

## DE CRUDAS Y MORALIDAD: CAMPAÑAS ANTIALCOHÓLICAS EN LOS GOBIERNOS DE LA POSTREVOLUCIÓN (1916-1931).

JESÚS MÉNDEZ REYES\*

*“Serás feliz en la vida, si sólo agua es tu bebida.”*  
*“Si te embriagas, y mañana criminales son tus hijos,*  
*tú tendrás la culpa de sus torcidos caminos.*  
*“Si no quieres ir al panteón, no tomes alcohol, ni sotol.”*  
Propaganda de la Campaña Antialcohólica, 1929.

### Introducción.

Toda revolución conduce a cambios ineludibles en la sociedad al menos en tres niveles: reduce la tensión política, reordena la inestabilidad económica y corrige la disfunción social. Los tres rubros van tomando forma cuando el grupo victorioso en el poder opera su estrategia de recomposición con un proyecto propio. Sin embargo, el propósito y los alcances de las medidas sólo pueden evaluarse cuando los acontecimientos bélicos han pasado y cuando la efectividad de las medidas van dando paso a los proyectos, los alcances y los costos de tales decisiones.

En México, entre 1916 y 1931, se incentivaron disposiciones coercitivas conocidas como campañas antialcohólicas para frenar el consumo, la distribución y la generalización de ingesta de bebidas con graduación alcohólica. El nombre de esas medidas varió según la época o la zona a lo largo del país, se habló de “compromisos revolucionarios”, “búsqueda

---

\* Investigador de Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana (INEHRM). Versión preliminar para el II Congreso de Historia Económica de México, octubre de 2004. Se agradecen sus comentarios a [jmenkings@terra.com](mailto:jmenkings@terra.com)

de un mejor país”, “realce de las masas”, “cruzada de conversión”, “moralidad de la sociedad”, etc.

La finalidad de las campañas tuvieron en el inicio una preocupación político social, acorde con la cultura del nuevo siglo XX y la preocupación por las condiciones del trabajador industrial. Además de la idealización del mexicano, laborioso y sin vicios, “sano de cuerpo y espíritu y libre de pensamiento y acción” que pregonaron los revolucionarios a partir de 1915. Al mismo tiempo, la campaña fue un férreo ataque ideológico “al capitalista embaucador de conciencias y hurtador del ínfimo ingreso que se pagaba a las clases trabajadoras“, bajo un discurso que rechazaba la vieja política porfiriana y legitimaba el poder de los sonorenses, que institucionalizaban su revolución en estos años.

En un segundo momento, el efecto de las campañas antialcohólicas devino en un problema de tipo económico con consecuencias en el ámbito productivo, fiscal y comercial; un conflicto por el control de la producción, la venta clandestina y las actividades ligadas al juego y al vicio. Así como la necesidad de una política arancelaria que regulara la importación y exportación de insumos para la industria alcohólica y los productos que burlaban la veda de bebidas embriagantes en los Estados Unidos (1919-1933) y en México (1929-1935).

El ensayo intentará plantear los antecedentes de las campañas antialcohólicas, enumerar alguna reglamentación sobre la industria de bebidas y pulques, reseñar la campaña antialcohólica de 1929, y colegir los costos o beneficios de tal medida para la hacienda pública y la sociedad, durante la aciaga década de la reconstrucción de México. Este esbozo será completado a partir de los comentarios y sugerencias que la Mesa de este Congreso me sugiera para entregar una versión definitiva con posterioridad. Agradezco a

---

los comentaristas la lectura de este primer boceto.

## **1. La Ley Seca y la moralización de la sociedad.**

Uno de los primeros intentos serios contra el consumo de alcohol, por contar con el apoyo del Estado y los recursos presupuestales suficientes, fue la famosa iniciativa del Senador Andrew J. Volstead, de donde tomó su nombre la ley antialcohólica —"Ley Volstead"— de 18 de octubre de 1919, también conocida como "Ley Seca", que entró en vigor el 16 de enero de 1920.

Los antecedentes de tal medida, en los Estados Unidos, pueden hallarse décadas atrás cuando el movimiento milenarista, que encabezó la Iglesia Adventista, falló en sus predicciones del fin del mundo, y cuando se discutió la necesidad de moralizar al proletariado por las ideas socialistas y el estudio Vebleniano de las clases ociosas (1899).

El paliativo para evitar que se siguiera desmembrando ese movimiento religioso fue recurrir a la prédica de la moralidad de la sociedad y la preocupación por el trabajador industrial, no ya como proletario, sino como agente de transformación social del último tercio del siglo XX. Las ramificaciones de los adventistas en bautistas, presbiterianos, episcopalianos, y en general del *Interchurch Movement*, colmaron de principios morales las escuelas y congregaciones que se establecían en los Estados Unidos y a lo largo de México antes y durante la Revolución mexicana.

No es gratuito que los hermanos Sáenz, Pascual Orozco, Plutarco Elías Calles, Benjamín Hill y un buen número de actores del movimiento de 1910-1920, pusieran en acción las enseñanzas de sus preceptores, convencidos de la necesidad de educar y moralizar a la sociedad para buscar mejores horizontes. En 1875 existían 17 sociedades

misioneras protestantes en el país, en 1884 se registraban 68 templos de congregaciones protestantes y para 1910, 700 grupos distintos enseñaban, predicaban y editaban revistas y literatura religiosa.<sup>1</sup>

Por otro lado, el influjo del positivismo europeo en México, entre 1870 y 1890, y la doctrina social de la Iglesia con la *Rerum Novarum* fueron vasos comunicantes que transmitieron la lucha contra el alcohol del otro lado del Atlántico. Para el primer asunto vale recordar el famoso ensayo de Gabino Barreda, *De la Educación Moral* (1863), los planteamientos de Miguel S. Macedo sobre *La Moral Social* (1877) y el papel del liberalismo y el grupo Científico durante el Porfiriato.<sup>2</sup>

Para el segundo rubro, considérese la aparición de algunas asociaciones y publicaciones españolas que tuvieron resonancia entre los católicos y los sindicatos posteriores a la encíclica de León XIII, a saber, la Banda de la Esperanza (1880), la Sociedad de Temperancia Española (1888), la Asociación de Mujeres Temperantes (1890), el Manifiesto Médico Internacional (1903), la Iglesia contra el Alcohol (1909) y *El Abstemio, periódico antialcohólico* (1910).

En las postrimerías del Porfiriato se argumentó que el atraso moral de los indígenas, y las clases populares, se debía en gran medida al problema del alcohol, las fiestas y el juego. Tanto Justo Sierra como Francisco Pimentel argumentaron a favor de un Estado fuerte que con educación, higiene, y profilaxis alcanzara “la preservación social” y la regeneración del mexicano común:

Un pavoroso problema de patología social, que es el envenenamiento sistemático y seguro de nuestra especie en todas las formas físico, mental y moral por los vinos,

---

<sup>1</sup> Bastián, *Disidentes*, 1989, p. 320 y Archivo General de la Nación (AGN), Fondo Gobernación, Sección Archivo, leg. 882 (1), doc. 13.

<sup>2</sup> Hale, *Transformación*, 1991, pp. 353-355.

cervezas y pulques; por los aguardientes del maguey y la caña, el nauseabundo tequila o el ajeno elaborado con un alcohol, que por sus sustancias químicas, se convierte en un tosigo lento y seguro. [El alcoholismo] se vuelve el verdadero mal del siglo, enfermedad hereditaria y fatal de las generaciones nuevas.<sup>3</sup>

La lucha contra el alcoholismo se volvió en México un asunto de sanidad, higiene y progreso material, social y liberal. Los Congresos Higiénicos Pedagógicos de la década 1880 y los de Sanidad y Profilaxis, explicando el alcoholismo como una enfermedad y desorden público, estuvieron dentro de los valores liberales de inicios de siglo, incluso retomados por Enrique Rebsamen, para la educación, o Francisco I. Madero, para argumentar la necesidad de construir la democracia entre las nuevas generaciones.

Empero, no es sino hasta bien entrado el proceso revolucionario mexicano cuando el alcoholismo se vuelve una política estatal generalizada, un pretexto para moralizar al “nuevo mexicano” y una vieja manera de seguir haciéndose de recursos fiscales para financiar las batallas y la vuelta al orden de cualesquiera de las facciones belicosas en el poder.

Si bien en Estados Unidos es donde inicia la preocupación por ligar alcohol y muerte, en México, los estudios de los Congresos Científicos no dejarán de propugnar por una estadística científica, positiva y certera sobre el particular. Hacia 1900, en Nueva York, se atribuyó un promedio de 516 muertes por causa del alcoholismo; entre 1910 y 1917 aumentó a 619 muertes promedio anual y para 1922-1927, durante la prohibición, la cifra creció hasta 639 muertes por causa del alcoholismo.

Por otro lado, hacia 1914, una tercera parte de la recaudación del gobierno estadounidense provenía de los impuestos al licor; mientras que durante la prohibición los impuestos por este rubro se estancaron, incluso se redujeron. No así el aumento de las

---

<sup>3</sup> Sierra, *Discursos*, 1991, pp, 353-355.

tabernas y las farmacias que con receta médica vendieron alcohol natural.

Al inicio de la Ley Seca en Estados Unidos, los boticarios y galenos solicitaron nuevas licencias para expedir recetas: 15,000 fueron de médicos y 57,000 de dueños de farmacias. A inicios de 1931, un centenar de médicos solicitaban mensualmente nuevos permisos; 30,000 habían sido encarcelados, 3,000 estaban en prisión por la muerte de “sus pacientes” y el gobierno recaudaba lo mismo por impuesto a la renta a los facultativos (200 millones de dólares), que por gravamen a la venta e importación de alcohol antes de la prohibición.

Cabe preguntarse ¿Para qué sirvió la Ley Volstead? ¿Qué pasó con la relación entre prohibición y aumento de la mortandad por alcohol? ¿Por qué si se redujo la producción e importación de bebidas alcohólicas, en la década 1920, la mortandad por alcohol, principalmente cirrosis, había aumentado?

La explicación ya conocida fue que la prohibición aumentó el contrabando y la importación clandestina, potenció los viajes a la frontera con México y/o Canadá, y aparecieron grupos ligados al juego, la prostitución y la bebida. Campeó además el soborno, la extorsión y la corrupción entre los encargados de la recaudación, el control aduanal, el traslado al interior del país por vías alternas y una mayor oferta de bebidas de alto riesgo para la salud por el desarrollo de la industria química.

Un par de efectos sociales vinieron aparejados al descrédito e ineficacia de la Ley Seca: el primero, la creación de bandas organizadas para introducir alcohol al país creció más rápido que la recaudación, y hubo un aumento importante de la delincuencia y la corrupción en la administración pública. Tan sólo en Chicago el 60% de la policía estaba ligada al tráfico de licor, el 10% de los mismos había sido procesado o dado de baja, y a

tres de cada diez guardadores del orden se les había abierto una inspección.<sup>4</sup>

El segundo efecto fue el discurso puritano de los conservadores protestantes sobre los efectos que el alcohol causaba a la raza blanca y a los trabajadores urbanos de la industria, a diferencia de las consecuencias que generaba en la “licenciosa gente de color” y la población rural del sur del país. Para el diputado Robert P. Hobson de Alabama el licor hacía de “los negros unas bestias que cometían crímenes antinaturales“, mientras que en el hombre blanco “al estar más evolucionado” tomaba más tiempo para que el vicio lo redujera al mismo nivel.

Sea cual fuere el resultado hubo una disparidad entre la política fiscal y el freno del alcoholismo en los Estados Unidos, un decremento de los productores legales versus los envasadores, intermediarios, tenderos y taberneros de las principales ciudades, así como la construcción de poblaciones vicio en la frontera con México, como Tijuana, Ciudad Juárez y Mexicali.<sup>5</sup>

Al parecer la gran campaña de sanidad, intemperancia, persuasión moral y prohibición del alcohol, en los Estados Unidos, no fue comprendida del todo por la sociedad revolucionaria que empezaba a repetir el mismo discurso de los vecinos y a instrumentar la moralización de la sociedad como el mejor modo de alcanzar las promesas de la Revolución.

## **2. Moralidad revolucionaria y las medidas antialcohólicas.**

Las campañas contra el consumo de alcohol, como se ha dicho, no fueron exclusivas de los

---

<sup>4</sup> Oselser, “Ley”, 2003, hh. 2.

<sup>5</sup> Méndez, “Corredor”, 2003, pp. 52-62.

gobiernos posrevolucionarios. Ni tampoco su plataforma de acción se limitó a la moralidad de la sociedad, hubo también un trasfondo fiscal que fue cambiando a lo largo de 20 años, en algunos momentos se prefirió el discurso de la transformación del pueblo; en otros, el gobierno se hizo de la vista corta y decidió seguir recaudando impuestos, a cerrar los expendios y destiladoras de bebidas alcohólicas.

Los problemas sociales, religiosos y políticos con el asesinato de Álvaro Obregón, el nacimiento del Partido Nacional Revolucionario y la experiencia del mandatario interino, Emilio Portes Gil, fue determinante para que a inicios de 1929 se propusiera una Campaña Nacional contra el Alcoholismo, a la usanza estadounidense pero con sus propios fines y alcances.

Las campañas revolucionarias encuentran su diferencia con las del Porfiriato precisamente por la preocupación político ideológica de la moralización del obrero, el campesino, los militares y, en general la sociedad mexicana. Mientras que en el primer caso, lo determinante fue controlar, reglamentar y fiscalizar la producción y venta de bebidas. De este modo la moralización de la sociedad (educación, higiene, puntualidad, trabajo) y la oposición al consumo y venta de alcohol y droga se configuró como una bandera más de la post-revolución.

Matías Romero había elaborado desde 1892, una reglamentación propia sobre impuestos a bebidas alcohólicas y tabacos. El pago del impuesto se hacía a través de estampillas adheridas a los envases según el grado alcohólico de la bebida, posteriormente se extendió a “las cajas, pomos, botellas o paquetes” para inutilizar las estampillas.<sup>6</sup> Se gravaba entonces el consumo, en lugar de fiscalizar el alcohol desde la producción y según la capacidad de los toneles en que se convertía el azúcar incristalizable.

Esta legislación fue uno de los desacuerdos más importantes entre el Secretario de Hacienda y el joven Limantour<sup>7</sup>, que llegaba al Ministerio a trabajar con Romero por esos años y que, al quedar al frente de la Secretaría, modificó la reglamentación en diciembre de 1892 y en mayo de 1893<sup>8</sup>. En el presupuesto de ingresos y egresos del año fiscal 1893-1895, la contribución por bebidas alcohólicas y similares alcanzó \$500,000.00, esto es, 25% más que el arancel de aduanas marítimas y fronterizas y la mitad de lo que el fisco recibió como contribución sobre hilaza y tejidos de algodón.

La discusión posterior fue si la cerveza y el pulque debían gravarse también bajo esos esquemas pues resultaba sumamente engorroso y costoso tasar el consumo y no la producción. En el primer caso se argumentó que la cerveza, al contener menos de 6° GL (Gay Lussac), no era una bebida alcohólica; en el segundo caso, que el aguamiel nunca llegaba pura a los expendios y como se optaba por fermentarla o prepararla antes de llegar al consumidor, el pulque sí debía considerarse embriagante.

El decreto de 12 de mayo de 1896, sobre contribuciones a pulques, aguamiel y tlachique modificó en este caso el impuesto, de indirecto a directo: se pagarían 18 centavos por cubo de 27.376 litros de capacidad, fuera al prepararse para su traslado y venta o su llegada a los expendios.

Para 1900 el consumo per cápita de pulque en México fue de 29.4 litros<sup>9</sup>, 0.6 litros de tequila, 20 litros de bebidas con graduación moderada (entre 20 y 50 grados GL) y menos de un litro de cerveza por habitante. Para una población cercana a 10 millones de personas el consumo resultaba considerable, sobre todo cuando ante la escasez de azúcar,

---

<sup>6</sup> Véase Decreto de 20 de abril de 1882 y Circular de 12 de febrero de 1884.

<sup>7</sup> Limantour, *Apuntes*, 1965, p.28.

<sup>8</sup> Véase Decreto de 20 de abril de 1882 y Circular de 12 de febrero de 1884.

<sup>9</sup> Ramírez, "Pulque", 2004, p. 25 y 27.

los productores optaban por fermentar con granos básicos los aguardientes que demandaban los consumidores.

El Reglamento para la venta de comestibles y bebidas en el Distrito Federal, de 16 de noviembre de 1912, condenó la elaboración de los aguardientes fermentados con granos y piloncillo, mostos y derivados de la uva con una graduación mayor a 6° GL, iniciando un fuerte problema económico social durante los siguientes años. Ante la escasez de maíz, sorgo, cebada y trigo en buena parte del país, durante la parte álgida de la Revolución, los productores se refugiaron en los derivados químicos, con el consiguiente daño a la salud de revolucionarios, tropa y gente común.

Las medidas más drásticas de buena parte de las facciones alzadas fue prohibir el acaparamiento de alimentos, condenar el desvío de maíz para generar aguardiente y el cierre de pulquerías, tabernas y cantinas que siguieran ahogando las penurias de una población inmersa en la violenta guerra y refugiándose en bebidas alternas, principalmente entre los jefes revolucionarios, como vinos de mesa, espumosos y destilados de dudoso origen.

Entre los primeros revolucionarios que decretaron el cierre de expendios alcohólicos estuvo Salvador Alvarado en Yucatán, en diciembre de 1915, con su “guerra relámpago” contra el peonaje, la prostitución, el juego y el alcohol.<sup>10</sup> Seguirían los gobernadores Plutarco Elías Calles en Sonora, Francisco Múgica en Tabasco y Venustiano Carranza en Veracruz y el D.F., entre 1916 y 1919. Más tarde lo hicieron el mismo Calles en la presidencia (1924-1928), Tomás Garrido Canabal en su estado (1919, 1923-1925) y Emilio Portes Gil como gobernador de Tamaulipas (1925-1928) y como presidente interino de la República (1929-1930).

Fue a partir de 1916 cuando inició el fuerte discurso moralizante entre los jefes de las facciones —Pancho Villa, por ejemplo— para que sus tropas se alejaran “en lo posible” de la bebida y la marihuana, y “conminen, obliguen y violenten a la población civil” a dejar el alcohol como rémora del antiguo régimen. La moralidad se extendió a la hacienda pública y el transporte, incluso el Congreso de Industriales, de noviembre de 1917, puso en la primera de sus conclusiones “la moralización del comercio”.

La moralidad se volvió así “una cruzada de conversión”—según Aarón Sáenz—, “la forja de cerebros y voluntades” —Arnulfo Pérez dixit— y el apoderamiento de la conciencia de la niñez en palabras de Calles.<sup>11</sup>

Los resultados de las campañas moralizantes se extendieron a las décadas 1920-1930, primero a nivel local como en Jalisco y Tabasco con la “hora de radio antialcohólica”, o con un programa de socialización cultural para “la moralidad de la sociedad” con el estableciendo de los “domingos rojos” en las zonas urbanas y los “domingos antialcohólicos” en el campo.<sup>12</sup> Más tarde, la Campaña Nacional contra el Alcoholismo, de 1929-1930, se instrumentó a nivel federal y con el reconocimiento, allende las fronteras, de la labor revolucionaria de los “nuevos gobernantes de México”.

En el inicio de ese esfuerzo, se puso en marcha la prohibición para la producción y venta de alcoholes y pulque en pleno movimiento armado: multas, clausuras, arrestos y cierres temporales. Por poner un ejemplo señalemos el Estado de México: en diciembre de 1915 vecinos de Texcoco y Lerma expusieron su queja al gobernador, para que:

el espíritu moralizador no lesiones nuestros intereses, ni prive a la parte sana de la sociedad del consumo habitual que siempre se ha hecho de ese licor nacional

---

<sup>10</sup> Joseph, *Revolution*, 1984, p. 106.

<sup>11</sup> Knight, “Estado”, 1996, pp. 298-299.

<sup>12</sup> Alvarado, *Portesgilismo*, 1992, p. 57.

durante los alimentos y sin ser nocivo en dosis moderadas. La citada disposición tiende a combatir el vicio de la embriaguez y suprimir el repugnante espectáculo que ofrecen los ebrios, pero [no debe] castigar a las familias de los comerciantes, limitando la venta de botellas enteras y prohibiendo se consuma en los expendios.<sup>13</sup>

En julio de 1916 la autoridad central amonestaba al munícipe de Tlalnepantla por imponer un impuesto transitorio a la extracción de aguamiel y, paradójicamente, se modificaba el Reglamento de Prostitución, de febrero de 1913, no inhibiendo el negocio de las meretrices, sino prohibiendo que en “las casas que se dediquen a este ramo se venda alcohol”. En el último trimestre de 1916 se autorizaba en todo el estado mexiquense la reapertura de cantinas, billares y establecimientos “por no adeudar cantidad alguna al fisco del estado ni al municipal”<sup>14</sup>

El problema posterior fue cómo se pagaba la bebida y los impuestos, ya que el público liquidaba con fichas de 5, 10 y 20 centavos, los comerciantes con papeles de un peso y el Ayuntamiento exigía infalsificables o moneda metálica. Para noviembre de 1916, en las poblaciones mexiquenses el azúcar se vendía a \$40 el kilo, la sal a \$10, un kilo de manteca en \$100 y una medida de pulque en \$25. El desequilibrio monetario de estos años llevó a que la venta de bebida de manera legal no fuera ya redituable, y se prefiriera la venta clandestina, el trueque, el robo y el saqueo.

Los reportes de la Inspección General de Policía, en enero de 1917, registran largas listas de detenidos por “vender pulque y alcohol clandestinamente”, además de los que alteraban precios de mercancías básicas, los que diluían la leche con agua y sesos de cerdo y los que no comprobaban la procedencia del ganado y aves de corral que llevaban a los

---

<sup>13</sup> Archivo Histórico del Estado de México (AHEM), Fondo Gobernación, Serie Seguridad Pública, vol. 152, exp. 27 y vol. 153, exp. 1.

mercados.

En febrero de 1917 la cárcel central de Toluca tenía reclusos a más de 300 hombres y casi 100 mujeres por vender pulque y aguardiente “después de la hora reglamentaria” y de manera clandestina. Los meses siguientes la cárcel siguió recibiendo a “sospechosos de zapatismo” y alteración de precios básicos, a “rateros comunes” y a “clandestinos” por venta de pulque.

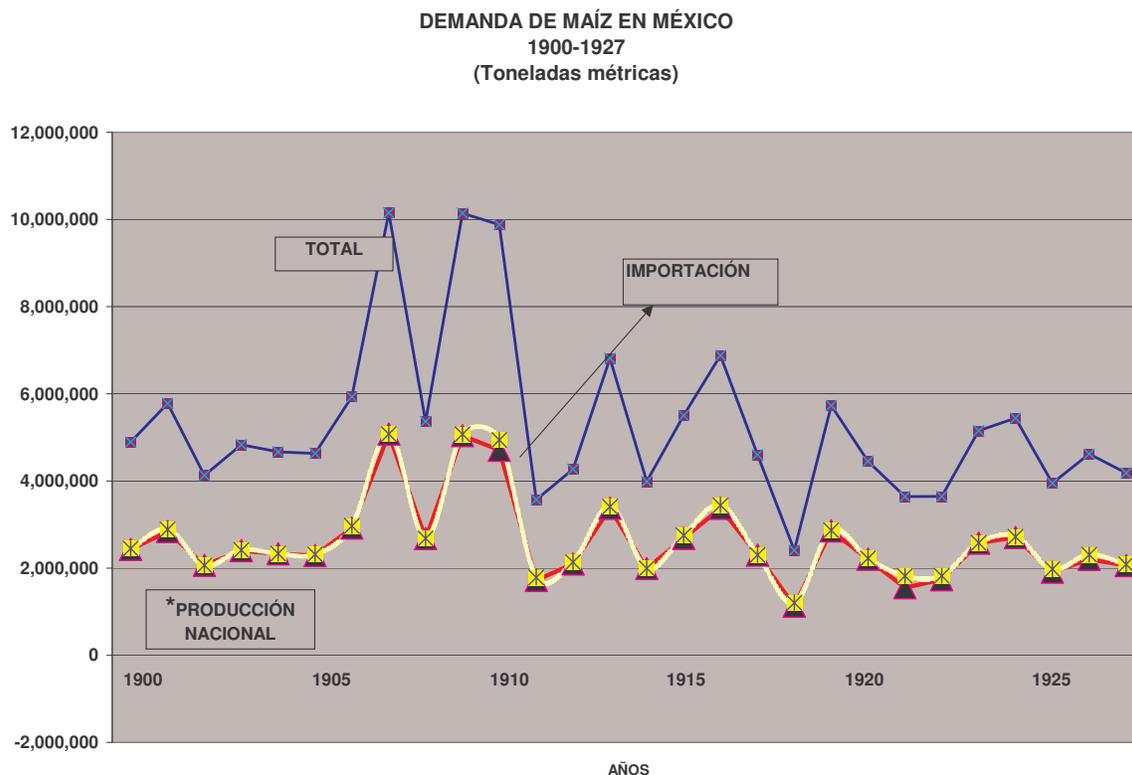
Mientras tanto el aumento de bebidas preparadas con sustancias químicas empezó a despuntar y, tan pronto se recuperó el sector agrícola, hacia 1919 en todo el país, la sobredemanda de granos, utilizados para preparar licor y destilados, modificó el precio de los básicos.<sup>15</sup>

Por ejemplo, en abril de 1921 (véase cuadro), se dio una gran escasez de maíz en la Ciudad de México y sus alrededores ya que buena parte de la producción se destinó a la elaboración de alcohol de maíz y sorgo. Tan sólo para las fábricas de alcohol de maíz de Loreto, Tlalpan, Rancho del Chopo, Peralvillo y Hospital se ocupaban 30 toneladas diarias de la gramínea. A este fenómeno había que agregar que las fábricas de alcohol llevaban doble contabilidad para engañar —o bajo la complicidad de— a los inspectores de alcoholes. De una multa de \$125,000 que se había impuesto a la fábrica de la Calle del Álamo, en la Ciudad de México, los inspectores recibieron \$5,000; en la de San Antonio Abad el arreglo alcanzó \$10,000 y en la Hacienda de Jesús María, en San Luis Potosí, la multa por \$300,000 se redujo a menos del doble, gracias a que el arreglo alcanzó otros \$10,000.

---

<sup>14</sup> AHM, *passim*, exp. 56.

<sup>15</sup> Si bien no se puede ponderar en qué porcentaje o nivel, no hay duda por las fuentes documentales que hubo aumento de precios. El índice Gómez-Mussachio sólo consideró el precio de la tortilla como ponderado en el índice, mientras que el registro de bebidas alcohólicas, aguardiente de caña no aparece para 1917-1929.



Otro tipo de componenda era cobrar un porcentaje sobre el importe de la facturación de alcohol, y a su vez el vendedor y el comprador “se entendían entre sí para la entrega de alcohol sin factura y evitar la multa y el soborno”.<sup>16</sup>

Para fines de 1922 México producía 49 litros de alcohol y el gobierno recaudaba 4 millones de pesos, cuando debía alcanzar 400% más. Tal vez por eso, cuando en 1923 el *Dallas News* entrevistó al presidente Álvaro Obregón, para conocer su opinión sobre la prohibición alcohólica en los Estados Unidos, el mandatario respondió “el exceso es lo único que debe llamarse vicio.”

El presidente aceptaba tácitamente que la prohibición era innecesaria, pero a

<sup>16</sup> Carta de Elie Delafond, del Centro Azucarero y Químico Industrial al General Álvaro Obregón, 20 de mayo de 1922, AGN, Fondo Obregón Calles, c. 266, exp. 808-A-35.

diferencia de sus antecesores, Obregón decidió corregir la evasión y captar recursos fiscales durante la Ley Seca, sin prohibir la producción y venta de bebidas embriagantes en México. Sin proponérselo, en los dos últimos años de su mandato, crecieron y se consolidaron la industria cervecera, los negocios ligados al vicio y el juego, la demanda de pulque y bebidas importadas, pero también la recaudación fiscal al gravar, la Secretaría de Hacienda, la cerveza, las aguas minerales y las gaseosas de producción nacional.

Para mediados de 1924, la modificación del arancel correspondiente a la importación de bebidas embriagantes alcanzó el 30% *ad valorem* y el impuesto federal decretado sobre la cerveza envasada se ajustó trimestralmente.

La tolerancia obregonista consolidó muchos negocios en la frontera con los Estados Unidos, el Bajío y la Ciudad de México ligados con la prohibición estadounidense y los negocios revolucionarios como los de Ángel Lagarda, Roberto Pesqueira, José Inocente Lugo o Abelardo Rodríguez.<sup>17</sup> En estos años era más peligroso ser cura, monja o extranjero que expendedor de pulque o contrabandista de licores hacia Estados Unidos. El aumento en la recaudación de este sector, como parte del proyecto fiscal de la Secretaría de Hacienda, con Alberto J. Pani, a la cabeza, llevó a que la Asociación Nacional de Fabricantes de Cerveza prefiriera exportarla y que el impuesto se pagará al salir el producto de las fábricas.

Por otro lado, en abril de 1924, se emitieron circulares para que las embarcaciones con destino a los Estados Unidos descargaran bebidas alcohólicas en nuestros puertos y aduanas marítimas, declarando que eran para consumo de la tripulación y que al regreso de

---

<sup>17</sup> Calvillo, “Moralización”, 1993, pp. 11-18, Méndez, “Corredor”, 2003, pp. 54-56, Gómez, *Origen*, 2002, pp. 101-143.

aquel país las recogerían.<sup>18</sup> Por supuesto que en los meses siguientes, la embarcación andaba en otros puertos o de vuelta a México con nueva carga, y la bebida “olvidada” ya había sido trasladada a tierra firme o fuera del país. El beneficio para el fisco se reflejó en el hecho de pagar un impuesto por derechos de almacenaje y el arancel correspondiente por entrada de bebidas alcohólicas al país.

A finales de 1924 se gravó el alcohol y aguardiente proveniente de cereales hasta con un peso el litro, para evitar el encarecimiento de las gramíneas y, cuando el General Calles se instaló en el Palacio de Chapultepec, se fijaron cuotas por litro para cada bebida: los tequilas, mezcales y sotoles 18 centavos, los productos hasta con 8°GL, cinco centavos, los vinos entre 8° y 20°GL, diez centavos y los que pasaran de 20°, veinte centavos.

Para el caso de la cerveza, el decreto de 2 de enero de 1925 puso una cuota fija a los productores de \$4 800000.00 independientemente del nivel de producción y venta en el mercado nacional o los foráneos. Incluso se reglamentó sobre los envases que debían utilizarse para la fermentación del aguardiente o la producción de cerveza: una garrafa sólo podía contener 18 litros, un bote debía tener una capacidad hasta de 17 litros; un barril, 66 litros; una barrica hasta 165 litros; un tambor chico, 200 litros, y uno grande, el doble.<sup>19</sup>

A partir de este año, el control de la producción e importación de opio, morfina, cocaína, etcétera, requirió de permisos especiales de parte del Departamento de Salubridad Pública, modificando el Decreto de 23 de julio de 1923 que permitía la venta para usos medicinales o industriales la comercialización de opiáceos.<sup>20</sup>

Entre 1925 y 1928 se presentaron diferentes iniciativas a nivel municipal o estatal

---

<sup>18</sup> Véase *Circulares* 102-73 y 302-122 de 10 de abril de 1924.

<sup>19</sup> *Reglamento al impuesto sobre alcoholes, vinos, licores y productos de su mezcla o combinación*, 19 de enero de 1925. Decreto que adiciona derechos de importación a bebidas alcohólicas y licores mayores de 14°, Reglamento del Decreto, 3 de diciembre de 1924 y 6 de julio de 1925, respectivamente.

<sup>20</sup> Decretos de 8 de enero y 20 de abril de 1925.

para llevar adelante una campaña federal en contra de la droga y el alcohol. La propuesta mejor elaborada fue la de José R. Elizondo del Partido Social Evolucionista,<sup>21</sup> un coligado del Partido Laborista de influencia obregonista, en 1925. Los siguientes dos años el conflicto religioso enfocó su atención a la persecución de clérigos y religiosas, cristeros y tenderos volcándose el discurso moral a la educación, el fomento del deporte, la instrucción técnica y la lectura, más que al alcoholismo. Así el principio generador y unificador de la sociedad dejó de ser la lucha contra el vicio, “el enemigo a vencer fue el clero y el fanatismo, el opio de las sociedades.”

### **3. La Campaña Nacional contra el Alcoholismo.**

El 19 de mayo de 1929 se anunció el inicio de una Campaña Nacional contra el Alcoholismo, el acento de ésta fue nuevamente la moralización de la sociedad. Entre las medidas tomadas estuvieron la creación de un comité de lucha, el reglamento del decreto respectivo, la encomienda clara y específica de tareas por comités y la adhesión de “todo el elemento revolucionario.” El presidente interino, Emilio Portes Gil señaló que:

Una de las mas profundas convicciones que deben dominar a los hombres de la Revolución, es la de que entre los grandes enemigos de la raza y del porvenir de México, debemos señalar el vicio del alcoholismo (como) uno de los males colectivos de mas urgente remedio. Arraigado deplorablemente en una gran parte de nuestras clases campesinas y obreras, me siento en el imperioso deber de organizar y emprender una vigorosa y denodada campaña en contra de tan terrible vicio enemigo del bienestar, de la salud y de la esperanza de redención del campesino y el obrero de México<sup>22</sup>.

La crítica al código de valores anclado en las tradiciones, las costumbres y los hábitos de

---

<sup>21</sup> AGN, Fondo Obregón Calles, c. 24, exp. 104-A-62.

<sup>22</sup> AGN, Fondo Emilio Portes Gil, Serie Particular, caja 28 bis-1, exp. 4.

los indígenas y la población de la periferia urbana, le ganó simpatías en el país y más allá de las fronteras; su frase “estoy resuelto a mejorar la condición moral y económica del obrero” se volvió el eslogan de la campaña que inició a trazarse desde marzo de 1929, que se anunciaba con bombo y platillos dos meses después y que, cuando se echó a andar, la sociedad estaba más preocupada por los estragos de la Gran Depresión que por abandonar la bebida y los asuntos lúdicos.

Por otro lado, la salida que encontraron los productores nacionales fue la creación de un mercado negro de bebidas, la importación simulada a través de la frontera y el crecimiento del contrabando al menudeo. En plena veda, tal como ocurría en los Estados Unidos, cualquier trabajador o particular pudo adquirir desde whisky y ginebra, hasta aguardientes, sotoles, espumosos y pulque.

El Comité Nacional Antialcohólico, dependiente del Departamento de Salubridad, inició la campaña Antialcohólica en la Ciudad de México. Su programa de acción puede resumirse en los siguientes puntos:

- Prohibición de apertura de nuevos centros de vicio, los que se clausuraren serían dados de baja definitivamente.
- Todos los estados del país, el DF y los Territorios impulsarían los deportes.
- Todas las organizaciones deberían organizar, semanalmente, actos culturales, en los cuales se harían representaciones teatrales y conferencias alusivas al combate del alcoholismo.
- Se volvía obligatorio, en escuelas federales, dedicar la última hora de trabajo de la semana, a pláticas moralizadoras de los maestros, para “llevar al corazón de los educandos, el convencimiento”.
- Pintura de cuadros, murales y folletos.

- Organización de Ligas Antialcohólicas de Mujeres “para lograr eficazmente a la obra de redención social que persigue la Revolución Mexicana” a través de las madres y esposas.
- La organización del Comité tendría la siguiente estructura:



Una segunda directriz fue el uso de los medios de comunicación y de la propaganda de vanguardia en la radio. *El Universal*, *Excélsior*, *La Prensa*, *El Universal Gráfico* y por supuesto *El Nacional*, el periódico oficial reproducía imágenes, caricaturas y sentencias contra el alcoholismo. El tiraje de folletos científicos, aludiendo a los males fisiológicos que provoca el alcoholismo, alcanzó el millón de ejemplares, y los panfletos de escasas 10 páginas anunciaban como “curar el alcoholismo” con ilustraciones, de obreros y jornaleros

