

**El Egipto de América.  
Yucatán y el olvido histórico en el nacimiento del turismo mexicano**

**The Egypt of America.  
Yucatan and the historical oblivion in the birth of Mexican tourism**

**Luis Anaya Merchant<sup>1</sup>**

**Resumen**

Este ensayo revela algunas de las tensiones y contradicciones que moldearon la evolución de la industria turística mexicana. El objeto de estudio es relevante por la significativa aportación económica del sector que durante las últimas décadas ha conocido su más importante crecimiento. El artículo intenta una deconstrucción de los imaginarios del nacimiento y las transformaciones del turismo en México, proponiendo una narrativa histórica alternativa. Una hipótesis del ensayo es que la falta de estudios consistentes (reflejada como un problema de olvido y trivialización de los problemas del sector) sobre la evolución turística en México tiene su correlato en decisiones gubernamentales que la han afectado sustantivamente, sea bajo la forma de políticas equívocas o en el hecho de ser un sector regulado predominantemente por los sectores privados. Aunque el ensayo enfatiza su estudio en Yucatán también hace referencias comparativas a otras regiones del país.

**Palabras clave:** Turismo, Yucatán, Panamericanismo, regulación, alemanismo.

**Abstract**

This paper reveals some of the tensions and contradictions that have shaped the evolution of the Mexican tourism industry. The object of study is relevant because of the significant economic contribution of this sector in recent decades has experienced its most significant growth. The article attempts a deconstruction of imaginary birth and transformation of tourism in Mexico, proposes an alternative historical narrative.. A hypothesis of the essay is that the lack of consistent studies (reflected as a problem of forgetting and trivializing the problems in the sector) on tourism development in Mexico has its counterpart in government decisions that have affected substantially, either in the form of political or misleading in a sector being regulated predominantly by private sectors. Although the trial emphasizes study in Yucatan also makes comparisons to other regions references.

**Key words:** Tourism, Yucatán, Panamericanism, regulation, alemanism.

---

<sup>1</sup> Universidad Autónoma del Estado de Morelos

## Introducción

La historia del turismo en México se encuentra en una etapa germinal. Las razones que explican esto son de muy diversos tipos, sin embargo están vinculadas al generalizado desinterés de científicos sociales e historiadores por la problemática de este importante sector económico. Solo tardíamente han llamado la atención sus impactos más evidentes, de orden económico, ambiental, social, cultural, laboral, etc. En todo caso, la falta de atención académica a los problemas del sector ha redundado en una insuficiente literatura y discusión sobre el tema; las mismas faltas parecen encontrar un correlato en las continuas “fallas” que muestran las políticas gubernamentales relacionadas con la promoción turística. Fallas que, a su vez, suelen combinarse con políticas empresariales agresivas para dar lugar a fenómenos de explotación irracional de recursos en las zonas turísticas. En perspectiva histórica, la actuación del Estado y la de organizaciones ciudadanas que han intentado controlar los aspectos negativos de la actividad turística, han sido -en su gran mayoría- de naturaleza reactiva. Es claro que, sobre papeles oficiales, también se han formulado respuestas gubernamentales bien planeadas, sin embargo, incluso bajo estos casos son absolutamente escasos los análisis retrospectivos que han evaluado el desempeño del sector turístico en plazos que avancen más allá de un periodo presidencial (sexenio)<sup>2</sup>.

¿Cómo puede explicarse este desinterés? Es la pregunta que intentamos contestar en el primer apartado. Establecer un marco temporal más adecuado para historiar el nacimiento de la industria en México es el objeto del segundo apartado. En el tercero hacemos un recuento de los retos que enfrentaba la economía yucateca durante los años 20's y 30's, que fueron importantes en el ciclo del primer impulso al desarrollo de la industria turística. Finalmente ofrecemos unos comentarios sobre la experiencia yucateca como polo temprano de atracción y desarrollo turístico.

---

<sup>2</sup> Ejemplo palpable es que al revisar la última versión de este trabajo hayamos tenido la oportunidad de consultar la página electrónica oficial de la Secretaría de Turismo para identificar los trabajos realizados en dicho Ministerio o, en su caso, los que ha publicado y nos encontramos que no solo no existía ninguno, sino – además- que la última actualización había ocurrido el “Miércoles 16 de octubre de 2013 a las 10:28:52 por Óscar Limeta Meléndez; hicimos la consulta el viernes 6 de junio a las 17:43”, cfr: [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Estudios\\_y\\_Opiniones](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Estudios_y_Opiniones). Penosamente ocurre lo mismo en su página de Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo, cfr: [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Red\\_de\\_Investigadores](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Red_de_Investigadores). Un trabajo pionero que excedió los límites sexenales es ejemplar en cuanto a olvidar el período que trata el presente ensayo, cfr., Álvarez, “El turismo”, 1960, pp. 291-309.

### **Intereses privados y “desinterés” público: respuestas contrastantes en la evolución del turismo en México**

Indudablemente, en el México contemporáneo, el papel de los agentes privados de la industria turística y el de los reguladores -o autoridades- que vigilan sus conductas se encuentran desdibujados. Los privados han ocupado el lugar de reguladores y también - con gran frecuencia- se observa que antiguas autoridades se conviertan en empresarios del ramo. Esta “migración contaminante” o desdibujamiento de funciones entre reguladores y regulados viene ocurriendo desde los comienzos de la industria turística en los años veinte del siglo anterior y ya a mediados de los años cuarenta había logrado prevalecer como una tendencia central en la evolución del sector. Por tanto, en principio podría llamar la atención que este “desdibujamiento” funcional haya sido tolerado por el Estado, prácticamente sin haber realizado ninguna evaluación de largo plazo sobre las consecuencias de seguir esta “política”. Sin embargo, desde una perspectiva diferente, podríamos destacar que al repetirse este fenómeno en otros sectores, más bien nos revela o aproxima a la naturaleza del Estado mexicano y de su clase política dominante (emergida de las ‘gestas revolucionarias’). Nos revela una tipología de empresarios que tendrían estrechos vínculos con la clase política, o en su caso a las ascendentes castas de revolucionarios que se transformaron en “políticos-empresarios”, en tanto que –de diversos modos- aprovecharían su poder político o recursos públicos para alcanzar fines privados de lucro. Al fin de cuentas, no es exagerado advertir que (independientemente de sus orígenes) las decisiones de los actores privados modelarían la industria turística mexicana y su capacidad regulatoria.

El énfasis definitivo de estas tendencias vino con el giro gubernamental más proclive a la inversión privada que trajo el “alemanismo”. El fin de la segunda guerra mundial coincidió prácticamente con el periodo presidencial de Miguel Alemán Valdés (1946-1952) y con un profundo realineamiento político de intereses con los Estados Unidos. Harry S. Truman visitó México con el propósito propagandístico de ratificar la era de ‘buena vecindad’ iniciada con Roosevelt. Irónicamente, la oportunidad era brindada por la “conmemoración” del centenario de la invasión norteamericana. Realmente, Truman sepultó las banderas roosveltianas imponiendo sus cambios a la agenda diplomática: el combate al comunismo y la apertura comercial de México a nuevas inversiones americanas. Con su inédito poder nuclear, los EUA buscaban consolidar su dominio mundial y para ello realineaban a sus aliados. Truman, quien contaba con informes contradictorios sobre Alemán<sup>3</sup>,

---

<sup>3</sup> Sus orígenes humildes, las nebulosas circunstancias de su ascenso político, el tono populista de sus peroratas y la ambigüedad de sus posturas políticas abrían sus interrogantes; por otra parte, con Padilla, el perdedor en los pasados comicios presidenciales, parecían preexistir signos de acuerdo que ahora convenía confirmar

deseaba conocer de primera mano al nuevo presidente. Pronto se despejaron las dudas, la visita fue correspondida por Alemán y los encuentros de oficiales y oficiosos se multiplicaron originando un período de gran acercamiento que fue sellada con buenas intenciones (brindar mejor trato a los migrantes mexicanos, mantener la paridad peso dólar, etc.), que no se cumplieron y con la apertura de un crédito internacional por 150 millones de dólares que alentó el inicio del régimen. Pronto surgirían asociaciones que aparecerían ligadas directamente con sus intereses como empresario privado y que a la postre serían dominantes en sectores estratégicos para el desarrollo turístico<sup>4</sup>. No obstante, como anticipamos, sería injustificado atribuir a Alemán la paternidad del sesgo que deformó a la industria. Desde temprano, pese a ser -o quizá, precisamente, por ser- una nueva actividad económica, los intereses que animó -entre empresarios y políticos deseosos de ser empresarios- vinieron a influir crecientemente en su estructuración. Sin embargo, era una industria nueva, inmadura que requería inversiones y capacitación y que, por tanto, no estaba “a modo” ni a la medida de los intereses de todos los grupos ni de todas las organizaciones políticas, por lo que el Estado postrevolucionario podía intervenir para contener abusos. De hecho, durante la presidencia de Lázaro Cárdenas, fueron intervenidos negocios vinculados con corruptelas y abusos de la camarilla callista<sup>5</sup>. Entre estos figuraron prósperos negocios turísticos en Baja California Norte, Morelos, Distrito Federal, etc., combinados con juegos de azar que eran propiedad del General Abelardo L. Rodríguez. Rodríguez prohibió abiertamente toda suerte de corruptelas y violencia para hacerlos prosperar, para lo que se valió de sus cargos como gobernador, ministro de guerra y presidente interino (1933-1934). Rodríguez, uno de los generales más enriquecidos de “la revolución” dejó una escuela que para los años cuarenta, durante las presidencias de Manuel Ávila Camacho (1940-1946) y de Miguel Alemán vino a ser el eje dominante del sector. Como la política mexicana permitía resurrecciones y arrepentimientos, Rodríguez también mostraría interés en olvidar algunas raíces de su fortuna e incubar la idea de que el nacimiento de la industria turística mexicana coincidía con el sexenio alemanista<sup>6</sup>. A nuestro juicio esta cronología es incorrecta y los primeros esfuerzos por alentar este sector se deben localizar a mediados de los años veinte<sup>7</sup>; esto es

---

<sup>4</sup> A unos días de dejar el cargo, Miguel Alemán fue nombrado Presidente del Consejo de Administración de la compañía Mexicana de Aviación, similares funciones ocuparía en el Consejo Nacional de Turismo y en múltiples directorados del ramo. Hacia 1953 se estimaba que el capital de la Compañía era de 35 millones de pesos y empleaba cerca de 2500 trabajadores, cfr., Novo, *Historia de la aviación*, pp. 163 y ss.

<sup>5</sup> Cfr. Anaya, *El Banco de México*, 2011.

<sup>6</sup> Para una mejor dimensión de los negocios de Rodríguez, cfr., Gómez, Lealtades, 2012; y del mismo autor, *Casinos*, 20

<sup>7</sup> Por tanto nos distanciamos de la versión oficial que señala a 1928 y al hecho de que el gobierno de México creara la Comisión Mixta Pro-Turismo -dependiente de la Secretaría de Gobernación- como las causas neutras que originaron el aliento turístico. Se trata de una confusión básica, pues lo que nació en todo caso fue una oficina cuya función era “realizar estudios y proyectos que fomentaran el incremento de corrientes de visitantes extranjeros al

cuando las condiciones de avance en la pacificación del país, los problemas económicos del país, las ambiciones de los nuevos dirigentes políticos y la pujante industria automotriz norteamericana hicieron propicio buscar nuevas alternativas de negocios incluyendo los proyectos de atraer población y visitantes extranjeros.

Resulta incluso plausible que la incomprensión sobre su evolución histórica haya alimentado la creencia de que -en su origen- los polos de expansión turística exitosos fueran el producto de decisiones gubernamentales; sugerimos esta hipótesis, pues se halla asociada a una “comprensión” más amplia y, sobre todo, tradicional, de la economía y de la política en México. Bajo ésta concepción se afirma que “el estilo personal de gobernar” de los presidentes define el rumbo de la política económica nacional. Esta definición, acuñada por el ex funcionario e intelectual Daniel Cosío Villegas, es ampliamente conocida y pretendía definir diferencias importantes en el modo de conducirse políticamente de los mandatarios mexicanos. Según esta, sus preocupaciones personales marcarían su gestión sexenal. En tal tenor, presidentes como Miguel Alemán o Luis Echeverría habrían tenido una preferencia por impulsar polos de expansión turística; Acapulco y Cancún, respectivamente. Estas decisiones habrían canalizado su “agenda secundaria” respecto del desarrollo de otras actividades que, por convencimiento propio, asesoría o circunstancia, etc., también habrían podido impulsar, como podría ser el caso de las actividades deportivas.

Al margen del valor que se pueda atribuir a este enfoque político convencional, no hay duda que es compatible con el convencimiento ideológico promovido por los grupos dominantes; aunque, de igual modo, puede suponer el enfrentamiento o la negociación con grupos rivales. No obstante su potencial, incluso bajo este enfoque no ha habido un impulso especial desde el que se haya generado un mejor conocimiento del sector. Esto, por ejemplo, no se verificó durante el mandato alemanista, cuando -hipotéticamente- habría nacido a la vida moderna el turismo mexicano. En resumen el bajo grado de conocimiento generado en torno al fenómeno turístico ha traído como una consecuencia importante diferentes niveles de inconsistencias en las políticas públicas que pretenden impulsarlo y que, a la postre, han terminado por afectar su evolución. En los siguientes párrafos referiremos las ocurridas en 2009 para destacar los encuadres con los que abordaremos nuestro trabajo.

Ése año marcaba la mitad sexenal de la cuestionada gestión calderonista (2006-2012). A diferencia de los enfoques políticos convencionales nos parece que no puede afirmarse que hubiese existido un

---

país”([http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Antecedentes\\_Historicos\\_de\\_la\\_Secretaria\\_de\\_T](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Antecedentes_Historicos_de_la_Secretaria_de_T)); y no la creación de un ministerio burocrático de capacidades regulatorias cuestionables.

“estilo de gobierno” bajo el calderonato. No obstante, sí puede afirmarse que en la declaración de sus “metas” se propuso situar a México entre las primeras potencias turísticas internacionales. De hecho, también debe precisarse que la “meta” era antigua y había conocido diversas racionalizaciones. Quizá la más reciente y seria fue enunciada por el tesorero nacional de la alemanista Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM), Miguel Torruco Marqués, en su trabajo *El Turismo, la Industria de la Esperanza*, (1999)<sup>8</sup>. Y, en realidad durante los sexenios de Ernesto Zedillo (1994-2000) y Vicente Fox (2000-2006) se había avanzado en consolidar ése objetivo, hasta el punto de que la Organización Mundial de Turismo situó a México como una potencia mundial en 2006. Un año antes México recibía ingresos por 11,8 mil millones de dólares por sus casi 20 millones de visitantes internacionales y en 2006 los incrementó a 12,8 mil millones. La inercia siguió en 2007, aunque se ralentizó la tasa de crecimiento. Como es bien sabido 2008 fue el año del giro; éste se debió fundamentalmente a la grave crisis económica internacional. No obstante ésta importante causa general, para el sector turístico mexicano, fueron todavía más importantes los estrepitosos fracasos del “gobierno” calderonista en materia de políticas de seguridad pública, salud y comunicaciones<sup>9</sup>. Por su especial vulnerabilidad a estas tres cadenas de afectación, uno de los sectores más estresados por el *desastre* gubernamental calderonista fue el turismo. El dramatismo que le ha acompañado llegó al punto de evocar lo sucedido durante el lejano periodo revolucionario –con todas las diferencias, proporciones y condiciones que hayan de guardarse-<sup>10</sup>; en cualquier caso, ésta grave crisis evidenció que la industria turística no puede desarrollarse en condiciones de gran inestabilidad y desconfianza.

La notoria incompreensión del “gobierno” calderonista sobre los problemas del sector se evidenció públicamente en 2009. En otra de sus decisiones tardías y cuando los efectos de la crisis sanitaria de abril causaban sus mayores estragos, el 8 de septiembre de 2009, Calderón Hinojosa anunció “su plan” para enfrentar la profunda crisis económica por la que atravesaba el país (expresada en déficit fiscal y devaluación: la divisa mexicana perdió casi 30% de su valor). Dicho “plan” incluía desaparecer tres ministerios para generar ahorros, estos eran: la Contraloría, el de Reforma Agraria y, por supuesto, la Secretaría de Turismo. Como su “plan” provocó un amplio rechazo de la clase

---

<sup>8</sup> En un acto casi privado en la “Fundación Miguel Alemán Valdés”, el 1 de julio, ante gobernantes y los empresarios más granados del ramo (la mayoría prohijados bajo el linaje del alemanismo), Torruco los convocó a una “gran cruzada ideológica” para alcanzar metas concretas.

<sup>9</sup> Nos referimos a la guerra declarada por Felipe del Sagrado Corazón de Jesús Calderón Hinojosa (en adelante FC) a los carteles de la droga mexicanos, a la igualmente malograda campaña sanitaria del virus H1N1 y a la desaparición por procedimientos insuficientemente aclarados de varias compañías de aeronavegación, siendo el caso más representativo el de *Mexicana* (adelante referiremos otros casos), así como a la reducción de los flujos de transporte terrestre derivados de la inseguridad que asola al país.

<sup>10</sup> Las declaraciones de funcionarios norteamericanos, incluida la Secretaria de Estado, Hillary Clinton, en el sentido de que en México se desarrollaba una narco-insurgencia, dan cuenta cabal de la alusión.

política y una creciente desaprobación pública, Calderón reculó. No desapareció esos despachos, aunque en el caso del de Turismo aprovechó para cambiar al Ministro por uno más leal a sus intereses y aparentemente más conocedor del sector, la Mtra. Gloria Guevara Manzo; pero a pesar de que Guevara tenía una mejor comprensión del ramo le fue imposible contrarrestar el deterioro de la imagen internacional del país. No menos significativo era que Guevara fuese el 12° Ministro de los últimos seis sexenios; era uno de los Ministerios que registraba un gran movimiento de titulares. La excepción que parecía verificarlo era justamente el predecesor de Guevara, Rodolfo Elizondo Torres, quien más tiempo había permanecido en el cargo (6 años) y al que tocó entregar mejores resultados. En cualquier caso, e incluso descontando el anómalo año de 2009; 2010 y 2011 fueron peculiarmente malos para la industria, pues mostró pérdidas por más del 20% de sus ingresos respecto del ciclo previo. Infortunadamente esta tendencia no ha podido revertirse pese a que entre 2007 y 2011, se desembolsaron 13 549 millones de pesos en la promoción turística, lo que significó 190% más de lo gastado durante todo el sexenio foxista<sup>11</sup>; por lo demás, un sexenio conocido por su desorden y despilfarro. En lo que corresponde al sucesor de Calderón, el priísta Peña Nieto, las tendencias tampoco han mostrado cambios significativos en sus casi dos años de ejercicio.

Por lo anterior no es exagerado afirmar que el calderonato situó a México por debajo de los lugares que alcanzó en los años noventa. Sin duda, perdió competitividad frente a destinos que impulsan proyectos de largo alcance como sucede con Brasil (organizador de la XX Copa Mundial de Fútbol 2014, de los XXXI Juegos Olímpicos 2016 y que estima alcanzar, en 2020, con su *Plan Aquarella*, ingresos por 18 mil millones de dólares<sup>12</sup>) e incluso con países cuyas pretensiones de captación turística internacional han sido más modestas, como varios centroamericanos, Chile, Colombia, Perú y Bolivia, que en años recientes han madurado opciones de turismo especializado. Debe puntualizarse que la dificultad para revertir las circunstancias negativas y mejorar la dinámica de crecimiento no residen en la madurez de México como destino turístico o en su capacidad y grado de desarrollo sino en las externalidades referidas y en la descoordinación de las políticas gubernamentales que han caracterizado a los “gobiernos” contemporáneos<sup>13</sup>. Cabe agregar a esas

---

<sup>11</sup> Vid. “5° Informe de gobierno”, 2011, septiembre 1°. Conviene advertir que la propaganda oficial cotidianamente invierte los resultados reales. No obstante las alertas preventivas de autoridades norteamericanas y europeas también en la órbita cotidiana contradicen esa propaganda revelando tendencias prevalecientes durante el periodo referido.

<sup>12</sup> No obstante, esas estimaciones optimistas se realizaron antes que sucedieran las diversas oleadas de manifestación social contra esos eventos deportivos. Es entonces razonable esperar una corrección de las estimaciones en el futuro cercano.

<sup>13</sup> Se emplea este término con fines comunicativos, para transmitir una idea general al lector y no con el fin de restañar el grave cuestionamiento sobre su legitimidad política. Sin embargo debe advertirse que reputados analistas nacionales y extranjeros caracterizan al Estado mexicano como un Estado fallido en el que su “administración” actual no administra vastas zonas del territorio nacional ni proporciona los servicios de

externalidades, la dependencia respecto del turismo norteamericano (estadounidense y canadiense) que significa más del 90% de los ingresos de visitantes internacionales, a la contracción del mercado interno y, consecuentemente, al estancamiento en los flujos del turismo nacional. Además de dicha contracción y de la inseguridad pública, la caída del turismo nacional ha respondido a problemas específicos, destacando la desaparición de líneas aéreas: el grupo Mexicana de Aviación, AVIACSA (ambos con estrechos vínculos a la industria hotelera), pero también de líneas de bajo costo como *Azteca*, *Aero-California*, *Aerolíneas Internacionales*, *Alma*, *Nova Air*, *Aladia* y *A-volar*<sup>14</sup>.

La complejización contemporánea de los flujos turísticos nos imposibilita ofrecer una descripción más afinada de la crisis por la que atraviesa la industria turística mexicana. Los cruces migratorios, la especial relación con el turismo norteamericano, el notorio descenso de las llegadas por motivos profesionales y de negocios<sup>15</sup>, el crecimiento de los índices de pobreza en la población y los efectos de la “guerra contra el narcotráfico” imposibilitan hacer proyecciones plausibles para el mediano plazo y también permiten cuestionar las estadísticas oficiales en torno a la recuperación del sector. Y, sin embargo, plantean urgentemente la necesidad de su recuperación pues continúa siendo una alternativa económica importante. Una opción que resulta plausible recuperar por la madurez que el país tiene como destino turístico. En el siguiente apartado se discute cuándo y cómo comenzó a decantarse tal madurez.

### **¿Panamericanismo o alemanismo?**

En la percepción popular mexicana, el turismo despegó en el mandato presidencial de Miguel Alemán. Su proclividad para emplear recursos públicos en negocios privados que favorecieron a empresarios nacionales y extranjeros ligados a su régimen es un asunto que aún merece investigaciones más sistemáticas y profundas. El imaginario histórico le reconoce como uno de sus principales logros haber impulsado el desarrollo turístico de Acapulco. Sin embargo, en este logro

---

seguridad y cobro de impuestos que definen mínima y esencialmente a un gobierno en la literatura política clásica.

<sup>14</sup> En el caso de las dos primeras existe un amplio debate nacional y evidencia relevante sobre el irresponsable papel que desempeñó el “gobierno” calderonista. La década comenzó con la desaparición de TAESA, conoció muchos escándalos ligados al rescate financieros de las principales líneas que alcanzó su climax con la quiebra de Mexicana en 2010, a la que siguieron otras siete, cfr, <http://www.sinembargo.mx/01-06-2013/639146>; dos efectos colaterales fueron el incremento de las tarifas y la disminución de la calidad y eficiencia de las empresas sobrevivientes.

<sup>15</sup> Cfr, [http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/publications/turismo\\_iberoamerica\\_10\\_sp.pdf](http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/publications/turismo_iberoamerica_10_sp.pdf)



se olvidan dos precedentes inmediatos y varias consecuencias<sup>16</sup>. El precedente más notorio fue el impulso que ése puerto recibió desde 1928 con la apertura de la carretera que lo comunicaba con la ciudad de México y que daría lugar a una primera gran oleada de promotores, inversionistas y excursionistas – “touristas”. El segundo, menos conocido, fue el interés original de Miguel Alemán por desarrollar industrialmente ese puerto implantando una empresa siderúrgica nacional<sup>17</sup>.

Acapulco tenía un desarrollo previo. Este conoció nuevos impulsos al final de los años veinte pero la realidad era que el despliegue de su potencial era lento; la lentitud se debía a la débil e insuficiente infraestructura de comunicaciones (e.g., nunca contó con acceso ferrocarrilero y la incipiente red carretera apenas mostraba connatos de integración), así como a los exiguos recursos de las familias mexicanas que no tenían tradición turística. Por otra parte, aquéllas que sí contaban con ingresos para viajar no preferían la costa del Pacífico porque no era salida hacia los destinos internacionales más frecuentados (Cuba, Europa y la costa este de los Estados Unidos). En conjunto, el mal estado de la economía mexicana forzaba la búsqueda de alternativas de negocios pero, irónica y lamentablemente, ésa mala situación, acentuada por la depresión norteamericana, era lo que ralentizaba el buen nacimiento de la industria turística mexicana. Acapulco era un estupendo ejemplo de esta dinámica de los años veinte. En ésa época era un pequeño puerto de pescadores locales en el que las afectaciones más importantes solo concernían a su potencial; el hecho de que no estuviera conectado con ferrocarril a la ciudad de México, de que la mayoría de la población no dispusiese aún de automóvil, de que tramos importantes de su nueva

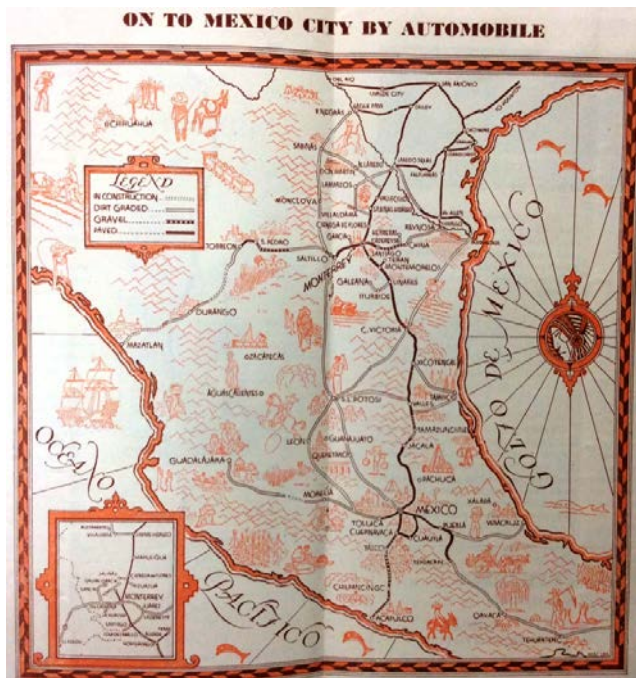


Figura 1. Carretera que comunica Ciudad de México con Acapulco.

<sup>16</sup> Los calificamos de inmediatos porque eran los temporalmente más cercanos al alemanismo pues, como es ampliamente sabido, la relevancia de ése puerto tenía orígenes coloniales.

<sup>17</sup> Los estudios realizados para implantar ésa industria en el puerto fueron desalentadores y pronto se abandonó el proyecto. Alemán decidió entonces un curso distinto, más personalista, designando como procónsul del puerto a Melchor Perrusquía, personaje íntimamente ligado a sus negocios. Acapulco recibió importantes inversiones para desarrollo de infraestructura y una gran promoción que terminó por decantarlo como un destino para los habitantes del centro del país.

carretera aún no estuvieran pavimentados y de que apenas comenzasen a formarse cooperativas de camiones de transporte planteaban límites importantes a su expansión.

No es fácil determinar que tuvo efectos más importantes sobre el nacimiento de la industria turística en México: si pesaron más los flujos de connacionales en el interior del país o si fue el turismo norteamericano que visitaba las fronteras. La era de la prohibición del alcohol en los Estados Unidos tenía un efecto muy importante en plazas como Tijuana, Laredo y Ciudad Juárez. Por otra parte, la porosidad de la frontera norte y la debilidad de las instituciones que controlaban la migración internacional sugieren dudas razonables a los investigadores contemporáneos. No obstante, debemos precisar que los agentes consulares mexicanos intentaron construir registros de los flujos migratorios, infortunadamente no tienen una calidad adecuada para precisar bien el número de esos visitantes, e.g., diferenciando a los que permanecían menos de 24 horas respecto de los que se internaban más allá de Monterrey. No obstante, sabemos que hacia el final de los años veinte solían ingresar más visitantes por tren y que a mediados de los años treinta la tendencia comenzó a modificarse favoreciendo al autotransporte. La nueva circunstancia obedecía fundamentalmente al crecimiento exponencial del parque automotriz norteamericano (que instalaba plantas armadoras en México), al crecimiento de clubes de automovilistas en ambos lados de la frontera pero también al interés empresarial por desarrollar carreteras<sup>18</sup>. Sin embargo el empuje de estos vectores era ralentizado por otras realidades, incluido el aún muy bajo grado de integración de las carreteras norteamericanas o las restricciones y cobros impuestos por el gobierno mexicano al

### LA CONVENCION ANUAL DE LA A.M.A.



Figura 2. Convención Anual de la Asociación Mexicana de Automovilismo

ingreso de automóviles norteamericanos (como el de obligar a los conductores a dejar depósitos en efectivo por el derecho de internarse) y de turistas<sup>19</sup>. Algunas de estas realidades permanecían hasta bien entrados los años treinta y solo parecieron modificarse con la inauguración de la carretera *Panamericana*.

La principal organización de automovilistas del país, la Asociación Mexicana

<sup>18</sup> Una revisión más directa de este proceso puede verse en Anaya, “Guerra, automóviles y carreteras”, 2013.

<sup>19</sup> Una manifestación al respecto puede observarse en la correspondencia de Valentín Villalba, desde San Antonio Texas al nuevo ministro de Hacienda mexicano, Luis Montes de Oca, de abril de 1927, CEH-CARSO, CMLXXV.

Automovilística (AMA), promocionaba activamente el turismo y la colaboración privada con el gobierno en la construcción carretera<sup>20</sup>. Fue sintomático que durante su sexta convención, celebrada en junio de 1936 -es decir, poco antes de la inauguración de la *Panamericana*- la AMA presentara iniciativas al gobierno cardenista para liberalizar la entrada de turistas norteamericanos, como la supresión de cobros por internación, e impulsar campañas de seguridad, incluidas las de señalización vial y educación peatonal<sup>21</sup>. Las expectativas que generó la mayor obra de infraestructura realizada por los gobiernos postrevolucionarios -en una década de trabajos- eran justificadas: sus más de 1200 kilómetros vincularían al pujante estado de Texas con la capital mexicana, a través de serranías, cañadas, valles y pueblos que aún preservaban tradiciones que empezaban a convivir con atracciones y divertimentos modernos. *The Monterrey Greeter*, el órgano oficial de difusión de la AMA, daba cuenta en su propaganda de las estupendas condiciones de la Panamericana, pero reconocía que los servicios de hotelería eran insuficientes, que en la huasteca potosina existían tramos sin pavimentar y que la temporada de lluvias solía ofrecer obstáculos a los motoristas<sup>22</sup>. Todo lo cual no parecía desalentar a los turistas, especialmente a los que visitaban Monterrey, Saltillo y sus áreas circunvecinas.

Mes	1929	1930	1931	1932	1933	1934	1935	1936
Enero	83	219	329	407	380	598	739	964
Febrero	108	265	201	396	388	725	881	1051
Marzo	39	185	114	355	516	842	875	1013
Abril	75	227	201	439	771	784	754	982
Mayo	108	182	462	525	693	782	847	937
Junio	306	377	657	768	909	1255	1474	2015
Julio	368	559	996	830	1201	1548	2260	3369
Agosto	487	821	1109	1155	1087	1765	2514	3553
Septiembre	338	543	774	498	795	1281	1150	--
Octubre	286	367	447	346	501	809	879	--
Noviembre	358	247	504	399	592	755	920	--
Diciembre	179	429	568	394	857	979	1247	--
<b>Total</b>	<b>2735</b>	<b>4421</b>	<b>6462</b>	<b>6512</b>	<b>8092</b>	<b>12123</b>	<b>14540</b>	<b>13884</b>
<b>Promedio mensual</b>	229	354	539	543	674	1010	1211	1735 (8 meses)

**Tabla 1:** Automóviles norteamericanos que ingresaron a México por Nuevo Laredo, (enero de 1929 a agosto de 1936). Fuente. AMA, publicado en *El tiempo*, Monterrey, septiembre 19, 1936, p. 3.

<sup>20</sup> Sus socios fundadores tenían vínculos estrechos con los gobiernos federales y estatales, e.g., su primer director, Luis Montes de Oca fue Secretario de Hacienda en los años veinte y durante la presidencia de Lázaro Cárdenas (1934-1940), fue director del Banco de México.

<sup>21</sup> *El Nacional*, *El Universal*, *Excelsior* y otros periódicos dieron cuenta desde el 4 y por lo menos hasta el 10 de junio de 1936, de las diversas actividades y pronunciamientos de la convención celebrada en la ciudad de México y de la asistencia de altos funcionarios de la Secretaría de Gobernación y la de Comunicaciones de México, así como del Jefe del Departamento de Caminos de los EUA, T.H. McDonald y de Pyke Johnson, Vicepresidente de la Asociación de Fabricantes de Automóviles, así como de funcionarios de la Comisión de Caminos de Texas.

<sup>22</sup> Véase, e.g., su número de agosto de 1936, un ejemplar en CEHM-CMLXXV; Impresos, doc. 1253.

Como lo muestra la tabla anterior, los caracteres ambiguos del proceso parecieron resolverse favorablemente al inaugurarse la *Panamericana* en julio de 1936; una intensa propaganda binacional animaba a los visitantes norteamericanos y al público mexicano. Si, como hacía la AMA, se estimaba que en cada automóvil internado viajaban tres personas, se podía deducir que durante 1935 habían ingresado 43620 “touristas” y que en su estadística de 1936 lo hicieron 41652. En su promoción, la AMA derivó nuevas deducciones a partir de los gastos por turista (que estimó entre 20 y 30 pesos diarios) y, naturalmente, sus impactos fiscales; el ingreso más inmediato y visible era el impuesto federal a la gasolina (\$0.08 ctvs./litro) que en 1935 y tomando como base el recorrido de la frontera a Monterrey, rondó en los \$175 mil pesos. Naturalmente, con la terminación de la Panamericana y la expansión del kilometraje que podría recorrerse, los ingresos fiscales también prometían ampliarse.

Como puede observarse la convergencia de la *Panamericana* (también denominada Carretera Nacional N°. 85) y la maduración del mercado automotriz norteamericano modificaba positivamente las tendencias del turismo por automóvil y lo hacía muy atractivo para los promotores interesados en ofrecer servicios alternativos o bien complementarios a los del ferrocarril. No obstante estos auspiciosos flujos y tendencias, las circunstancias cambiarían repentinamente para hacer que la ambigüedad retornara. El primer momento de inflexión ocurrió con la expropiación petrolera pues provocó movimientos de boicot contra México que entorpecerían el crecimiento del incipiente sector. El segundo momento vino al comenzar la IIª guerra mundial, pues hizo aún más visibles las aleatoriedades de estos nuevos flujos poblacionales<sup>23</sup>. Sin embargo o pese a sus altibajos, la carretera nacional N° 85 también simbolizó el Panamericanismo que impulsó Washington, así como la era del *New Deal*, y que Latinoamérica también recibió con recelo<sup>24</sup>.

Infortunadamente, los efectos económicos de la más importante carretera mexicana fueron muy acotados y sufrieron más altibajos de lo que pudo originalmente preverse. Pero pese a no generar los ingresos esperados no debe subestimarse su importancia, pues contribuyó a acentuar el uso del automóvil en México, tanto por ser un importante acceso a la importación de vehículos como porque se constituyó en una arteria de influencia cultural recíproca. Aunque el impacto de los

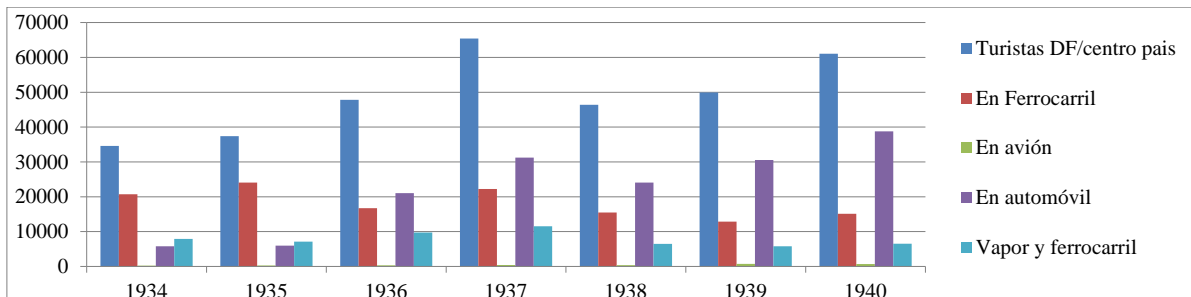
---

<sup>23</sup> Un estudio paradigmático u oficialista del turismo estimó que en 1942, cuando México declaró la guerra a las potencias del Eje, la cifra de turistas que entraron al país -por cualquier medio y aduana- se redujo a 90 476 visitantes. “Pero una vez firmada la paz, la inmigración transitoria con fines de recreación y reposo reaccionó vigorosamente: 238 508 turistas en 1946”; cfr., Álvarez, “El turismo”, 1960, p. 293.

<sup>24</sup> El Panamericanismo era un estandarte político lo suficientemente alto y amplio que daba cabida a una amplia agenda de temas internacionales y proyectos que se renovaban en Congresos iniciados en las últimas décadas del siglo XIX. En las entreguerras se renovó la idea de un frente continental americano frente a la posibilidad de otra guerra mundial y ante la amenaza de los nuevos estados totalitarios Italia, Rusia y Alemania.

turistas norteamericanos pudiera ser relativizado para esta época, no por ello carecía de significación. No creemos que haya sido una casualidad que la sabiduría popular le denominara como la carretera “pocha”<sup>25</sup>, aunque hoy se haya diluido este mote. Al margen de otras consideraciones culturales, la importante contribución que significó la carretera fue posible gracias a la gran promoción que recibió de ambos lados de la frontera. Cónsules de ambos países la impulsaban activamente, lo mismo que periódicos de ciudades y de las capitales de los Estados fronterizos. Empresarios del más diverso tipo y funcionarios de ambos países también tomaron en serio la promoción de la carretera que venía a actualizar uno de los “puentes” que el panamericanismo impulsaba, ciertamente con traspies, desde hacía varias décadas.

Con la nueva carretera *Panamericana* las tareas pendientes parecían limitarse a aspectos técnicos como facilitar el tránsito concediendo permisos para la internación de vehículos más largos o disminuyendo los importes de pago por derechos aduanales a la entrada de los visitantes. No menos importante era el reto de corregir los muy denunciados abusos de las aduanas así como sensibilizar a las autoridades locales para participar en los trabajos conjuntos que se hacían para favorecer el ingreso de las corrientes turísticas.



**Tabla 2.** Turistas que llegaron al centro del país o a la ciudad de México por tipo de transporte, 1934-1940, (números absolutos). Fuente. Banco de México, *El Turismo norteamericano en México*.

Nos parece que el cuadro alcanza a reflejar los cambios de dinámica que otras fuentes –de naturaleza cualitativa- están reportando como un fenómeno característico del periodo: el mayor empleo de los automóviles sobre los ferrocarriles y una mayor internación en el país.

Otro estudio temprano sobre los flujos de automóviles en los que se manifestó un interés por la evolución del turismo fue el de Orozco Escobosa, quien era Miembro del Comité Nacional de Turismo. Su estudio que desde luego conviene tomar con reservas porque desconocemos la veracidad de aquéllas manifestaciones, tenía el objetivo de presentar un cuadro de resultados

<sup>25</sup> El vocablo suele referir ‘lo descolorido’. Por extensión, el lenguaje popular mexicano lo extendió a los mexicanos que adoptaban costumbres o el inglés estadounidense, véase, e.g., Gómez, *Diccionario*, 2001, p.181.

enriquecido con los montos de las aportaciones fiscales. De fondo tenía el objetivo de realizar una base de apreciación más realista de los beneficios derivados del turismo. Dicho estudio infortunadamente no converge con los datos aportados por el Banco de México. En principio, ello sucede porque los del segundo agregan datos de diferentes puertos de entrada mientras que los de Orozco se concentran solo en los de la carretera Nacional 85 y el ferrocarril de Laredo.

Medio de Transporte	Número de Turistas	Gasto - Dólares promedio por Turistas	Total Dólares	Total pesos
Automóvil	120000	36	4320000	15552000
FFCCN de M	19500	200	3900000	14040000
			<b>8220000</b>	<b>29592000</b>

Tabla 3. Cálculo de Gastos de Turistas Extranjeros en México (1937) (Carretera de Laredo y Ferrocarriles Nacionales de México). Fuente: Orozco Escobosa, Memorándum para el Comité Nacional De Turismo, *op. cit.*

En todo caso nos interesa referir a Orozco porque él comparó los datos que estimó con los del *Dominion Bureau of Statistics*<sup>26</sup> que describían los flujos turísticos norteamericanos hacia Canadá; desde luego, las cifras eran abrumadoramente mayores. Para el mismo periodo se estimó que los vecinos del norte tenían un flujo aproximado de 13,2 millones de turistas, lo mismo movidos por auto que por tren y barco. Para redondear las expectativas se calculaba que sus gastos alcanzaban la suma de 250 millones de dólares y que a todas luces contrastaba con el deslucido ingreso mexicano. A todas luces, la cifra lucía muy atractiva para los empresarios mexicanos por lo que no extraña el temprano interés por impulsar la “industria sin chimeneas”.

Claro, para incrementar los ingresos había que realizar muchas inversiones en infraestructura de transporte, hoteles y facilidades de operación para las agencias de viajes, en las que era potencialmente relevante la intervención estatal. Sucedió que las agencias norteamericanas no tenían experiencia en México y que apenas empezaban a formarse despachos mexicanos interesados en el ramo. Aquí participarían organizaciones privadas y públicas, una importante de éstas sería *Pemex Travel Club*. Sin embargo, es imposible determinar la influencia de las agencias norteamericanas en la ‘conducción’ de los turistas que llegaban por automóvil y se estimaba que solo manejaban una fracción de los que se internaban en ferrocarril. En consecuencia, las pocas

<sup>26</sup> J. M. Orozco Escobosa, Memorándum para el Comité Nacional De Turismo, doc. 30989, CEH-CARSO, CMLXXV. Las cifras obtenidas eran de \$249,828, 043.00 dólares; es decir, \$889,380,955.00 pesos. No obstante –y esto era de lo más atractivo–, el promedio de gasto de los turistas en Canadá era menor: 19 dólares. Lo que parecía explicarse porque la mayoría de los turistas no penetraba al interior, sino que permanecía cerca de la frontera (Montreal, Vancouver, etc.). Tal aseveración parecía corroborada por los bajos egresos de transporte; 11.5% de su egreso o \$2.18 dólares promedio en accesorios, gasolina y aceite; un promedio que se reducía más si se empleaban ferrocarril o autobuses en su ingreso.

agencias existentes recibirían una fracción muy menor de lo que los turistas pagaban como alojamiento y tampoco parecían incidir de manera significativa en su elección de hoteles.

Los cálculos de 1937 indicaban que aproximadamente 50% de los turistas había llegado a la Ciudad de México, mientras el resto se distribuía en Monterrey y otros lugares al norte del país. Como hemos advertido, las cifras de los ingresos deben de tomarse con cautela pues se “deducían” a partir de promedios de gastos *estimados* por automóvil, que para ése año se tasaron en 36 dólares. Además, 1937 tenía el sesgo de una expectativa para los “excursionistas”: la posibilidad de recorrer la *Panamericana* y de disfrutar la creciente libertad que ofrecía la publicidad automotriz. De esto, sin embargo, no debiera deducirse un notable desplazamiento, en términos de ingreso económico, de los ferrocarriles por los autos.

Así pues, los modestos progresos pero las altas expectativas que había en torno de la naciente industria motivaban la búsqueda de nuevos nichos entre los promotores mexicanos. Y fue muy pronto que se identificó que el Caribe mexicano reunía magníficas condiciones para su desarrollo; en principio, se tenía a la vista el rápido crecimiento del turismo en Cuba. Naturalmente, hacia los años 30's, el único punto que podía servir de base para impulsar tal actividad en el Caribe mexicano era Yucatán.

### **“El Egipto de América”**

Al final de los 20's, Yucatán ofrecía la amplia gama de contrastes sociales que lo caracterizaban, pero la exportada revolución del constitucionalismo añadía también mayor actividad y polarización política, un burocratismo paternalista en la relación de autoridades con el pueblo bajo y un mayor peso relativo de la casta militar. Los hacendados yucatecos veían cierta disminución de su fuerza política y social pero aún conservaban riquezas, influencias, lazos y sentimientos de unidad grupal que les permitirían extender una situación de impasse incluso después de la denominada *Cruzada del Mayab* llevada adelante durante el cardenismo<sup>27</sup>. Este reparto agrario fue el último intento de continuar la economía henequenera pero sobre una base distinta, en la que se ampliarían los proyectos cooperatistas de industrialización de la fibra que sería cultivada por pequeños agricultores; un modelo para el que no existía experiencia histórica y cuyas diversas complicaciones, terminarían por agregar y acentuar las debilidades del mercado regional.

No obstante sus defectos y dejando a un lado las resistencias que se le opusieron, la *Cruzada* cardenista de 1935 se concibió como una alternativa positiva frente a la depresión de la economía

---

<sup>27</sup> Cfr., Ben Fallaw, *Cárdenas compromised*, 2001, pp. 80 y ss.



yucateca. Tampoco fue la única alternativa. Otra que pretendió impulsarse fue su desarrollo como polo turístico. Es posible que su olvido contemporáneo se explique justamente porque ésta alternativa no prosperó durante esta fase temprana, sin embargo nos interesa describir someramente las pautas que guiaron los esfuerzos en torno de esta alternativa y las razones por las que, finalmente, fracasó.

En principio debiera señalarse que la idea de impulsar el turismo en Yucatán obedecía tanto a una atmósfera general que favorecía esta actividad, como a la evidente potencialidad de la península, tanto por sus atracciones naturales como por el carácter enigmático que envolvía a la cultura maya, cuyos sitios arqueológicos permanecían insuficientemente explorados y motivaban el interés de emprendedores locales y autoridades federales que –simultáneamente– comenzaban a percibir la profundidad de los desafíos para su conservación<sup>28</sup>. Y existían otros alicientes, el envidiado éxito turístico de Cuba, que en el curso de unas décadas creó la infraestructura suficiente para volverse un importante polo de atracción internacional. En este respecto tampoco debiera desestimarse el temprano interés que mostraron las autoridades cubanas para impulsar convenios de colaboración con México<sup>29</sup>.

No tenemos testimonios que den cuenta de asesorías tempranas de expertos cubanos a emprendedores yucatecos. Por el contrario lo que sí podemos registrar son los “pasos en falso” previos o la falta de recursos entre los primeros promotores peninsulares. Su falta de experiencia se expresa en sus primeras campañas, donde mostraron todo el candor de sus buenos deseos en una forma inconsistente con sus objetivos. Así, las primeras propagandas que pretendían favorecer su empeño y la imagen nacional aparecerían bajo el título de ‘El Egipto de América’. Y parecían óptimas para Yucatán. Era un slogan que evocaba las “pirámides” y a los “misterios” que envolvían a la civilización maya; sin embargo, el lema pronto se abandonó pues los promotores yucatecos entendieron su resonancia esclavista, así como la imagen negativa que tenía, particularmente, en el mundo anglosajón<sup>30</sup>. Los ensayos, pruebas y errores cometidos reflejaban el ímpetu de los

---

<sup>28</sup> Obsérvese que el Instituto Nacional de Antropología e Historia, que entre otras funciones es la autoridad encargada de preservar e investigar los sitios arqueológicos de las culturas precolombinas, fue creado precisamente durante la presidencia del general Lázaro Cárdenas.

<sup>29</sup> Miguel González Rodríguez, Miembro del Comité Ejecutivo de la Corporación Nacional de Turismo de la Habana, actuó como comisionado especial para plantear el intercambio de turismo México - Cuba. Uno de sus primeros interlocutores fue el Gerente del Banco de México en Mérida, Rafael Torres, quien lo introdujo con Efraín Buenrostro, primer Director de Petróleos Mexicanos (empresa que llevaría adelante un ambicioso programa de apoyo al turismo y con Luis Montes de Oca, cfr., doc. 27688, enero 12, 1937, CEH-CARSO, CMLXXV.

<sup>30</sup> Influidos por la punzante crítica del conocido libro de Arnold Channing y Frederick Frost, sobre las condiciones de esclavitud durante el porfiriato, *The American Egypt: a record of travel in Yucatan, 1908*. Y el aún más famoso México bárbaro de John Turner.



promotores turísticos pero también el carácter incipiente del objetivo y las dificultades enfrentadas al coordinar sus esfuerzos<sup>31</sup>.

La inexperiencia de sus promocionales era natural, reflejaba la ingenuidad de la primera experiencia histórica en la materia. Pero más allá de los problemas del parto eran más preocupantes otros factores como el relativo aislamiento de la península, la aleatoriedad y/o la falta de transportes y la escasez de recursos del gobierno estatal<sup>32</sup>. Los gobiernos de la postrevolución no habían podido restablecer la estabilidad de los tráficos comerciales y de pasajeros hacia la península por lo que ésta permanecía constreñida a la irregularidad de la escasa flota comercial y a la falta de un trazo carretero que la conectara con el resto del país. Lo segundo lucía más difícil de alcanzar que lo primero pese al auge que tenían las carreteras en el país. Por otro lado, la incipiente aviación comercial aún no podía ofrecer una opción de flujos interesantes.

Estos problemas, aunque eran bien conocidos por la Secretaría de Comunicaciones, le serían nuevamente presentados por miembros de la AMA y por agrupaciones cívicas yucatecas. Esta presentación tuvo por objeto solicitarle que autorizara a barcos extranjeros detenerse en puertos yucatecos evitando las restricciones entonces vigentes. Como sucedería regularmente en otras localidades del país, organizaciones de comerciantes secundarían activamente estas iniciativas<sup>33</sup>. Llama la atención que la falta de una flota comercial propiamente mexicana no los desanimara en su promoción, como tampoco lo hizo al alentar la construcción de carreteras ligadas a los accesos marítimos de Yucatán (Mérida – Progreso). Tampoco ocurrió esto con las que conectaban hacia el sur y el este (Mérida - Uxmal y Mérida – Chichén<sup>34</sup>), pese a que, en su totalidad, venían a repetir el vicio de los paralelismos con la red ferroviaria, dando lugar a que continuara la subutilización de este medio ya instalado. Cabe observar que los enlaces marítimos eran seguidos atentamente por el

---

<sup>31</sup> Que, por ejemplo, hacían a la Secretaría de Agricultura y Fomento presentar como “mapa para el turista” de la península un mapa simple de su “oficina de cartografía y cálculo”, Cfr., Secretaría de Agricultura y Fomento, Dirección de Geografía, Meteorología e Hidrología. 1938. *Yucatán. Mapa para el turista*. México.

<sup>32</sup> Mérida, Reyes Baeza a Gobernador, octubre 15, 1934; Un informe de la recién fundada (mayo de 1934) “oficina promotora del turismo” del Departamento de Educación Pública indica que carecía del presupuesto indispensable, el mismo que ascendía a “159.00 pesos”. Alojada en un mal local sufrió por la primera temporada de lluvias al punto que ‘las viguetillas, completamente podridas se derrumbaron’, AGY, IPE, 1925-1937, Sección Oficina de Turismo.

<sup>33</sup> Para corroborar esta coincidencia de intereses véanse oficios intercambiados de las Cámaras Nacionales de Comercio, funcionarios de Banco de México, autoridades de la Secretaría de Comunicaciones, empresarios cubanos, norteamericanos y mexicanos que insisten en la potencialidad de Yucatán y en que los desfavorables resultados del impulso al turismo se deben a la ‘falta de barcos’.

<sup>34</sup> Claro, otros puntos de interés cercanos estaban presentes en el gobierno estatal, como Labna, Zaiji, Kaba, Soltin y más cercanos a Mérida, Chacmulinú, Chimconah y Grutas de Sabacha, o de Izamal (Laberinto de Oxkinitoc y Grutas de Colcetoc), Valladolid (Celestún – Sisal, Dzilam, Puerto Telchak), Acanche – Tecoh, Ruinas de Mayapan.

Comité Ejecutivo de la Corporación Nacional de Turismo de la Habana y, a través de su representante, Miguel González Rodríguez, plantearían alternativas para el tráfico de automóviles; en lo que también parecía un intento de dar cauce al creciente parque automotriz cubano, así como alternativas para el turismo norteamericano que se pretendía captar ofreciendo circuitos que incluían a ésta isla.

Pese a la importante coordinación de esfuerzos, hasta mediados de los 30's no hay evidencia suficiente ni clara de que dichos proyectos hayan conocido una realización positiva. Así, funcionarios de la línea de vapores *New York and Cuba Mail Steamship Co*, comunicaban a sus pares del gobierno yucateco su disponibilidad para coordinarse con los organizadores de excursiones pero también para expresarles su insatisfacción al “participarles que todos los esfuerzos de los últimos años para fomentar el tráfico turístico de México a Yucatán no han producido los resultados que las personas interesadas y nosotros mismos hubiéramos deseado”<sup>35</sup>. De ninguna manera debería pensarse que estos esfuerzos habían iniciado tardíamente. Una década antes, Luis Montes de Oca, desde su posición como Ministro de Hacienda, había promovido la adquisición de buques comerciales capacitados para el traslado de pasajeros con las Líneas Nacionales de Navegación, para lo cual gestionó su construcción en los astilleros de Hamburgo. Infortunadamente, la mala situación económica y los escándalos ligados a la reciente compra del tren presidencial en Nueva York afectaron tal posibilidad posponiéndola sin que ninguna mejoría presupuestal hubiese permitido la búsqueda de alternativas a los inadecuados navíos que se ofrecieron en planes<sup>36</sup>.

Otro punto importante y de contraste lo aportan las –comparativamente- más nutridas excursiones de yucatecos a la capital de la república; un ejemplo podría ser la excursión que ocurrió en

---

<sup>35</sup> “y debido a los resultados poco satisfactorios... no creemos justifica el caso cambiar por completo nuestro itinerario para incluir Puerto Progreso como puerto de escala en los viajes con rumbo al norte de nuestros vapores en el servicio entre New York y Veracruz. Recientemente se hizo prueba por salida del vapor SIBONEY de Veracruz..., entendiéndose que se incluiría a Progreso como un puerto de escala si se podía obtener un mínimo de 75 pasajeros para el viaje. Desgraciadamente el promotor no pudo conseguir más de 20, y al fin decidieron usar el servicio de la línea nacional”, cfr, MC Campbell, NY and Cuba Mail Steamship Co, Foot of Wall Street a Germán Sosa Vázquez, 20 nov 1935. AGY, IPE, 1925-1937, Sección Oficina de Turismo.

<sup>36</sup> En diversos momentos de 1927 y 1928 el gobierno mexicano intentó comprar un barco en Alemania. También requirió planos y especificaciones para construirlo, el mismo estaría originalmente destinado a LNN. Sin embargo, los primeros resultados fueron infructuosos porque la mayoría de los que se ofrecieron eran de calados mayores a los que permitían, con su cargamento regular, la mayoría de los puertos de ambos litorales del país. Además, en sus combinaciones de espacio, precio y capacidad del pasaje no resultaron satisfactorios para las necesidades que se establecían.

diciembre de 1934 con motivo de las festividades por el ascenso a la presidencia del general Cárdenas<sup>37</sup>.

Resulta un tanto paradójico que las excursiones más voluminosas se hayan movido en sentido diametralmente contrario al deseado; pero ello no debiera extrañarnos pues se debía, en lo fundamental, al carácter incipiente de la industria y a las inversiones requeridas para adelantarla. De ahí que promotores y funcionarios continuaran coordinándose con el recientemente formado Departamento de Turismo federal y la Secretaría de Comunicaciones para que flotas de cabotaje como “Transportes Marítimos y Fluviales, de Veracruz” condujeran excursiones a Progreso, el principal puerto yucateco. Pensando en esta sustitución se describieron -como antes- circuitos (entre Tampico, Veracruz y Progreso) ambiciosos, pero la realidad continuó ofreciendo obstáculos y las personas que se transportaban entre Puerto Progreso (Yucatán) y Veracruz o Tampico, lo hacían predominantemente en los vapores del “Gremio Unido de Alijadores de Tampico” que ‘no servían al turismo por incómodos, insuficientes y no tener itinerario fijo’<sup>38</sup>. Para 1937, el interés de promotores norteamericanos y cubanos en organizar viajes de circuito en el área del Golfo de México empleando la nueva carretera *Panamericana* se hizo evidente<sup>39</sup>, sin embargo los problemas de mediados de los años 20’s apenas se habían modificado. Así, ése año Charles Upham, miembro importante de la American Road Builders Association (ARBA), preparó una Convención cuyo objetivo central era organizar tours y cruceros entre La Habana, Veracruz y la Ciudad de México, en aquélla se tocó ampliamente el problema citado. De ahí que resultara frustrante enterarse que las empresas marítimas de New York no se interesaban por los flujos potenciales de la industria. Lo hacían por una dificultad propia de recursos o por la inmadurez de un mercado que obviamente sabían que, por su naturaleza, requería grandes cantidades de inversión. Tampoco era alentador que la incapacidad del personal de la Compañía de Transportes Marítimos y Fluviales fuera otro obstáculo para atender la demanda de promotores y funcionarios<sup>40</sup>.

Cabe observar un ejemplo relativo a los problemas y alternativas que se ofrecían en la coyuntura. Este se ilustra con la actividad de Fernando Barbachano Ponce, propietario de la promotora

---

<sup>37</sup> Incluyó al menos a 68 excursionistas y dejó utilidades a sus organizadores; como solía ocurrir a la excursión se le dio un título, ‘Mensajeros de Acercamiento Nacional’.

<sup>38</sup> Mérida, Reyes Baeza a Gobernador, octubre 15, 1934, AGY, IPE, 1925-1937, Sección Oficina de Turismo.

<sup>39</sup> William Harrison Furlong, U.S.A, Representante de National Highway Direction, San Antonio, Texas, mantenía contacto con diversos funcionarios y empresarios mexicano y participó en la revisión de la construcción de extensiones de caminos nacionales Cd. de México a Guatemala. Así como viajes combinados (barco y automóvil) New York – Veracruz - Ciudad de México - Nuevo Laredo. En poco tiempo participó de la idea de desarrollar otros circuitos atractivos en los que destacadamente se incluía Yucatán y Cuba.

<sup>40</sup> Diversas denuncias de este problema aparecieron en abril de 1937 tanto en medios impresos como en la correspondencia de los nuevos empresarios del ramo.

“Mayaland Tours” y socio –con sus familiares - de la “Pan American Tours”. Barbachano mantenía relaciones de amistad con Montes de Oca, entonces director de la AMA y del Banco de México. Montes de Oca era ampliamente reconocido por su conocimiento del sector turístico y por su interés en el desarrollo yucateco. Sería a él, a quien Barbachano solicitaría insistentemente su intercesión ante las empresas navieras para trazar rutas regulares de pasajeros hacia la península. No obstante que compartía sus preocupaciones y había buscado como atenderlas, Montes de Oca le recordaría la enorme cantidad de deficiencias de la “empresa” Transportes Marítimos y Fluviales, de Veracruz. Eran de tal grado que Montes de Oca concluyó que posiblemente representaría “inconvenientes tales, que más que fomentar el turismo sería motivo para alejarlo de la Península”<sup>41</sup>. Y agregó que su opinión era compartida por la Secretaría de Comunicaciones.

No es improbable que de la consciencia de estas dificultades Barbachano haya tenido la idea de fundar la “Pan American Tours”. Al final de 1937, él pensaba que podría cubrir un servicio necesario para el medio oeste norteamericano e incluso para zonas del noroeste. Su expectativa se fundaba en que “la carretera México-Laredo es una fuerte atracción” para una creciente población norteamericana. Sin embargo, una atracción ante la cual se frenaban no solo por las distancias sino por el desconocimiento de servicios, las seguridades que podían ofrecerse, etc. De ahí que le hubiese sido relativamente fácil, con su experiencia previa, obtener contratos con la casa Thos Cook & Son, así como con la aún incipiente American Express, que veían con gran interés el deseo de expandir sus servicios con socios mexicanos.

Es una asignatura pendiente sistematizar los fragmentarios conocimientos que se pudieran recabar de empresarios como Barbachano. Sin embargo, hay que subrayar que personajes dinámicos, como él, que intentaban conectar a sus propias regiones de origen con flujos de población norteamericana recibieron como un balde de agua helada la coyuntura de 1938. Si se mide solamente por la crisis diplomática que desató la expropiación petrolera de marzo (a la que siguió una campaña negra y de boicots desde Estados Unidos), ésta incluso podría haber parecido una coyuntura corta. Sin embargo, las circunstancias locales de Yucatán eran mucho más complicadas. A partir de la denominada “cruzada del Mayab”, esto es, del amplio reparto agrario cardenista que afectó las haciendas henequeneras durante 1936, en la península sobrevino una importante agitación política. De manera que la potencialidad del enclave caribeño se redujo considerablemente y lo haría aún más luego de que se hiciera inminente del inicio de la guerra en Europa.

---

<sup>41</sup> Para la misiva de Barbachano y la respuesta de Montes de Oca, véanse, docs. 28228 y 28279, abril de 1937, en CEHM-CARSO, CMLXXV.

El caso de la península yucateca (a la postre el más importante destino turístico mexicano) resultó ser tardío dado su enorme potencial y cambió de centro a una ciudad nueva, Cancún (creada en los años setenta gracias a esfuerzos federales). El freno más importante para su desarrollo temprano fue la dificultad para conectar marítimamente a Puerto Progreso (apenas 20 kilómetros distante de la ciudad de Mérida, capital de Yucatán) con los puertos del golfo de México, de Cuba y de los norteamericanos, así como la falta de infraestructura hotelera y la baja rentabilidad que registraba el propósito para las navieras norteamericanas. Evidenció también que las sociedades más interesadas en desarrollar estos polos, la AMA y la ARBA, no estaban interesadas en distraer sus recursos – mucho más orientados a la comunicación terrestre- en generar opciones de comunicación naval.

### **Unos comentarios finales**

Pese a inicios inciertos y deformaciones institucionales que han favorecido la concentración de empresas vinculadas a la promoción turística, México avanzó hasta constituirse como un destino turístico de nivel mundial en los años ochenta y noventa del siglo pasado. El impulso decisivo ocurrió con Cancún como nuevo eje del polo caribeño mexicano. Sin embargo, su novedad es muy relativa pues, como se ha demostrado, el interés por impulsar turísticamente a la región corresponde a una etapa bastante temprana que se ha diluido del imaginario mexicano.

No obstante las expectativas halagüeñas que existían en los años 90's, para el mediano plazo no resulta claro que México pueda consolidar su posición como primer destino turístico de Latinoamérica durante la segunda década del siglo XXI. En una medida importante ello será atribuible al estrepitoso fracaso del “gobierno” calderonista (2006-2012), cuyas consecuencias continuarán observándose algunos lustros más. Aunque hemos enfatizado ese fracaso debe anotarse que hacia los 1990's, los principales polos de atracción mexicanos habían entrado o estaban por ingresar a su ciclo de madurez y ya se exploraban nuevos destinos. Notoriamente eso pasaba con el Caribe mexicano y los puertos tradicionales de Veracruz, Acapulco y el sur de la península de Baja California (La Paz y Los Cabos). Este ensayo ha abordado los flujos turísticos de tipo más convencional pero es ampliamente sabido que hacia los 90's y participando de importantes cambios internacionales, México ya conocía importantes distorsiones en esta industria; formas de turismo sexual, del vinculado al consumo de sustancias sicotrópicas, a la exportación de animales en peligro de extinción, la compra de bienes arqueológicos, etc. Formas, desde luego, ampliamente conocidas en el pasado, pero que alcanzaron en esa década una densidad más “agresiva” por diversas causas nacionales e internacionales. Si bien el presente ensayo no analizó estos tipos sí ha analizado la hipótesis de que el desconocimiento de la evolución histórica de la industria ha sido muy gravoso y,

en principio, lo ha sido para la industria misma; desde luego, en investigaciones más recientes estas distorsiones y efectos perniciosos han pasado a ocupar un lugar más importante pero siguen faltando estudios más sistemáticos y propuestas de control más asertivas. No es exagerado concluir que el Estado mexicano no ha sido eficiente para lograr un desarrollo positivo y sustentable de sector, pese a haber empleado importantes ingresos fiscales, a estar obligado a tutelar los derechos de los trabajadores y de haber invertido –en el largo plazo- muy cuantiosos recursos para impulsarlo.

Los promisorios avances en el posicionamiento turístico del país durante los años 70's y 80's, adolecían de debilidades asociadas con las distorsiones que se enraizaron en los 50's. Estas terminaron con el primer ciclo de impulso temprano (años 20's), cuando muchos empresarios y militares convertidos en funcionarios estatales buscaron desarrollar la potencialidad turística del país con el objetivo de crear negocios privados rentables y fuentes de empleo estables. La incursión de antiguos militares revolucionarios en el mundo de los negocios propició la formación de grupos dominantes en diversos sectores económicos, pero en la naciente industria turística apenas existían esbozos de predominio de estos personajes en algunos puntos del país; siendo probablemente los casos más destacados el de Juan Andrew Almazán en el puerto de Acapulco y el de Abelardo Rodríguez en Tijuana. El final de los 30's, cuando comenzaba a consolidarse un mercado turístico interno sobrevino el corte abrupto de la expropiación petrolera y las consecuencias de la segunda guerra mundial. Al final de este ciclo serían políticos empresarios (y en menor medida generales empresarios) los que tomarían las riendas de la industria, destacando el caso de Miguel Alemán quien dio un segundo y nuevo impulso al puerto de Acapulco convirtiéndolo en los años 50 y 60 como el principal destino internacional mexicano.

Los años 60's, precisamente cuando el turismo de masas cobraba más fuerza, facilitaron que se asentara una visión donde la deformación original – confusión de funciones entre agentes y reguladores- aparecía como un fruto general del subdesarrollo. Mientras que la buena marcha de la “industria sin chimeneas” era presentada como otra “actividad complementaria” de las “políticas desarrollistas”. Una actividad que se justificaba por su capacidad para ‘generar divisas, empleos y, ayudar a equilibrar la balanza comercial’. En contraste, la distinta argumentación y periodización que proponemos recupera un momento que se planteó los problemas de desarrollo del turismo de un modo bastante serio. Nos parece que la temprana maduración de los años 40's no puede explicarse sin el proceso previo que se gestaba desde mediados de los años 20's. Durante este periodo se buscaron todo tipo de alternativas incluyendo formas cooperativas y coordinando el empuje de empresarios y promotores locales se lograrían avances pero también se conocieron importantes

fracasos, ligados –sobre todo- a coyunturas específicas que impidieron una consolidación más temprana.

Un caso de importantes contrastes que sin duda ilustra los intereses tempranos por generar un polo de atracción turística es el del Caribe mexicano y especialmente Yucatán. Ahí, la debacle de la producción henequenera (provocada por el derrumbe de sus precios), las múltiples ligas con intereses norteamericanos y cubanos predispuso una amplia búsqueda de alternativas para el crecimiento de la economía regional. La riqueza de su vegetación y clima, así como el misterio que envolvía sus aún poco explorados sitios arqueológicos planteó la posibilidad de su explotación turística. Pero, no obstante el empuje de los actores locales, nacionales y extranjeros el experimento no cobraría realidad rápidamente, incluso durante los 40's - 60's, pues las reconversiones de las actividades económicas yucatecas se dirigieron a la explotación del chicle, maderas preciosas, etc., más acordes con las concepciones desarrollistas de esas décadas. El sur y centro del estado de Quintana Roo también participaron activamente en esas actividades, pero ya hacia el final de los 60's los recursos mostraron una declinación que se combinaba con aumentos de las poblaciones nativas demandando más empleo. Tendría un toque de ironía que para desarrollar zonas turísticas se debieran expropiar los ejidos que en los años 30's se plantearon como la alternativa económica principal. De fondo el asunto era ilegal, así que para resolver el entuerto se reformó el artículo 112 de la Nueva Ley Federal de la Reforma Agraria, considerando al turismo como un caso de utilidad pública y permitiendo que los fideicomisos ejidales reciban fondos del Fondo Nacional de Fomento Ejidal por sus tierras expropiadas las utilidades.

En otra ironía sobre el modo como se desarrolló el turismo peninsular, el principal sitio de interés arqueológico, la ciudad maya de Chi Chen Itzá, continuaba siendo una propiedad privada hasta fechas muy recientes (2010). Yucatán podía evocar a Egipto, pero la imagen que sugería la metáfora también guardaba muchos equívocos.

### **Fuentes documentales**

**CEH-CARSO, Fondo CMLXXV:** Centro de Estudios Históricos CARSO, Fondo Luis Montes de Oca

**AGY:** Archivo General de Yucatán

**Bibliografía y hemerografía**

José Rogelio Álvarez. “El Turismo”, en *México. Cincuenta años de revolución*. V.A., México, Fondo de Cultura Económica, 1960.

Luis Anaya Merchant. *El Banco de México y la economía cardenista. Reglas monetarias y cambio institucional*. México, UAEM-M.A. Porrúa, 2011.

Luis Anaya Merchant. “Guerra, automóviles y carreteras. La influencia norteamericana y el mercado automotriz mexicano en la ‘reconstrucción’ postrevolucionaria”, *Boletín* (73), FAPECFT, 2013.

Arnold Channing y Frederick Frost. *The American Egypt: a record of travel in Yucatan, 1908*. Doubleday.

Gobierno de los EEUM, 5º Informe de gobierno”, 2011

José Alfredo Gómez Estrada. *Lealtades divididas: camarillas y poder en México, 1913-1932*. México, Instituto Mora-UABJ, 2013.

José Alfredo Gómez Estrada. *Gobierno y casinos: el origen de la riqueza de Abelardo L. Rodríguez*. México, Instituto Mora-UABJ, 2007.

Guido Gómez de Silva, *Diccionario de Mexicanismos*. Fondo de Cultura Económica, México, 2001.

Ben Fallaw. *Cárdenas compromised. The failure of reform in postrevolutionary Yucatán*. Duke University Press. Durham, 2001.

Salvador Novo. *Historia de la aviación*,

Miguel Torruco Marqués. *El Turismo, la Industria de la Esperanza*. Fundación Miguel Alemán Valdés. México, 1999

Organización Mundial del Turismo  
[http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/publications/turismo\\_iberoamerica\\_10\\_sp.pdf](http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/publications/turismo_iberoamerica_10_sp.pdf)

Secretaría de Agricultura y Fomento, Dirección de Geografía, Meteorología e Hidrología. *Yucatán. Mapa para el turista*. México, 1938.

Secretaría de Turismo,  
México [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect\\_Antecedentes\\_Historicos\\_de\\_la\\_Secretaria\\_de\\_T](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Antecedentes_Historicos_de_la_Secretaria_de_T)

[http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Estudios\\_y\\_Opiniones](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Estudios_y_Opiniones).

<http://www.sinembargo.mx/01-06-2013/639146>