



ANALES DE ANTROPOLOGÍA



Anales de Antropología 57-2 (julio-diciembre 2023): 11-27

www.revistas.unam.mx/index.php/antropologia

Artículo

Los inicios del turismo en México durante la segunda mitad del siglo XIX y el Porfiriato a través de la prensa

The Beginnings of Tourism in Mexico During the Second Half of the 19th Century and the Porfiriato Period Through the Press

María Magdalena Pérez Alfaro*

*Instituto Nacional de Antropología e Historia, Dirección de Estudios Históricos,
Ignacio Allende 172, Tlalpan Centro I, Alc. Tlalpan, C.P. 14000, Ciudad de México, México.*

Recibido el 19 de enero de 2023; aceptado el 14 de abril de 2023.

Resumen

Este trabajo busca ofrecer una aproximación a los inicios del turismo en México, teniendo como fuente principal la prensa publicada en el periodo que va de la segunda mitad del siglo XIX al fin del porfiriato. El objetivo es analizar los indicios que ofrece esta fuente primaria para conocer la manera en que se desarrolló el viaje turístico en nuestro país desde su “llegada” hasta su adopción por la élite porfiriana. También se recuperan las evidencias del establecimiento de comercios, servicios, transportes y actividades lucrativas asociados al turismo que permiten afirmar que, a partir de la década de 1880, comenzó a desarrollarse una incipiente industria turística en nuestro país.

Palabras clave: turistas; prácticas turísticas; industria del turismo; porfiriato.

Keywords: tourist; tourist practices; tourism industry; porfiriato.

Abstract

This work is an approximation to the beginnings of Tourism in Mexico in XIX century and porfiriato. Their sources are the nineteenth-century press published in the period. Mexican newspapers, published between the years 1850-1910. The objective of this work is to analyze the clues in the primary sources to know the way in which the tourist trip developed in our country from its “arrival” until its adoption by the Porfirian elite. In this paper we also recover some evidences of bussines, services, transport and lucrative activities associated with Tourism to affirm there was already an incipient Tourism industry in our country in the Porfirian era.

Introducción

Respecto a los orígenes del turismo en México existen diferentes puntos de vista. Algunos autores han realizado investigaciones sobre el periodo Posrevolucionario durante el cual se comenzaron a emitir leyes, se fundaron instituciones y se impulsó el desarrollo de una industria turística nacional bajo el control del Estado, con gran participación de la iniciativa privada (Saragoza 2001; Berger 2006; Merrill 2009; Mercado 2018; Jolly 2018; Ettinger 2020). Ello ha contribuido a corregir la añeja

idea de que la historia del turismo en México dio inicio en la década de 1940. No obstante, otros investigadores han comenzado a desvelar también el panorama previo a la revolución, particularmente a través de estudios de caso en regiones como Tijuana, Michoacán, Querétaro y Guanajuato (Mostkoff 1999; Ettinger 2013; Occhipinti 2014; García 2015; Guadiana 2017; Martínez 2017; Vidaurri 2018; Díaz 2019; Mercado 2021).

Ante tal panorama historiográfico, el objetivo de la presente investigación fue indagar, a través de la prensa mexicana, la presencia de turistas en México y sus prác-

* Correo electrónico: magdalena_perez@inah.gob.mx

ticas, así como el proceso de difusión del turismo durante el siglo XIX y el porfiriato, con el fin de abonar a la comprensión de sus orígenes en nuestro país. En principio, se seleccionó el siglo XIX porque, como indica la historiografía mundial (Fernández 1991; Byrne 1997; Smith *et al.* 1998; Elsner 1999; Zuelow 2015; D'Eramo 2020), fue precisamente durante dicha centuria cuando el turismo se consolidó como una práctica de viaje relacionada con el disfrute, haciéndose cada vez más popular en Europa y expandiéndose hacia el resto del mundo gracias a los avances tecnológicos del capitalismo industrial y las transformaciones socio-culturales de la modernidad capitalista. No obstante, los resultados de la investigación hemerográfica permitieron delimitar un periodo más acotado para la historia del turismo en México por la ausencia de publicaciones sobre el tema en la prensa mexicana durante la primera mitad del siglo XIX. Por otra parte, se optó por incluir la primera década del siglo XX debido a que el desarrollo del turismo decimonónico se puede entender como un *continuum* durante el porfiriato, de manera que la investigación hemerográfica se delimitó hasta 1911 para incluir un ciclo histórico que se cerró al finalizar el gobierno de Porfirio Díaz.

El artículo está organizado en tres apartados: primero se exponen algunas premisas para comprender la consolidación del turismo mundial como práctica social y como industria durante el siglo XIX, en el segundo apartado se presentan las aportaciones de la historiografía que ha estudiado el turismo en México en el mismo periodo, en el tercer apartado se exponen los resultados de la investigación histórica a través de la prensa mexicana que publicó notas sobre el tema entre 1852 y 1911.

La consolidación del turismo como práctica social y como industria durante el siglo XIX

Para comprender el desarrollo del turismo en el México decimonónico es preciso situarlo en el contexto más amplio de la historia del turismo mundial. Existe un consenso en la historiografía que refiere el *Grand Tour* como su antecedente más inmediato; se trataba de una travesía de ida y vuelta que, desde el siglo XVI, realizaban los jóvenes miembros de la aristocracia europea. Al viajar por las principales ciudades de los antiguos imperios griego y romano, el denominado *tourista* vivía un periodo de formación pedagógica que lo dotaba de prestigio y de conocimientos históricos, políticos, comerciales y culturales, además le permitía establecer vínculos con otros miembros de la élite, por lo que este tipo de viaje se convirtió en un modelo de formación para los jóvenes herederos de las clases gobernantes (D'Eramo 2000: 25).

De acuerdo con los estudiosos del tema, paulatinamente el *Grand Tour* evolucionó hacia el turismo por diversos factores, uno muy importante fue la ampliación, en el siglo XIX, de los sectores sociales que hicieron suya la práctica de viajar sin propósitos militares, diplomáticos o comerciales (Fernández 1991; MacCannell 2003; Byrne

2007; D'Eramo 2020), es decir, viajar con fines de salud, cultura o esparcimiento se convirtió en una práctica social deseable e imitable, lo que propició su reproducción entre las clases altas comerciales, profesionales e industriales. La historiadora Ana Moreno señala que fue en Europa, durante aquella centuria:

en plena consolidación de la industrialización, cuando las prácticas turísticas empezaron a generalizarse y a mover a miles de europeos. Esas prácticas estaban vinculadas al descanso, la salud y el conocimiento, y adoptaron la forma del termalismo, el excursionismo, los baños de ola de playas frías o los viajes de formación como el *Gran Tour* de las elites británicas (Moreno 2012: 112).

Otro factor que contribuyó a la paulatina consolidación del turismo como práctica social fue la creación de las primeras agencias que facilitaron el viaje organizado como un producto de consumo disponible para un mayor número de personas, entre ellas la legendaria Thomas Cook & Son (Smith 1998). Este proceso tuvo como escenario principal Europa occidental, por lo que el viaje turístico, en principio, fue una práctica de las elites del viejo continente que la propagaron al resto del mundo. Algunos estudiosos señalan que el turismo es también una manifestación del imperialismo, ya que los procesos de colonización durante el siglo XIX fueron más allá de las guerras, invasiones y anexión de territorios, pues tuvieron una faceta cultural e ideológica expresada a través de los medios de comunicación y de la literatura de viajes que divulgaron la mirada del turista proveniente de las naciones más poderosas con respecto a los países con menor desarrollo (Merrill 2009; Ruiz 2012).

Hay que enfatizar el hecho de que, aunque el número de turistas en el mundo occidental se multiplicó a lo largo del siglo XIX, el viaje turístico continuó siendo una práctica casi exclusiva de las clases altas hasta bien entrado el siglo XX.¹ También hay que tomar en cuenta los estudios del turismo en países como España, los cuales señalan que la cantidad de turistas extranjeros en regiones industrialmente atrasadas fue reducida durante el mismo periodo, en comparación con los datos que se conocen de países como Italia, Austria, Francia e Inglaterra (Martínez 1997; Gaviñelli y Sánchez 2018; Moreno 2015; Vallejo *et al.* 2018).

Durante el siglo XIX, las elites locales de distintos sitios en América, Asia y África también adoptaron el turismo como un modelo a seguir (Mackintosh 2019). En el caso de América, no obstante, hubo una diferencia notable en el número de turistas y la ampliación de servicios para sus necesidades de consumo en Estados Unidos en comparación con Latinoamérica. En ese país, la cantidad de turistas

¹ La masificación del turismo, entendida como la realización del viaje turístico por millones de personas, corresponde a una segunda etapa del proceso de industrialización, así como a la ampliación de los derechos laborales que permitieron viajar por placer en uso de su tiempo libre a un mayor número de personas, incluida la clase trabajadora, hacia la segunda mitad del siglo XX.

aumentó considerablemente tras el fin de la guerra de Secesión, lo que redundó en el crecimiento de una industria local, al mismo tiempo que el turista estadounidense se convertía en uno de los principales consumidores de viajes por placer en el resto del continente, proceso que ha sido analizado como una expresión sociocultural del imperialismo norteamericano (Aron 1999; Gassan 2008; Cox 2012; Clark 2016). Por otra parte, las referencias sobre los primeros turistas en Latinoamérica corresponden al arribo de extranjeros, europeos o estadounidenses. Es a ese público al que se buscó atraer y para el cual se implementaron proyectos de inversión y promoción turística en los países menos desarrollados (Mostkoff 1999; Cunha y Campodónico 2005; Boardman 2010; Ward 2014; Booth 2018).

Paradójicamente, la expansión del viaje turístico durante el siglo XIX propició que el concepto *turista* se comenzara a utilizar para calificar peyorativamente al creciente número de visitantes que llegaba a las ciudades más importantes del viejo continente. De acuerdo con Alondra Durán:

Fue en este periodo, precisamente, cuando se estableció la diferencia entre viajero y turista, pues, si los largos derroteros de los primeros solían incluir una buena dosis de improvisación y descubrimiento, los segundos se limitaban a instalarse lo más cómodamente que podían en balnearios, villas junto al mar y otros refugios que les brindarían, por cortas temporadas, la mayor cantidad y calidad posible de servicios. Igualmente, si antes de la modernización de los transportes los viajes eran exclusivos de una elite que veía en el placer de viajar su desarrollo intelectual como individuos, los turistas eran el producto de los avances tecnológicos y de la comercialización de los viajes (Durán 2017: 64).

En el último cuarto de siglo, la creciente corriente turística también atrajo a algunos latinoamericanos que se trasladaron a Europa para vivir la experiencia del viaje turístico descrito en los relatos de prensa, memorias y guías que se comenzaron a difundir con mucho éxito por los países hispanoamericanos, ya que, como señala Leonor García Millé: “Europa a finales del siglo XIX era un centro turístico por excelencia, un mundo que Rubén Darío describía como invadido por japoneses con sus kodaks, inglesas con sus guías turísticas y artesanos italianos que ofrecían sus productos con letreros en inglés” (García 2017: 45). Para la primera década del siglo XX, el turismo en Europa se había convertido en una actividad lucrativa, lo cual llamaba la atención de la prensa mexicana. Por ejemplo, el periódico *El Tiempo. Diario católico*, dirigido por Victoriano Agüeros, reprodujo una estadística publicada en 1907 por el gobierno francés sobre la derrama económica del turismo europeo:

durante los meses de verano visitan Suiza tres millones de viajeros [...] Por la “Côte d’Azur”, Riviera e Italia desfilan al año dos y medio millones de turistas, beneficiando a dichas regiones en más de 300 millones de francos. París recibe anualmente unos 900,000 extranjeros o provincianos; Londres 600,000; Berlín 500,000 y Viena 150,000; aportando a la riqueza de dichas capitales la cifra anual de 225 millones de francos. Pero los que batan el “récord” del turismo son las grandes estaciones balnearias y termas. Solamente las de Europa se reparten todos los años de 12 a 14 millones de bañistas o agüistas, significando esto una ganancia de 800 millones de francos.²

Hasta este punto se ha enfatizado la hipótesis de la historiografía que señala que la adopción del viaje turístico por un mayor número de personas es uno de los factores determinantes para comprender su consolidación como práctica social y como industria durante el siglo XIX. No obstante, otra hipótesis significativa señala que el turismo nace y se desarrolla inserto en los procesos de industrialización capitalista y de constitución de los Estados nación modernos. Una transformación fundamental que trajo consigo la revolución industrial fue la del mundo laboral que, de acuerdo con John Urry, propició el surgimiento de la noción moderna de “tiempo libre” en relación directa con “el tiempo de trabajo” (Urry 2018), dando nuevas acepciones al concepto de ocio y resignificando los usos del tiempo libre. El historiador Eduard P. Thompson, señaló que de esta transformación del capitalismo surgió la valoración del tiempo como mercancía y comenzó su explotación por las industrias del ocio (Thompson 1984: 291). Por otra parte, Dean MacCannell destaca que la era industrial generó un nuevo periodo de acumulación de capital del cual surgió la que denomina “clase ociosa”, es decir, aquella que dispone de tiempo y recursos para viajar y que busca constantemente nuevas experiencias para “escapar” de su cotidianidad en lugares de esparcimiento y descanso alejados de la ciudad industrial (MacCannell 2003). Además, la industrialización y la competencia imperialista impulsaron la búsqueda de mayor eficiencia y menor coste en las comunicaciones y transportes, lo que facilitó la movilidad de un volumen más grande de mercancías y personas por el mundo. Así, la introducción del ferrocarril y el perfeccionamiento de los barcos de vapor fueron decisivos para conectar poblaciones y transportar un más amplio número de viajeros.

La modernidad capitalista trajo consigo transformaciones en la subjetividad, por lo que la popularización del viaje turístico en el siglo XIX se debe también a que éste se convirtió en un símbolo de estatus, en palabras de John Urry: “ser turista es una de las características de la experiencia moderna” (Urry 2018). Al turista decimonónico se le identificaba con el “hombre moderno” por su capa-

² “El Turismo en el extranjero”, *El Tiempo*, 26 septiembre 1907.

ciudad adquisitiva para viajar por placer, el prestigio que dotaba el viaje a sitios distintos del lugar de residencia, la realización de actividades relacionadas con el ocio y la cultura, así como su “espíritu aventurero” y ánimo curioso. Asimismo, el turismo decimonónico se expandió estrechamente vinculado con la naciente cultura de consumo que trajo consigo el capitalismo industrial, ya que, al crecer la demanda de viajes turísticos, creció también el número de productos y servicios relacionados (Vallejo *et al.* 2017).

Respecto a la relación del turismo con la conformación de los Estados nación modernos, fue a partir del siglo XIX cuando, de acuerdo con Joan Buades, la industria turística se constituyó en parte intrínseca del modelo de industrialización al propiciar la construcción de infraestructura y la generación de negocios, servicios y trabajo especializado, incluidos los relacionados con la educación y la cultura, indispensables para toda nación que aspirara a integrarse a la modernidad (Buades 1996). Asimismo, el turismo contribuyó a la conformación de las identidades nacionales a través de la creación y difusión de tópicos sobre la población, su cultura y costumbres, la construcción de la historia patria y la definición de los usos del patrimonio cultural y natural, de manera que, en palabras de Margarita Díaz Andreu: “el turismo es uno más de los medios de propaganda del Estado-nación” (Díaz-Andreu 2014: 12). En las naciones con patrimonio arqueológico, desde finales del siglo XIX, el Estado realizó una creciente inversión “en la restauración de monumentos, apertura de museos y la generación de una serie de oficinas para gestionar todo lo referente a los restos del pasado”, con el fin de favorecer su resguardo y protección, pero también para el disfrute de los turistas (Díaz-Andreu 2014: 18); de manera que la relación del turismo con el patrimonio cultural tiene su origen en la construcción de los Estados nación decimonónicos. Lo mismo ocurrió con respecto al territorio y su diversidad biológica, ya que el Estado buscó racionalizar su explotación y delimitar los usos sociales de la naturaleza, de donde surgió el interés por la creación de parques nacionales y reservas naturales, algunos de los cuales se destinaron, desde finales del siglo XIX, a actividades recreativas y turísticas (Bahía de Aguiar *et al.* 2013). En suma, el turismo se consolidó como práctica y como naciente industria durante el siglo XIX, al ser parte de los procesos de transformación que trajeron consigo el capitalismo industrial, la cultura de la modernidad y la constitución de los Estados nación modernos.

Viajeros, turistas y la historiografía sobre el turismo en México durante el siglo XIX

La pregunta inicial que motivó la presente investigación es: si el turismo en Europa estaba en auge en el siglo XIX, ¿desde cuándo ha habido presencia del sujeto “turista” en México? Para responderla, es preciso recordar que, a partir del siglo XVI, como consecuencia de los procesos de conquista y colonización, se inició un flujo

ininterrumpido de viajeros hacia nuestro país, por lo que, desde entonces, se convirtió en destino de visitantes extranjeros. Asimismo, desde la segunda mitad del siglo XVIII, el movimiento ilustrado promovió el viaje como elemento indispensable en la educación de la nobleza y de la clase gobernante e impulsó la realización de expediciones con la finalidad de recopilar el mayor número posible de informaciones útiles para la ciencia y el ejercicio del gobierno al servicio de las potencias imperialistas (Rújula 2021); ello favoreció un auge de exploraciones en México con finalidades políticas, económicas, científico-naturalistas, artísticas, histórico-arqueológicas y literario-sociológicas, con su respectiva expresión escrita en la llamada literatura de viajes.³

En el siglo XIX, pese a los vaivenes políticos y las constantes crisis económicas del México independiente, el flujo de visitantes no se interrumpió, como se puede observar en las memorias de viaje, los diarios de exploraciones y la literatura costumbrista que refieren una heterogénea tipología de viajeros en nuestro país. Obras como *Notas sobre México* (1824), del diplomático Joel Roberts Poinsett; el *Ensayo político sobre el reino de la Nueva España* (1827), de Alexander von Humboldt y *La vida en México durante una residencia de dos años en ese país* (1843), de Frances Erskine Inglis (Madame Calderón de la Barca), por mencionar únicamente las más conocidas, se utilizaron también como guías de viaje para el público extranjero y, especialmente la obra de Humboldt, se convirtieron en referentes básicos para visitar el territorio nacional a partir de las rutas y sitios señalados por estos personajes.

La presencia de viajeros en territorio novohispano/mexicano desde el periodo Colonial y durante el México independiente da cuenta de que el viaje turístico decimonónico no fue el primero ni el único tipo de viaje que se practicó, y de que el interés de la aristocracia y la burguesía europea o estadounidense por conocer este territorio es una historia de larga duración. No obstante, ante la diversidad de tipos de viajeros surge la pregunta: ¿cuándo llegaron a México los primeros turistas?

De acuerdo con la escasa, pero significativa historiografía que se ha escrito sobre el tema, se pueden rastrear evidencias del creciente interés por visitar México a partir de la cuarta década del siglo XIX. Por ejemplo, Andrea Boardman da cuenta en sus investigaciones de cómo a partir de la guerra contra Estados Unidos, un buen número de militares y hombres de negocios estadounidenses se dedicó a conocer nuestro país en su tiempo libre, con las inquietudes y prejuicios del turista que considera su cultura y raza superiores, pero al mismo tiempo con interés y asombro de lo que iban “descubriendo” en su camino. Sus relatos de viaje y sugerencias para el público estadounidense se difundieron ampliamente en la prensa del vecino país, promoviendo así nuevos viajes hacia México (Boardman 2010). Por su parte, Aída Mostkoff,

³ Esta clasificación la he tomado de Morales Moya (1984), “El viaje ilustrado”, *Estudios Turísticos*, (83): 31-32.

propuso en su tesis doctoral que algunos de los visitantes extranjeros, llegados a nuestro país desde las primeras décadas de vida independiente, se convirtieron en turistas en la práctica, pues los objetivos comerciales, políticos, económicos, militares o científicos de su estancia temporal se combinaron en muchas ocasiones con el interés cultural, la “aventura” y la mera curiosidad por conocer México durante sus tiempos de ocio (Mostkoff 1999).

De acuerdo con otras obras historiográficas, es hacia el último cuarto del siglo XIX cuando ya se puede documentar la presencia de sujetos identificados como turistas en las fuentes de la época. Por ejemplo, Lawrence Taylor (2002) Pablo Guadiana (2017) y Alberto Díaz (2019) documentaron la transformación de Tijuana en el primer destino masivo del turismo estadounidense, a partir del establecimiento de hoteles, negocios de entretenimiento y salud, así como una red de comercios y transportes principalmente dirigidos al turista extranjero. Del mismo modo, Catherine Ettinger (2013), Eder García (2015), José Manuel Martínez (2017) y Eugenio Mercado (2021) han rastreado la evolución del turismo en Michoacán gracias al análisis de prensa, publicidad turística, guías y memorias de viaje, donde se puede apreciar que localidades como Morelia y Pátzcuaro fueron sitios de interés para el visitante extranjero en la segunda mitad del siglo XIX, lo que derivó en un significativo crecimiento de la infraestructura de servicios y transporte turístico, especialmente después de la llegada del ferrocarril a la entidad en 1880.

Para la ciudad de Querétaro, Donatella Occhipinti (2014) documentó las acciones que el gobierno estatal llevó a cabo a partir de 1882, cuando arribó el ferrocarril a la capital. Entre ellas la realización de una feria regional y de las fiestas decembrinas, para promover la visita de turistas nacionales y extranjeros, así como activar la economía local. En el caso de Guanajuato, José Eduardo Vidaurre y Rafael Guerrero (2018) señalaron que la ciudad colonial, de importancia estratégica por el desarrollo de la minería, fue lugar de interés para numerosos viajeros desde finales del siglo XVII y tuvo un periodo de auge turístico durante el porfiriato, como consta en guías de turistas y forasteros.

De los trabajos mencionados, se observa que sólo dos autoras, Boardman y Mostkoff, documentaron la existencia de viajeros que ya se podrían considerar turistas hacia finales de la década de 1840, mientras que los demás estudiosos argumentan que el desarrollo turístico en las localidades estudiadas se dio fundamentalmente durante el último cuarto del siglo XIX. Teniendo en cuenta este panorama, se acudió a consultar la prensa mexicana para conocer qué nos dice esta fuente sobre el proceso de difusión del turismo en México.

Los inicios del turismo a través de la prensa decimonónica y del porfiriato

A continuación, se presentan los resultados de la pesquisa en la prensa mexicana alojada en la Hemeroteca

Nacional Digital de México (HNDM), a través de la cual se procuró observar la manera en que ésta dio cuenta de los inicios y el desarrollo del turismo durante el siglo XIX y el porfiriato. La HNDM cuenta con una herramienta de búsqueda avanzada (metabusador), la cual se utilizó para identificar los textos que contuvieran las palabras turista y turismo. En un primer momento se intentó rastrear publicaciones de todo el siglo XIX, objetivo que fue descartado rápidamente porque no se encontraron periódicos o revistas de la primera mitad de dicha centuria donde se mencionara alguno de los dos vocablos. En una segunda búsqueda, delimitada entre los años 1850 y 1911, el sistema arrojó 1587 registros de la palabra turista y 272 de la palabra turismo; sin embargo, al revisar cada una de las publicaciones, se encontraron algunos errores del sistema de reconocimiento de texto, por ejemplo, ciertos registros contenían las palabras “caricaturista” o “militarismo”. Aunque esto ocurrió en pocos casos, hay que advertir que las cifras deben tomarse con precaución. La figura 1 se presenta una panorámica de los resultados de la investigación.

Como se muestra en la gráfica (figura 1), hasta la década de 1870 fueron escasas las menciones de las palabras turista en la prensa y prácticamente nulas de turismo, mientras que a partir de entonces se incrementó paulatina y constantemente el uso del primer vocablo hasta llegar a un número de menciones bastante amplio en las dos últimas décadas del porfiriato. También se observan algunas fechas con muchas más referencias, lo que se debe principalmente a la repetición de notas en distintos medios y, sobre todo, a la reiteración de publicidad (como es el caso del año 1908). Por otra parte, el concepto turismo no aparece sino hasta ya tardía la década de 1880, lo cual permite inferir que también en México la práctica social y los sujetos asociados a ella, los turistas, antecedieron al turismo entendido como industria.

Los resultados de la pesquisa permitieron que la información, seleccionada y sistematizada por décadas, a su vez develara la emergencia de tópicos de interés de la prensa según el periodo: en las primeras décadas se observan algunos esfuerzos para definir el concepto “turista” y la difusión de un imaginario referente a esta práctica a través de textos literarios y notas de opinión (1854-1870); a partir de la década de 1870, los temas centrales fueron la difusión del turismo y la publicidad turística, misma que tuvo un periodo de auge entre 1890 y 1910; durante esas mismas décadas se presenta una diversificación de los sujetos que practicaban el turismo; por último, durante la primera década del siglo XX ya se pueden observar atisbos de crítica hacia el turismo (1900-1910).

A continuación, se presentarán parte de los resultados obtenidos. La selección de los ejemplos estuvo basada en el análisis cualitativo de la información encontrada: las primeras notas se describieron casi todas porque fueron pocos registros hallados, mientras que, a partir de la década de 1870, se seleccionaron notas más amplias o bien artículos propiamente sobre turismo, no únicamente menciones de las palabras turismo o turista en los conte-

250

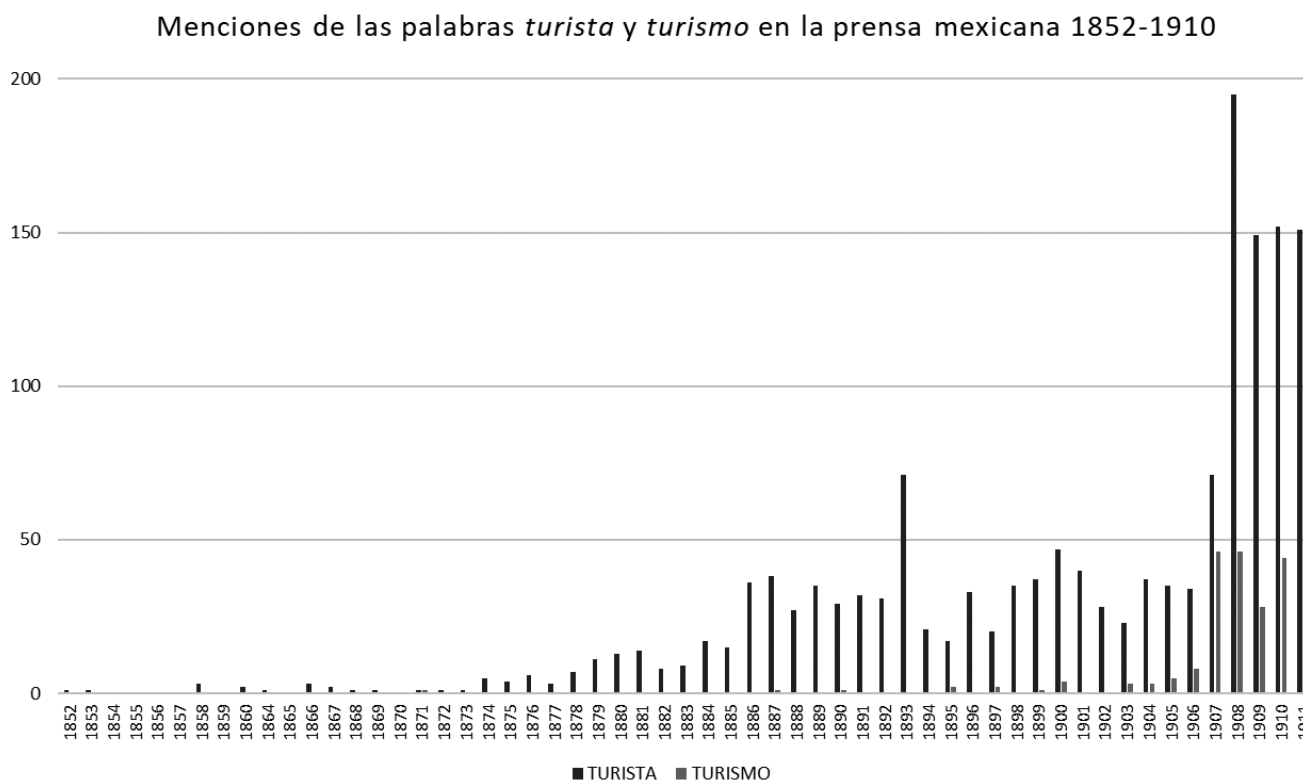


Figura 1. Menciones de las palabras *turista* y *turismo* en la prensa mexicana 1852-1911.

Fuente: Elaboración propia con datos recogidos en la HNMD

nidos de notas periodísticas referentes a otros temas. Respecto a la publicidad encontrada, se hizo una selección a manera de ejemplos representativos, ya que en este caso fueron muy numerosos.

1852-1869 Las primeras publicaciones sobre turistas en México: personajes literarios y extranjeros

La primera nota donde se localizó la palabra *turista* fue publicada en 1852 por *La Semana de las Señoritas Mexicanas*, un semanario dirigido por el liberal y promotor cultural Isidro Rafael Gondra. El artículo se titula: “Una tertulia en casa de Rossini”, crónica de una reunión en casa del músico italiano Gioachino Rossini donde se menciona a un personaje denominado “Lord T”, quien fuera “el más resuelto turista de Inglaterra, sujeto muy bien hablado, amable millonario, aficionado, distinguido de las romanzas de Monpou”. Lo relevante de este texto es que se ofrece al lector una nota al pie para explicar el significado de la palabra *Touriste*: “el que es aficionado a recorrer países, viajante”.⁴ Por otra parte, la primera nota donde se encontró la palabra *turismo* fue publicada en 1871 por el periódico liberal *El Siglo XIX*, dirigido

entonces por Manuel Payno. Se trató de la semblanza de la obra *Cuba with Pen and Pensil* escrita por un estadounidense, que contenía láminas “por lo común exactas y no fabulosas como suele hacerlo el turismo”,⁵ con lo que el escrito se refería a la falta de precisión que adolecían las publicaciones dirigidas a esta práctica. A partir de entonces no se hallan notas conteniendo la palabra *turismo* sino hasta 1887.

En 1853, *La Estrella. Periódico semanario de literatura*, suplemento literario del diario conservador *El Orden. Diario político y literario*, publicó un capítulo de la novela *Amor de Angel*, de Emilio Rey, donde uno de los personajes era un turista:

El marqués Adrian de Tavory [...] Joven y rico, pero de morigeradas y severas costumbres [quien] después de haber visitado como turista a Génova y Florencia, a Venecia y Roma, después de haber admirado entusiasta todas las bellezas que la naturaleza y el arte han diseminado en aquel riquísimo suelo, fijó su residencia en la seductora Nápoles.⁶

⁵ “Extranjero. Correspondencia particular de El Siglo XIX. Revista Americana” *El Siglo Diez y Nueve*, 15 junio 1871.

⁶ *La Estrella. Periódico semanario de literatura*, 14 febrero 1853.

⁴ *La Semana de las Señoritas Mexicanas*, 1 enero 1852.

En dicha obra se especificó que el marqués viajó como turista, en el sentido de viaje por placer. Otra referencia literaria apareció en el periódico *La Cruz*, semanario católico, que en 1858 publicó la novela *La viuda de Kerneray*, en la cual dos de los personajes se refieren al “palo de turista” como un implemento para el viaje y comentan acerca del “régimen de turista”, aludiendo a la vida errante de los jóvenes viajeros que comen poco y mal, privilegiando su aventura a la comodidad de una estancia permanente.⁷ A partir de entonces, las inserciones literarias donde se incorporan personajes como turistas fueron frecuentes en la prensa. Se observa que, durante la década de 1850, la palabra turista se utilizó para aludir a la aristocracia que viajaba por Europa, es decir, la prensa mexicana no daba cuenta de visitantes extranjeros en nuestro país a los que se denominara turistas.

Por el contrario, a partir de la década de 1860, aunque continuaron siendo poco numerosas, se observa la publicación cada vez más frecuente de notas donde la palabra *turista* se utilizaba en referencia a extranjeros que sí visitaron nuestro país. Por ejemplo, en 1860, en plena Guerra de Reforma, el editorial “Nuestras relaciones diplomáticas”, del *Diario de Avisos*, dirigido por el periodista, escritor, impresor y editor conservador Mariano Villanueva, comentó la llegada a México de Sir Lennoux Wyke, plenipotenciario de Gran Bretaña.⁸ Al autor le preocupaba que el diplomático pasara su estancia como “simple turista” y que considerara a los mexicanos como bárbaros. En este caso, el término turista sirvió para designar un tipo de viajero que conoce sólo superficialmente los lugares que visita y se deja influenciar por los prejuicios.

En esa misma década, comenzó la publicación de noticias en distintos periódicos sobre turistas visitando México que no eran personajes destacados. Por ejemplo, *La Razón de México*, periódico conservador editado por José M. Cortés, en octubre de 1864, es decir, ya instalado el emperador Maximiliano, publicó la correspondencia de un turista “que recorre en estos momentos el interior del país”. En este caso no se identificó al personaje ni se ofrecieron referencias acerca de su condición socioeconómica o los motivos de su estancia en México, únicamente se compartieron sus “impresiones de viaje”: se señaló su candidez al no comprender la técnica para elaborar una piedra que tenía un agujero en su interior y que los indios utilizaban para moler maíz (probablemente el molcajete).⁹ En esta nota, el concepto “impresiones de viaje” se refiere a las opiniones y reflexiones que los visitantes expresaron respecto a su experiencia viajando por México, lo que se convertirá, en las décadas siguientes, en contenido frecuente de la prensa decimonónica y porfiriana.

Las décadas de 1870 y 1880: de “viajeros ilustres”, anécdotas de turistas y los inicios del turismo interno

A partir de la década de 1870, se observa un uso más frecuente de la palabra turista. Durante ese periodo, la prensa mexicana discutía sobre el carácter y tipología de los viajeros. En algunas ocasiones se hacía una franca distinción entre el “viajero ilustre” y “el turista”; el primero se refería a los miembros de la aristocracia o de la burguesía extranjera que visitaban México o se atribuía a quienes realizaban viajes con fines “meritorios”, como la diplomacia o la exploración científica; mientras que al turista se le caracterizaba por ser temerario, intrépido y curioso, se hablaba de su disposición al disfrute, además de que se entendía que se trataba de un visitante que no viajaba por negocios o política. Un caso que ejemplifica este uso del lenguaje fue la llegada a México de Carlos de Borbón. La prensa decimonónica debatió intensamente sobre la pertinencia de publicar datos sobre los lugares de su estancia y recorrido, ya que el deseo del príncipe era pasar desapercibido: “Según se dice, habiendo venido a la Exposición de Filadelfia, ha aprovechado el retardo que ha sufrido la apertura del gran certamen industrial para recorrer como un simple turista las naciones hispano-americanas”.¹⁰ No obstante, con el paso del tiempo, esta discusión se fue obviando, por lo que gradualmente se utilizaron los conceptos turista y viajero como sinónimos.

Durante la década de 1870 se incrementaron exponencialmente los relatos de viaje, muchos de ellos tomados de la prensa europea y traducidos al español, entre los que abundaron las “curiosidades” y anécdotas de turistas. En algunas publicaciones se repetían las notas, ya sea porque los periódicos pertenecían a un mismo editor o imprenta, o bien porque se copiaban algunos contenidos entre publicaciones afines. Por ejemplo, el periódico liberal *El Siglo Diez y Nueve*, dirigido entonces por Manuel Payno, y *La Gacetilla*, publicación liberal dedicada a sintetizar noticias de otros diarios, publicaron acerca de la forma en que se resolvía la demanda de cacería de osos en Suiza, con un hombre que se disfrazaba de este animal para asustar a los turistas.¹¹ *La Patria*, editado y dirigido por el militar, abogado y escritor Ireneo Paz, comentó la publicación de un periódico de Los Ángeles que dio cuenta de la muerte de una mujer de 143 años: “No había turista que fuese a California que no hiciese viaje expreso para visitar a la anciana”.¹² Otro aspecto que se menciona a partir de ese periodo es el comentario editorial sobre las dificultades de comprensión de las costumbres locales que enfrentaba un turista, así como

⁷ *La Cruz*, 3 junio 1858.

⁸ *Diario de Avisos*, 29 octubre 1860.

⁹ “Noticias varias”, *La Razón de México*, 29 octubre 1864.

¹⁰ *Iberia: periódico de literatura, ciencias, artes, agricultura, comercio, industria y mejoras materiales*, 24 mayo 1873. Diario de la comunidad española en México, dirigido por Anselmo de la Portilla, también director de *El Español*, *El Eco de España* y *El Diario del Imperio*.

¹¹ “Un oso de pega”, *El Siglo Diez y Nueve*, 16 enero 1878; “Los osos de Suiza”, *La Gacetilla*, 8 febrero 1878.

¹² “¿Habría otra más vieja?”, *La Patria*, 14 julio 1878.

publicaciones irónicas que ponían en evidencia las diferencias culturales o la soberbia de algunos viajeros. Por ejemplo, *La Colonia Española*, dirigido por el editor y polemista español Adolfo Llanos y Alcaraz, publicó un relato mordaz sobre un visitante que fue exhibido en su arrogancia: “Hacía alarde de sus viajes, en un salón, cierto presumido turista. –Hombre, ¿has estado alguna vez en Roma en la fiesta del jubileo? (Se celebra cada cien años) – ¡Que si he estado! Respondió el viajero: la he visto más de veinte veces”.¹³

En distintas ocasiones se publicaron notas para comentar los viajes turísticos que realizaron políticos mexicanos, lo cual da cuenta de la adopción paulatina entre la elite mexicana de la práctica de viajar por placer y marca el inicio del turismo interno. En algunos casos, la prensa informaba sobre los paseos realizados por funcionarios públicos, como la visita turística del presidente Lerdo y algunos gobernadores a las grutas de Cacahuamilpa en 1874.¹⁴ No obstante, también se usó el concepto turista para descalificar los viajes de políticos mexicanos, por ejemplo, al presidente Juárez lo criticaron por gastar el erario público para viajar,¹⁵ a Porfirio Díaz le cuestionaron su carácter revolucionario por haber realizado un viaje de descanso en plena crisis política de 1872,¹⁶ mientras que a José López Portillo lo llamaron el “diputado turista” por haber visitado Europa durante su encargo como congresista.¹⁷

Un tema que también comenzó a publicarse durante la década de 1870 fue la preocupación por la falta de infraestructura de servicios y comunicaciones para recibir más turistas en México, resultado de la inestabilidad política y el empobrecimiento del país, después de dos invasiones extranjeras y una guerra civil. Por ejemplo, en 1876, *El Eco de Ambos Mundos*, dirigido por el lerdistista Agustín F. Cuenca, en plena crisis política por el levantamiento armado de Porfirio Díaz, publicó una nota donde señalaba lo siguiente:

Veinte familias americanas. Que en los últimos paquetes americanos habrán llegado a Veracruz con el objeto de subir a México y pasar aquí lo más fuerte del verano, inmediatamente que supieron la situación actual del país se reembarcaron dirigiéndose a los Estados Unidos. Estas familias que venían por paseo y eran de la sociedad más acomodada de la república vecina, deberían atraer a un mayor número de viajeros y fácil es calcular el beneficio que recibiría todo el comercio con esta

corriente de turistas que generalmente gastan el dinero de una manera pródiga.¹⁸

Otro ejemplo es la siguiente nota del periódico editado por Ireneo Paz, *La Patria*, donde se lamentaban por el estado del país que encontraría el general Ulysses S. Grant a su llegada a México en 1880:

A mucha honra tenemos en que el ilustre viajero visite nuestro país; pero un sentimiento de pena nos contrista, al considerar el doloroso espectáculo que aquel va a presenciar en la República. Si dirigimos una ojeada hacia el gobierno, veremos en él las intrigas, la desmoralización, la bancarrota y por último la miseria. Ah! Es bien triste tener que ofrecer al notable turista un cuadro tan sombrío.¹⁹

La inquietud sobre la imagen que se mostraría al turista fue persistente y abarcaba múltiples aspectos, por ejemplo, las condiciones de los establecimientos culturales a los que acudían los visitantes, como el Museo Nacional que, en 1882, se encontraba en estado deplorable, según denunciaba Filomeno Mata, en *El Diario del Hogar*.²⁰ En contraste, la prensa prestó atención y celebró en sus páginas las inversiones, construcciones o proyectos de infraestructura que permitirían llegar a un mayor número de turistas a México, especialmente durante el porfiriato. Por ejemplo, en 1875, en *El Siglo XIX* y *El Eco de Ambos Mundos* se comentó la publicación que hizo el *Times* de Nueva Orleans sobre la inauguración de una línea de vapores desde esa ciudad a Veracruz.²¹ El autor de la nota de *El Eco* se congratuló por el acercamiento que ello propiciaría entre ambas naciones y por la posibilidad que abriría para que un mayor número de turistas visitaran nuestro país; también ofreció algunas recomendaciones para los mexicanos que desearan conocer los Estados Unidos.²² En esa nota, el autor hizo uso indistinto de los términos “turista” y “excursionista” como sinónimos, una constante en la prensa porfiriana.

Si bien paulatinamente la introducción de tecnologías como el telégrafo, el tranvía y la energía eléctrica fue notable en el proceso de modernización de la producción, las comunicaciones y la urbanización de las principales ciudades, la expansión del ferrocarril por México fue de la mayor relevancia en la historia del turismo pues, con el arribo de los trenes, llegó también la modernización a través de una serie de comercios y servicios que se introdujeron en las localidades para el turismo, como los

¹³ “Un turista”, *La Colonia Española*, 11 enero 1877..

¹⁴ Juan A. Mateos, “El Correo del Comercio”, *El Radical*, 17 febrero 1874.

¹⁵ *El Ferrocarril*, 18 febrero 1871.

¹⁶ *El Correo del Comercio*, 19 julio 1872.

¹⁷ Juan A. Mateos, “El Correo del Comercio”, *El Radical*, 17 febrero 1874.

¹⁸ “Veinte familias americanas”, *El Eco de Ambos Mundos*, 22 febrero 1876.

¹⁹ “Boletín. La llegada del Gral. Grant”, *La Patria*, 12 febrero 1880.

²⁰ “Crónica del día. El Museo Nacional”, *El Diario del Hogar*, 10 junio 1882.

²¹ “Extranjero. Grandes vías internacionales”, *El Siglo Diez y Nueve*, 17 abril 1875.

²² Ángel M. Domínguez, “Editorial. The New Orleans Weekly Times”, *El Eco de Ambos Mundos*, 25 abril 1875.

hoteles, restaurantes, los almacenes modernos, los negocios de fotografía y las tiendas de *souvenirs*, así como la realización de ferias regionales o fiestas locales para atraer turistas. A partir de la segunda mitad de la década de 1870, se hallaron numerosas notas en la prensa que exponían las ventajas que la llegada del ferrocarril traería consigo, como ésta de *El Eco de Ambos Mundos* donde se afirmaba del proyecto del tramo que se dirigiría a la ciudad de León, Guanajuato que:

México ganaría muchísimo con una comunicación interoceánica, que atrajese a su territorio no solo a los turistas y viajeros, sino mercancías de tránsito entre Asia y Europa, entre los Estados Unidos y la América, entre la Oceanía y las Antillas.²³

1880-1911: la consolidación del turismo en México y los inicios de una industria nacional

A partir de la década de 1880 se observa la normalización del uso del término turista y se da cuenta de una mayor presencia del sujeto turista en la vida social mediante la publicación de un mayor número de notas periodísticas sobre el tema, con tópicos muy diversos en un mismo medio. Algunas veces se comentaron también cuestiones que dejaban una “mala impresión” sobre México, como las constantes obras en la capital, la suciedad y estado deplorable de algunas calles, la falta de higiene o la miseria de la población más pobre, como *La Patria*, que publicó una nota sobre el robo de relojes del que fueron víctimas dos personas al abordar el tren en Tacuba, entre ellos un turista alemán²⁴ o la “Ojeada a la prensa”, sección editorial donde se comentaban, entre diversos temas, las peripecias de turistas durante su visita a nuestro país.²⁵

Otro ejemplo que señala la creciente presencia de turistas extranjeros durante el temprano porfiriato es la producción de expresiones culturales donde se les menciona. En 1879, *La historia cantante. Semanario musical y literario*, con caricaturas, editado por Meneses *et al.*, cuyo director responsable era el liberal N. Ríos, dedicó versos satíricos sobre un grupo de estadounidenses que visitó México en misión diplomática. El semanario criticaba los gastos a cuenta del erario y las diligencias realizadas por el ministro de hacienda, Matías Romero Avendaño, para atender a los turistas. La composición se tituló “Últimos recuerdos de los turistas”:

Lo que pasó en el baile.
Los turistas no bailaron,
Los señores no bebieron,
Y los que capas llevaron
Hasta la capa perdieron.

Noticia de sensación.

Partieron los de Chicago,
Sin hacer ni bien ni mal,
Ni un desprecio ni un halago,
¡Al fin visita oficial!

Incidentes del viaje.

Al pasar por Apizaco
Pidieron con mucho taco
Que les dieran de almorzar,
Mas nadie soltó ni un tlaco
Y se fueron sin pagar.

En Veracruz.

Soplaba un norte fatal,
Y un turista con buen porte
Se echó al mar buscando el norte
Con pasaporte oficial.

El final.

Se marcharon los turistas,
Ya se harán economías,
Y pagará Don Matías,
A las pobres pensionistas.²⁶

En ese periodo, la prensa mexicana presentó un aumento considerable de notas publicadas en torno a las experiencias de turistas extranjeros viajando por el viejo continente y Estados Unidos, sobre todo en el contexto de la celebración de las exposiciones universales, lo que da testimonio del auge turístico en Europa. Algunos de esos relatos fueron bastante críticos respecto a la creciente masa turística, por ejemplo, en 1895, *El Municipio Libre*, diario liberal dirigido por Ignacio Bejarano, publicó un relato del periodista español Antonio Ambroa sobre sus impresiones de viaje en París:

El turismo inglés con todo su rigor encocora a París en este momento. ¿Acaso decimos esto, con aire burlón, solamente para quejarnos? En verdad no; aun cuando una caravana de ingleses visitando la Villa del arte moderno, no tenga nada de estética con su aire de indiferencia y de tiesura característica. No es únicamente en París donde se conocen estas bandadas de viajeros de carácter frío y de presencia contenida, excitadores de curiosidad y de atención que distrae; nosotros hemos visto también a esos hombres del Norte pasearse por compañías en el dedalo de callejas de la Imperial Toledo [...] los hemos visto reposar a la sombra de las grandezas de la Alhambra; los hemos observado con qué fruición aspiraban el perfume de los azahares en Sevilla y esos mismos viajeros imperturbables ante la mezquita de Córdoba, los Velázquez de Madrid, o las góticas torres de la ca-

²³ “Boletín. El ferrocarril de León. Iniciativa del gobierno de Veracruz”, *El Eco de Ambos Mundos*, 25 septiembre 1875.

²⁴ “Robo de relojes”, *La Patria*, 5 julio 1881.

²⁵ “Ojeada a la prensa”, *La Patria*, 7 diciembre 1883 y 15 diciembre 1883.

²⁶ “Últimos recuerdos de los turistas”, *La Historia Cantante*, 9 febrero 1879.

tedral burgalesa pasean su flemático carácter ante el Louvre y Notre-Dame, la torre Eiffel y los grandes Boulevards [*sic*].²⁷

Todo ello era motivo de interés entre las elites mexicanas que pronto adoptaron y adaptaron esta práctica entre sus actividades como una forma de incorporación a la modernidad capitalista, por lo que, partir de la década de 1880, también los turistas de la elite porfiriana comenzaron a publicar en la prensa sus impresiones de viaje por Europa y los Estados Unidos. Paulatinamente también se publicaron más crónicas y relatos de viajes o excursiones de la elite porfiriana en el propio país, tema al que algunos medios dedicaron numerosas páginas con reportajes que incluían descripciones detalladas del paseo y fotografías que daban cuenta de las actividades realizadas por los turistas, difundiendo así un imaginario nacionalista, pues se consideraba que el viaje permitía a los nacionales conocer lugares históricos y naturales de gran belleza, lo cual hace valorar lo propio. Ejemplos de esto son los reportajes: “Notable excursión al Desierto [de los Leones]”, “Una excursión al Ajusco”, “Teotihuacan (Recuerdos de una excursión)”, “Una excursión de periodistas”, “El automovilismo en México. Una excursión al Desierto” y “Excursión a Xochimilco del Junior Club”, todos ellos publicados en la revista *El Tiempo Ilustrado*, dirigida por el abogado, crítico literario, periodista y defensor del liberalismo, Victoriano Agüeros.²⁸

La difusión del viaje turístico como una actividad deseable y beneficiosa para el cuerpo y el espíritu tuvo un gran impulso a través de la práctica de deportes o *sports*, como se les llamaba entonces, y de la formación de clubes en la sociedad porfiriana. Así, los de ciclismo, montañismo, excursionismo y posteriormente de automovilismo, fueron espacios de socialización y popularización del viaje turístico, al que se consideraba un medio propicio para cultivar la salud, adquirir cultura y fomentar el nacionalismo a través del conocimiento del patrimonio cultural y natural del país, así como una vía de acceso a la modernidad. Se advierte en la prensa mexicana, la reproducción de un ideario alrededor del turismo que se puede sintetizar con el siguiente texto de P. H. Dubois y Henri Varennes sobre la “velocipedia” que reprodujo el vocero de la Sociedad Católica de México, *La Voz de México*:

Entregarse al turismo es deleitarse con el viento fresco, el sol caliente, los paisajes amenos y los bosques tristes; con las emociones y los obstáculos. Toda la substancia humana, espíritu y materia, se baña en el turismo y se empapa de alegría. Quien se apea de la máquina con muchos kilómetros en las piernas y muchos recuerdos de la excursión en la cabeza, se siente mejor. En ese momento tiene

harto bienestar para tratar de procurarse otro ilegalmente. Es imposible decir cosa mejor. Sí, el turismo es un *sport* a la vez moralizador y agradable. También es útil ejercicio.²⁹

Asimismo, se percibe un incremento considerable de artículos donde se expresaba el creciente interés de compartir la propia experiencia de viaje para promover el turismo en México y facilitar la estancia a futuros turistas. La prensa decimonónica dedicó amplio espacio para comentar y publicitar diversas publicaciones que fueron vehículos de promoción turística, como mapas, manuales para forasteros, memorias de viaje y guías de turistas. Por ejemplo, desde 1866, en el periódico conservador *La Sociedad* se reprodujo en 18 números la publicidad del *Mapa de América del Norte*, de John F. Lloyd, quien consideraba que:

Ninguna casa será completa sin este mapa: ningún hombre de negocios o banquero puede pasarlo sin él. Es un Directorio de correo, una guía para los espedidores [*sic*] de buques, un compañero del turista al través de las llanuras y montañas rocosas y todo el continente occidental.³⁰

Otro ejemplo son los comentarios sobre el *Anuario Mexicano* de Filomeno Mata, cuya publicación festejaba, en 1878, el periódico “liberal-conservador”, como se intitulaba a sí mismo, *La Libertad*, dirigido por Justo Sierra: “Es el libro una valiosa agenda, necesaria para el comerciante, necesaria para el abogado, necesaria para el turista, necesaria, en fin, para todo aquel que vive en esta culta capital”. Como muchas otras obras del periodo, el *Anuario Mexicano* contenía datos básicos para todo viajero:

el arancel y la ley del timbre en forma alfabética, lo que los hace más fáciles de ser consultados; un formulario de la ley de contribuciones; datos estadísticos, preciosos, de los Estados de la República, inestimables para el extranjero estudioso que quiera iniciarse en el conocimiento del país; un santoral de los más completos, guías de ferrocarriles, vapores y establecimientos públicos; noticia de los cónsules establecidos en el país, y a vuelta de todo esto, una selecta parte literaria que ilustran los nombres de Prieto, Altamirano, Peón Contreras, Plaza, Trejo, Cuenca, Rodríguez, Lizarriturri, Rosas, Ortiz, Torreolla y Horta. Allí están *La Criolla*, de Justo Sierra y *Mirtos*, de M. Gutiérrez Nájera.³¹

²⁷ Antonio Ambroa, “Crónica parisien”, *El Municipio Libre*, 22 septiembre 1895.

²⁸ *El Tiempo Ilustrado*, 13 marzo 1904, 23 octubre 1904, 25 junio 1905, 23 julio 1905, 3 mayo 1908.

²⁹ P. H. Dubois, y Henri Varennes, “Velocipedia”, *La Voz de México*, 24 diciembre 1887.

³⁰ “Un mapa que el mundo debe consultar”, *La Sociedad*, 8 mayo 1866.

³¹ “El Anuario Mexicano”, *La Libertad*, 19 diciembre 1878.

En el mismo diario se publicó la correspondencia que el periodista estadounidense Richar Weightman dirigió, en 1880, a Jorge Hammeken y Mexía, colaborador del periódico, donde anunciaba su anhelo de escribir un libro de utilidad para los turistas:

Lo que deseo es condensar en una forma sencilla los datos que más necesita el turista. Deseo dilucidar las principales cuestiones que ocurren al viajero desde que sale de los Estados Unidos hasta que llegue a la ciudad de México. Por insignificantes que muchas de estas preguntas parezcan a vd., no lo son así para el extranjero.³²

Por su parte, en 1884, *The Two Republics*, diario de la comunidad norteamericana en México, celebraba la publicación de *La Nueva Guía del Turista en México*, de Ireneo Paz, a la que encomiaba por contener “muchos y muy valiosos informes para los pasajeros y los hombres de negocios”.³³

La presencia creciente de comentarios en la prensa acerca de este tipo de publicaciones se puede explicar en el contexto del auge editorial dirigido al turismo durante el último cuarto del siglo XIX. Si bien la publicación de manuales de viaje y guías de forasteros en México se puede rastrear hacia los últimos años del periodo Colonial, para la década de 1890 y la primera del siglo XX, la producción editorial con fines comerciales dirigida al mercado turístico se encontraba en expansión. Las plumas de nacionales y extranjeros se avocaron a compartir experiencias y promover el viaje turístico, pero también fueron medios a través de los cuales se difundieron imaginarios acerca de la sociedad, la cultura y la realidad mexicanas. Por esa razón, la gran mayoría de los autores mexicanos hicieron una defensa nacionalista en los textos que escribieron, presentando una imagen idealizada de la realidad que podría encontrar el turista en México, como la fortaleza de sus instituciones políticas, sus avances tecnológicos, el desarrollo de las comunicaciones y el transporte, o la belleza de sus sitios naturales y lugares históricos, combatiendo así las ideas negativas que en distintos momentos se difundieron en el exterior sobre nuestro país. Este mismo fenómeno se observa en la prensa, sobre todo a partir de la década de 1890, periodo en el que se publicaron comentarios frecuentes acerca de datos incorrectos e informaciones alarmantes que turistas extranjeros difundían en el exterior, como que en los caminos de Veracruz a México había constantes asaltos a mano armada o conductas bárbaras de los mexicanos que la prensa se encargaba de desmentir. No obstante, también hubo algunas publicaciones de turistas extranjeros que, tras su visita al país, se “sacudieron prejuicios” y compartieron con sus connacionales información para visitar México con seguridad y confort.

1890-1911: el auge de la difusión turística y los primeros esfuerzos para la organización de la industria del turismo

Otro aspecto relevante que muestra el análisis de la prensa mexicana es que las décadas de 1890 y la primera del siglo XX constituyeron el periodo de auge de la publicidad turística, cuyos formatos fueron muy variados: desde la publicación de una cantidad considerable de descripciones de lugares para visitar en México, con datos de interés para el viajero nacional o extranjero, hasta una amplia gama de productos dirigidos al turista o servicios para el turismo. La publicidad de las empresas ferrocarrileras tuvo diversos formatos, los más difundidos fueron los folletos de viaje que se acompañaban de mapas y las inserciones en la prensa donde se ofrecían promociones de reducción de precio en los viajes con motivo de “vacaciones” durante periodos especiales, como Semana Santa y Navidad, los días de asueto por festividades cívicas, como el 16 de septiembre, o tradicionales, como las ferias de San Marcos, de Salamanca o de San Ángel. En la publicidad se destacaron los servicios que ofrecían los modernos trenes, entre ellos el Pullman, que contaba con carros dormitorio, comedor y vagones de primera, segunda y tercera clase. También se aludía a los significantes de estatus y prestigio del turismo, como se observa en una publicidad del Ferrocarril Mexicano donde se señalaba que es el “servicio preferido por los turistas y hombres de negocios”.³⁴

Entre los productos que se promovían para el consumo del turista los había de toda clase: desde artesanías hasta puros y licores. En algunos casos, la publicidad ya apelaba al proceso de globalización del mercado turístico, por ejemplo, de la pasta dental Sozodont se decía que era “el dentífrico favorito del turista, pues se conoce y vende hasta en el último rincón del globo”.³⁵ También había productos especializados en facilitar o hacer más cómodo el viaje, como bicicletas e incluso automóviles, así como mercancías de uso obligado para el turista, como cámaras fotográficas o la petaca y el abrigo “Touring”, estos últimos producidos por la empresa Las Fábricas Universales. Asimismo, se promovía la visita del turista a los grandes y modernos almacenes como El Puerto de Liverpool y la Casa Boker, a las tiendas de *souvenirs* donde podrían adquirir artesanías, fotografías y postales, y a las droguerías, casas fotográficas, restaurantes, hoteles y espacios de diversiones públicas como el teatro, el hipódromo, los toros y los casinos.³⁶

Otro ejemplo de promoción turística es el surgimiento de prensa especializada con *El Boletín de los Hoteles*, periódico fundado en 1900 por su director, Luis Navarro, propietario del Hotel Comonfort de la Ciudad de

³⁴ *El Tiempo Ilustrado*, 1907.

³⁵ *El Mundo Ilustrado*, 2 junio 1910.

³⁶ Cabe señalar que, ante el crecimiento de los sitios de apuestas, el gobierno de Porfirio Díaz decidió expedir un decreto en 1907 para controlar y reglamentar este tipo de negocios.

³² “Cartas de un periodista americano”, *La Libertad*, 28 marzo 1880 y 6 abril 1880.

³³ “The Two Republics”, *La Patria*, 15 febrero 1884.

México. En su propia declaración de motivos se asentaba lo siguiente:

Este periódico está exclusivamente dedicado a ver por los intereses de los viajeros. Publicamos diariamente las listas oficiales de cartas y telegramas recibidos en México sin dirección el día anterior, además lista de las devueltas por los carteros por venir con mala dirección, itinerarios ferroviarios, telegramas rezagados y todo tipo de noticias de interés general para los viajeros.³⁷

El *Boletín* era de distribución gratuita en algunos hoteles, el viajero podía solicitarlo en la recepción sin cargo alguno. Incluía publicidad de hoteles, restaurantes, bares y almacenes, así como de diversos tipos de negocios en la capital del país, y de mercancías asociadas con el consumo del ciudadano moderno como la cerveza, el coñac, el vino y el cigarrillo. Se publicaba en español con algunas secciones en inglés e incluía descripciones de atractivos para visitar y datos históricos de sitios de interés. En la publicidad hotelera se subrayaban los servicios ofrecidos al turista: comodidad, atención, limpieza, luz eléctrica, así como cercanía con los lugares a visitar e, incluso en los más modernos y elegantes, elevador, baños de tina y regadera, agua fría y caliente, servicio en varios idiomas, restaurante con comida internacional y mexicana.

La promoción del turismo en la prensa, sobre todo a través de la publicidad y reportajes de viajes realizados por la elite mexicana, da cuenta de una amplia gama de actividades asociadas al turismo relacionadas con la variedad de atractivos que ofrecía nuestro país al visitante. Entre las actividades culturales se encontraban los paseos por ciudades y sitios históricos, así como las visitas a pueblos denominados “pintorescos”, zonas arqueológicas o museos. Algunas de las ciudades más visitadas eran: Ciudad de México, Puebla, Querétaro, Cuernavaca, Guanajuato, Tampico, Veracruz, Ciudad Valles, Tijuana, Guadalajara, Pátzcuaro y Taxco. Entre los sitios arqueológicos estaban: Casas Grandes, La Quemada, Tula, Teotihuacan, Xochicalco, Tepoztlán, Cholula, Mitla, Palenque, Izamal y Chichén Itzá. De los museos el de Historia Natural, el Museo Nacional y, tras su apertura en 1910, el museo de sitio de Teotihuacan. Este último fue muy publicitado en la prensa gracias a la realización del XVII Congreso Internacional de Americanistas en México, puesto que el mismo Leopoldo Batres ofreció una visita guiada por el sitio arqueológico a los miembros del congreso.³⁸

Entre los sitios naturales fueron referidos Xochimilco, el Parque Izta-Popo, el Desierto de los Leones, la Magdalena Contreras, Tlalpan, el Lago de Chapala y las grutas de Cacahuamilpa. De los baños y aguas termales, los

más famosos eran Taninul, en San Luis Potosí, y Agua Caliente, en Tijuana. La visita a la naturaleza fue una de las prácticas turísticas más recurridas del periodo, lo que permitió la conformación de diversos clubes de excursionismo con fines culturales, deportivos y turísticos. Tras su llegada a México en la primera década del siglo xx, el automovilismo fue especialmente relevante para la promoción de excursiones, gracias a la conformación de asociaciones que hablaban de la necesidad de conocer y promover los espacios naturales, tradicionales e históricos del país. Las carreras de autos, como deporte, atraían un gran número de espectadores y los clubes realizaron visitas a distintos lugares en forma de caravanas que eran publicitadas en la prensa (Garrido 2016).

Fue a partir de estas actividades del automovilismo en México que se creó el primer “Club Mexicano de Turismo”, en el cual participaron miembros de la elite política y empresarial porfiriana: como presidente se designó a Ignacio de la Torre y Mier, empresario y político, yerno de Porfirio Díaz; como vicepresidente a Andrés Bermejillo, empresario español residente en México; como secretario a Gabriel Fernández Somellera, activista católico; y como vocales: al coronel Félix Díaz, militar y político, sobrino de Porfirio Díaz; al teniente coronel Pablo Escandón, aristócrata, militar y político, integrante del grupo de Los Científicos, fundador del Jockey Club; y José Sánchez Juárez, hermano del empresario y escritor Delfín Sánchez Juárez.

Ya desde 1905 se comentaba en la prensa de la colonia española en México la creación de comisiones encargadas de los asuntos relacionados con el turismo en otros países y se hablaba sobre la pertinencia de que aquí existieran instituciones parecidas.³⁹ No obstante, lo que se sabe hasta ahora es que durante el porfiriato no se concretó la creación de algún departamento oficial o comisión del tipo, por lo que es de destacar que el “Club Mexicano de Turismo”, al que se podría entender como una iniciativa ciudadana de partidarios del régimen, pretendía abarcar en su proyecto actividades ambiciosas que no podrían llevarse a cabo sin el apoyo de las autoridades, pues su plan era, según los diarios *El Correo Español* y *El Imparcial*:

tan vasto como el de sus congéneres de Europa; pero su funcionamiento en México tendrá resultados civilizadores más grandes que en parte alguna. Su fin principal será promover y facilitar las excursiones de toda especie a través del territorio nacional, promoviendo y fomentando la construcción de carreteras, caminos vecinales, establecimiento de hoteles y “garages”, y cuando pueda, mejorar las vías de comunicación y ofrecer comodidades a los excursionistas.⁴⁰

Además, la formación del Club da cuenta de la visión que ya se estaba gestando entre la elite porfiriana sobre la

³⁷ *El Boletín de los Hoteles*, 16 enero 1908.

³⁸ Para entonces, el gobierno de Porfirio Díaz ya había expedido los Decretos sobre permisos para hacer exploraciones arqueológicas (1896) y la Ley sobre Monumentos Arqueológicos (1897), con los que se pretendió, desde entonces, establecer y controlar los usos del patrimonio.

³⁹ “Ecos de la patria”, *El Correo Español*, 6 noviembre 1905.

⁴⁰ *Vid. El Correo Español y El Imparcial*, 9 abril 1907.

importancia de fomentar la industria turística y el valor que se daba a la promoción del turismo como un medio de difusión de una imagen favorable de México en el exterior, así como para propagar entre la sociedad mexicana los valores del nacionalismo.

Los resultados de la pesquisa hemerográfica no permitieron saber si este Club siguió existiendo y cumplió con sus objetivos en los restantes años del régimen porfirista, pero se deduce que probablemente no tuvo continuidad por el hallazgo de informaciones en la prensa que, en 1910, dio cuenta de la creación de un nuevo “Touring Club Mexicano”. *El Diario*, dirigido por Alfredo Híjar y Haro, dedicó varios números entre 1910 y 1911 para informar sobre las actividades de esta nueva asociación, la fundación correspondía a los esfuerzos de miembros de la elite porfiriana que deseaban que México formara parte de las agrupaciones del tipo que ya existían en Inglaterra, Alemania, Suiza, Francia e Italia. Su fundador y presidente fue el empresario Carlos Muller, mientras que a Porfirio Díaz y a su esposa Carmen Romero se les dio el título de presidentes honorarios. Del mismo modo que su antecesor de 1907, el Touring Club Mexicano fue creado para fomentar el *sport* y el turismo “bajo todas sus formas”, no obstante, sus metas eran más ambiciosas, pues extendería su acción:

a cuanto al viajero y turista interesa para facilitar los viajes y desarrollar su afición: publicaciones, transportes, hoteles, mejoras de los caminos; hará conocer y protegerá las bellezas naturales, artísticas e históricas del país (sitios, selvas, ruinas, monumentos); hará propaganda bajo todas formas en favor de los viajes en y hacia México. También se ocupará de cuestiones de ferrocarriles y aduanas, de higiene, repoblación y plantación de arbolados, conservación de monumentos históricos, irrigación, hoteles y fondas y de cuantas cosas que sean de interés general para el fin que se propone.⁴¹

El Touring Club Mexicano se proponía reunir fondos mediante cobro de cuotas a sus miembros y donaciones, así como la publicación de un periódico que diera cuenta de sus actividades y ofreciera información de utilidad al visitante. Al parecer, contó con la aprobación de algunos de los principales miembros del gabinete, como el secretario José Yves Limantour, quien prometió apoyarlo “en lo que fuera posible”. En la práctica, las actividades del Club se enfocaron en la organización de excursiones y carreras de atletismo o de automóviles. Por los registros de la prensa, se puede deducir que sus trabajos cesaron una vez que se desató la revolución.

Para cerrar este apartado sobre la difusión del turismo en México que se convirtió en el principal objetivo de las publicaciones de prensa entre la última década del siglo XIX y la primera del siglo XX, la prensa dio cuenta de la relevancia que tuvo la realización de las fiestas

del centenario para el turismo, pues las celebraciones se convirtieron en un gran atractivo y propiciaron la transformación de distintas localidades, principalmente la Ciudad de México, lo cual se consideraba positivo por los beneficios económicos que traería el arribo de numerosos visitantes extranjeros y nacionales. Son numerosos los artículos periodísticos que dieron cuenta de las mejoras públicas y el embellecimiento de las ciudades que “deleitaría a los visitantes”, así como la ampliación y progreso en los servicios que ofrecían hoteles, restaurantes, medios de transporte y sitios para el disfrute del tiempo libre. No obstante, algunos periódicos comentaron también las preocupaciones por el aumento de visitantes, pues importaba mucho la experiencia del visitante extranjero. Por ejemplo, considerando que la vestimenta de la gente más pobre “dañaba” la imagen de nuestro país, un colaborador de *El Imparcial* proponía que se decretara la obligatoriedad del uso del pantalón para evitar una mala imagen a los turistas que llegarían a México por las fiestas del centenario.⁴² Por otra parte, el siguiente ejemplo señala tempranamente uno de los problemas que se derivan de la masificación del turismo y que actualmente afecta a muchas ciudades de México y el mundo:

En otros casos, como el de la alimentación y el alojamiento sí tendrá lugar un alza notable en las tarifas ordinarias; alza que redundará en perjuicio del vecindario de la metrópoli, porque, aunque provocada por el forastero y aplicada en primer lugar a éste, significará poco, y ningún turista que quiera contemplar las solemnidades del Centenario en la capital, retrocederá ante un aumento de quince o veinte por ciento en el presupuesto habitual de una visita a ésta.⁴³

La crítica a los efectos negativos del turismo

La nota anterior nos permite colocar un último tema que se desprende del análisis de la prensa porfiriana: la incipiente presencia, desde por lo menos la década de 1880, de textos críticos donde ya se cuestionaban las consecuencias negativas del turismo. En 1882, *El Monitor Republicano*, diario liberal editado por Vicente García Torres, publicó la traducción de un artículo del *New York World*, escrito por un corresponsal en México:

A poca distancia de la capital nos detuvimos en una estación cerca de Otumba, donde algún tiempo hace se hallaron en algunos terraplenes indios, reliquias prehistóricas, ídolos, utensilios y armas de pedernal, etc. Los turistas prontamente acabaron con estos tesoros; pero quedaron los terraplenes famosos como en otros tiempos. Pero llegó

⁴¹ “Touring Club Mexicano”, *El Diario*, 17 enero 1910.

⁴² “‘El pantalón’ y las fiestas del centenario”, *El Imparcial*, 9 julio 1910.

⁴³ “Las fiestas del centenario”, *El Tiempo*, 2 agosto 1910.

un yankee emprendedor y estableció una fábrica regular para la reproducción de ídolos y armas de imitación, empleando a algunas jóvenes indias para venderlas a los viajeros a fuertes precios y en cantidades, creciendo diariamente. Sigue aumentando la demanda y el turista cándido contento con lo comprado, se lleva una porción de barro cocido, y todos quedan contentos. ¿No es eso un progreso digno de la época de la locomotora?⁴⁴

Resulta relevante el comentario sobre el saqueo del patrimonio cultural y la construcción de una escenografía para el turismo que ya se presentaba como un problema en esta nota, lo cual muestra que, aunque la crítica fue marginal en la discusión periodística de la época —pues se puso mayor énfasis en la necesidad de fomentar el arribo de turistas y en el mejoramiento de las condiciones materiales para recibirlos— ciertamente existieron publicaciones que en sus páginas cuestionaron la propaganda turística sobre México. El ejemplo más notable con el que cierro este artículo es el de *El Colmillo Público*, dirigido por Jesús Martínez Carrión y editado por Federico Pérez Fernández, ambos miembros del Partido Liberal Mexicano y colaboradores de *Regeneración*. Entre diciembre de 1903 y marzo de 1904, el semanario publicó una serie de caricaturas tituladas “Aventuras de un turista”. Es sintomático que, en un periódico como éste, que en sus páginas hizo una crítica permanente al gobierno de Porfirio Díaz y al régimen por él instaurado, así como a la elite política y empresarial, al clero y a la prensa oficialista, lo cual le valió la represión contra sus editores y el cierre del semanario, se expusiera a través de un relato irónico la travesía de un turista extranjero por nuestro país. La historia está situada en el contexto electoral de 1904 y narra, a través de 82 cuadros satíricos,⁴⁵ distintos momentos del viaje de un turista por México. La crítica se presenta en cada cuadro, incluso en la caracterización del personaje, pues en este caso no se trató de un miembro de la elite, sino de un miserable de nombre Don Perfecto Malaestrella que, leyendo *El Imparcial*, “se informó de que México era el país de la prosperidad y decidió ir a México [*sic*] en busca de fortuna”.⁴⁶

La apuesta crítica del semanario se expresó a través de la caricatura, pues la historia se puede leer como dos contra-relatos: el primero textual, que da cuenta de un panorama idealizado y de un viaje lleno de experiencias agradables donde el turista observa la democracia y la prosperidad de México; mientras que los grabados muestran una realidad repleta de problemas políticos, corrupción, represión, censura, explotación y miseria.

Por ejemplo, a su entrada al país el texto dice: “Al llegar a Nuevo León quedó alegremente sorprendido ante la alegría y la animación que allí reinaban” y el grabado presenta un camino ante el cual se observa al sorprendido turista mirando a ambos lados del sendero decenas de cruces producto de la violencia política y criminal. En su paso por Puebla, el texto señala que el turista “se regocijó ante la gran actividad industrial del estado”, mientras que en la imagen se encuentra mirando a un toro denominado “monopolio” fungiendo de capataz frente a los trabajadores que hacían su labor descalzos y en condiciones precarias. Asimismo, el turista presenció en distintos estados “el buen trato” a la oposición, en contraste con escenas de represión a manifestaciones, aprehensiones, asesinatos, presos políticos y censura a la prensa opositora. Incluso le tocó en suerte caer en el “enganche” de un trabajo como esclavo de hacienda en el Istmo de Tehuantepec, donde padeció malos tratos, pero, tras escapar, llegó a la Ciudad de México para visitar a mandatarios y miembros del alto clero, y disfrutó de algunas actividades como los toros y paseos en canoa por el Canal de la Viga. Esta serie, en suma, enfatizó la crítica al régimen por la imagen idealizada de la vida en México que se presentaba a los turistas y que encubría una realidad de explotación, marginación y represión.

Conclusiones

En este artículo se presentó un panorama sobre el desarrollo histórico del turismo en México durante la segunda mitad del siglo XIX y el porfiriato. Se explicó la especificidad del caso mexicano en el contexto del turismo mundial decimonónico, el cual se presentó como parte de procesos históricos más amplios, como el desarrollo del capitalismo industrial, la construcción de los Estados nación y la transformación cultural de la modernidad decimonónica.

A través del análisis de la prensa mexicana se mostró que el uso de los términos turista y turismo tuvo relación directa con la presencia en aumento del sujeto turista, en principio identificado con el extranjero que visitaba México, pero posteriormente con las elites mexicanas. Así mismo, se expuso que la palabra turista en la prensa constantemente aludía a un tipo de viajero que buscaba disfrute, salud y esparcimiento, sin motivaciones de negocios o políticas. También se refirió la discusión sobre las diferencias entre tipos de viajeros que, no obstante, se obvió gradualmente ante el uso común e indistinto de las palabras viajero y excursionista que se usaron también para referirse al turista.

El análisis de la prensa permitió, por otra parte, distinguir varios periodos: el primero que va de 1852 a 1869, durante el cual la prensa dio cuenta limitada de la presencia de turistas extranjeros en nuestro país y donde prácticamente no se alude al turismo como industria; el segundo conformado por la séptima y octava décadas del siglo XIX, en el que se dio un auge del turismo extran-

⁴⁴ “El México de hoy”, *El Monitor Republicano*, 6 abril 1882.

⁴⁵ Parece que la serie originalmente estaba pensada para ser más larga, pues el último número donde apareció, del 27 de marzo de 1904, todavía señalaba “Continuará...”. No obstante, en la revisión hemerográfica realizada para esta investigación no se hallaron los cuadros finales.

⁴⁶ “Aventuras de un turista”, *El Colmillo Público*, 13 diciembre 1903.

jero en México y dio inicio el turismo interno. En ese sentido, se enfatizó la caracterización del turismo del periodo como de elites, por lo que sería oportuno indagar con otras fuentes si en el porfiriato se dio un proceso de capilarización del viaje turístico entre la incipiente clase media y las clases bajas de la sociedad mexicana, que pudieron haber visitado los sitios donde el ferrocarril hizo posible el arribo de un número más grande de viajeros nacionales.

En el tercer periodo, que va de 1880 a 1911, se observó la consolidación del turismo a través del desarrollo incipiente de una industria nacional. La última década del siglo XIX y la primera del siglo XX, se consideraron como el periodo de apogeo de la difusión turística, sobre todo a partir de la publicidad en la prensa, por lo que se comentaron el tipo de productos, servicios y actividades que se ofrecían al mercado. Como parte de los procesos de difusión, se evidenció la conformación de clubes que promovieron un imaginario del viaje turístico asociado a la salud, el placer, la modernidad y la reproducción de valores nacionalistas. En el mismo periodo se destacó la producción de prensa especializada y la conformación de las primeras asociaciones, cuyo propósito principal fue el fomento y la organización del turismo, entendido para entonces como una industria rentable que propiciaría la modernización del país.

Finalmente, se expusieron algunos ejemplos de la marginal, pero importante, crítica a las consecuencias negativas de la expansión del turismo en México que permite abordar otras de sus facetas e invita a observar más allá del discurso propagandístico. Considero que el reto es seguir indagando en las fuentes primarias de la época para profundizar en los diferentes periodos, temas y problemas que sugiere la prensa para comprender mejor el desarrollo del turismo en México, sobre todo durante el porfiriato.

Referencias

- Aron, C. S. (1999). *Working at play: a history of vacations in the United States*. Nueva York: Oxford University Press.
- Bahía de Aguiar, P. C., A. M. Souza-dos-Santos-Moreau y E. de Oliveira Fontes (2013). Áreas naturales protegidas: una breve historia del surgimiento de los parques nacionales y reservas extractivas. *Revista Geográfica de América Central*, 50: 195-213. Disponible en: <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/view/5396> [Consulta: enero de 2022].
- Berger, D. (2006). *The Development of Mexico's Tourism Industry: Pyramids by Day, Martinis by Night*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Byrne Paquet, L. (2007). *Wanderlust: a social history of travel*. Fredericton, New Brunswick: Goose Lane Ed.
- Boardman, A. (2010). The U.S.-Mexican War and the Beginnings of American Tourism in Mexico. D. Berger y A. Grant Wood (eds.), *Holiday in Mexico: Critical Reflections on Tourism and Tourist Encounters* (pp. 21-53). Durham: Duke University Press Book.
- Booth, R. (2018). La autosegregación estival y la construcción de la identidad social Zapallar y Rocas de Santo Domingo en el proceso de la modernización del ocio en Chile (1892-1950). *Revista Trace*, 45 (julio). Disponible en: <https://doi.org/10.22134/trace.45.2004.505> [Consulta: enero de 2022].
- Buades Beltrán, J. (1996). El turismo como modelo de industrialización. Una guía de costes ecológicos y sociales en el Mediterráneo. *Ecología política*, 12: 51-60.
- Clark, I. D. (2016). *A Peep at the Blacks» A history of tourism at Coranderrk Aboriginal Station, 1863-1924*. Berlín: De Gruyter Open.
- Cox, K. L. (2012). *Destination Dixie: tourism & southern history*. Gainesville: University Press of Florida.
- Cunha, N. E. y R. A. Campodónico Pérez (2005). Aportes al estudio comparativo del turismo en el Cono Sur (1900-1930). *América Latina en la Historia Económica*, 12 (2): 37. Disponible en: <https://doi.org/10.18232/alhe.v12i2.361> [Consulta: enero de 2022].
- D'Eramo, M. (2020). *El selfie del mundo. Una investigación sobre la edad del turismo*. Barcelona: Anagrama.
- Díaz-Andreu, M. (2014). Turismo y arqueología. Una mirada histórica a una relación silenciada. *Anales de Antropología*, 48 (2): 9-39.
- Díaz Ramírez, A. (2019). La construcción del American West como destino turístico: clima, tierra y aguas termales, 1869-1890. *Meyibó*, 9 (17): 47-84.
- Durán Oñate, A. (2017). Guías y manuales de viajeros en el México decimonónico: tres visiones conservadoras del proyecto de nación. *Oficio. Revista de Historia e Interdisciplina*, 5: 61-72.
- Dussel, E. (2000). Europa, modernidad y eurocentrismo. E. Lander (comp.), *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas* (pp. 24-33). Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Elsner, J. y J. Rubiés (eds.) (1999). *Voyages and visions: towards a cultural history of travel. Critical views*. Londres: Reaktion Books.
- Ettinger, C. R. (2013). Los orígenes de la "magia". Los poblados tradicionales en el imaginario estadounidense de principios del siglo XX. *Topofilia Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, 4 (3). Disponible en: <http://148.228.173.140/topofiliaNew/assets/1-m5c-cre.pdf> [Consulta: enero de 2022].
- Ettinger, C. R. (2020). Arquitectura e imaginarios Pueblerinos. La creación de equipamiento cultural y turístico para la región lacustre de Pátzcuaro, Michoacán (1931-1942). I. San Martín Córdova y A. Leal Menegus (eds.), *Tránsitos e intervalos de lo*

- privado y lo público. Arquitectura y ciudad del Movimiento Moderno en México* (pp. 177-194). México: Documentación y Conservación del Movimiento Moderno.
- Fernández Fúster, L. (1991). *Historia general del turismo de masas*. Madrid: Alianza.
- García Millé, L. (2017). Destinos prescritos, transportes modernos y guías fastidiosos: la experiencia latinoamericana de las ciudades europeas a finales del siglo XIX. M. Á. Castro y A. M. Romero Valle (coords.), *El viajero y la ciudad* (pp. 40-48). México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Bibliográficas.
- García Sánchez, E. (2015). El turismo en Pátzcuaro (México). Percepciones del visitante extranjero entre 1880-1920. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13 (3): 477-89.
- Garrido Asperó, M. J. (2016). El automovilismo deportivo en México. Sus primeros clubes y competencias (siglo XX). *Historia crítica*, 61: 105-123.
- Gassan, R. H. (2008). *The Birth of American Tourism: New York, the Hudson Valley, and American Culture, 1790-1830*. Amherst: University of Massachusetts Press.
- Gavinelli, D. y F. M. Romero Sánchez (2018). Intérpretes culturales del siglo XIX: los 'guías de turismo' no reconocidos. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16 (2): 297-307.
- Guadiana Lozano, P. F. (2017). Tarjetas postales en el desarrollo de la industria turística de Tijuana de 1901 a 1935: los retratos del turismo y los automóviles. F. A. Núñez Tapia (ed.), *Automotores y transporte público: un acercamiento desde los estudios históricos* (pp. 81-103). Zinacantepec: El Colegio Mexiquense.
- Jolly, J. (2018). *Creating Pátzcuaro, Creating Mexico: Art, Tourism, and Nation Building under Lázaro Cárdenas*. Austin: University of Texas Press.
- MacCannell, D. (2003). *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina.
- Mackintosh, W. B. (2019). *Selling the sights: the invention of the tourist in American culture*. Nueva York: New York University Press.
- Martínez Aguilar, J. M. (2017). Una mirada al surgimiento del turismo en Pátzcuaro. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 15 (2): 409-18. Disponible en: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.026> [Consulta: enero de 2022].
- Martínez, R. C. (1997). La propaganda del turismo en España. Primeras organizaciones. *Historia y Comunicación Social*, 2 (enero): 125-125.
- Merrill, D. (2009). *Negotiating Paradise: U.S. Tourism and Empire in Twentieth-Century Latin America*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Mercado López, E. (2018). 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*, 18 (3): 671-683. Disponible en: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.048> [Consulta: enero de 2022].
- Mercado López, E. (2021). El turismo en la provincia mexicana. Notas de prensa 1886-1945. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 19 (2): 369-81. Disponible en: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2021.19.024> [Consulta: enero de 2022].
- Merrill, D. (2009). *Negotiating Paradise: U.S. Tourism and Empire in Twentieth-Century Latin America*. Carolina del Norte: University of North Carolina Press.
- Morales Moya, A. (1984). El viaje ilustrado. *Estudios Turísticos*, (83): 31-32.
- Moreno Garrido, A. (2012). Historia del turismo: una investigación necesaria. J. L. Jiménez-Caballero, P. de Fuentes Ruiz y C. Sanz Domínguez (coords.), *Turismo y sostenibilidad: V jornadas de investigación en turismo* (pp. 105-126). Disponible en: <http://hdl.handle.net/11441/53098> [Consulta: enero de 2022].
- Mostkoff, A. (1999). Foreign Visions and Images of Mexico. One Hundred Years of International Tourism, 1821-1921. Tesis. Los Ángeles: University of California.
- Occhipinti, D. (2014). El turismo en Querétaro durante el porfiriato, 1882-1910. Tesis. Querétaro: Universidad Autónoma de Querétaro.
- Ruiz, J. (2012). Desire among the Ruins: The Politics of Difference in American Visions of Porfirian Mexico. *Journal of American Studies*, 46 (4): 919-940.
- Rújula López, P. (2021). Viajeros ilustrados y románticos: consideraciones metodológicas para la utilización de los libros de viaje como fuente histórica. *Biblioteca Cervantes Virtual*. Disponible en: http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/viajeros-ilustrados-y-romanticos-consideraciones-metodologicas-para-la-utilizacion-de-los-libros-de-viaje-como-fuente-historica/html/cbd1458e-696f-46b1-935e-34395050f771_4.html#I_0_ [Consulta: agosto de 2021].
- Saragoza, A. (2001). The Selling of Mexico: Tourism and the State, 1929-1952. G. M. Joseph, A. Rubenstein, E. Zolov y E. S. Rosenberg (eds.), *Fragments of a Golden Age. The Politics of Culture in Mexico Since 1940* (pp. 91-115). Durham: Duke University Press.
- Smith, P. (ed.) (1998). *The History of Tourism: Thomas Cook and the Origins of Leisure Travel*. Londres: Routledge/Thoemmes.
- Taylor, L. D. (2002). The wild frontier moves South: U.S. Entrepreneurs and the Growth of Tijuana's Vice Industry, 1908-1935. *The Journal of San Diego History*, 48 (3): 206. Disponible en: <https://sandiegohistory.org/journal/2002/july/frontier-2/> [Consulta: enero de 2022].

- Thompson, E. P. (1984). *Tradición, revuelta y consciencia de clase. Estudios sobre la crisis de la sociedad preindustrial*. Barcelona: Crítica.
- Urry, J. (2018). La Mirada Del Turista. *Turismo y Patrimonio*, 3 (marzo): 51-66. Disponible en: <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2001.n3.03> [Consulta: enero de 2022].
- Vallejo Pousada, R., E. Lindoso-Tato, M. Vilar-Rodríguez (2018). Los orígenes históricos del turista y del turismo en España: La demanda turística en el siglo XIX. *Investigaciones de Historia Económica*, 16 (1): 12-22. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.ihe.2018.03.001> [Consulta: enero de 2022].
- Vidaurri Aréchiga, J. E. y R. Guerrero Rodríguez (2018). La construcción de la imagen turística del Guanajuato “colonial”, en la etapa independiente de México. I. Alvarado-Sizzo y A. López López (eds.), *Turismo, patrimonio y representaciones espaciales* (pp. 81-100). Tenerife: Pasos Edita.
- Ward, E. R. (2014). Footprints, Frontiers, and Empires: Latin American Tourism Development, 1840-1959. *History Compass*, 12 (1): 42-50. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/hic3.12125> [Consulta: enero de 2022].
- Zuelow, E. G. E. (2015). *A history of modern tourism*. Londres, Nueva York: Macmillan Publishers Limited.