



La Compañía México Fotográfico en la política de turismo nacional de los años veinte¹

Mayra N. Uribe Eguiluz*

A mediados de los años veinte del siglo pasado, en México, en un contexto político e ideológico posrevolucionario de grandes cambios y con un fuerte sentido nacionalista, fue fundada una de las más importantes empresas nacionales productoras de tarjetas postales, la Compañía México Fotográfico (MF).

Su gerente y fundador, Demetrio Sánchez Ortega, nació el 22 de diciembre de 1898,² en el seno de una familia de clase media originaria de Huatusco, Veracruz. Entre los pocos datos que tenemos sobre su infancia y adolescencia, sabemos que, posiblemente a mediados de la segunda década del siglo XX, abandonó su natal Huatusco y emigró a la ciudad de México en busca de mejores oportunidades laborales, y que, a su llegada, desempeñó diversos oficios, entre ellos el de vendedor de papel. Poco tiempo después, a finales de 1910, Demetrio Sánchez

Ortega consiguió un empleo como promotor y agente viajero³ de la Cervecería Moctezuma,⁴ que consistía en visitar las cantinas de algunos poblados de nuestro país y ejecutar al interior de éstas diversos juegos de azar e ilusionismo para promover el consumo de la Cerveza XX (Dos Equis).⁵ Este trabajo de agente viajero y promotor de la Cervecería Moctezuma le permitió no sólo desplazarse y conocer distintas regiones de la República Mexicana y de esta manera, tal vez, detectar el potencial comercial de su futura empresa personal; sino, seguramente también, le permitió conocer las diversas guías de viajero ilustradas que se ofertaban en las principales estaciones de ferrocarril en nuestro país; además de tener contacto con una amplia variedad de tarjetas postales que circulaban en la época y desde finales del siglo XIX, creadas por algunos de los fotógrafos viajeros como Alfred Briquet, William Henry Jackson, Charles B. Waite, Hugo Brehme, entre otros. Materiales que seguramente fueron del interés del veracruzano Sánchez Ortega en sus innumerables viajes de trabajo por la República Mexicana y que debieron darle una perspectiva sobre el uso de la imagen fotográfica y su comercialización en el ámbito turístico, pues conocer los caminos del país, los sitios turísticos y las fotografías de estos lugares, lo llevaría más tarde a crear su propia empresa de tarjetas postales.

Al lado de Armando Olvera, un antiguo amigo suyo, el joven Sánchez Ortega, se inició en el oficio fotográfico.⁶ Sin embargo, dicha colaboración duró muy poco tiempo y Demetrio tuvo que ejercer y perfeccionar el oficio de la lente desde la práctica misma. Es decir, convertirse, como muchos otros, en un fotógrafo autodidacta. Ya con conocimientos firmes, un año después de haber asumido Plutarco Elías Calles la presidencia del país, en 1925, Demetrio Sánchez Ortega funda la compañía México Fotográfico (MF) productora de tarjetas postales, asumiendo de manera única la dirección, la gerencia y la promoción de la empresa.

Es posible que, para la creación de la empresa, Sánchez Ortega hubiese obtenido algún tipo de apoyo o patrocinio del gobierno, pues en una carta dirigida al presidente de la República, el general Plutarco Elías Calles, con fecha del 22 de enero de 1925, el diputado Victoriano Lorandi recomienda de manera amplia al señor Demetrio Sánchez Ortega, autor de un proyecto que en su opinión “[...] merece la ayuda que solicita del Primer Magistrado”.⁷ Además, una pequeña nota anexa a dicha carta, la cual da constancia de que el asunto del señor Sánchez Ortega fue remitido a la Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo para su estudio y resolución, el día 11 de septiembre de 1926.

Si bien la México Fotográfico tuvo como gestor, director y primer fotógrafo al señor Demetrio Sánchez Ortega, ésta fue una empresa de tipo familiar en la que estuvieron involucrados todos los hijos de Demetrio Sánchez Ortega y Tomasita Pedrero: Alfredo, Eustolia, Teresa, Demetrio, y Alfonso, quienes desarrollaron principalmente funciones del laboratorio fotográfico y de la reproducción técnica de las postales, y, una vez mayores, los varones participaron también como fotógrafos.

Sin embargo, la empresa contó también con la colaboración de distintos fotógrafos a los que denominaba “agentes viajeros”, los cuales le posibilitaban una distribución y promoción de las tarjetas postales en distintos puntos de México, con lo que

se ampliaba la cobertura de la compañía y su éxito comercial. En un artículo de José Aguirre Zertuche,⁸ publicado por la Sociedad Mutualista de Agentes Viajeros, en diciembre de 1923, se define al agente viajero como “[...] una novedosa y efectiva estrategia de difusión y propaganda comercial por encima de los anuncios impresos, quien, de viva voz, convence a los consumidores y abre nuevos mercados, incluso en las regiones más remotas y apartadas del país”. En este artículo también se mencionan ciertas cualidades del agente viajero que lo distinguen del simple comerciante ambulante, por el ser representante de una casa comercial; por llevar sólo un muestrario, una lista de precios y un catálogo, y no directamente la mercancía, como lo hace el comerciante ambulante; concretarse a tomar pedidos que remite a la casa que representa para que ésta, a su vez, los distribuya, además de tener la ventaja de vender en grandes cantidades y a plazos.

Este esquema de venta, en el que se había desempeñado Sánchez Ortega desde joven, fue retomado para su propia compañía México Fotográfico, pero de forma más adecuada a las necesidades de una empresa productora y comercializadora de imágenes; pues sus agentes viajeros, además de la promoción y venta de las tarjetas postales, también realizaban tomas fotográficas de los poblados que visitaban, es decir, cumplían las funciones de fotógrafos.⁹

Los primeros años de la empresa México Fotográfico se distinguen por ser momentos de experimentación y crecimiento, en los que la compañía estuvo dedicada principalmente a la producción y comercialización de tarjetas postales con vistas de distintos pueblos y ciudades del país.¹⁰ Es decir, una empresa de fotografía regional en la República Mexicana, ya que las series de tarjetas postales con vistas fotográficas realizadas por la compañía México Fotográfico fueron diversas y abarcaron la totalidad de los estados del país. Estas imágenes retomaban los aspectos más representativos de los poblados y regiones visitadas, pues, a través de la mirada, los temas y los ángulos de las tomas fotográficas, se nos revelan aquellos elementos que los fotógrafos y la propia editora MF consideraban digno de ser representado. Rasgos que no sólo nos generaban una idea de lo que existía en un poblado, sino también a construir un imaginario colectivo de los lugares representados a través de la imagen fotográfica y la circulación de la tarjeta postal¹¹

México Fotográfico encontró en la promoción del turismo, a mediados del siglo XX, un nicho importante en el que pudo insertarse, pues esta nueva actividad necesitó de imágenes que, como apoyo visual, fomentaran la visita a diversos lugares al interior del país, pero también de imágenes fotográficas que sirvieran de constancia o testimonio a los turistas y viajeros, de haber estado en los sitios fotografiados; de los cuales existía la posibilidad de llevarse una pequeña muestra como recuerdo, un pedacito del lugar a manera de tarjeta postal.

Los primeros años de la compañía México Fotográfico coinciden con un periodo considerado de reconstrucción nacional debido a los efectos de la lucha armada revolucionaria, así como con una época de desarrollo en la que se realizaron importantes obras de infraestructura y se crearon instituciones que habrían de desempeñar un papel preponderante en el avance económico del país en las décadas siguientes.¹² Recordemos que Plutarco Elías Calles asumió la presidencia de la



República Mexicana, en noviembre de 1924, un año antes de la creación de la compañía México Fotográfico y, según comenta Roberth Smith, durante sus tres primeros años de gobierno, impulsó varios programas para estimular el desarrollo económico y promover la unidad nacional¹³ como la apertura del Banco de México y la construcción de los primeros caminos carreteros del país, a cargo de la Comisión Nacional de Caminos.

En este periodo de organización política del país, el fomento al turismo nacional e internacional tuvo un amplio impulso, dadas las ventajas económicas que este sector representaba, y desde mediados de los años veinte y durante toda la década de 1930, el interés por este tema se volvió cada vez mayor. En 1929, la actividad turística en México por primera vez fue regulada y promovida de manera formal e institucional, cuando la presidencia de la República estaba ocupada de manera provisional por Emilio Portes Gil. En ese momento se creó la Comisión Mixta-Pro Turismo, el primer organismo gubernamental dedicado a la organización de la industria turística en México.¹⁴ Entre las funciones principales de este organismo estaban la realización de estudios y proyectos que fomentaran el incremento de visitantes extranjeros al país, así como la regulación y promoción de la actividad turística al interior del territorio mexicano. La Comisión Mixta-Pro Turismo, entre muchas de sus funciones y líneas de acción, contemplaba la edición y la distribución de propaganda impresa, a través de sus comisiones internas de Propaganda y Periódicos, integradas por diversas asociaciones de publicistas y editores, entre los que se encontraba Excelsior Compañía Editora, S.A., que fue una de las empresas que, a través de sus diarios y suplementos semanales, apoyó la promoción



del turismo nacional, imprimiendo artículos, viñetas e imágenes para incentivar al viajero a recorrer el país.

Jueves de Excelsior, el suplemento semanal del diario *Excelsior*, dedicaba espacios especiales a la difusión de distintos lugares de interés turístico nacional, como la sección "México en Rotograbado", en la que se incluían vistas fotográficas de diversos poblados del país, organizadas por estados, así como mapas carreteros y rutas de viaje; imágenes acompañadas, la mayoría de las veces, de textos descriptivos de las poblaciones fotografiadas, con los que se intentaba motivar a su visita. Esta sección funcionaba como un álbum geográfico nacional ilustrado que, semana a semana, se iba conformando y que resultaba útil para conocer y documentar las distintas regiones de nuestro país.

En 1927, comenzaron las colaboraciones de la compañía productora de tarjetas postales México Fotográfico y el suplemento semanal *Jueves de Excelsior*. Este suplemento¹⁵ estaba dedicado a dar a conocer, a través de imágenes fotográficas impresas en la técnica de rotograbado, los distintos estados de la República Mexicana a partir de sus atractivos turísticos, sus principales innovaciones tecnológicas, urbanísticas e industriales, además de servir de soporte a la publicidad desplegada por distintas empresas y negocios comerciales. En sus distintas secciones podían participar los lectores y suscriptores, así como fotógrafos aficionados

y profesionales, enviando imágenes fotográficas que el semanario se encargaba de editar y publicar en el número correspondiente a la sección de cada estado.¹⁶ De este modo comenzaron los vínculos y colaboraciones entre México Fotográfico y *Jueves de Excelsior*. Es probable que en un principio la empresa de postales MF haya enviado de manera esporádica parte de su amplia colección de vistas fotográficas. Aunque también es posible que las imágenes hayan sido enviadas de manera directa por algún coleccionista de las postales que México Fotográfico comerciaba, ya que las primeras apariciones de las imágenes de la editora se dieron de manera aislada, entre 1926 y 1927, y, en diversas ocasiones, no se otorgaba el crédito de autoría a las fotografías publicadas. También era frecuente que, en estas primeras colaboraciones, la firma MF y demás datos registrados sobre las tarjetas postales de la compañía México Fotográfico fueran borradas o disimuladas, previo retoque fotográfico en la edición de la revista semanal y sólo fuera perceptible la colaboración de la empresa por la publicación de una pequeña nota en la parte inferior de la página gráfica o fotorreportaje.

No fue sino hasta la edición de la 16ª sección, dedicada al estado de Veracruz, publicada el 12 de mayo de 1927, que se haría evidente la estrecha colaboración de México Fotográfico y el suplemento *Jueves de Excelsior*; la cual consistía en la publicación periódica de diversas imágenes realizadas por la empresa de postales, posiblemente a cambio de la inserción de viñetas publicitarias en dicho semanario. En esta sección del estado de Veracruz, aparecen algunas vistas fotográficas dedicadas a Papantla, Villa del Mar, Huatusco y el camino carretero de este último hacia Coscomatepec; todas ellas realizadas por la firma México Fotográfico.¹⁷ Resulta interesante observar la primera inserción de la viñeta publicitaria utilizada por la empresa de postales; además de la publicación del retrato de Demetrio Sánchez Ortega, “Fundador gerente de la negociación México Fotográfico, establecida en Guadalupe Hidalgo, México, DF”.¹⁸ Situación que no es nada casual, teniendo en cuenta que el gerente, fundador y principal fotógrafo de la compañía MF, era originario del poblado de Huatusco, Veracruz; lo cual explica, en parte, que el primer despliegue publicitario de la empresa MF y la primera colaboración formal de ésta con *Jueves de Excelsior*, se dieran en coincidencia con la edición de la 16ª sección del estado de Veracruz.

A partir de ese momento y una vez esclarecidos los criterios de las colaboraciones de México Fotográfico con *Jueves de Excelsior*, la publicación de vistas de la colección MF en la sección “México en Rotograbado” serían constantes e incluirían un buen número de poblaciones y regiones de todo el territorio mexicano, de tal modo que, fácilmente, la México Fotográfico publicó su amplia colección de vistas fotográficas de todos los estados de la República Mexicana, impresas y distribuidas hasta ese momento como tarjetas postales.

Las imágenes de México Fotográfico, difundidas en formato de tarjeta postal, o bien, a través de la prensa ilustrada a manera de fotorreportajes, como en el caso del suplemento *Jueves de Excelsior*, ayudaron a difundir y a dar a conocer la nación mexicana a través de imágenes fotográficas, las que, apelando al carácter documental de la fotografía, sirvieron de soporte visual a la promoción turística del territorio mexicano. A su vez, estos formatos de reproducción y difusión de la foto-

grafía inauguraron nuevos modos de aproximación y visibilidad de las poblaciones periféricas y de provincia, lo que derivó en la creación de un imaginario de nación idílico, propio de los años veinte del siglo pasado.

Las vistas fotográficas de MF influyeron, en cierta medida, en cómo los miembros de distintas comunidades recrearon su entorno geográfico natural y urbano, guiados por los parámetros formales y estilísticos utilizados por la empresa de postales en la realización de sus vistas fotográficas, los cuales acentúan ciertas características estéticas de la realidad circundante que, en muchos de los casos, resultan de incalculable valor para los propios habitantes. Así nos lo hizo saber un ciudadano de Monterrey, en 1932, a propósito de las vistas realizadas por el fotógrafo y gerente de la firma MF en su comunidad:

He tenido la oportunidad de admirar algunas postales ejecutadas por el fotógrafo Demetrio Sánchez de la compañía México Fotográfico [...] y me complace en declarar que algunas de ellas me han sorprendido por las nuevas perspectivas que el artista ha encontrado en lugares que los regiomontanos estamos cansados de ver, siempre en la misma manera. El señor Sánchez ha copiado algo sorprendente en donde nosotros sólo habíamos visto una sola cosa, ya trillada por conocida.¹⁹

Es decir, que las vistas fotográficas de MF develan nuevos acentos visuales, o modos de ver, de lo que anteriormente pasaba por cotidiano. Imágenes de la geografía circundante que contribuyeron a la creación de imaginarios en la fotografía local y regional en nuestro país.

Por último, hemos de destacar que el discurso nacionalista de esos años veinte, aunado a la promoción del turismo nacional y al interés por dar a conocer distintas regiones de nuestro territorio, contribuyó en el posicionamiento y éxito comercial de la empresa MF. Puesto que dicha compañía estaba dedicada a destacar y difundir mediante la imagen fotográfica las bellezas naturales y los sitios más pintorescos y representativos de cada uno de los estados de la República Mexicana, al mostrar con imágenes no sólo lo tradicional y típico de éstos, sino que, también, subrayaba el proceso modernizador por el que algunos de los poblados fotografiados atravesaban de manera simultánea.

Por otro lado, el despliegue masivo de turistas nacionales al interior del país, a partir de la década de los años veinte, trajo como consecuencia diversos beneficios a la compañía México Fotográfico, pues su amplia producción de tarjetas postales abarcaba desde las pequeñas poblaciones hasta las ciudades más importantes de todos los estados de la República Mexicana, lo que le garantizó un éxito comercial que la sostuvo en activo por más de cincuenta años.

* Mayra Uribe Eguiluz, Maestra en Historia del Arte por la Facultad de Filosofía y Letras, UNAM y Licenciada en Artes Visuales por la ENAP, UNAM. Gestora Cultural independiente y Jefa de Registro y Préstamo de Obra en el Museo Colección Blaisten.

1. Este ensayo forma parte de una investigación más amplia que se expone en la tesis de maestría: *Una aproximación a la Compañía México Fotográfico y la promoción del turismo a finales de los años veinte*, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2011, dirigida por la Dra. Rebeca Monroy Nasr. Puede consultarse en la Biblioteca Samuel Ramos de la Facultad de Filosofía y Letras y en la Biblioteca Central de la UNAM.
2. Datos obtenidos en entrevista al señor Armando Sandoval, nieto de Demetrio Sánchez Ortega, hecha por Mayra Uribe Eguiluz, ciudad de México, 10 de septiembre de 2009.
3. La figura del agente viajero es una estrategia de difusión y propaganda comercial muy popular en las primeras décadas del siglo XX. Vid. revista *El Agente Viajero*, diciembre de 1923, Dir. Antonio J. Valdés, Ciudad de México.
4. La Cervecería Moctezuma fue fundada en 1896, y su fábrica y casa matriz se localizaba en Orizaba, Veracruz.
5. Algunos huatusqueños que le conocieron recuerdan la habilidad con que Demetrio Sánchez Ortega ejecutaba sus espectáculos de prestidigitación y magia, utilizando cartas, botellas y otros objetos. Datos que coinciden con la información proporcionada en la entrevista a Marcelino López Páez por Mayra Uribe Eguiluz, Huatusco, Veracruz, el 28 de julio de 2009, y la información proporcionada por Armando Sandoval, nieto de Sánchez Ortega, en la entrevista antes citada.
6. Información proporcionada en la entrevista realizada a Armando Sandoval, por Mayra Uribe Eguiluz, Ciudad de México, el 21 de octubre de 2009.
7. La carta se localiza en el Fondo 182, Presidentes Álvaro Obregón y Plutarco Elías Calles, expediente 814.M.211 del Archivo General de la Nación (AGN).
8. Alumno de la Escuela Superior de Comercio y Administración, quien obtuvo, en diciembre de 1923, el premio de \$100,000 otorgado por la Sociedad Mutualista de Agentes Viajeros, por un artículo publicado en la revista mensual ilustrada de esa Sociedad. Véase: revista *El Agente Viajero*, *op. cit.*
9. Entrevista realizada al doctor Reynaldo Sandoval González, por Mayra Uribe Eguiluz, Ciudad de México, el 13 de mayo de 2010.
10. Así nos lo dejan ver algunos anuncios publicados por la empresa desde 1927, en el suplemento *Jueves de Excelsior*, del 30 de junio de 1927, el 23 de agosto de 1928, el 3 de enero de 1929, el 21 de octubre de 1930 y 17 de septiembre de 1931, entre otras fechas.
11. Véase entre otras fuentes: Beatriz Eugenia Malangón Girón. "La fotografía de Winfield Scott. Entre la producción comercial y la calidad estética de la fotografía", tesis doctoral, México, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional Autónoma de México, 2003. María Teresa Matabuena Peláez, *La Ciudad de México a través de la Compañía Industrial Fotográfica*, México, Universidad Iberoamericana, 1994. Lilia Laureano Martínez, "Fotorretratos de artistas de 1918 a 1926. Una mirada a la compañía Industrial Fotográfica", tesis doctoral, Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Facultad de Artes, Casa Lamm A.C., 2010. Revista *Artes de México*, núm. 48, *La Postal Mexicana: ecos diversos*, 1999.
12. Enrique Cárdenas, *Historia económica de México*, México, 1994, p.7.
13. Robert Smith, "El triunfo temporal de la diplomacia financiera, 1925- 1932", *Historia económica de México*, México, Fondo de Cultura Económica, 1994, p. 314.
14. La Comisión Mixta Pro-Turismo a partir de 1929 quedó establecida en el Departamento de Comercio, que más tarde se convertiría en la Secretaría de Economía Nacional. Vid., Salazar Chiappini, Gloria, *Memoria Genealógica*, México, s/e 1984.
15. El suplemento semanal *Jueves de Excelsior* comenzó a editarse en 1923. Véase: Aurelio de los Reyes, "*Bajo el cielo de México*", en *Cine y sociedad en México, 1896- 1930*, Vol. 2, México, Instituto de Investigaciones Estéticas, UNAM, 1993, p. 216
16. Entre los fotógrafos locales y regionales que colaboraron en *Jueves de Excelsior* entre 1927 y 1928 enviando vistas fotográficas, se han detectado entre otros, los fotógrafos Llerenas y Madrid en Manzanillo, Colima; los Olmedo Salazar en Baja California; Foto Segura en Chiapas; Foto Reynoso en Guanajuato; Foto Ponce de León en Guerrero; Foto Guerra en Yucatán; Eugenio Espino Barros en Tamaulipas y Nuevo León, y la casa Foto Tehuacán- Foto Supply, en Puebla. Ver imágenes publicadas en *Jueves de Excelsior* el día 29 de septiembre de 1927, 3ª sección del estado de Colima; 6 de octubre de 1927, 3ª sección del estado de Baja California; 12 de octubre de 1928, 6ª sección del estado de Chiapas; 19 de julio de 1928, 7ª sección del estado de Guanajuato; 4 de octubre de 1928, 2ª sección del estado de Guerrero; 18 de octubre de 1928, 3ª sección del estado de Yucatán; 1º de diciembre de 1927, 7ª sección del estado de Tamaulipas y 28 julio de 1927, 8ª sección del estado de Puebla.
17. Ver *Jueves de Excelsior*, 12 de mayo de 1927.
18. *Idem.*
19. Nota de Carlos Polo, diario *El Porvenir, Periódico de la Frontera*, 29 de mayo de 1932.