias entre turismo y patrimonio al reconocer la existencia de un vínculo indisoluble entre estos temas desde el nacimiento mismo de esa actividad productiva en este país.

Para abordar el tema es importante mencionar que diversos autores han consignado la influencia que el cercano y potente mercado estadounidense ejerció en el desarrollo del turismo en México desde sus inicios, no solamente proveyendo de corrientes de visitantes, sino también en la orientación y en los objetivos de los planes y programas de gobierno en torno al fomento de esa actividad, la construcción de infraestructura carretera, las ideas en torno a lo que debería de ser la arquitectura y la imagen urbana típicamente mexicanas, así como en la configuración de una imagen turística del país y su difusión, todo ello al amparo de la ideología de los gobiernos emanados de la Revolución Mexicana (Pérez Montfort, 2006; Pulido, 2003; Mateos, 2006; Berger, 2006; Ettinger, 2012; García, 2015; García y Ettinger, 2014).

No obstante lo señalado anteriormente, en el acercamiento inicial a las notas de prensa de la época se observó una reiterada referencia a la importancia y a la evolución del turismo en Europa, aspecto que orientó la indagación hacia la búsqueda de la incidencia de lo acontecido en ese continente en el inicial desarrollo del turismo en México y a partir de la circulación de ideas en el ámbito Iberoamericano. Con ello se plantea el objetivo de contribuir en la reconstrucción del contexto de la época, el cual permita comprender las ideas que circulaban en el ámbito internacional y que influyeron en el desarrollo del turismo y en los programas del gobierno mexicano en torno a esa actividad.

Otro aspecto digno de mención es que el movimiento armado de 1910 trajo consigo una etapa de inestabilidad diplomática -en particular con motivo de la invasión estadounidense a Veracruz y la falta de reconocimiento de ese país hacia los gobiernos revolucionarios-, así como de crisis financiera, ocasionada por los largos años de guerra civil (Ortiz Mena, 1998); Como parte de los esfuerzos del gobierno mexicano para superar esas circunstancias, se encuentra la búsqueda de alternativas, una de las cuales fue buscar en el modelo turístico europeo y sus estrategias una herramienta que les permitiera aprovechar el vasto mercado estadounidense, diversificar las opciones para captar visitantes y participar de las enormes riquezas que la industria del turismo generaba en el Viejo Continente, lo cual se pretende poner en evidencia a lo largo del presente texto. Para abordar este último aspecto, se ha considerado la bibliografía especializada acerca del origen y la evolución del turismo en Europa en la temporalidad de estudio, a partir de autores como Gordon (2002), Moreno, (2007), Larrinaga (2014), Almeida (2006), Brandis y del Río (2015), así como Sánchez-Rivas (2015).

2. EL PAN HISPANISMO, CATALIZADOR DE LA CIRCULACIÓN DE IDEAS EN IBEROAMÉRICA.

Si bien desde mediados del siglo XIX existió una clara corriente de pensamiento en España que pugnaba por recuperar la influencia comercial, cultural y política entre las naciones americanas que se habían emancipado de su dominio, ese propósito cobró un nuevo significado después del desastre que significó para esa nación el año de 1898, en el cual perdió sus últimos dominios de ultramar. En los años subsecuentes, desde distintos ámbitos intelectuales, políticos y económicos, se desarrolló en ese país un movimiento regeneracionista que intentaba recuperar el orgullo nacional y la influencia en sus antiguos dominios de continente Americano.

Ante el creciente poderío de los Estados Unidos y la guerra librada contra España a fines del siglo XIX, las simpatías de hispanoamericana se identificaron con esta última nación, desde la cual la Unión Hispano-Americana, creada en 1884, impulsó el acercamiento de países de ambos continentes con la idea de generar una sola entidad supranacional, movimiento asociado al pan-hispanismo, ya existente previamente, y que era compartido por varias organizaciones que buscaban objetivos similares. Ese acercamiento se fortaleció a partir

de 1892 con la celebración del IV centenario del descubrimiento de América; asimismo, a partir 1899, la Unión Hispano-Americana, a través de su órgano de información impresa, publicó una serie de artículos para propiciar el mutuo conocimiento entre las naciones ibéricas y latinoamericanas (García-Montón y Baquero, 1999: 282-284), lo cual propició la proliferación de congresos y eventos de corte cultural y científico en ambos lados del Atlántico.

En particular, el Congreso Social y Económico Hispano-Americano realizado en el año de 1900 fue exitoso, ya que su coincidencia con la Feria Mundial de París fue un factor que atrajo a un numeroso contingente de los países americanos (García-Montón y Baquero, 1999: 285). Como parte de la comitiva mexicana participó Justo Sierra (Unión Ibero-Americana, enero 15, 1901: 6), quien fue distinguido como primer presidente de ese evento, el cual “[...]se discutieron todos los problemas que preocupaban a los sectores involucrados en el movimiento hispanoamericanista, los cuales tenían interés en trazar una línea de acción que hiciera viables las relaciones, y fortaleciera los lazos de unión en el mundo hispanoamericano. [...]” (García-Montón y Baquero, 1999: 285).

Un efecto inmediato de ese esfuerzo por construir una nueva etapa en las relaciones culturales entre las naciones iberoamericanas “[...] fue que todo lo que sucedía en España se transmitía con prontitud a las colectividades de emigrantes españoles en América [...] en los países del Cono Sur y en México, se promocionaron y apoyaron las actitudes y corrientes hispanófilas, en especial en los medios de comunicación” (García-Montón y Baquero, 1999: 285).

Uno de los temas que se tocó en las revistas académicas asociadas a ese espíritu pan hispanista fue el del turismo, ya que esa actividad se había consolidado en algunos países europeos y despertaba gran interés en España, siendo asiduamente difundido por la prensa de ese país. El contexto internacional existente fue sin duda un catalizador que, junto con la afinidad del idioma, propició la difusión de acontecimientos a través de los medios impresos y la prensa que fueron un vehículo ideal a través del cual la importancia y los avances de la nueva industria de los visitantes en Europa se propagaron rápidamente hacia los países hispanoparlantes.

3. LA MODA DEL TURISMO IRRUMPE EN MÉXICO

En España, el tema del turismo fue asiduamente abordado por la prensa cotidiana y la especializada, así como en los órganos de difusión de asociaciones científicas y comerciales, en los cuales se aludía a los beneficios, particularmente económicos, de esa actividad (El economista hispanoamericano, 1902, junio 13; La Época, 1903, agosto 18). Igualmente, desde los primeros años del siglo XX, la prensa dio cuenta de los intereses económicos y políticos vinculados con las aspiraciones regeneracionistas y con los símbolos de la identidad nacional como atractivo para el visitante, difundiendo ideas como las siguientes:

El capital moral que supone la difusión de nuestra raza y de nuestra lengua por más de la mitad de América; la situación geográfica de España [...] el prestigio que nos dan en el mundo nuestra historia y nuestros monumentos, y que nos permitirían competir con otras Naciones en la llamada industria del turismo, son bienes naturales que requieren de nuestra parte actividad y esfuerzo para obtener de ellos el fomento de la prosperidad nacional. Sin buenos puertos, sin ferrocarriles rápidos, sin alojamientos adecuados para los turistas, sin baratura en los transportes, no bastará que España esté designada por su posición para servir de punto de enlace entre la corriente del comercio americano y la Europa continental, y viceversa [...] (La Época, 1904, junio 16: 1)

Ambas vertientes en torno al turismo, tanto las económicas como las ideológicas, se nutrieron de las ideas vertidas por personajes como Pablo Alzola y Bartolomé Amengual, entre otros (Unión iberoamericana, 1904, marzo 1; Nuestro Tiempo, 1904, enero-marzo).

La relevancia que la naciente actividad cobraba en España trajo consigo una decidida intervención por parte del gobierno con la creación de organismos para promover y fomentar la industria turística, destacando la actuación de Benigno de la Vega Inclán, Marqués de la Vega Inclán, como Comisario Regio de Turismo. Ese proceso de intervención pública en el turismo y sus resultados ha sido reseñado y analizado por diversos

autores como Larrinaga (2014), Brandis y del Río (2015), Sánchez-Rivas (2015) o Moreno (2007), lo cual es importante tener presente para advertir las similitudes y particularidades del devenir de esa actividad en las naciones latinoamericanas. En ese sentido, la réplica de las opiniones y tendencias observadas en Europa en torno al turismo durante la primera década del siglo XX se pueden encontrar en la prensa mexicana, en cuyas notas se repetían de forma constante los argumentos que se esgrimían en los medios de comunicación impresa europeos y particularmente de España, como podrá verse enseguida

Al igual que sucedió en Europa, el impulso de la moda del turismo en México se vinculó con el desarrollo de los medios de transporte como el ferrocarril, que hizo posible un mayor desplazamiento de viajeros nacionales y extranjeros por el territorio nacional, lo cual fue consignado en la prensa nacional en publicaciones como *La Voz de México* (1888, mayo 26) o el *Correo español* (1890, abril 20; 1891, febrero 21). Asimismo, a fines del siglo XIX, México fue escenario de congresos en donde se daban cita integrantes de instituciones académicas, asociaciones científicas o de profesionistas y como parte de sus actividades se organizaban excursiones a sitios típicos, históricos, arqueológicos y de belleza natural. Por ejemplo, el sitio arqueológico de Teotihuacán era asiduamente mencionado por la prensa como destino de los grupos extranjeros y la comida típica de estos lugares era también un atractivo para los visitantes; tal fue el caso del Congreso de Americanistas de 1895 (*Correo español*, 1895, noviembre 3) o el Congreso Pan-Americano de Medicina celebrado en 1896 (*La Voz de México*, 1896, noviembre 18).

Además de los grupos vinculados con intereses académicos y científicos, empezaron a llegar a México los primeros grupos organizados de viajeros extranjeros, preponderantemente procedentes de los Estados Unidos, dando inicio a una incipiente actividad turística, acerca de lo cual la prensa de la capital del país daba una especial difusión, como fue el caso de la excursión organizada por Raymond Whitcomb para viajeros procedentes de varias ciudades de los Estados Unidos, visitando a su paso diversos sitios de la provincia mexicana (*La Voz de México*, 1897, febrero 10).

Pese a lo anterior, las primeras menciones explícitas del turismo como una actividad económica en la prensa mexicana se generó hasta los primeros años del siglo XX. Al igual que sucedía en España, las notas periodísticas en México mencionaban los beneficios económicos de esa actividad en artículos con títulos como “Una explotación exportativa. Ganancias enormes. El turismo en Suiza” publicado en 1903 (*El Imparcial*, 1903, julio 20). Los datos y estadísticas tanto de visitantes como de las ganancias económicas de los países europeos se repitieron con cierta frecuencia por los periódicos mexicanos, como *El Tiempo* (1907, septiembre 27) o *El Diario* (1908, abril 1) que, haciendo eco de un texto publicado en *El Imparcial* (1908, marzo 22), además de esos temas recurrentes mencionaban el desarrollo de las carreteras como un medio que impulsaba el turismo en el Viejo Continente.

Los artículos publicados por la prensa mexicana, en particular la vinculada con la colonia española en México, permitía ver con mayor detalle el desarrollo del turismo en Europa ya que, además de consignar las consabidas estadísticas de esa actividad, mencionaba otros temas de interés, como fue la creciente importancia del automovilismo en esa actividad (*Correo Español*, 1908, febrero 18), así como la singularidad de los atractivos de las poblaciones típicas españolas, los paisajes, el clima, las posibilidades terapéuticas de sus aguas, así como las costumbres de los habitantes, todo lo cual estaba siendo promovido por iniciativas privadas a partir de la creación de las sociedades de atracción de forasteros (*Correo Español*, 1908, octubre 28). En el caso del periódico mexicano *Iberia* (1908, diciembre 23), se hacía mención del turismo como fuente de riqueza, aludiendo a artículos que habían sido publicados en el periódico *El Diario* (1908, 1 de abril), en *El Imparcial* (marzo 22) y en el *Correo Español* (1908, febrero 18).

Entre los temas mencionados, el automovilismo despertó el interés del público, acerca del cual una de las primeras noticias publicadas en la prensa mexicana fue la reseña del libro *Le Tourism en Auto* de León Auscher y en la cual se enfatizaba en la potencial relación entre ese medio de transporte con el turismo (*Correo español*, 1903, junio 20: 1). Para 1907 ya existía un club mexicano de turismo, integrado por personas acaudaladas y vinculadas con la elite política del país –entre ellos el hijo y el yerno del general Díaz, presidente

de la república-, en tanto que la prensa señalaba la intención de esos organismos para organizar competencias y excursiones automovilísticas (La Voz de México, 1907, abril 12). Al igual que en Europa, en México se emprendió la organización de carreas de automóviles, como la efectuada en Guadalajara en 1907 (Álbum de Damas, 1907, mayo 30) o bien entre las ciudades de México y Puebla en 1910. En este último caso, la nota periodística hacía una mención del potencial de este país para el turismo y la necesidad de crear una red de comunicación terrestre adecuada para la circulación de automóviles:

[...] los raids automovilísticos tienen por resultado el mejoramiento de los caminos, lo que aumenta de un modo notable el número de turistas que visitan el país, ya que en los tiempos actuales no se concibe el turismo sin automóviles y buenas carreteras para ellos.

Este aspecto de la cuestión en tal vez el más interesante. México tiene, en efecto, muy pintorescos lugares dignos de ser visitados por los extranjeros, los cuales acudirán, seguramente, en tan grande cantidad como acuden a Italia y a Suiza, cuando las vías de comunicación sean numerosas y fáciles como en aquellos países [...] (El Imparcial, 1910, diciembre 20: 3).

La revista El Economista Mexicano publicó en 1909 un artículo denominado “Los rendimientos del turismo”, en donde se hizo un recuento del gasto efectuado por los turistas en Francia, Italia, Suiza y Noruega, mencionando igualmente el automovilismo como factor para el desarrollo de esa actividad (El Economista Mexicano, 1909, octubre 23). Afirmando lo anterior, en un número posterior, esa misma revista aportaba datos acerca de las ganancias que recibían los países europeos por el gasto realizado por los automovilistas que recorrían Francia, Italia o Suiza; para el caso de México, se hacía una particular mención del estado de Yucatán y su una enorme riqueza arqueológica, con lo cual se mostraba la necesidad de promover la construcción de caminos como un medio para impulsar el turismo extranjero en aquel lugar y en el resto del país (El Economista Mexicano, 1909, diciembre 11).

Las posibilidades para impulsar el turismo en México se magnificaron con motivo de los festejos del Centenario de la Independencia celebrados en 1910, lo cual puede advertirse en un artículo del periódico El Imparcial en el que se hizo mención de las declaraciones realizadas por Paul Lefavre, Ministro Plenipotenciario de Francia en México, a la revista de aquel país France#Amerique:

[...] Entre los países de la América Latina [...] no hay uno quizá que pueda rivalizar con México [...] en materia de comercio, finanzas, agricultura, industria; para investigaciones históricas y arqueológicas y aún para el turismo.

[...] cuando Nueva York, Río de Janeiro y Buenos Aires no eran sino poblados de muy modesta importancia [...] México era ya hacía doscientos años, la famosa residencia del principal virreinato español [...] un esplendor semejante [...] al de las antiguas capitales de Europa. Y por eso Humboldt [...] calificaba a México [...] la Ciudad de los Palacios.

[...] los palacios modernos se han agregado a los antiguos, y otros más soberbios, como la Ópera, el Museo Nacional, el Palacio Legislativo, la Suprema Corte de Justicia, están en construcción o en proyecto.

El magnífico anfiteatro de montañas que rodea a la ciudad [...] las altas cimas nevadas comparables con las del Himalaya; su parque con filas de cedros milenarios; la arquitectura imponente de sus innumerables edificios; la amplitud de sus jardines públicos; la inmensa avenida de tres kilómetros [...] que se extiende desde el Jockey Club hasta la Acrópolis de Chapultepec [...] hacen de México [...] una de las capitales más suntuosas y más bellas del Nuevo Mundo [...]

[...] iglesias, los conventos y palacios esparcidos profusamente por todos lados durante los tres siglos de esplendor virreinal [...] concepciones arquitectónicas de los príncipes indígenas [...] verdaderas joyas como las catedrales de Puebla, Morelia o Querétaro, sin contar la de la capital [...] imponentes vestigios prehistóricos de extraños templos en Mitla, las ruinas de Zochicalco, las altas pirámides de Teotihuacán [...] Por su parte el Gobierno de mexicano [...] como Austria y Francia, estudia a su vez, la creación de una Oficina de Turismo, que procurará mejorar caminos, mejorar hoteles, la introducción de horarios más cómodos para los trenes; los enlaces necesarios entre las vías carreteras y las férreas; un servicio de policía apropiado; la conservación de los monumentos y sendas que a ellos conducen; todas las mejoras, en fin, que puedan estimular el turismo y la circulación, inspirar al viajero, ideas de colonización o de comercio, tal será el objeto que se trata de dar a esa importante oficina que contará con todo el peso y la autoridad de los centro directores [...] (El Imparcial, 1911, febrero 17: 4).

Con base en las declaraciones del diplomático francés, la editorial de esa misma publicación hizo mención de la posibilidad de que sitios como Chapala, Pátzcuaro, Oaxaca, Orizaba, San Ángel o Contreras, pudieran ser convertidos en balnearios, estaciones de invierno o de verano, además de considerar el atractivo de los

grandiosos sitios prehispánicos, todo lo cual podría hacer de México el “Egipto de América” y la “Suiza del Continente” (El Imparcial, 1911, febrero 17).

Pese a que la Revolución Mexicana, iniciada a fines de 1910, se extendía por el país, la difusión del turismo en la prensa mexicana fue reiterada. El Correo Español (1911, marzo 22) seguía trayendo noticias de España y acerca de la llamada moda del turismo, analizando los aspectos que incidían en esa actividad. Ese mismo periódico dio cuenta de la organización del congreso de turismo a realizarse en Madrid, destacando el papel del marqués de la Vega Inclán, Comisario Regio del Turismo, en esos trabajos, la integración de la Federación Franco-hispana Portuguesa y sus esfuerzos de publicidad colectiva, así como la búsqueda de medios eficaces para la conservación y protección de los paisajes y monumentos, entre otros temas destacados (Correo Español, 1911, julio 20). En su momento el lector mexicano pudo conocer la crónica del Congreso de Turismo, realizado en Madrid en 1912, de las actividades de los congresistas en su estancia en Andalucía (Correo Español, 1912, noviembre 15; El Diario, 1912, octubre 28), así como de la realización de la Exposición de Turismo que España organizó en Londres en 1914 (Correo Español 1914, julio 14).

A poco de iniciarse la Primera Guerra Mundial, la imagen que Carlos Silva Vildálosa, director del periódico El Mercurio de Chile, percibió de España y de sus esfuerzos por superar muchos de los problemas que esa nación había enfrentado desde los inicios del nuevo siglo, fue ampliamente difundida en la prensa en ambos lados del Atlántico y en donde se advierte la intención de mostrar el camino a seguir para impulsar la actividad turística en los países iberoamericanos:

[...] los españoles comienzan a mirar su historia con amor y a presentarla a los ojos de los extraños con orgullo legítimo.

En los días negros los monumentos españoles estaban [...] olvidados, en ruinas, cayéndose a pedazos [...] Ahora, un movimiento extendido por todo el país agrupa en torno de los monumentos españoles [...] falanges de sabios que los estudian, de autoridades que los protegen, de ciudadanos que piden su conservación y que les consagran un culto amoroso.

Todo se cuida ahora y todo comienza a ser objeto de atención. Y los españoles despiertan a la sensación de que tienen un país más interesante que la Italia, que puede y debe de atraer más turistas que ninguno otro en Europa, puesto que ninguno tiene esa variedad asombrosa [...]

Las grandes ciudades pasaron también de los peores hoteles de Europa a los mejores [...] Rincones de España llenos de interés histórico y de bellezas naturales ignorados hasta hoy por todos los viajeros [...] Recorrimos los sitios donde los madrileños se juntan... subimos a los nuevos barrios [...] Y tuvimos la impresión agradable, aliviadora, de que la capital de España, sin perder su colorido, su alegría, su carácter original, había llegado a ser una de las ciudades de Europa más fáciles y más encantadoras para el viajero, donde el más refinado nada tendrá que echar de menos. (Vildálosa, 1914: 1).

En México, la guerra civil iniciada en 1910, que se extendió por años, significó truncar el desarrollo del turismo. No obstante, esa actividad se continuaba viendo como una posibilidad futura para lograr la reconstrucción del país, así como para obtener recursos y divisas que permitieran fortalecer la débil economía del país, así como para estar en posibilidad de operar los programas de gobierno orientados a lograr la reivindicación y el desarrollo de las marginadas comunidades indígenas y campesinas de ese país.

4. EL TURISMO SE INCORPORA AL PROGRAMA ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA REVOLUCIÓN MEXICANA

En 1916, en una de las etapas más álgidas de la lucha por el poder en México, los publicistas afines al gobierno de Venustiano Carranza, hacían mención en la prensa afín a esa facción, del esfuerzo que se requería para lograr superar esa difícil etapa y que, una vez logrado, sería posible volver a atraer a los inversionistas e impulsar la explotación de los vastos recursos naturales con que contaba el país, mencionando el potencial del turismo y la enorme derrama de dinero que los turistas estadounidenses dejaban en Europa antes de la Primera Guerra Mundial, así como el atractivo que podría tener México para captar inversiones extranjeras debido al ambiente de incertidumbre internacional (El Pueblo, 1916, noviembre 3).

Durante esa época, aciaga para México, no se dejaban de recibir noticias del exterior y los medios de comunicación impresos seguían dando cuenta del tema turístico en Europa; asimismo, se reseñaban las

actividades en torno a esa actividad, como fue la visita a Cádiz del marqués de la Vega Inclán, Comisionado Regio del Turismo, donde hizo declaraciones acerca de la promoción turística de España (Correo Español, 1918, abril 29).

Con este panorama, para 1919, una vez alcanzada cierta estabilidad política en México, las notas de prensa volvían a insistir en el potencial del país para el turismo, revisando los aspectos clave que habían hecho posible el desarrollo de esa actividad en Europa y en los Estados Unidos, como modelo a seguir para lograr un adecuado aprovechamiento de los sitios con potencial para ello, como “[...] Cacahuamilpa, las ruinas aztecas, Cuernavaca, Tehuacán y otras muchas ciudades del país [...] Pátzcuaro o Chapala [...]” (El informador, 1919, febrero 14). Igualmente se mencionaban los esfuerzos de Francia por reactivar esa actividad como un medio para lograr su reconstrucción después de la guerra, esfuerzo que se orientaba en particular a captar las corrientes de turismo estadounidense (El Informador, 1919, diciembre 5).

En ese contexto nacional e internacional, no fue casual que la primera iniciativa pública para promover el aprovechamiento turístico del patrimonio cultural en México se realizara en 1918, cuando Manuel Gamio elaboró el Programa de la Dirección de Estudios Arqueológicos y Etnográficos orientado al estudio y mejoramiento de las poblaciones regionales de la República, y el cual llevó a la práctica en el Valle de Teotihuacán. Como una opción adicional para el desarrollo de la población, Gamio propuso hacer de ese valle una región turística con base en su belleza natural, la originalidad y variedad de sitios pintorescos, sus antecedentes históricos y monumentos, el clima benigno, la cercanía con la capital del país, la rapidez, economía y comodidad de los medios de comunicación con esta última y otras ciudades importantes, todo lo cual le hacía un lugar atractivo para los estudiantes y viajeros por placer de todo el mundo (Gamio, 1922).

En las dos décadas siguientes, los esfuerzos públicos y privados para fomentar el turismo fueron múltiples. En 1922 se fundó la Asociación de Propietarios y Administradores de Hoteles; a partir de 1925 se inició un programa público para construir una red nacional de carreteras para el tránsito automovilístico financiado mediante un impuesto al consumo de la gasolina (Madero, 2005: 134-135); en 1926 se reconoció y se reglamentó la categoría de turista en la Ley General de Población (Mac Donald, 1981: 103-104); se creó un Departamento de Turismo en el Banco de México para atraer a posibles inversionistas (Mateos, 2006: 33) y en 1928 se concedieron concesiones de rutas aéreas para comunicar a 29 ciudades del país (Mac Donald, 1981: 105). En 1929 se creó la Comisión Mixta Pro-Turismo para coordinar los esfuerzos públicos y privados a través de Comités Locales que facilitaran el acceso y el desplazamiento de los visitantes por el país (Mac Donald, 1981: 107); en 1933 se creó el Departamento de Turismo y, en 1934, la Comisión Nacional de Turismo (Diario Oficial de la Federación, 2011, marzo 25). En el sector privado se creó la Asociación Mexicana de Restaurantes Asociación Civil en 1928 (Mac Donald, 1981: 101 y 107), la Asociación Mexicana Automovilística en 1932, así como el Touring y Automóvil Club de México (Berger, 2006: 30-32).

La expansión del interés por el turismo en las iniciativas públicas y privadas de México en las décadas de 1920 y 1930 es en buena medida explicable por la intensa difusión que de esa actividad se hacía en los medios periodísticos del país, lo cual fijó la atención del público en ella. Si bien el referente para el fomento del turismo seguía siendo Europa, la prensa reflejaba primordialmente el interés por acercarse al mercado turístico natural de México, como lo eran los Estados Unidos. Los artículos periodísticos de la época mencionaban igualmente los esfuerzos que distintos países hacían para fomentar esa actividad como eran Egipto, Irlanda, Alemania o Italia, (El Informador, 1923, marzo 26; 1925, enero 25; 1926, diciembre 26; 1927, abril 28), destacando las estrategias a las cuales acudían para atraer a los visitantes. Un aspecto en que se enfatizaba era el papel del turismo en la recuperación de Europa, proporcionando al lector las consabidas estadísticas de arribo de visitantes y su gasto (El Informador, 1926, agosto 26), pero además se mencionaba la creciente masificación del turismo al amparo de ingeniosos sistemas de financiamiento y la reducción de precios en el transporte marítimo, lo cual permitía la posibilidad de que nuevos y mayores contingentes de personas de diversas clases sociales pudieran acceder al placer de viajar (El Informador, 1926, marzo 20). Con el sugestivo título de “El oro yanqui que fecunda Europa”, al referirse a Francia, la prensa dio cuenta del extenso plan de

reconstrucción del sistema de carreteras y del positivo impacto que se esperaba de esa acción tuviera en la economía y en el turismo de ese país (El Informador, 1926, diciembre 12). En México no había pasado inadvertida la importancia de contar con una eficiente red carretera y, como ya se ha mencionado, desde 1925 se había emprendido un amplio programa financiado por un impuesto al consumo de la gasolina; además de los fines de impulso económico de esa medida, Alberto J. Pani, Secretario de Hacienda en esa época señaló explícitamente que ese programa alentaría el fomento del turismo en el país (Madero, 2005: 134-135).

El afán por desarrollar un sistema de carreteras era un interés internacional. En agosto de 1927, el Sr. Lamadrid, representante del Automobil Club of Southern California, expresó a la prensa mexicana la intención de esa organización en promover la apertura de rutas para los visitantes que se internaban hacia el sur, lo cual contenía la probabilidad de hacer de México un país para el turismo, con base en sus atractivos naturales y culturales (El Informador, 1927, agosto 12). En 1929, la prensa publicó un extenso reportaje acerca del proyecto para emprender la construcción de un boulevard que comunicara a los países del continente americano desde Canadá hasta el Cabo de Hornos. El artículo de referencia describía el recorrido, los problemas y las posibles soluciones en el trayecto de esa vía a su paso por Canadá, Estados Unidos, México, Centro América y Sud América, incluyendo además un esquema del trayecto (El Informador, 1929, agosto 18). En 1930, un grupo del Auto Club of Southern California emprendió un recorrido hacia México para explorar las posibilidades de ese proyecto, acompañado de un corresponsal especial de Los Angeles Times (El Informador, 1930, abril 28: 1,2 y 6; 1930, abril 9). A su llegada a la ciudad de México, los automovilistas declaraban su satisfacción por los atractivos y paisajes que encontraban en el país, comparables con los de países europeos, por lo cual auguraba que México sería en el futuro una Meca para el turismo, expresando su beneplácito por la construcción por las carreteras que uniría a la Ciudad de México con Guadalajara y que tocaría también a los estados de Michoacán y Guanajuato (El informador, 1930, abril 28).

La visita de empresarios y personajes, también abonó la imaginación en torno al futuro del turismo en el país con base en opiniones de Mr. Torton, magnate ferrocarrilero canadiense (El Informador, 1927, diciembre 12) y de Charles Lindbergh (El Informador, 1928, marzo 1). Las estadísticas del turismo en Europa eran un aliciente adicional para despertar el interés por esa actividad, para lo cual la prensa mencionaba que en México se tendría que trabajar en mejorar sustancialmente el equipamiento para recibir a los visitantes (El Informador, 1927, diciembre 9). No obstante, existían también algunas voces pesimistas que aludían a la imagen y deficiencias que presentaban las ciudades fronterizas de México en comparación con las de sus vecinas estadounidenses, por lo cual en algunos artículos periodísticos se mencionaba la necesidad de embellecer y mejorar el aspecto de las poblaciones mexicanas, así como atender la marginación de las poblaciones rurales del país señalando: “[...] Si ven gente hambrienta y desnuda que habita chozas primitivas echas de piedras superpuestas con techos de palmas, las fotografian con curiosidad, pero sin el menor deseo de participar de su hospedaje [...] Urge mejorar nuestros pueblos cuyo tránsito es indispensable para los turistas americanos (El Informador, 1934 septiembre 13: 3). En otros casos, la prensa ponía en duda la posibilidad de poder atraer al turismo extranjero, señalando en particular las incomodidades de los viajes, la ausencia de servicios de hospedaje de calidad y de lujo, o bien de atractivos en las ciudades, así como el hecho de que el desplazamiento de visitantes hacia destinos como Chapala, Cuyutlán, Mazatlán o Acapulco, era formado casi exclusivamente por contingentes de visitantes nacionales (El Informador, 1930, mayo 3). Durante esta etapa, puede observarse que entre el grupo gobernante de México, algunos de los funcionarios se destacaron por su contribución en el desarrollo del turismo en este país. Luis Montes de Oca -quien fuera Secretario de Hacienda entre 1927 y 1932, así como Director del Banco de México entre 1935 y 1940- promovió y apoyó personalmente la iniciativa y el apoyo para que el gobierno del Estado de Guerrero promulgara la Ley para la conservación de la ciudad de Taxco de Alarcón en 1928, con el objetivo de preservar el atractivo turístico de esa población (Planificación, 1928), además de encontrarse entre los fundadores del Touring y Automovil Club de Mexico A. C., del cual fue su primer presidente (Berger, 2006). Por su parte, Alberto J. Pani, habiendo tenido un estrecho contacto con la experiencia europea en esa actividad, ya que además

de Secretario de Hacienda, así como Secretario de Comercio y Fomento, estuvo al frente de la Delegación Mexicana en París con motivo de la firma del Armisticio que puso fin a la Primera Guerra Mundial, en 1927 fue Cónsul de México en Francia y también fue el primer embajador de México en España, cargo que desempeñó hasta 1932, observando de cerca los acontecimientos y los avances en materia económica y financiera de aquellos países; al paso del tiempo, Pani se convertiría en un destacado empresario hotelero y cinematográfico (Pani, 2003).

5. LA CONSOLIDACIÓN DEL TURISMO COMO UNA PRIORIDAD EN LOS PROGRAMAS DEL ESTADO MEXICANO

El interés por el turismo permeó hasta el más alto nivel de gobierno ya que, por ejemplo, con motivo de la toma de posesión del ingeniero Pascual Ortiz Rubio como presidente de la república mexicana, éste declaró a la prensa su intención de impulsar la explotación de los recursos del país, mejorar los caminos, dar la bienvenida al capital extranjero, así como establecer un gobierno moral que propiciaría la afluencia de turistas y un mejor conocimiento del país por parte de los extranjeros (El Informador, 1930, marzo 8). La década de 1930 marcó un hito en el impulso del turismo en México, en cuyo desarrollo se observaba un seguimiento de las estrategias internacionales en esa actividad. Los políticos y diplomáticos mexicanos seguían de cerca la experiencia de países como España, en particular del quehacer de los organismos oficiales de ese país, los cuales emprendieron en las décadas de 1920 y 1930 una actividad de fomento y difusión con acciones e iniciativas como la creación de museos, bibliotecas y archivos, la organización de exposiciones de alcance internacional, la conservación y rehabilitación de monumentos, la edición de publicaciones históricas y turísticas, la red de paradores, la creación del Servicio de Crédito Hotelero, la creación de agencias informativas en el extranjero y en el territorio español entre otras muchas acciones. Particularmente hacia fines de la década de 1920, existía en España una política en donde la inversión en obra pública era vista como una posibilidad de dinamizar la economía del país, lógica que se aplicó igualmente en el desarrollo de infraestructuras, equipamiento y servicios relacionados con el turismo, con el objetivo de incentivar esa actividad en esa nación (Sánchez-Rivas, 2015), siendo importante señalar que Alberto J. Pani fue embajador de México en ese país durante esa época (Pani, 2003).

En México, es palpable el interés por seguir los acontecimientos mundiales en la materia y, en lo que toca a las bellezas naturales, en 1931 la revista *Universidad* mencionaba el deterioro paisajístico propiciado por la construcción de carreteras en este país, clamando por tomar medidas de protección para el entorno natural de esas vías de comunicación. Para ello se reproducía un informe presentado ante la Secretaría de Relaciones Exteriores por el Cónsul de México en Yokohama, Manuel Tello, quien daba cuenta de la legislación y organización para proteger las bellezas naturales de Japón, recomendando medidas similares en México (Universidad, 1931, enero 1: 268).

Al amparo de esos avances en el ámbito internacional, en las declaraciones periodísticas de los funcionarios mexicanos de la época se advierte un mayor conocimiento del tema y el planteamiento de estrategias específicas para fomentar el turismo, acerca de lo cual la prensa señalaba las deficiencias, pero reconocía igualmente las acciones y los esfuerzos realizados para alentar el turismo. Ejemplo de ello fueron las declaraciones vertidas por el ingeniero Javier Sánchez Mejorada, quien estaba al frente de los Ferrocarriles Nacionales de México, el cual mencionaba que

“[...] Para impulsar el turismo se requiere: hoteles en primer lugar, y reducir las mínimo las exigencias para permitir el paso por la frontera [...] coordinar los esfuerzos de multitud de pequeñas agencias pobres que hay, en vez de dispersarlas [...] hacen mucha falta guías baratas y económicas del turista en todo México, y [...] oficinas donde el turista pueda ser atendido e informado ampliamente”. (El Informador, 1931, mayo 7: 3 y 7)

En 1934, el general Lázaro Cárdenas, al ser entrevistado durante su campaña como candidato a la presidencia de la república mexicana, hizo alusión a las carreteras y el turismo, declarando a la prensa que tenía “[...] el firme propósito de realizar todo proyecto que determine una fuerte corriente de turismo, ya que lo considera como una fuente de riqueza nacional. Dice que las autoridades de Colima y Michoacán han intensificado la construcción de carreteras entre los lugares más ricos y agrícolas y de bellezas naturales, todo para fomentar el turismo” (El Informador, 1934, agosto 12: 1-2).

Ese interés era compartido por los Comités de Turismo en diversos puntos del país, como se pudo advertir en la sesión del Comité de Turismo de Jalisco en septiembre de 1934, en donde se informó de una próxima gran excursión norteamericana a ese estado, la llegada de datos y propaganda pro turismo en todo el país – mencionándose las publicaciones Real Mexico, The Consolidated Visitor's Guide y Mexican New Digest– y la presencia en ese evento de Luis Murúa Martínez, agente de la Secretaría de Economía Nacional, quien informó acerca de la propaganda de Jalisco en la prensa de México (El Informador, 1934, septiembre 13)

Con la llegada de Cárdenas a la presidencia en 1934, se intensificó la intervención del Estado en el desarrollo económico y social del país con acciones que requerían de un mayor gasto (Ortiz Mena, 1998: 18), para lo cual no se dudo en tomar experiencias y modelos de otras naciones como fue el de intervenir en el fomento del turismo, actividad en crecimiento y que había mostrado su potencial económico en Europa y los Estados Unidos o Canadá. Asimismo, Cárdenas había percibido acertadamente al turismo como un medio ideal para difundir la realidad y las aspiraciones de México, así como sus principios en materia de relaciones exteriores. Durante la inauguración de la convención del Rotary International Club en México en 1935, a la cual asistieron 8,000 congresistas, el presidente Cárdenas manifestó que el turismo tenía el potencial para acercar a las personas al espíritu de sus semejantes, a la comprensión de otras culturas y de la diversidad de formas de vida, promoviendo la solidaridad y el respeto entre los países del mundo hasta convertirse en un medio de entendimiento entre los hombres y paz entre las naciones (Mac Donald, 1981: 115-116).

El esfuerzo en torno a esa actividad empezó a dar sus frutos, lo cual se percibía y era publicitado en los editoriales de la prensa: “[...] México presenta un panorama de atracción a los extranjeros [...] esta afluencia de extranjeros que llega por paseo y por curiosidad, forman una cadena sin fin, durante todas las estaciones del año y constituye una industria remunerativa, de grandes beneficios para los diferentes negocios de transporte, de alojamiento, de industrias vernáculas, etc. [...]” (El Informador, 1935, julio 2: 3). Acorde a esa favorable percepción, el gobierno de Cárdenas promovió la creación comités Pro-Turismo en las ciudades más importantes que cruzaba la carretera México-Laredo, así como en otros estados; además se distribuyó un folleto de propaganda, se editó una guía de las carreteras y un revista mensual de turismo, acciones que contribuyeron a atraer 40 mil turistas entre el 1 de septiembre de 1935 al 30 de junio de 1936, y quienes generaron una derrama económica de 21 millones de pesos, de todo lo cual informó Cárdenas al Congreso de la Unión en 1936 (Cárdenas, 1936).

Igualmente, durante la administración de Cárdenas, se impulsaron fuertemente las obras carreteras y, en 1938, Petróleos Mexicanos creó el Club de Viajes PEMEX como una dependencia de esa empresa paraestatal, con la finalidad de promover el turismo automovilístico (Mac Donald, 1981: 119). De forma paralela, se creó la institución denominada Crédito Hotelero, argumentando la importancia económica que esa actividad tenía en diversos países del mundo, lo cual, según mencionó el propio presidente Cárdenas en su informe de gobierno de 1938, podía significar para México una “[...] fuente de prosperidad y medio de mejorar sensiblemente nuestra balanza de pagos internacionales [...]” (Cárdenas, 1938); en tanto que, en 1937, se aprobó el Reglamento de la Ley General de Población vigente en su parte relativa a turismo, mediante el cual se creó el Departamento de Turismo como un órgano de la secretaría de Gobernación que conduciría la actividad turística del país (Diario Oficial de la Federación, 1937, mayo 21).

Con el estallido de la Segunda Guerra Mundial, pese a las difíciles circunstancias internacionales, en México se intentó capitalizar el mercado turístico de los Estados Unidos, afinando las estrategias, a través de la promoción de congresos y convenciones en torno al tema, así como coordinando los esfuerzos públicos y

privados en torno a ese objetivo, lo cual puede en la organización de eventos como la Primera Convención de la Asociación Mexicana de Automovilismo en la ciudad de Guadalajara en 1940 (El Informador, 1940, julio 2: 1 y 8).

Con el inicio de la Segunda Guerra Mundial, México tuvo la oportunidad para atraer un mayor número de visitantes. El turismo fue considerado por el presidente Ávila Camacho como una “[...] fuente de ingresos económicos y como medio para el desarrollo del espíritu de cooperación interamericana.” (Mac Donald, 1981: 121). Esa conflagración mundial y la posterior etapa de la posguerra, modificaría en mayor o menor medida la orientación de los planes y programas de México, los cuales se enfocaron a lograr la industrialización del país, en tanto que el esfuerzo en torno al turismo se avocó a promover el equipamiento y promoción de los destinos de playa, en función de los objetivos económicos que, décadas después, planteara para el país la política económica del desarrollo estabilizador para el país (Ortiz Mena, 1998); no obstante, las bases para el desarrollo del turismo en México estaban ya construidas.

6. REFLEXIONES FINALES

En los inicios del siglo XX, la prensa cotidiana y los órganos de información de las asociaciones culturales, comerciales y académicas asociadas, en algunos casos, con el movimiento pan-hispanista, fue el medio de una intensa circulación de ideas relacionadas con una diversidad de tópicos de interés común en el ámbito iberoamericano, entre esos temas se encontraba el turismo.

En el caso de México, durante las primeras décadas del siglo pasado, la prensa difundió con asiduidad las novedades que se suscitaban en Europa en torno al turismo, haciendo notar los esfuerzos que los países europeos hacían por aprovechar el enorme potencial que significaban las corrientes turísticas estadounidenses y los beneficios económicos para aquellos destinos que habían logrado desarrollar la nueva industria de los visitantes. A partir de esas noticias, los editorialistas mexicanos de la época insistieron en los beneficios de esa naciente actividad y la posibilidad de que México pudiera participar de la riqueza que prodigaban los viajeros estadounidenses en diversos países del mundo, considerando la vecindad con los Estados Unidos y el potencial turístico de los atractivos culturales y naturales de la nación. A través de las notas de prensa y las declaraciones de los funcionarios mexicanos de esa época se puede advertir que, al volver la mirada hacia los países europeos, más allá de tratar de diversificar las corrientes de visitantes extranjeros, primordialmente se pretendía abreviar de la experiencia de ese continente en el fomento del turismo para aprovechar los recursos del país y capitalizar el potencial mercado estadounidense.

En el desarrollo del turismo en México pueden advertirse similitudes y particularidades en relación con Europa. Entre las similitudes se puede señalar el caso de España que, a partir de un clima financiero y político adverso, buscó en el turismo como una posibilidad para superar los problemas que confrontaba a finales del siglo XIX; en ambos países, el desarrollo del turismo se vinculó con factores económicos, ideológicos, identitarios y nacionalistas, matizados por las condiciones particulares de cada nación y por el hecho de que en México ese proceso se inició hasta finales de la segunda década del siglo XX. Asimismo, la recuperación económica de Francia después de la Primera Guerra Mundial tuvo en el turismo un instrumento eficiente, ejemplo que se siguió con interés por parte de la prensa mexicana. Entre las particularidades se pueden señalar que si bien en Europa el turismo fue promovido inicialmente por las iniciativas privadas y la intervención pública fue posterior, en México los gobiernos posrevolucionarios asumieron casi de inmediato la conducción de esa actividad; por otra parte, además de los beneficios económicos del turismo y al amparo de la ideología revolucionaria, esa actividad se concibió como una herramienta complementaria dentro de un planteamiento más amplio que tenía como finalidad el beneficio colectivo en las regiones y poblaciones marginadas, como puede observarse en el planteamiento de Gamio para Teotihuacán como región turística, así como la orientación social de los planes y programas de gobierno en México durante las décadas de 1920 y 1930.

En la génesis y expansión del turismo en Iberoamérica, puede también observarse el profundo sentido global de esa actividad, en donde el idioma en común fue un vehículo que, además de propiciar la transmisión de noticias y acontecimientos, hizo posible el conocimiento de modelos de aprovechamiento de los recursos culturales y naturales, así como de los rasgos de la nacionalidad como potenciales atractivos para el visitante, lo cual fue replicado y adoptado en el caso de México.

En esos rasgos iniciales es que podemos comprender el origen, la evolución y las características de esa actividad en México, así como advertir la contribución que, como práctica social, el turismo ha tenido en la conceptualización y aprovechamiento económico de los recursos culturales y naturales en un país que se orienta a conjugar turismo y patrimonio como instrumento para el desarrollo del país.

AGRADECIMIENTOS

A la Coordinación de la Investigación Científica de la UMSNH, por financiar esta investigación; a la Universidad Complutense de Madrid y al Grupo de Investigación Turismo Patrimonio y Desarrollo del Departamento de Geografía Humana de la Facultad de Geografía e Historia por las facilidades otorgadas y, en particular, al Dr. Miguel Ángel Troitiño Vinuesa por su valiosa orientación en el desarrollo de esta investigación.

BIBLIOGRAFÍA

- Almeida, F. 2006. La política turística en España y Portugal. Cuadernos de Turismo, 30, 9-34.
- Berger, D. 2006. The Development of Mexico's Industry: Pyramids by Day, Martinis by Night. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Brandis, D. y del Río, I. 2015. Paisaje y cultura en la oferta y promoción del turismo en España (1875-1936). *Ería*, 96, 77-96.
- Cabrales L. y González, L. 2008. Tequila: territorio y turismo. En Bosque, J. y Martín, M. (Coord.). Homenaje a Joaquín Bosque Maurel (375-401). Madrid: Real Sociedad Geográfica de España.
- Cárdenas, L. 1936. Discurso del Gral. Lázaro Cárdenas del Río, al abrir el Congreso sus sesiones ordinarias, el 1 de septiembre de 1936. Recuperado de http://www.biblioteca.tv/artman2/publish/1936_229/Segundo_Informe_de_Gobierno_del_presidente_L_zaro_1238.shtml
- Cárdenas, L. 1938. Discurso del Gral. Lázaro Cárdenas del Río, al iniciar el Congreso sesiones ordinarias, el 1 de septiembre de 1938. Recuperado de http://www.biblioteca.tv/artman2/publish/1938_227/Cuarto_Informe_de_Gobierno_del_presidente_L_zaro_C_1240.shtml
- CONACULTA 2006. Patrimonio cultural y turismo. Serie Cuadernos 14. Planeando sobre el Turismo Cultural. México:
- CONACULTA Ettinger, C. 2012. Arquitectura mexicana de la posrevolución, La mirada desde Estados Unidos. En Ettinger, C. y Villalobos, A. (Coord.) La Revolución Mexicana y las artes (229-246). Morelia: UMSNH.
- Gamio, M. 1922. The population of the valley of Teotihuacán. Introduction, synthesis and conclusions. México: Secretaría de Agricultura y Fomento.
- García, E. 2015. El turismo en Pátzcuaro (México). Percepciones del visitante extranjero entre 1880 -1920, *Pasos*, 13 (3), 477-489.
- García, E. y Ettiger, C. 2014. Los imaginarios de arquitectura típica y el turismo en el México posrevolucionario. *Palapa*, 1 (2), 56-69.
- García-Montón, I. y Baquero, G. 1999. El Congreso Social y Económico Hispano Americano de 1900: Un instrumento del hispanoamericano modernizador. *Revista Complutense de Historia de América*, 25, 281-294.

- González, A. 2003. Manuel Gamio. Una lucha sin final. México: UNAM.
- Gordon, B. 2002. El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX. *Historia Contemporánea*, 25, 125-156.
- Hiriart, C. 2013. Gestión del Turismo Cultural en Michoacán y sus impactos en el patrimonio monumental de Morelia y Pátzcuaro. Morelia: UMSNH.
- Larrinaga, C. 2014. El impacto económico del turismo receptivo en España en el siglo XX (1900 a 1975). *Jornadas de Historia Económica del Turismo. El Mediterráneo: mucho más que sol y playa (1900 a 2010)*, Menorca, 26-27 septiembre de 2014. <http://www.ime.cat/WebEditor/Pagines/file/Carlos%20Larrinaga.pdf>, 14/03/2015.
- Mac Donald, E. 1981. Turismo, una recapitulación. *Historiografía de conceptos pronunciados por gobernantes mexicanos desde 1823*. Mexico: Editorial Bodoni.
- Madero, A. 2005. Obras de Alberto J. Pani. Primeros escritos. México: Senado de la República.
- Madrid, F. 2014. Gobernanza turística= destinos exitosos: el caso de los pueblos mágicos de México. México: Universidad Anáhuac México Norte.
- Mateos, J. 2006. El turismo en México: la ruta institucional (1921-2006). *Patrimonio Cultural y Turismo, Cuadernos 14* (34-43). México: CONACULTA.
- Mercado, E. 2015. El turismo y la protección legal del aspecto típico de las poblaciones en el México posrevolucionario. *Palapa*, III (1), 57-72.
- Mercado, E. 2016. Patrimonio cultural y turismo en el México pos-revolucionario. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14 (4), 1027-1040.
- Moreno, A. 2007. Historia del turismo en España en el siglo XX. Madrid: Síntesis.
- Ortiz Mena, A. (1998). El desarrollo estabilizador: reflexiones sobre una época. México: FCE-El Colegio de México.
- Pani, A. 2003. Apuntes autobiográficos. México: Senado de la República. *Planificación* (1928), 10, 15-16.
- Pulido, G. 2003. El CEPE: 80 años proyectando la presencia de la UNAM y de México en el extranjero. *Decires. Revista electrónica del Centro de Enseñanza para Extranjeros*, 5, 21-24. Recuperado de CEPE UNAM, <http://revista.decires.cepe.unam.mx/articulos/art5-3.pdf>
- Sánchez-Rivas, J. 2015. El capital turístico en España y su influencia en el crecimiento económico (Tesis doctoral). Recuperado de Universidad de Sevilla, <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/40097>
- Vildálola, C. 1914, agosto 1. El resurgimiento de España. *Correo Español*, p.1.
- Yañez, A. 1962. Don Justo Sierra, su vida, sus ideas, su obra. México: UNAM.

HEMEROGRAFÍA

Álbum de Damas (1907). Mayo 30.

CORREO ESPAÑOL

- (1890). Abril 20, febrero 21.
- (1895). Noviembre 3.
- (1903). Junio 20.
- (1908). Febrero 18.
- (1908). Octubre 28.
- (1911). Marzo 22, julio 20.
- (1912). Noviembre 15.
- (1914). Julio 14.
- (1914). Agosto 1.

(1918). Abril 29.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN

(1937). Mayo 21.

(2011). Marzo 25.

EL DIARIO

(1908). Abril 1.

(1912). Octubre 28.

EL ECONOMISTA HISPANO#AMERICANO

(1902). Junio 13.

(1909). Diciembre 11, octubre 23.

EL IMPARCIAL

(1903). Julio 20.

(1908). Marzo 22.

(1910). Diciembre 20.

(1911). Febrero 17.

EL INFORMADOR

(1919). Diciembre 5, febrero 14.

(1923). Marzo 26.

(1925). Enero 25.

(1926). Marzo 20, agosto 26, diciembre 12, diciembre 26.

(1927). Abril 28, agosto 12, diciembre 9, diciembre 12.

(1928). Marzo 1.

(1929). Agosto 18.

(1930). Marzo 8, abril 9, abril 28, mayo 3, mayo 7.

(1934). Agosto 12, septiembre 13.

(1935). Julio 2.

(1940). julio 2.

El Pueblo (1916). Noviembre 3.

El Tiempo (1907). Septiembre 27.

Iberia (1908). Diciembre 23.

LA ÉPOCA

(1903). Agosto 18.

(1904). Junio 16.

LA VOZ DE MÉXICO

(1888). Mayo 26.

(1896). Noviembre 18.

(1897). Febrero 10.

(1907). Abril 12.

Nuestro Tiempo (1904). Enero-marzo.

UNIÓN IBERO-AMERICANA

(1901). Enero 15

(1904). Marzo 1.

Universidad (1931). Enero 1.