

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Filosofía y Letras

Sistema de Universidad Abierta



El comercio de textiles y prendas de vestir en la Ciudad de México 1883-1899

**Tesis para obtener el título de licenciado en Historia
que presenta**

Roberto Escartín Arroyo

Asesora

Dra. Ana María de los Dolores Saloma Gutiérrez

Ciudad Universitaria, Cd. de México, octubre de 2019



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

El comercio de textiles y prendas de vestir en la Ciudad de México 1883-1899

Agradecimientos

Este trabajo sólo ha podido realizarse gracias a la orientación de la Dra. Ana María Saloma Gutiérrez, quien de manera generosa aceptó asesorarlo para darle mayor coherencia y definir mejor muchas ideas previas. También agradezco a la Dra. Guillermina del Valle Pavón por orientación en los temas del comercio y su ayuda para definir el problema durante el seminario de tesis. Asimismo aprecio en gran medida los puntuales comentarios de la doctora Isabel Avella Alaminos y Mónica Hidalgo Pego en las jornadas de tesis en la misma Facultad.

Agradezco la amable atención de los bibliotecarios de la Cámara de Comercio de la Ciudad de México, de la biblioteca Miguel Lerdo de Tejada de la Secretaría de Hacienda, del Centro de Estudios de Historia de México Carso, de la Biblioteca Central de Ciudad Universitaria y de la Biblioteca Samuel Ramos de la FFyL por su disposición y asesoría para la consulta de fuentes y obras. También al valioso apoyo de Jaqueline Gutiérrez Fonseca del departamento de Difusión Cultural del Museo Nacional de Historia, así como los bibliotecarios e investigadores de esa institución.

Las generaciones precedentes dejan una impronta que constituye un legado espiritual: mis abuelos, que fueron comerciantes, sastres y artesanos cuya memoria puedo honrar de alguna manera en este trabajo. También imagino las interminables horas de costura y paciencia de las mujeres que hilaron, cortaron los patrones sobre la tela y aplicaron los adornos a finas prendas. El entusiasmo de mi madre por los negocios de telas y términos de confección se sumó al de mi padre, mis hermanos y familiares por seguir el proyecto.

En el futuro, lo investigado aquí puede ser útil para la administración de empresas, el urbanismo, el diseño y para todo aquel transeúnte que camina por las tiendas del centro de la Ciudad de México y encuentre vestigios de los negocios del pasado. También espero que a los escritores y cineastas, quienes han sido lectores atentos de obras históricas, esta obra les sugiera evocaciones y personajes para sus obras.

Índice

Agradecimientos	5
Introducción	11
Capítulo I La producción y distribución de textiles a fines del siglo XIX	41
1.1 Perspectiva económico-política	41
a) México en el sistema económico mundial	41
b) La relevancia del sistema monetario	43
c) La posición internacional de México durante el Porfiriato	45
d) La actividad económica bajo el signo liberal	52
1.2 El comercio durante el Porfiriato	58
a) Crisis y oportunidades durante el gobierno de Manuel González	59
b) El modelo económico al inicio del Porfiriato	62
c) El papel de las importaciones en el comercio	66
- La distribución geográfica de las importaciones	69
d) La circulación y distribución de productos	71
e) La política arancelaria	76
f) Los precios de las mercancías y los salarios	78
1.3 La industria textil y el comercio de la Ciudad de México	79
a) Los inicios de la industria textil en el México del siglo XIX	80
b) Las nuevas industrias textiles, 1884-1900	83
c) Los vínculos de los comerciantes de la ciudad con la industria textil	86
d) La industria de la seda	91
e) La manufactura de ropa terminada	93
1.4 El transporte de pasajeros y mercancías	96
a) Las vías marítimas	97
- El puerto de Veracruz	100
- Las navieras estadounidenses	101
- Las navieras británicas	102
- Las líneas y rutas marítimas francesas	103
- Las rutas y navieras alemanas	104
- La Compañía Mexicana de Navegación	104
b) El transporte por vía ferroviaria	105
Capítulo II Sociedad y cambios culturales durante el Porfiriato	113
2.1 Las clases sociales y el comercio en la Ciudad de México	114
a) Los trabajadores de las industrias textiles	114
b) Las clases medias	116
c) La clase dominante durante el Porfiriato	119
2.2 La moda como recurso para la identidad de la élite	127
a) La indumentaria masculina	129
b) La indumentaria femenina	133

2.3 La estratificación social en la modernidad porfiriana	138
a) Los mecanismos de control corporal	138
b) La modernidad de la ciudad finisecular	141
- La modernidad: un valor difuso	141
- La modernidad porfiriana	142
- Los espacios de exclusión social	144
Capítulo III Los comercios de prendas de vestir en la Ciudad de México a fines del siglo XIX	147
3.1 Los propietarios de tiendas y almacenes	147
a) Grupos de artesanos-comerciantes	
- Los sombrereros	148
- Los sastres	151
b) Los empresarios agrupados por su nacionalidad	153
Los empresarios ingleses	155
Los empresarios estadounidenses	155
La colonia española	157
Los empresarios franceses	160
- El caso de los <i>barcelonnettes</i>	161
- Los negocios alemanes	164
c) Las redes sociales y las relaciones comerciales	172
- El Ayuntamiento de la ciudad y el Asilo Particular de Mendigos	172
- Agrupaciones y cámaras de comercio	175
- Agentes de negocios	175
- Clubes sociales y celebraciones cívicas	176
3.2 Las tiendas y almacenes en el espacio urbano de la Ciudad de México	181
a) Los privilegios de la zona central	184
- El Portal de Mercaderes	188
- El Portal de la Diputación	191
- El Portal de Flores	191
b) Las principales calles del comercio de telas y prendas de vestir	194
c) Los rumbos del comercio de la ciudad	222
3.3 La empresa comercial y la competencia	224
a) Los productos	227
b) Los precios	229
c) La tienda, espacio de orden y progreso	230
- Las imágenes de fin de siglo	238
d) La tienda, espacio del trabajo y la interacción social	253
e) Los anuncios publicitarios	255
Conclusiones	281
Archivos, hemerografía, fuentes y bibliografía	291
Glosario	301

Apéndice Mapas de comercios de textiles y prendas de vestir, 1883-1899

Cuadros

Cuadro 1: <i>Proveedores del comercio textil y de prendas de vestir en la Ciudad de México, 1880-1900.</i>	84
Cuadro 2: <i>Representantes de las compañías navieras en México y Veracruz, 1870-1900</i>	99
Cuadro 3: <i>Propietarios de sombrererías, 1882</i>	151
Cuadro 4: <i>Principales negocios de barcelonnettes en la Ciudad de México, 1880-1900</i>	153
Cuadro 5: <i>Agentes y casas comerciales, 1886</i>	179
Cuadro 6: <i>Comercios del Portal de Mercaderes, 1883</i>	189
Cuadro 7: <i>Tiendas de ropa y textiles establecidas en la década de 1890 en la Ciudad de México</i>	277

Introducción

Una ciudad centenaria

El centro histórico de la Ciudad de México es un espacio urbano de primera magnitud en el continente americano, denominada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 1987.¹ Hoy sus calles están inmersas en una intensa actividad comercial, muchas veces especializada en diversidad de productos. Resulta sorprendente que esta ciudad haya sido estudiada con amplitud en sus aspectos urbanísticos arquitectónicos, sociales, políticos y artísticos, sin embargo, al comercio se le ha prestado menos atención. Pocos estudios históricos abordan esta temática por lo que es pertinente ampliar su conocimiento, que ayudará a explicar los vertiginosos cambios del último cuarto del siglo XIX, cuando los comercios en la Ciudad de México adquirieron un extraordinario refinamiento.

En efecto, a fines del siglo XIX, las casas comerciales de la ciudad de México se encontraban en inmuebles construidos en los siglos XVII y XVIII, ubicados por áreas de venta tradicionales. El estudio de los comercios, giro por giro, puede iniciar la comprensión de esta faceta urbana, que sumado a su patrimonio arquitectónico, darán a la ciudad un elemento más para su valoración y el rescate del patrimonio. El ramo de las prendas de vestir, por ejemplo, ofrece una oportunidad única de acercarse a la vida social de la época, conocer mejor fenómenos como las relaciones de trabajo, de género, la apropiación del espacio y permiten reflexionar sobre el uso de los términos como modernidad y progreso. La venta de telas, por otra parte, está estrechamente ligada a los inicios de la industrialización, lo que otorga un elemento más para la comprensión de la historia económica.

Los comerciantes han sido actores sociales relevantes en la historia de la Ciudad de México. Este trabajo puede ser un punto de partida para analizar la identidad de este grupo y su lugar en la formación de clases sociales, además

¹ <<https://whc.unesco.org/en/list/412/>> Consultada el 14 de agosto de 2019.

puede contribuir al análisis de la relación entre los fenómenos económicos y culturales que dieron inicio al periodo de consolidación del proyecto oligárquico, mismo que fue desdeñado por la historiografía que siguió a la Revolución, pero que ha cobrado importancia como objeto de estudio en las últimas décadas. La “leyenda negra” del Porfiriato mantuvo a los historiadores alejados de los aspectos de la vida cotidiana, las empresas y la evolución de las clases sociales, centrados en las contradicciones del régimen o marginándolo *a priori*. Por otra parte, los estudios que ven con nostalgia este periodo centran su atención en el asombroso desarrollo de las instituciones, la acumulación de capital, el crecimiento de la infraestructura y las manifestaciones arquitectónicas del Porfiriato tardío, haciendo a un lado su génesis y sus contradicciones. El estudio del comercio contribuye a clarificar un aspecto más de la historia de las empresas, la cultura del consumo y del desarrollo urbano de la Ciudad de México, con el fin de alcanzar una visión más amplia y objetiva de la historia regional de este periodo.²

Como sede comercial y política, la Ciudad de México ha tenido una gran influencia tanto regional como nacional. En la primera mitad del siglo XIX las regiones del país vivieron en un aislamiento relativo en su movimiento comercial, contrastando con su papel en el siglo XVIII,³ pero a lo largo del siglo XIX encontramos acusadas variaciones: durante el primer siglo de vida independiente, los comerciantes de la ciudad establecieron contactos con otras capitales comerciales,⁴ y aunque las comunicaciones eran escasas e inseguras, para las últimas décadas del siglo XIX es asombroso constatar el gran número de comercios establecidos de lujo. El desarrollo del comercio adquiere un gran auge

² AURORA GÓMEZ GALVARRIATO, “Porfiriato, vida económica. ¿Qué sabemos de nuevo?”, *Mirada ferroviaria*, núm. 11, pp. 23-32; MARÍA EUGENIA ROMERO IBARRA, “La historia empresarial”, *Historia Mexicana*, enero-marzo, 2003, El Colegio de México, p. 806-829; y RICHARD WEINER, “Competing Market Discourses in Porfirian Mexico”, *Latin American Perspectives*, núm. 104, vol. 26, enero 1999, pp. 44-64.

³ GUILLERMINA DEL VALLE PAVÓN, *Orígenes de la centralidad comercial y financiera de la Ciudad de México*, en Lourdes de Ita (coord.), *Organización del Espacio en el México Colonial: Puertos, Ciudades y Caminos*, México, Instituto de Investigaciones Históricas, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo-Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, 2012, pp. 19-62.

⁴ JORGE SILVA RIQUER, “El mercado regional de la Ciudad de México” en *Los mercados regionales de México, siglos XVIII-XIX*, Conaculta-Instituto Mora, México 2003, p. 161.

a partir del tránsito de la producción artesanal a la industrial. En este proceso la industria textil tuvo un papel central. En esta nueva etapa hay un notable cambio en la vida comercial, caracterizado por la aparición de los grandes almacenes comerciales. Es el momento en que se inicia la integración nacional y la capital recobra su relevancia.⁵ Si el comercio es la bisagra entre la oferta y la demanda, entonces en el mercado confluyen todas las fuerzas económicas y podría servir como un termómetro de la vida social. ¿Con qué herramientas teóricas contamos para entenderlo?

Algunos puntos de partida para el estudio del comercio

Para una comprensión histórica del comercio podemos partir desde algunos planteamientos de las ciencias económico-sociales. Uno de los más relevantes es el fenómeno de *la competencia*,⁶ cuyas consecuencias sociales en el desarrollo del capitalismo ha sido analizada por Georg Simmel, quien propone que en las ciudades industrializadas de fines del siglo XIX, el comercio generó cambios culturales tendientes hacia la racionalización, la individuación y la creatividad.⁷ El comercio, como actividad económica terciaria articula las actividades extractivas y la manufactura con el consumo. Por otra parte, la capacidad de compra y la diversificación de la oferta son instrumentos útiles para la comprensión de un periodo histórico por la posibilidad de observar cambios culturales.

Un problema constante en la Historia es la relación entre los fenómenos de largo plazo y los coyunturales. Compete a la sociología la determinación general y conceptual de estos fenómenos, a la historia, desarrollar investigación documental que los demuestre.⁸ Un problema coyuntural en el México del siglo XIX es la

⁵ RICARDO TORRES JIMÉNEZ, "El siglo XIX: la reconstitución de la Ciudad de México como ciudad predominante", en *Sociológica*, año 9, núm. 26, septiembre-diciembre 1994.

⁶ J. STAN METCALFE, "Dancing in the Dark: la disputa sobre el concepto de competencia", en *Desarrollo económico, revista de ciencias sociales*. IDES, Buenos Aires, vol. 50, núm. 197, abril-junio 2010, p. 59-79.

⁷ ROBERTO HERRANZ GONZÁLEZ, *Georg Simmel y la sociología económica: el mercado, las formas sociales y el análisis estratégico*, documento de trabajo, Universidad de Santiago de Compostela, 2008, pp. 269-286.

⁸ SANTOS JULIÁ, *Historia social. Sociología histórica*, Siglo XXI editores, Madrid, 1989.

llegada de comerciantes extranjeros provenientes de distintos países y que algunos de ellos acumularon capital suficiente para la creación de grandes almacenes, constituyéndose en poderosos competidores de los pequeños comerciantes establecidos en la Ciudad de México. En el largo plazo, el comercio puede analizarse en relación con el uso de los espacios creados siglos atrás.⁹ Por otra parte, la introducción de los grandes almacenes fue fundamental y los estudios de Stephen Bunker muestran que éstos tuvieron un fuerte impacto social.¹⁰ A finales del siglo XIX inició en la Ciudad de México la construcción de edificios con una ingeniería moderna, recubiertos por fachadas neoclásicas,¹¹ pero más que el edificio, la ubicación de las tiendas es un aspecto relevante de la competencia comercial. Al respecto, la teoría espacial de Henri Lefebvre nos permite explorar el problema, definir la limitación espacial, su relación con otras unidades (portales, plazas, manzanas, etc.) y sus funciones sociales.¹² Otras unidades de análisis espacial son la de calle, cuadra y el rumbo (agrupación espacial tradicional de una o más cuadras), que permiten observar la distribución de los comercios en la ciudad. Desde el punto de vista de la oferta destacan los conceptos de giro (textil y prendas de vestir) y formas de organización empresarial: mayoristas o minoristas, especializados o diversificados, fijos o ambulantes.¹³

Algunos de los conceptos más útiles para el estudio del comercio son los planteados por Jorge Silva Riquer en los estudios regionales sobre la Ciudad de México, vista como un conjunto de sistemas relacionados de manera dinámica

⁹ HENRI LEFEBVRE, "La producción del espacio", en *Papers: revista de sociología*, Año 1974, núm. 3, pp. 219-220.

¹⁰ STEVEN B. BUNKER, "Transatlantic Retailing. The Franco-Mexican Business Model of fin-de-siècle department stores in Mexico City", *Journal of Historical Research in Marketing*. Vol. 2, núm. 1, 2010

¹¹ NORA PÉREZ RAYÓN, "Modernización y secularización. La Ciudad de México en el Porfiriato (1876 1911)", en *Fuentes humanísticas*, ITESM, núm. 31, pp. 71-89.

¹² HENRI LEFEBVRE, *op. cit.*, pp. 219-220.

¹³ MARIO BARBOSA CRUZ, "Rumbos de comercio en las calles: fragmentación espacial en la Ciudad de México a comienzos del siglo XX", *Scripta Nova*, Vol. X, núm. 218 (84), 1 de agosto de 2006.

entre los niveles local, regional, nacional e internacional.¹⁴ Fernand Braudel, por su parte, ha señalado que el desarrollo del capitalismo radica en la consolidación financiera del gran comerciante no especializado. Remontándose a los orígenes del intercambio, Braudel establece la diferencia entre la economía de mercado simple y el sistema capitalista moderno. Para Braudel, durante el siglo XIX este sistema económico se identificó con el Estado y estuvo ligado a una serie de cambios ideológicos y tecnológicos: la liberación del prejuicio del préstamo con usura, la máquina de vapor aplicada a la industria de manera masiva y la expansión de un mercado transcontinental. Asimismo advierte que pueden identificarse dos modos distintos en este sistema: los mercados autorregulados y el *contramercado* o capitalismo desigual, que predominó en el siglo XIX con centro de gravedad en Londres.¹⁵ La creación del gran almacén de departamentos corresponde a una fase avanzada del desarrollo del capitalismo industrial, en la cual los artesanos y comerciantes especializados continuaron su actividad en escala menor y con un modelo de negocio centrado en el trabajo propio o de un reducido número de empleados. En contraste, las grandes empresas no dependían de un tipo de producto, trascendieron la obra del fundador, crecieron bajo un modelo gerencial y se expandieron mediante inversiones de capital. Además, algunos grandes comerciantes consolidaron sus negocios mediante alianzas matrimoniales para formar parte de la clase dominante.¹⁶

Es precisamente el estudio de las clases lo que da más profundidad al estudio de la Ciudad de México, o de cualquier sociedad, analizada desde los

¹⁴ JORGE SILVA RIQUER, "El mercado regional de la ciudad de México", en *Los mercados regionales de México, siglos XVIII y XIX*, México, Conaculta-Instituto Mora, 2003, pp. 161-209.

¹⁵ FERNAND BRAUDEL, *La dinámica del capitalismo*, México, Fondo de Cultura Económica, 1986 (Breviarios núm. 427), pp. 9-70.

¹⁶ Véase JAVIER SANCHIZ, "Genealogía y reconstrucción familiar: un recorrido bibliográfico relativo a México", *Andamio*, núm. 77, 2010, p. 117 a 125.

términos de Edward Thompson.¹⁷ Por su parte, Jaime Osorio explica que la fracción de los estratos medios ocupados de la administración y los servicios se encuentran más cercanos a la clase dominante, asumiendo roles cada vez más influyentes, por la profesionalización del aparato estatal y la tecnificación de la industria. Como grupo dependiente de sus conocimientos, los estratos medios otorgan un alto valor a la educación y son convenientes al grupo hegemónico para formar el aparato del estado, representar la opinión pública y reproducir la ideología dominante.¹⁸ Los comerciantes propietarios pertenecen a este sector bisagra, en constante lucha por mantener un lugar en el aparato social. ¿Cómo acercarse a las actividades de este grupo en la Ciudad de México a fines del siglo XIX?

Fuentes de información

Como se mencionó en el apartado anterior, otro punto de partida para el estudio del comercio es la distribución de cuadras y rumbos, por ello resultó fundamental el *Plano del perímetro central y directorio comercial de la Ciudad de México* de Julio Popper Ferry, de 1883.¹⁹ Este es un documento de índole geográfica y una fuente valiosa para el estudio del periodo. Se trata de una figuración espacial del fenómeno comercial de la Ciudad de México; es decir, un producto especializado y oficial, que resalta un conjunto determinado de negocios de manera esquemática y abreviada, relacionado con los almanaques y anuncios que incluían la posición del negocio en un plano de la ciudad. El plano de Julio Popper (un ingeniero de minas rumano, aventurero y cartógrafo) es muy precisa en su geometría y de gran

¹⁷ EDWARD P. THOMPSON, *Tradición, revuelta y consciencia de clase*, Barcelona, Crítica, 1979, pp. 33-39. Thompson señala que el término *clase social* como categoría histórica no puede reducirse a una medida cuantitativa. Durante el siglo XIX, las clases sociales modernas se formaron en la medida que avanzaba la industrialización. No se pretende partir de una definición estructuralista sino observar el surgimiento de grupos sociales particulares que nos permitan entender el proceso de configuración de clases.

¹⁸ JAIME OSORIO, *Fundamentos del análisis social. La realidad social y su conocimiento*, México, FCE, 2001, pp. 82-99.

¹⁹ JULIO POPPER FERRY *Plano del perímetro central. Directorio comercial de la Ciudad de México*, México, Litografía Debray, suc. 61 x 85 cm. En David Rumsey Historical Map Collection, <www.davidrumsey.com> consultado el 19 de enero de 2017.

limpieza gráfica del damero. La representación ortogonal de las manzanas está claramente señalada, agregando algunas indicaciones sobre servicios, mobiliario urbano y arbolado. El plano muestra una clara relación visual con las calles, instituciones públicas, que permiten establecer conjuntos y la concentración del uso del suelo para destacar el universo del intercambio de mercancías.²⁰ Citlali Salazar considera que es probable que el costo del anuncio determinara cierta preponderancia en el plano (como sucede en otros planos) y que estén ausentes negocios que no costearon su inserción (evidente en los espacios en blanco).²¹ También resulta factible que el genio comercial de este plano haya sido Carlos Montauriol, a cargo de Litografía Debray Sucesores.

El plano de Julio Popper se cotejó con los datos proporcionados por diversas *Guías de Forasteros*, que orientaban a los hombres de negocios sobre asuntos variados, con información sobre domicilios, semblanzas históricas, llegada a puerto de naves de pasajeros y comerciales, anuncios y datos útiles para diplomáticos y comerciantes llegados a la ciudad.²² Estas guías daban un tratamiento preferencial a las casas de comercio: así, el *Directorio de Comercio de la República Mexicana* de Eugenio Maillefert de 1869 celebra la llegada de la Segunda República y el ilustrado liberalismo de los dirigentes del país.²³ La *Guía de Forasteros*, publicada en 1882 por Ireneo Paz y Manuel Tornel fue publicada cuando los editores buscaban ofrecer una imagen de paz y confianza, los

²⁰ FERNANDO AGUAYO Y CARLOS VIDALI, "Un problema en la representación de la ciudad" en Salmerón Alicia y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la Ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. I, p. 87-90. El autor señala que hacia 1867 con la creación de una comisión cartográfica promovida por el Ministerio de Fomento los planos alcanzaron un mayor grado de exactitud y respondieron a los intereses de la clase gobernante.

²¹ CITLALI SALAZAR TORRES "La figuración de la ciudad comercial en 1883. El plano del perímetro central de Julio Popper Ferry" en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la Ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. I, p. 57-72.

²² Véase MARCELA CORVERA POIRÉ, "Las guías de forasteros en el México del siglo XIX", en Belen Clark y Elisa Speckman, *La República de las Letras*, vol. 11, México, UNAM, 2005, pp. 353-374.

²³ EUGENIO MAILLEFERT, *Directorio comercial de la República Mexicana para el año 1869*, México, Imprenta de Francisco Díaz de León y Santiago White, 1868, pp. 1-2.

beneficios de la publicidad y el comercio.²⁴ El *Primer almanaque histórico, artístico y monumental de la República mexicana*, de 1884, de Manuel Caballero, editor del diario *El Noticioso*, fue publicado en el periodo del presidente Manuel González y tiene una clara orientación hacia los productos industriales y la ciencia. En esta obra, Caballero celebra el establecimiento de relaciones con Estados Unidos y los beneficios del comercio con esa nación, además coloca a la industria textil a la cabeza de todas las manufacturas.²⁵ La *Nomenclatura actual y antigua de las calles de la Ciudad de México* de Carlos Montauriol, de 1891 respondió al cambio radical en los nombres de las calles como intento modernizador, y que refrendó la división de la ciudad en ocho cuarteles.²⁶

Por último, la *Guía general descriptiva de la República Mexicana*,²⁷ del editor catalán J. Figueroa Doménech,²⁸ de 1899, responde a un interés en mostrar la transformación que tuvo el país, en un tono laudatorio, que en opinión del editor, pasó de una situación de grave crisis y comercio exiguo a una de prosperidad; de comunicaciones rudimentarias a transportes modernos, debido a la “octaviana paz que la República disfruta desde hace veinte años”,²⁹ y que permitió la explotación de los recursos naturales y la administración de la economía. Entre otros beneficios, Figueroa destaca la instalación en México de más de 120 fábricas de tejidos y estampados, el notable aumento de las exportaciones durante el periodo

²⁴ IRENEO PAZ Y JOSÉ MARÍA TORNEL, *Guía de forasteros*, México, edición del autor, 1884; y MARCELA CORVERA, op. cit., pp. 366-367.

²⁵ MANUEL CABALLERO (ed.), *Primer almanaque histórico, artístico y monumental para los años 1884 y 1885*, Nueva York, Chas M. Green Printing Co. 1884, pp. 1-40.

²⁶ CARLOS MONTAURIOL, *Nomenclatura actual y antigua de las calles de la Ciudad de México*, México, Portal del Coliseo Viejo, núm. 6, 1891.

²⁷ J. FIGUEROA DOMENECH, *Guía general descriptiva de la República Mexicana. Historia, Geografía, Estadística, etc. Con triple directorio del comercio y la industria, autoridades, oficinas públicas, abogados, médicos, hacendados, correos, telégrafos y ferrocarriles*, Ramón de S. N. Araluce, Barcelona, 1899. En línea: <<https://cd.dgb.uanl.mx/handle/201504211/779>> consultado el 16 de abril de 2017.

²⁸ JORGE DOMINGO CUADRIELLO, *Los españoles en las letras cubanas durante el siglo XX*, Editorial Renacimiento, Sevilla, 2002, p. 256. José Figueroa Doménech fue un editor español, nacido en Pindo, Galicia, autor de la *Guía descriptiva de la República Mexicana*, publicada en Barcelona en 1899. En Cuba, Figueroa Doménech fue un activo pro-hispanista activo en la defensa del inmigrante español y atacar al regionalismo.

²⁹ J. FIGUEROA DOMENECH, op. cit., p. 9.

de Porfirio Díaz y una gran riqueza aún sin explotar. Por ello, el objetivo de su obra es mostrar a los extranjeros las posibilidades de incrementar sus inversiones y a las nuevas generaciones continuar la obra del progreso.³⁰ Esta publicación proporciona una extensa lista de negocios que se también compararon con las publicadas en el plano de Julio Popper y otras fuentes para generar dos planos sintetizados que se anexan a este trabajo. Por otra parte, para comprender la dimensión de la urbe, el crecimiento de nuevas colonias, y su relación con el entorno geográfico se utilizó el *Plano General de la Ciudad de México* de 1886.³¹ Este plano también sirvió para relacionar la ubicación de las estaciones de ferrocarril con la zona de comercios de lujo y las primeras colonias de la ciudad.³²

Las fuentes hemerográficas permitieron obtener valiosa información sobre las casas de comercio, aclarar aspectos sobre precios, mercancías, apertura de negocios y ubicaciones. En estas publicaciones periódicas se encontraron datos sobre el arribo de barcos, noticias sobre comerciantes, agentes aduanales y proveedores. Uno de los periódicos que generaron mayor información fue el diario conservador *El Tiempo*, cuya sección publicitaria era más abundante en negocios del ramo textil y de prendas de vestir.³³

El uso de la imagen como documento histórico tiene una enorme relevancia y las fotografías de fines del siglo XIX han ayudado a conocer muchos aspectos sobre el comercio en la Ciudad de México. Al respecto, el trabajo de Fernando Aguayo permite saber sobre los fotógrafos que capturaron esas imágenes.³⁴ Las imágenes usadas en la investigación provienen de la fototeca del Instituto

³⁰ *Ibid.*, pp. 9-11.

³¹ H. AYUNTAMIENTO DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y GOBIERNO DEL DISTRITO, *Plano general de indicación de la ciudad de México*, México, México, Litografía Debray, suc. 1886.

³² FERNANDO AGUAYO Y CARLOS VIDALI, “*Un problema en la representación de la ciudad*”, en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la Ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. I, p. 91-97. Para el Ayuntamiento, la zona era óptima para la expansión de la ciudad, descongestionar las actividades aduanales y acercarse a la creciente actividad ferrocarrilera, donde se concentraba el tráfico mercantil.

³³ Nora Pérez Rayón, “La publicidad en México a fines del siglo XIX: expresión del progreso económico y la modernidad porfirista, transmisora de nuevos valores y modelos culturales”, en *Sociológica*, año 9, núm. 26, septiembre-diciembre, 1994, p. 2.

³⁴ FERNANDO AGUAYO HERNÁNDEZ, “Imagen, fotografía y productores”, en *Secuencia*, núm. 71, mayo-agosto, 2008, pp. 133-187.

Nacional de Antropología e Historia (INAH), una fotografía que tomé en la sala del Porfiriato del Museo Nacional de Historia del Castillo de Chapultepec y otra que adquiriría en una tienda de antigüedades de la ciudad de Puebla, que ilustra la indumentaria masculina del periodo. ¿Qué autores han realizado estudios sobre el comercio de este periodo?

La historiografía del comercio en México

En este trabajo se utilizaron tres tipos de estudios históricos: a) la historiografía económica, b) la político-social y c) los estudios de temas particulares que dieron luz sobre aspectos del comercio en la Ciudad de México a fines del siglo XIX.

a) Historiografía económica

Historiografía del panorama económico

Los trabajos más completos sobre economía de México se encuentran en la magna obra *Historia Moderna de México*, coordinada por Daniel Cosío Villegas, con la destacada contribución de Fernando Rosenzweig sobre el comercio exterior y de Emilio Coello sobre el comercio interior, basada en análisis cuantitativos con un enfoque histórico, que permiten establecer el marco de acción de los comercios en el conjunto de la economía del Porfiriato.³⁵

En décadas recientes un destacado equipo de historiadores emprendieron la tarea de actualizar la *Historia Moderna* de Cosío Villegas, corrigiendo algunos datos estadísticos y analizando el periodo desde posturas teóricas contemporáneas.³⁶ Sandra Kuntz Ficker buscó las continuidades históricas, observando la consolidación de la empresa capitalista en el modelo liberal entre 1856 y 1929. Kuntz establece dos fases: una de recuperación por adición de recursos pero con un mercado nacional débil, y una segunda de crecimiento con transformaciones estructurales, como la industrialización, la urbanización y mayor

³⁵ DANIEL COSÍO VILLEGAS, *Historia moderna de México*, 2ª ed. Hermes, 1965, vols. VII y VIII.

³⁶ SANDRA KUNTZ FICKER, "De las reformas liberales a la Gran Depresión, 1856-1929", en *Historia económica general de México*, México, El Colegio de México, Secretaría de Economía, 2010, pp. 305-352.

integración a la economía internacional,³⁷ proponiendo que los comerciantes que acumularon capital, invirtieron en la nueva fase industrial, de crecimiento con transformaciones estructurales iniciada en la década de 1890.³⁸ En este estudio se muestran los factores que influyeron sobre la actividad comercial: el aumento de la demanda interna y la composición general de la diversificación de la oferta. En otro trabajo Sandra Kuntz analiza el tema de los aranceles y los cambios en la aplicación de la alcabala (antiguo impuesto al consumo).³⁹

Pierre Vilar demuestra que las transacciones económicas realizadas en moneda durante el siglo XIX se vieron afectadas por la relación de valor entre la moneda de plata y oro.⁴⁰ Las fluctuaciones en el valor del metal aurífero y la devaluación de la plata cambiaron la estructura y la composición de las importaciones, afectando al comercio mundial. Como se verá en este trabajo, este aspecto monetario desencadenó cambios en la industria y el comercio.

Historiografía del comercio en México y la Ciudad de México

Los trabajos sobre las prácticas de intercambio comercial del periodo prehispánico han confirmado que el papel del valle de México y la creación de las redes regionales de poder datan desde la época Clásica, consolidándose con el ascenso de México-Tenochtitlan.⁴¹ Después de la Conquista, la ciudad fue un nodo de la

³⁷ *Ibid.*, p. 305. Estas dos fases contrastan con la primera mitad del siglo XIX por el crecimiento económico basado en el cambio de explotación de recursos agrícolas por minería y petróleo. Kuntz emplea análisis cuantitativos y cualitativos, estableciendo relaciones entre el sistema económico y las externalidades. Sus resultados se basaron en mediciones de los recursos naturales, la mano de obra, los sistemas de trabajo, el capital físico y el entramado institucional.

³⁸ *Ibid.*, p. 306. Los cambios institucionales favorecieron la formación de un mercado interno y nuevos tramados que modificaron las relaciones laborales del antiguo régimen. La actividad comercial, fuente de crédito, se transformó en la década de 1880 para dar paso al crédito bancario. Kuntz amplía y corrige datos de estudios anteriores revisando fuentes primarias, principalmente series estadísticas oficiales y privadas, señalando la limitación de la información anterior a 1867.

³⁹ SANDRA KUNTZ FICKER, "La política comercial", en *El comercio exterior de México en la era del capitalismo liberal, 1870-1929*, México, El Colegio de México, 2007, pp. 191-192.

⁴⁰ PIERRE VILAR, *Oro y moneda en la historia (1450-1920)*, Barcelona, Ediciones Ariel, 1972, segunda edición, pp. 459-476.

⁴¹ MARICARMEN SERRA PUCHE Y MARÍA TERESA CASTILLO MANGAS, "El abasto en la ciudad de Tenochtitlan", en *Revista de la Universidad de México*, núm. 501, octubre de 1992, pp. 22-26.

red atlántica durante la expansión del imperio español, los comerciantes estuvieron ligados a Sevilla, luego Cádiz y a redes más allá de la Península Ibérica agrupados en un Consulado.⁴² Otros trabajos han sintetizado periodos más amplios, permitiendo obtener una visión de conjunto.⁴³ Tras la Independencia, en la Ciudad de México residían las familias criollas que consolidaron su dominio mediante extensas redes familiares,⁴⁴ pero también llegaron a la ciudad comerciantes extranjeros, que ampliaron la oferta de bienes y servicios. Algunos grandes almacenes que continúan sus operaciones en la actualidad, como *El Puerto de Liverpool*⁴⁵ y *El Palacio de Hierro* han promovido algunos trabajos monográficos sobre sus respectivos negocios, enfocados en la arquitectura o la publicidad.⁴⁶ En el trabajo que el lector tiene en sus manos explora el conjunto de comercios que operaban en la Ciudad de México a fines del siglo XIX, poco

⁴² CARMEN YUSTE, *El comercio de la Nueva España con Filipinas, 1590-1785*, INAH, México, 1984 y GUILLERMINA DEL VALLE PAVÓN (coord.), *Mercaderes, comercio y consulados de Nueva España en el siglo XVIII*, México, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 2003.

⁴³ ROSA MARÍA MEYER COSÍO, “La ciudad como centro comercial e industrial”, en *El corazón de una nación independiente*, col. Ensayos sobre la Ciudad de México, vol. III, México, Conaculta-Universidad Iberoamericana, 1994, pp. 47-67.

⁴⁴ Para la primera mitad del siglo XIX, JOHN E. KICZA, “Familias empresariales y su entorno, 1750-1850”, en *Historia de la vida cotidiana en México*, México, Conaculta, FCE, El Colegio de México, 2005, pp. 147-178.

⁴⁵ JULIO CARPIO MENDOZA “Del negocio tradicional al negocio innovador: El Puerto de Liverpool”, en *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, <<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2011/jjcm.html>> consultado el 12 de agosto de 2019.

⁴⁶ Véase BERTA PATRICIA MARTÍNEZ GUTIÉRREZ, *El Palacio de Hierro, arranque de la modernidad arquitectónica en la Ciudad de México*, México, Facultad de Arquitectura Instituto de Investigaciones Estéticas UNAM, 2005. También el trabajo de JULIETA ORTIZ GAITÁN, “Publicidad y consumo como símbolo de modernidad en la Ciudad de México (1900-1930)”, en Collado, Ma. Del Carmen (coord.) *Miradas recurrentes: la Ciudad de México en los siglos XIX y XX*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Instituto de Investigaciones José Ma. Luis Mora, 2004, vol. I, p 84-100.

estudiados por la historiografía, que en muchos casos no se reconocen en las apretadas síntesis pan-históricas.⁴⁷

De los trabajos especializados sobre el comercio destaca la obra de Jorge Silva Riquer, quien actualizó los estudios realizados sobre el comercio nacional, con un enfoque regional.⁴⁸ Basado en un modelo de sistemas, Jorge Silva analiza el comercio regional como la interacción de tres niveles de relación de la ciudad: con su entorno agropecuario inmediato, las regiones nacionales y el mercado mundial. Silva Riquer cuestiona el paradigma de una primera mitad del siglo XIX como un periodo de crisis y observa la Ciudad de México como centro de un mercado regional con características propias en la década de 1830. Este es un buen ejemplo de metodología para el estudio de la Ciudad de México en el siglo XIX, como antecedente histórico de la conformación del mercado nacional en décadas posteriores. Silva concluye que la vinculación de la Ciudad de México con su mercado regional fue un hecho contundente en la primera mitad del siglo XIX, aún durante la profunda crisis económica, los tres niveles estaban cubiertos. También se observa la continuidad con los patrones coloniales (tejidos, vestidos y mercería de importación) y la presencia de materias primas para actividades manufactureras.

Stephen Bunker presenta las prácticas comerciales mexicanas frente al modelo francés y contrasta opiniones académicas con datos obtenidos de otras fuentes. Se trata de un análisis microeconómico, basado en datos cualitativos sobre inmigrantes franceses desde el punto de vista de la historia empresarial. El autor se concentra en el último cuarto del siglo XIX y principios del XX, con una

⁴⁷ Como los trabajos de LAURA ELENA CASTILLO MENDEZ, *Historia del comercio en la Ciudad de México*, Departamento del D. F., Secretaría de Obras y Servicios, 1973; SALVADOR NOVO, *Breve historia del comercio en México*, México, Cámara de Comercio de la Ciudad de México, 1974; desde el punto de vista arquitectónico, CARLOS QUINTANA ECHEGOYEN, *Los espacios del comercio*, CANACO-Limusa, México, 1992, y LUIS FRANCISCO VILLASEÑOR BAEZ, *La arquitectura del comercio en la Ciudad de México*, CANACO, México, 1982.

⁴⁸ JORGE SILVA RIQUER, "El mercado regional de la Ciudad de México", en *Los mercados regionales de México, siglos XVIII y XIX*, México, Conaculta-Instituto de Investigaciones José Ma. Luis Mora, 2003, pp. 161-210.

visión de historia global e institucional.⁴⁹ Bunker combina aspectos económicos, sociales y culturales, incluyendo aquéllos de la vida cotidiana para obtener una explicación global del fenómeno comercial entre 1890 y 1911. El estudio de Bunker señala nuevas líneas de investigación, como el estudio de las prácticas de venta y consumo. El autor también plantea que los almacenes introdujeron un nuevo modelo de vida y de impulso de la demanda mediante una nueva atmósfera de compra y crédito al consumo. Para la sociedad y el gobierno mexicano estos almacenes representaban un escaparate de la modernidad. El autor estudia los almacenes *El Palacio de Hierro* y en menor medida *Al Puerto de Liverpool* [sic],⁵⁰ dejando fuera otros almacenes y tiendas, que representaron una oportunidad para esta investigación. Tampoco toma en cuenta que la ciudad ya poseía numerosas tiendas establecidas varias décadas antes, y que no sólo era una “ciudad conventual”.

Historiografía empresarial y de los comerciantes extranjeros en México

En las décadas de 1970 y 1980 tomaron importancia los estudios empresariales por región, en especial durante el siglo XIX, en contraposición a la historia nacional única, modelo que resulta poco explicativo para muchos fenómenos. Un pionero en este campo fue Ciro Cardoso, quien realizó trabajos sobre la burguesía mexicana del siglo XIX.⁵¹ Otros trabajos demostraron que la historia de la Ciudad de México era un ámbito regional y se iniciaron monografías sobre empresarios, inicialmente por ramas y empresas, lo que implicó la dificultad en localizar información en archivos privados de las empresas. En los estudios regionales se nota cierta confusión entre “empresarios de la Ciudad de México” y “burguesía en México”, con escasa atención a grupos empresariales regionales. Así mismo, las

⁴⁹ STEVEN B. BUNKER, *op. cit.* pp. 41-60.

⁵⁰ El artículo *Al* se observa en varios negocios, posiblemente como un galicismo, ya que en francés *Au* es la contracción, en masculino singular de la preposición *a* y el artículo *el*, que denota dirección, Jacky Girardet y Jean Marie Cridlig, *Panorama de la langue française*, Cle international, Paris, 2001, vol. I, p. 177.

⁵¹ CIRO CARDOSO, *et. al.*, *La clase obrera en la historia de México: de la dictadura porfirista a los tiempos libertarios*, vol. 3, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales, Siglo XXI, 1980.

presiones internas y externas motivaron las inversiones y se amplió el comercio practicado por extranjeros inmigrados antes de 1880.⁵²

Durante la primera mitad del siglo XIX, las guerras y la pérdida territorial habían atrasado la formación de capitales, excepto en el comercio, que se consolidó mediante sociedades de crédito entre 1860 y 1900, como experiencia previa a su traslado a la industria. La formación de capitales regionales en manos de extranjeros llevó varias décadas, en procesos similares a los de los mexicanos y con poca relación con capitales llegados de fuera. La investigación histórica ha soslayado el valor y los esfuerzos de estos grupos, aparentemente alejados de la historia general del país.⁵³ En ese sentido, las estrategias empresariales que llevaron a varios forasteros a integrarse a la clase dominante han sido analizadas por Felipe Bello.⁵⁴

Walter Bernecker analiza las estrategias de los comerciantes alemanes para adaptarse a las condiciones del mercado en México del siglo XIX.⁵⁵ La hipótesis central de Bernecker es que los intereses de Alemania y México respecto a las relaciones comerciales y las inversiones fueron modulados por fenómenos económicos sociales, como la intolerancia religiosa. Se trata de un estudio que amplía la información sobre los intereses gubernamentales y los valores sociales de la comunidad alemana, que influyen en la actividad comercial. Bernecker estudió el papel de los mercaderes en la primera mitad del siglo XIX y ofrece un panorama que abarca los ingresos de mercancías por los puertos del Pacífico, del Atlántico y la frontera norte. También identificó los factores endógenos y exógenos que causaron el escaso desarrollo industrial en este periodo, lo que lo llevó a

⁵² MARIO CERUTTI, "Investigación regional y estudios sobre empresarios en México (1849-1920)", en María Eugenia Romero (coord.), *Historia y Economía, un nuevo diálogo*, México, Facultad de Economía, UNAM, 1996.

⁵³ MARIA EUGENIA ROMERO IBARRA, "La historia empresarial", en *Historia Mexicana*, vol. LII, núm. 3, enero-marzo, 2003, p. 817.

⁵⁴ FELIPE BELLO GÓMEZ, "Emigración a México y capacidad empresarial a fines del siglo XIX", en *Secuencia*, Revista de historia y ciencias sociales, núm. 68, mayo-agosto, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 2007, pp. 2-16.

⁵⁵ WALTHER L. BERNECKER, *Alemania y México en el siglo XIX*, México, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras-El Colegio de México-Servicio Alemán de Intercambio Académico, (traducción de Herzonía Yáñez), 2005, p. 11-78.

esclarecer el fenómeno del contrabando y la influencia de la corrupción como factor socio-político.⁵⁶ Este estudio ayuda a comprender las causas de las políticas comerciales y la formación de capitales en la década de 1880, como la de los herederos del empresario inglés Eustace Barron. Por otra parte, Brígida von Mentz amplía los antecedentes de la presencia alemana en el México del siglo XIX y sus relaciones con empresarios del Porfiriato.⁵⁷

Respecto a la colonia española los estudios de Clara Lida y Ana Lía Herrera han mostrado su participación en varias ramas del comercio y la industria de la Ciudad de México, así como la formación de sociedades.⁵⁸ Eunice Ruiz analiza el caso de Luis Barroso Arias y sus múltiples conexiones empresariales,⁵⁹ mientras que el estudio de Carlos Marichal sobre Antonio Basagoiti muestra las relaciones del individuo biografiado con sus redes comerciales, y el carácter de inmigrante privilegiado. Marichal ha realizado trabajos sobre empresarios, integrando análisis económico y sociológico. El autor destaca la necesidad de ampliar la información sobre las trayectorias individuales en el marco de las diversas identidades culturales.⁶⁰

Los empresarios franceses tuvieron un papel central en la industria textil y del vestido en la Ciudad de México. Los estudios de Javier Pérez-Siller y Leticia

⁵⁶ WALTER L. BERNECKER, *Contrabando, ilegalidad y corrupción en el México del siglo XIX*. Universidad Iberoamericana, México, 1994, trad. Manuel Emilio Waelti, p. 37-94. La información que proporciona Bernecker llega hasta la década de 1840. Bernecker se basa en historiografía del siglo XIX y XX, utiliza fuentes diplomáticas y archivos de seis países, dedicando un capítulo al problema de la documentación.

⁵⁷ VON MENTZ, *et. al.*, *Los pioneros del Imperialismo alemán en México*, México, CIESAS, 1982 (Ediciones Casa Chata, núm. 14), pp. 90-101.

⁵⁸ CLARA E. LIDA., (comp.) *Una inmigración privilegiada. Comerciantes, empresarios y profesionales españoles en México en los siglos XIX y XX*, Madrid Alianza Editorial, 1994, pp. 25-51. ANA LÍA HERRERA LASSO, "Una elite dentro de la elite: El Casino Español en México, entre el porfiriato y la revolución (1875-1915)", en *Secuencia* núm. 42, septiembre-diciembre 1998, pp. 177-206.

⁵⁹ EUNICE RUIZ ZAMUDIO, *Burguesía empresarial, 1880-1915: un empresario mexicano el caso de Luis Barroso Arias y socios*, tesis de licenciatura en Historia, México, UAM Iztapalapa, 2006, pp. 50-51.

⁶⁰ CARLOS MARICHAL, "Empresarios españoles de ida y vuelta en el México porfiriano y en la España de la Restauración. El caso de Antonio Basagoiti y Arteta, 1880-1910", *Amérique Latine Histoire et Mémoire*, Les Cahiers ALHIM, núm. 17, 2009.

Gamboa sobre los *barcelonnettes*⁶¹ se suman a diversas monografías sobre familias de inmigrantes franceses para completar un cuadro variado, que incluye varias mujeres.⁶² Un trabajo de alcance nacional fue el elaborado con novedosas herramientas heurísticas por Aurora Gómez Galvarriato, centrado en el desarrollo empresarial de los *barcelonnettes*.⁶³

Historiografía de la industria textil en el siglo XIX

Las primeras investigaciones sobre la industria textil fueron elaboradas por Dawn Keremitsis y ofrecen un panorama general de la industria textil en el siglo XIX.⁶⁴ En fecha más reciente Aurora Gómez Galvarriato reunió dos estudios sobre la industria textil en México del siglo XIX, en los que establece las continuidades y cambios en la industria manufacturera mexicana, hasta 1870; se contrasta la industria y el comercio en relación a su orientación hacia el interior o hacia el exterior, y muestra la fragilidad institucional de esta industria.⁶⁵ Mario Trujillo Bolio se enfoca en el análisis de la vinculación del capital financiero y de los empresarios textiles.⁶⁶ Un caso especial es el de la industria de la seda, estudiada por Vanesa García Corzo que muestra los esfuerzos por recuperar una antigua práctica artesanal de gran valor agregado.⁶⁷ Las estrechas relaciones entre la

⁶¹ *Barcelonnettes* se refiere a los habitantes del poblado de Barcelonnette en los alpes franceses.

⁶² JAVIER PÉREZ-SILLER, "De mitos y realidades: la emigración barcelonnette a México, 1845-1891", en Gamboa Ojea, Leticia (coord.), *Los barcelonnettes en México. Miradas regionales, siglos XIX-XX*, México, BUAP-ICS y H-UJED, 2009, pp. 103-120.

⁶³ AURORA GÓMEZ GALVARRIATO, "Los barcelonnettes y la modernización de la comercialización y la producción de textiles en el Porfiriato", en Leticia Gamboa Ojeda, (coord.), *Los barcelonnettes en México, miradas regionales, siglos XIX-XX*, Puebla, BUAP, 2008, pp. 189-190.

⁶⁴ DAWN KEREMITSIS, *La industria textil mexicana*, México, Secretaría de Educación Pública, 1973 (SEP-Setentas, núm. 67).

⁶⁵ AURORA GÓMEZ-GALVARRIATO, *La industria textil en México*, El Colegio de Michoacán, Morelia, 1999, e "Industrialización, empresas y trabajadores industriales, del Porfiriato a la Revolución: la nueva historiografía", en *Historia Mexicana*, LII, marzo de 2003, pp. 773-804.

⁶⁶ MARIO TRUJILLO BOLIO, "Los empresarios textiles y su vinculación con el capital financiero en la región del valle de México", en *Identidad y prácticas de los grupos de poder en México, s. XVIII al XIX*, Conaculta INAH, 1999.

⁶⁷ REBECA VANESA GARCÍA CORZO, *Entramados de la seda en México a fines del siglo XIX y principios del XX*, tesis de doctorado en Historia, Universidad de Oviedo, 2012.

industria textil y los comercios de la ciudad de México son abordadas por Erika Galán, desde la perspectiva de la creación de grandes industrias en el área de Orizaba, en el Estado de Veracruz, con información sobre la comercialización de las marcas de la Compañía Industrial de Orizaba, S.A. (CIDOSA).⁶⁸

b) Historiografía político-social

Historiografía del modelo político-social del Porfiriato

Los aspectos políticos del comercio se pueden leer entre líneas en los trabajos de José C. Valadés, Silvestre Villegas y Ralph Roeder. El primero hace una biografía del poder basada en notas periodísticas de la prensa liberal para elaborar una pintura crítica del régimen de Porfirio Díaz.⁶⁹ Por otra parte, Silvestre Villegas analiza el periodo presidencial de Manuel González 1880-1884⁷⁰ y establece tres fases: candidatura, gobierno condicionado por la crisis de ingresos y sucesión presidencial. Villegas plantea que Manuel González estableció una relación de lealtad con Porfirio Díaz, que lo mantuvo ligado durante su presidencia, pero llegó a representar un peligro real para el regreso de Díaz al poder. Las promesas de campaña y expectativas económicas de avance del comercio estarían ligadas a la inversión en ferrocarriles. Díaz tuvo una fuerte actividad relacionada con los negocios privados, la promoción del comercio exterior y la inversión extranjera. Díaz también utilizó este momento para ampliar sus redes sociales. El aspecto económico más importante es la consolidación del sistema bancario mexicano y la

⁶⁸ ERIKA GALÁN AMARO, *Estrategias y redes de los empresarios textiles de la Compañía Industrial de Orizaba, S.A., 1889-1930*, tesis de doctorado en Historia y Estudios Regionales, Universidad Veracruzana, 2010, pp. 93-110.

⁶⁹ JOSÉ C. VALADÉS, *El Porfirismo, historia de un régimen*, México, Fondo de Cultura Económica, 2015.

⁷⁰ SILVESTRE VILLEGAS REVUELTAS, "Compromiso político e inversión: el gobierno de Manuel González", en Will Fowler (coord.), *Gobernantes mexicanos*, México, Fondo de Cultura Económica, 2008, pp. 361-381.

transición del crédito privado al comercial.⁷¹ Desde la perspectiva de la historia económica y de la teoría neoinstitucional, Villegas aborda el problema de la relación entre la política oficial, las relaciones internacionales y los componentes económicos.⁷² Ralph Roeder, por su parte aporta una visión de conjunto y permite comprender mejor las dificultades del régimen por legitimarse y perpetuarse. Roeder utiliza fuentes hemerográficas, por lo que el tono de su obra es polémico y su postura es de crítica al régimen.⁷³ El trabajo de José C. Valadés proporciona muchos matices sobre la vida política del régimen porfirista, con una mirada irónica sobre los temas que dieron origen a una época peculiar.⁷⁴ Roberta Lajous, aunque es una obra general y sintética, agrega un importante componente a la comprensión del periodo, por la influencia de las potencias mundiales en la configuración de México y de la frágil situación socio-política del país.⁷⁵

Historiografía de la vida social

Los trabajos de María Gayón sobre las condiciones de trabajo en la industria textil y de Ana María Saloma las trabajadoras de la industria cigarrera ayudan a formarse una idea del panorama social de la clase obrera Ciudad de México en la época Porfiriana.⁷⁶ En contraste, José Valadés presenta de manera irónica a la

⁷¹ Para el periodo 1880 a 1884 Villegas utiliza documentación hemerográfica (*La Patria, El Ferrocarril, El Mercantil Mexicano*). Este estudio ubica las luchas políticas en 1883, que podrían relacionarse con las actividades comerciales, inversiones y redes de negocios. Además, Villegas observa las diferencias en el manejo del crédito del periodo anterior y el marco regulatorio, como es el *Tratado de Amistad y Comercio* con la Gran Bretaña de 1883 y el Código de comercio de 1884.

⁷² SILVESTRE VILLEGAS REVUELTAS, "Expansión del comercio mundial y estrategias de fomento al comercio durante el gobierno de Manuel González, 1880-1884", en *Estudios de Historia moderna y contemporánea de México*. Núm. 29, enero junio, 2005, p. 41-91.

⁷³ RALPH ROEDER, *Hacia el México moderno: Porfirio Díaz* (1973), México, Fondo de Cultura Económica, 2013. El autor utiliza numerosas fuentes hemerográficas.

⁷⁴ JOSÉ C. VALADÉS, *El Porfirismo, historia de un régimen*, México, Fondo de Cultura Económica, 2015.

⁷⁵ ROBERTA LAJOUS, *Historia mínima de las relaciones exteriores de México*, México, El Colegio de México, 2012, pp. 120-132.

⁷⁶ MARÍA GAYÓN CÓRDOVA, *Condiciones de vida y de trabajo en la Ciudad de México en el siglo XIX*, México, Dirección de Estudios Históricos, INAH, 1988, (Cuaderno de Trabajo, [núm. 53](#)), pp. 72-125. ANA MARÍA SALOMA GUTIÉRREZ, "Forjando la vida: dichas y desdichas de las obreras de las fábricas cigarreras del Porfiriato", en *Dimensión Antropológica*, año 7, Volumen 18, enero-abril, 2000, p. 28-52.

sociedad de la Ciudad de México, a la que llama “clase ociosa”.⁷⁷ El mencionado estudio de Stephen Bunker también abona mucho a la comprensión de las relaciones entre la vida social y la compra-venta de productos.⁷⁸ La estratificación y los mecanismos de control corporal son temas estudiados por Claudia Agostini⁷⁹ y Valentina Gómez Septién.⁸⁰ El caso de dominación masculina ha sido abordado por Rubin Gayle.⁸¹ Mientras que los efectos de la modernización en la sociedad de la Ciudad de México es tema del trabajo de Nora Pérez Rayón.⁸²

c) Historiografía de temáticas particulares

Historiografía de la moda, la indumentaria y la vida cotidiana

Una característica de la indumentaria y la moda es su amplia difusión (abarca lo local, regional y mundial), y por otra parte su relación directa con la pertenencia a una clase social. La historiografía, por tanto, no se circunscribe a la Ciudad de México y está relacionada con los trabajos sobre la vida social, descritos con anterioridad.

Anne Staples revisa aspectos demográficos, la salud, la alimentación y el vestido en las distintas clases sociales en México.⁸³ El problema más interesante que plantea la autora es que en la segunda mitad del siglo XIX hubo un cambio hacia la interiorización de las manifestaciones psíquicas y estrechez moral, mediante la imposición de normas. El alto costo de producción de los textiles y las

⁷⁷ JOSÉ C. VALADÉS, *op. cit.*

⁷⁸ STEPHEN BUNKER, *op. cit.* pp. 1-7.

⁷⁹ CLAUDIA AGOSTINI, “Las delicias de la limpieza: la higiene en la ciudad de México”, en Anne Staples, (coord.) *Historia de la vida cotidiana en México*, México, Conaculta-Fondo de Cultura Económica, vol. IV, 2005, pp. 563-597.

⁸⁰ VALENTINA TORRES SEPTIÉN, “Manuales de conducta, urbanidad y buenos modales durante el Porfiriato: notas sobre el comportamiento femenino”, en Agostini, Claudia y Elisa Speckman, *Modernidad, tradición y alteridad: la ciudad de México en el cambio de siglo XIX-XX*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Históricas, 2001, pp. 271-290.

⁸¹ RUBIN GAYLE, “El tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo”, *Nueva antropología*, vol. VIII, núm. 30, noviembre 1986, pp. 98-118.

⁸² NORA PÉREZ-RAYÓN, “Modernización y secularización. La ciudad de México en el Porfiriato (1876-1911)”, *Fuentes Humanísticas*, núm. 31, p. 71-73.

⁸³ STAPLES, ANNE, *Historia mínima de la vida cotidiana en México*, México, El Colegio de México, 2010, pp. 119-172.

dificultades del transporte en el país antes de 1873 los encarecía y las prácticas de higiene no favorecían el cambio frecuente de atuendo. El estudio de Staples permite evocar los problemas a que se enfrentaban los comerciantes y consumidores, afectando el valor de los productos. Además, plantea que los cambios en las prácticas comerciales en la década de 1880 están directamente relacionados con la mejora de los transportes de mercancías. Estos productos fueron modificando la moda de los habitantes de la Ciudad de México, como lo muestra Julieta Pérez Monroy.⁸⁴ Aunque debido a la mundialización del comercio, la adquisición de vestuario importado permitió a la clase dominante seguir la moda de París a fines del siglo XIX.⁸⁵ Un aspecto novedoso en el estudio de la vida cotidiana lo presenta Luis Arturo Torres en su trabajo sobre los cambios en el uso del tiempo en la Ciudad de México.⁸⁶

Historiografía sobre los transportes

La transportación marítima jugó un importante papel en la transformación del comercio mundial y afectó positivamente la activación del comercio en el país y en la Ciudad de México, gracias a la conexión con el puerto de Veracruz. Mario Trujillo Bolio amplía esta información y muestra un panorama completo sobre los puertos del Golfo de México y las líneas trasatlánticas.⁸⁷ Por otra parte, el transporte por vía ferroviaria agilizó y mejoró el movimiento de pasajeros y mercancías en la Ciudad de México.⁸⁸ Como empresa, el ferrocarril tuvo un papel

⁸⁴ JULIETA PÉREZ MONROY, "Modernidad y modas en la ciudad de México: de la basquiña al túnico, del calzón al pantalón", en *Historia de la vida cotidiana en México*, México, Conaculta, 2010, vol. IV, pp. 51-80.

⁸⁵ MARINNE FOGG Y VALERIE STEELE, *Moda, la historia completa*, Barcelona, Blume, 2014, pp. 146-149.

⁸⁶ LUIS ARTURO TORRES ROJO, *Los amos del tiempo, los artificiales vivientes y los sujetos de resistencia: relojes públicos de la ciudad de México 1861-1910*. Cuadernos Universitarios UABCS, Praxis, México, 2012, p. 9-97.

⁸⁷ MARIO TRUJILLO BOLIO, *El Golfo de México en la centuria decimonónica*, México, CIESAS, Cámara de Diputados LIX Legislatura, Miguel Ángel Porrúa, 2005, pp. 11-176.

⁸⁸ FERNANDO AGUAYO, "Afuera y adentro. La ciudad de México y su sistema ferroviario", en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. II, pp. 125 a 130.

destacado en el Porfiriato,⁸⁹ y los tranvías en el transporte de personas en la ciudad.⁹⁰

Historiografía del espacio como categoría de análisis histórico

Los estudios urbanos de Gabriela Sánchez Reyes muestran que los comercios establecidos en la Ciudad de México tuvieron algunas modificaciones en este periodo (como la eliminación del Parián, la apertura de calles de conventos suprimidos, el ensanchamiento de la avenida Cinco de mayo y el cambio de uso de edificios de corporaciones religiosas). Gabriela Sánchez Reyes ofrece un acercamiento a la actividad comercial con los estudios sobre la Plaza del Seminario y el Portal de Mercaderes desde el siglo XVI.⁹¹ Estos trabajos forma parte de los estudios de la Coordinación de Monumentos Históricos del INAH. Sánchez Reyes proporciona información sobre comerciantes y arrendadores de locales de la década de 1880 basado en fuentes primarias. Con ello se pueden ubicar los espacios físicos donde se desarrollaba el comercio en la Ciudad de México y algunas transformaciones ocurridas durante el siglo XIX.

El espacio central de la ciudad fue estudiado por Jorge Olvera Ramos, lo que ha permitido resaltar la distribución radial del damero comercial a partir de la Plaza Mayor, denominada Zócalo.⁹² Por otra parte, las obras de Artemio del Valle Arizpe⁹³ permiten remontarse a los usos del espacio en las calles de la capital en el largo plazo y ubicar el entorno social en que se ubicaron los comercios.

⁸⁹ SANDRA KUNTZ, "Mercado interno y vinculación con el exterior: el papel de los ferrocarriles en la economía Porfiriato", en *Historia Mexicana*, XLV, 1, 1995, pp. 39-66.

⁹⁰ FERNANDO AGUAYO, "Afuera y adentro. La ciudad de México y su sistema ferroviario", en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. II, pp. 125 a 130.

⁹¹ GABRIELA SÁNCHEZ REYES, "Tiendas, puestos y cajones en el portal de mercaderes de la Ciudad de México", en *Boletín de Monumentos Históricos*, Tercera época, núm. 9, sep-dic. 2007, pp. 2-15, y "Origen y desarrollo de la Plaza del Seminario. Ciudad de México", *op. cit.*, núm. 17, sep-dic. 2009, p. 34-39. La autora es historiadora del arte y ha realizado estudios sobre retablos relicario, el mayorazgo de Nava Chávez y el pueblo de La Piedad.

⁹² JORGE OLVERA RAMOS, *Los mercados de la plaza mayor de México*, México, Cal y arena, 2007, pp. 11-20.

⁹³ DEL VALLE ARIZPE, ARTEMIO, *Calle vieja, calle nueva* (1949), México, editorial Diana, 1980, *passim*. y *Por la vieja calzada de Tlacopan* (1954), México, editorial Diana, 1980, pp. 249-407.

Periodización

Las dos últimas décadas del siglo XIX fueron un periodo de crecimiento demográfico y económico en el país, marcadas por fenómenos políticos, económicos y sociales. François Tomas ha subrayado la importancia de generar un rango de tiempo para cada problema, basado en la dinámica de sus actores sociales.⁹⁴ Para definir este periodo de estudio en el aspecto económico se tomaron como criterios: a) la acumulación de capital comercial y su confluencia en la aparición de un sistema bancario, el uso de capitales del comercio para empresas industriales y el préstamo; b) el inicio de la integración del mercado local con el nacional y mundial con la construcción del ferrocarril, la ampliación y centralización de la red telefónica y telegráfica, la iluminación eléctrica y la capacidad de carga del transporte marítimo, y c) el marco institucional: los impuestos al tránsito de mercancías, los cambios en la propiedad, con la desamortización de propiedades urbanas de la Iglesia entre 1861 y 1867, a partir de la consolidación del proyecto liberal, el Código de comercio expedido en 1884 y renovado en 1888, y finalmente las alcabalas, abolidas en 1898.⁹⁵

Respecto a la Ciudad de México, desde 1873 se había iniciado la operación de la ruta del ferrocarril entre la Ciudad de México y Veracruz, impulsando al comercio atlántico,⁹⁶ con un mayor volumen, menores impuestos y sobre todo, otorgando seguridad al transporte de personas y mercancías.⁹⁷ El comercio inició su expansión con la construcción del Ferrocarril Central a Ciudad Juárez en la década de 1880, vinculando de manera más directa a la Ciudad de México con el

⁹⁴ FRANÇOIS TOMAS, "Historia de la ciudad, problemas de periodización", en Carmen Collado, *Miradas recurrentes II, La Ciudad de México en los siglos XIX y XX*, México, Instituto Mora/UAM, 2004, pp. 23 a 49.

⁹⁵ MARÍA DOLORES MORALES MARTÍNEZ, "La nacionalización de los conventos y los cambios en los usos del suelo. Ciudad de México, 1861-1882", en *Ensayos urbanos: la Ciudad de México en el siglo XIX*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 2011.

⁹⁶ JULIO CONTRERAS UTRERA, "Los comerciantes del Puerto de Veracruz en la era del progreso", *Anuario IX*, Jalapa, Instituto de Investigaciones Histórico-Sociales, Universidad Veracruzana, 1994, pp. 57-74.

⁹⁷ SANDRA KUNTZ FICKER, "La política comercial", en *El comercio exterior de México en la era del capitalismo liberal, 1870-1929*, México, El Colegio de México, 2007, pp. 191-212.

sur de Estados Unidos y su red ferroviaria.⁹⁸ Además, entre 1876 y 1884 se había iniciado la recuperación de la deuda pública, el aumento del intercambio mundial y la centralización del poder por el presidente Porfirio Díaz y un grupo de élite compuesto por políticos y empresarios.⁹⁹

Algunos hechos ocurridos en la Ciudad de México tuvieron trascendencia nacional, en buena medida por ser la capital del país y sede de los poderes federales. Hacia 1884 se consolida el sistema bancario: con capital proveniente del comercio fue creado el Banco Nacional de México a partir de la fusión de los bancos Nacional y Mercantil.¹⁰⁰ Un hecho poco difundido es que durante la presidencia de Manuel González, Porfirio Díaz se dedicó a actividades privadas, que lo acercaron a los empresarios y gestionó para elegirse de nuevo a la presidencia de la República.¹⁰¹ El proceso de cambio empresarial experimentado por los comerciantes, vinculado a la industria y finalmente a las finanzas forma el ciclo de consolidación de la oligarquía en México de la segunda mitad del siglo XIX.¹⁰² El cambio de modelo económico y el inicio del Porfiriato como proyecto de largo plazo se consolida con la generalización de la red telefónica y la apertura de los grandes almacenes comerciales entre 1891 y 1899, que representan un cambio importante en la oferta y el consumo, en particular el de prendas de vestir. En este periodo, la Ciudad de México creció hacia el noreste, poniente y sur,

⁹⁸ SANDRA KUNTZ FICKER, "La mayor empresa privada del Porfiriato. El Ferrocarril Central Mexicano (1880-1907)", en Carlos Marichal y Mario Cerutti (comps.) *Historia de las grandes empresas en México, 1850-1930*, México, Fondo de Cultura Económica, 1997, pp. 53-56. Primero el Ferrocarril Mexicano México-Veracruz, en 1873, luego el Ferrocarril Central a Paso del Norte en 1881 y por último el Ferrocarril Interoceánico vía Jalapa concluido en 1884. Estos transportes reforzaron el papel de la ciudad como centro del comercio nacional.

⁹⁹ RALPH ROEDER, *Hacia el México moderno: Porfirio Díaz* (1973), México, Fondo de Cultura Económica, 2013, vol. I. p. 147-187.

¹⁰⁰ LEONOR, LUDLOW, "El Banco Nacional Mexicano y el Banco Mercantil Mexicano, radiografía social de sus primeros accionistas, 1881-1882", en *Historia Mexicana*, vol. 39, núm. 4, 1990, pp. 979-1027.

¹⁰¹ SILVESTRE VILLEGAS REVUELTAS, "Compromiso político e inversión: el gobierno de Manuel González", en Will Fowler (coord.), *Gobernantes mexicanos*, México, Fondo de Cultura Económica, 2008, pp. 361-381.

¹⁰² MARCELO CARMAGNIANI, *La grande illusione della Oligarchia, Stato e società in America Latina (1850-1930)*, Torino, Loescher Editore, 1981, pp. 7-18.

zonas comunicadas con la ciudad central por medio de tranvías, que comenzó a definirse como un espacio de compras separado de las viviendas,¹⁰³ dominado por comerciantes españoles, alemanes y franceses.¹⁰⁴

Este estudio abarca un periodo de dos décadas, caracterizadas como una fase de crecimiento, que en el caso del comercio exterior fue sostenido entre 1884 y 1899.¹⁰⁵ La consolidación de formas modernas de distribución de productos basada en el transporte ferroviario, la iluminación eléctrica, nuevas formas de crédito y la acumulación de capitales, permitieron la multiplicación de establecimientos comerciales. No obstante, este crecimiento económico no estuvo exento de desequilibrios y concentración económica. En 1899 se inauguró en la Ciudad de México *El Centro Mercantil*, uno de los últimos almacenes comerciales de esta época. A partir de entonces una serie de cambios en la economía y crisis sociales desembocarían en el movimiento armado iniciado en 1910.¹⁰⁶

Objetivo

El objetivo central de este trabajo es examinar los cambios en la comercialización de tejidos y prendas de vestir, operados a fines del siglo XIX, en las tiendas establecidas en el entorno físico, social y económico de la Ciudad de México. Con ello se busca ampliar el panorama de análisis, que se ha centrado en el origen nacional de los comerciantes extranjeros y los grandes almacenes operados por franceses, para descubrir la participación de sectores de artesanos y pequeños

¹⁰³ MARÍA DOLORES MORALES, “La expansión de la Ciudad de México, el caso de los fraccionamientos”, en seminario de historia urbana. Alejandra Moreno Toscano (coord.) *Ciudad de México, Ensayo de construcción de una historia*, México, SEP-INAH, 1978, pp. 189 a 200.

¹⁰⁴ JAVIER PÉREZ-SILLER Y CHANTAL CRAMAUSSEL, (coord.), *México Francia: memoria de una sensibilidad común, siglos XIX-XX*, Puebla, ICSyH-Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, 2004, vol. II, pp. 93-99.

¹⁰⁵ SANDRA KUNTZ FICKER, “De las reformas liberales a la gran depresión, 1856-1929”, en *Historia económica general de México*, México, Secretaría de Economía, 1996, p. 305 a 331.

¹⁰⁶ FERNANDO ROSENZWEIG, “El desarrollo económico de México de 1877 a 1911”, en *El trimestre económico*, México, Fondo de Cultura Económica, vol. 32, 1965, núm. 1127, pp. 164-190.

comerciantes poco frecuentados en la historiografía, muchos de ellos de origen local.

Hipótesis

Para lograr los objetivos anteriores se plantean las siguientes hipótesis:

1) *A fines del siglo XIX, un grupo de comerciantes adquirieron mayor presencia en la economía, las finanzas y la cultura convirtiéndose en un sector privilegiado.* Para demostrarlo se hizo una revisión de los cambios económicos operados después de la restauración de la República, con énfasis en el comercio y se buscaron los nombres de los principales comerciantes de la época, sus negocios e instituciones. Para observarlo se revisó la historiografía sobre este sector industrial y su relación con los comercios de la ciudad de México.

2) *Las casas comerciales ubicadas en los espacios construidos en la época virreinal sufrieron un cambio en el sistema productivo, desplazando a talleres artesanales y viviendas.* Para ello, se identificaron los nombres de los propietarios de los establecimientos comerciales de prendas de vestir, y se clasificaron las tiendas respecto a su distribución, agrupación, giros y se ubicaron en el espacio de la ciudad de México. También se revisó la historia de los talleres de sastres y sombrereros. Para mostrar este problema se incluyen algunos cuadros sobre comerciantes y sus relaciones con proveedores e intermediarios.

3) *Los cambios políticos y sociales que comenzaron con la generación de La Reforma (1861-1867) fincaron la base de nuevas formas de hacer negocios, de usar del espacio urbano y una ampliación de la actividad comercial en la Ciudad de México.* Con el fin de definir las estrategias empresariales se diferenció la forma de organización: familiar, asociado o comanditado. En los mapas de la época se identificó la distribución de estos comercios para encontrar patrones de agrupación. Con base en crónicas de la ciudad se identificaron algunos predios que pertenecieron a corporaciones religiosas y la apertura de nuevas calles para el comercio y la circulación de bienes a fines del siglo XIX.

4) *La demanda de productos generó una mayor especialización y diferenciación de los negocios pequeños y medianos y el surgimiento de los*

grandes almacenes. Para determinar estas estrategias de competencia se revisaron las transformaciones en los medios, contenidos y discursos publicitarios de prendas de vestir en el marco cultural del periodo. Se compararon los precios de los productos y se observaron los cambios en los métodos de venta: arquitectura de las tiendas, la disposición de los mostradores y exhibición de mercancías; horarios, promociones y descuentos. Se compararon las características de las mercancías ofertadas y los productos por su procedencia (casas importadoras, fábricas o talleres artesanales), materia prima, calidades y tipos. Como apoyo a la comprensión de la competencia se incluyen imágenes del interior y exterior de algunos negocios.

5) *El régimen porfiriano reforzó su poder mediante la promoción de valores desde arriba, enunciados como orden, modernidad, y progreso*. Para demostrar esta tendencia se observó la indumentaria masculina y femenina, los cambios en el uso del tiempo, y la introducción de nuevas tecnologías como el telégrafo, el teléfono y la luz eléctrica. En los comercios se observó su disposición, tipo de mercancías y mensajes publicitarios. En particular, se consideró a la moda como reforzador de la exclusión social. Para ello se revisó el papel de hombres y mujeres en los espacios de interacción social, los tipos de telas, ropa manufacturada y algunas imágenes de la indumentaria del periodo. Con la información recabada se elaboraron dos planos de la zona central de la ciudad, donde se podrá observar la marcada concentración de espacios para la venta de productos de lujo.

Estructura de este trabajo

Este trabajo consta de tres partes, en la primera se analizan las condiciones económicas en torno al comercio durante la época porfiriana, en la segunda se aborda la demanda de textiles y prendas de vestir a través de una descripción de la estructura social a fines de siglo XIX y en el tercero se analiza la oferta de estos productos en las tiendas de la Ciudad de México. En cada capítulo hay cuadros que reseñan la información presentada y una breve conclusión del tema.

En el capítulo I se muestra cómo la desamortización de bienes eclesiásticos, el crecimiento económico y la introducción de ferrocarriles iniciaron un cambio en la actividad comercial del país. En 1883, en calles como Plateros y San Francisco había lujosos negocios de varios giros: sederías, tiendas de paños y casimires, camiserías, sastrerías y boneterías, entre otros. El sector textil ha sido catalizador del desarrollo industrial, con una larga tradición en México, a su vez, el comercio permitió a la industria ampliar la oferta de productos locales hasta sustituir varios de los importados. En el valle de México, desde mediados del siglo XIX, este tipo de fábricas fueron financiadas por comerciantes, creándose así una expansión horizontal basada en la concentración de capital y la inversión en varios tipos de negocio, incluyendo el prestamismo. Por otra parte, en el siglo XIX las telas y ropa manufacturada se elaboraban en talleres artesanales y caseros.

En el capítulo II se exploran los cambios sociales y culturales que pueden observarse en las clases sociales durante el Porfiriato, tomando como ejemplo los trabajadores de las industrias textiles y los grupos de artesanos especializados en la confección de prendas de vestir. Este campo de estudio permitió descubrir las relaciones de poder al observar al traje como un medio de control social. En el caso de la clase dominante, el consumo de refinados productos importados, en particular europeos. También se muestra cómo el uso de estas prendas contribuyó a la formación de un nuevo imaginario de los consumidores, reforzando la estructura de clases, el dominio masculino y sus universos simbólicos, que conforman los incentivos a la demanda. La especialización respondió a la competencia y a su vez, el comercio produjo cambios de las formas de socialización, en particular en las ciudades, donde influyó en la innovación, la racionalización y las relaciones personales.

En el capítulo III se describe la procedencia nacional de los comerciantes (franceses, alemanes y españoles, principalmente), algunos de los cuales llegaron a crear grandes negocios a fines del siglo XIX. La distribución espacial de los negocios de prendas de vestir se relacionó con el establecimiento de determinados giros en zonas específicas de la ciudad. Se muestra la ubicación de los sastres y modistas, los talleres de manufactura de ropa, las casas de venta al

menudeo llamadas “cajones de ropa”,¹⁰⁷ la aparición de los grandes almacenes y los anuncios comerciales aparecidos en los periódicos. Como apoyo a la comprensión del tema se ofrece un glosario de los términos usados en el comercio de textiles y prendas de vestir del siglo XIX. Los planos anexos sirven como guía para la ubicación de tiendas y almacenes y permitirán la comprensión de la organización espacial de la actividad comercial en las dos últimas décadas de ese siglo.

A través de este trabajo el lector podrá imaginar un recorrido por las calles de la Ciudad de México con otros ojos, tal vez le permita ponerse en los zapatos de un habitante del siglo XIX habituado a orientarse por los nombres tradicionales y asombrarse de los cambios del siglo del progreso. Al ingresar a sus tiendas comprobará también que un puntilloso orden regía la exhibición de las múltiples y lujosas mercancías. En esas tiendas predominaban los modelos parisinos pero también hubo notorios esfuerzos por ofrecer productos de las manos nacionales: rebozos de seda y sombreros de felpa elaborados en talleres locales, así como percales, paños y casimires salidos de las flamantes fábricas del Valle de México y otras maravillas que atravesaron el Atlántico, cruzando los bosques y cumbres nevadas para sumarse al bullicio de una ciudad centenaria.

¹⁰⁷ Nombre tradicional de las tiendas que en un principio se instalaron en los mercados.

Si los grandes establecimientos de crédito, los importantes ferrocarriles y las varias fábricas... revelan la riqueza del suelo de México y la laboriosidad de sus habitantes, el lujo y buen gusto de sus casas de comercio revelan la cultura y civilización de su pueblo.¹

Capítulo I

La producción y distribución de textiles a fines del siglo XIX

Para comprender la producción y distribución de textiles, en este capítulo se expone la conformación del sistema económico mundial, la actuación del naciente régimen de Porfirio Díaz frente al imperialismo y la situación de México en el comercio internacional durante el descenso de los precios de la plata. En segundo término se revisa el comercio a fines del siglo XIX, destacando las importaciones. En tercer lugar se abordan las características del comercio de productos textiles de la Ciudad de México; su relación con las nacientes industrias del Valle de México y el papel de los transportes en la circulación de mercancías.

1.1 Perspectiva económico-política

a) México en el sistema económico mundial

En la segunda mitad del siglo XIX, países como Francia, Gran Bretaña, Alemania, Bélgica y Estados Unidos experimentaron procesos de industrialización cuyas características comunes fueron: un sistema educativo moderno (de alto nivel científico-técnico) que permitió desarrollar una ingeniería propia para la producción de máquinas; el acceso a fuentes de energía abundantes, en particular carbón; una densa red de caminos, vías fluviales o ferrocarriles para el transporte de materias primas, mercancías y personas, de los centros de producción a los de consumo, facilitado por la eliminación de barreras arancelarias o alcabalas; la

¹ J. FIGUEROA DOMÉNECH, *Guía general descriptiva de la República Mexicana*, Barcelona, Ramón de S. N. Araluce, 1899, vol. I., p. 255. En línea: <<https://cd.dgb.uanl.mx/handle/201504211/779>>, consultado el 16 de abril de 2017.

ampliación de eslabonamientos productivos hacia delante y hacia atrás² y una mejor integración vertical de las industrias; además, la inversión se concentró en bienes de capital cuya acumulación permitió a los países europeos occidentales invertir en otras regiones del mundo.³

A diferencia de la primera expansión mundial europea (siglos XVI al XVIII), caracterizada por un móvil conquistador-religioso y comercial del antiguo régimen absolutista, el imperialismo del siglo XIX operó como complemento del desarrollo interno con determinadas ventajas comerciales, militares y estratégicas. Si bien esta nueva modalidad heredó los imperios coloniales, éstos obedecieron a un nuevo juego de fuerzas entre Francia, Gran Bretaña, Bélgica y Prusia, desplazando a Portugal y España de manera definitiva. David Fieldhouse considera que el excedente de capital y la obtención de materias primas fueron el motor del imperialismo del siglo XIX.⁴

Si bien los móviles de las empresas coloniales decimonónicas eran los beneficios económicos, fueron los métodos políticos empleados para solucionar los problemas coloniales los que marcan las diferencias: a) contar con zonas estratégicas en lo militar y las comunicaciones marítimas; b) anexionar aquellos territorios que retaron los intereses nacionales o sufrieron desórdenes internos, y c) defender zonas con intereses económicos exclusivos de otras potencias, estableciendo tratados, protectorados o dominios oficiales. Gran Bretaña buscó reducir gastos, Alemania fortalecer su papel en la propia Europa, y Francia iniciar

² ALBERT O. HIRSCHMAN explica que *eslabón* es el estímulo para invertir en una actividad productiva: la fabricación de productos manufacturados impulsa la producción de materias primas, o la producción de partes o componentes semi procesados para alimentar esa industria “hacia atrás” o hacia la base de la cadena productiva. Los eslabonamientos “hacia adelante” son los esfuerzos por diversificar e incrementar un mercado para sus productos. En determinados casos, los comerciantes impulsaron la creación de industrias frente a los altos costes de importación o las políticas proteccionistas. En <<http://www.eumed.net/cursecon/economistas/textos/Hirschman-Eslabones.htm>>, consultado el 11 de diciembre de 2018.

³ LARRY NEAL Y RONDO CAMERON, *Historia económica mundial*, Madrid, Alianza editorial, 1997, p. 263.

⁴ DAVID K. FIELDHOUSE, *Economía e Imperio. La expansión de Europa, 1830-1914*, México, Siglo veintiuno editores, 1978, pp. 521-536.

un imperialismo nacionalista y cultural.⁵ Para Estados Unidos era prioritario crear su zona de influencia en América, empezando con México y con ello alcanzar el océano Pacífico, para iniciar la carrera por la superioridad naval sobre Inglaterra. Los mares se convirtieron, desde el siglo XVI en el espacio del dominio mundial.

El imperialismo norteamericano, de cuño más reciente, se caracterizó por su agresividad y falta de sensibilidad hacia las sociedades locales y los poderes establecidos (como la invasión de México en 1847). El enfrentamiento hegemónico con Rusia y Japón marca el inicio de la expansión estadounidense hacia el océano Pacífico, Alaska (1867) y Hawai (1893), mientras que la doctrina Monroe originó las acciones invasoras en la República Dominicana en 1870. En la década de 1880 se observan sólo los primeros intentos de penetración del capitalismo estadounidense en México, en el contexto de la competencia mundial por los mercados.⁶

b) La relevancia del sistema monetario

En términos del intercambio de metales, durante el siglo XIX fue disminuyendo la influencia de la plata americana en la economía mundial en relación al creciente papel del oro en las transacciones comerciales, con fuertes fluctuaciones: la caída de la producción de plata las minas de México y Brasil entre 1810-1821 a 1848 habían presionado los precios al alza en Europa; en cambio, entre 1848 y 1851 con el descubrimiento de placeres auríferos en California y Australia, los precios descendieron, hasta 1870 con el fin de la fase de explotación intensiva. Los precios del oro suben de nuevo hasta 1890-1896, con el descubrimiento de yacimientos en África del Sur.⁷

La convertibilidad de los billetes en oro y el desarrollo del crédito dieron fortaleza a los centros financieros entre 1820-1920. La plata sólo conservó su importancia durante la primera mitad del siglo; en la segunda mitad ésta perdió su

⁵ NEAL Y CAMERON, *op. cit.*, pp. 263-290.

⁶ SILVIA NÚÑEZ Y GUILLERMO ZERMEÑO, *EUA. Documentos de su historia política III*, México, Instituto Mora, 1988. pp. 105-127.

⁷ PIERRE VILAR, *Oro y moneda en la historia (1450-1920)*, Barcelona, Ediciones Ariel, 1972, segunda edición, pp. 459-464.

papel monetario, con el dominio del oro. Además, la guerra de Estados Unidos contra México obtuvo para el primero el codiciado territorio de Nuevo México, Nevada, Utah y California, donde en enero de 1848 se produjo el inicio de la fiebre del oro. Los 15 millones de dólares que había pagado Estados Unidos por los territorios del norte mexicano se recuperaron en California con la fabulosa cantidad de 45 millones en sólo dos años, una oleada de inmigrantes que despojaron a los propietarios de los campos y el abandono de las poblaciones en unos pocos meses.⁸ La fiebre de la década de 1850 fue decayendo hasta 1890, produciendo la revalorización del metal, la búsqueda de nuevas minas y el creciente uso del papel moneda. La plata siguió proporciones similares en su producción pero un decremento en su valor con respecto al oro, afectando la relación comercial de países productores como México.⁹ Hacia 1900 se iniciaría un declive pronunciado del valor de la plata, que obligó al gobierno mexicano a adoptar el patrón oro en 1905 y a los consumidores a restringir el gasto. Las fluctuaciones del valor de intercambio redujeron los márgenes de ganancia de los comerciantes importadores y los costes de bienes de capital.¹⁰

Sin embargo, Eric Hobsbawm considera que las recesiones de ciclo corto a fines del siglo XIX que afectaron al comercio internacional no representan una crisis del sistema como la que se presentaría en la década de 1930. A fines del

⁸ PIERRE VILAR, *op. cit.*, pp. 464-471. La población de California pasó de 96 mil en 1850 a 500 mil en 1856. Aunque con métodos rudimentarios, el oro pasó a las plazas de Nueva Orleans, Nueva York y Londres en sólo nueve años, compensada por una corriente de mercancías que llegaban a San Francisco y Monterrey en miles de navíos. El oro fue perdiendo su valor en los años siguientes. En 1851 un fenómeno similar sucedió en Australia, aunque mayoritariamente con minería de cuarzos; Rusia inició su búsqueda de oro extendiéndose sobre Siberia oriental, alterando la relación monetaria de la primera mitad del siglo.

⁹ *Ibid*, pp. 472-476. Vilar señala que la disminución de los precios no corresponde al descenso de la producción mundial de metales sino a la reconquista de las minas: de manera simultánea se descubrieron placeres en Alaska (1898-1900), Klondyke y Hudson en Canadá (1896-1900) y África del Sur (1880-1884), a lo que se sumaron la especulación en los mercados financieros de Londres, la creación de milicias que causan la llamada "Guerra de los Boers" y la técnica minera de la producción a grandes profundidades utilizando dinamita y cianuración.

¹⁰ ALDO MUSSACHIO, "La reforma monetaria de 1905: un estudio de las condiciones internacionales que contribuyeron a la adopción del patrón oro en México", *Secuencia*, núm. 52, enero-abril de 2002, pp. 99-127.

siglo XIX se observó un alza generalizada de precios que fue el momento culminante del desarrollo capitalista entre 1873 y 1929. El auge de mediados del siglo XIX coincide con el monopolio industrial de Gran Bretaña, al que se incorporaron las otras potencias europeas en la segunda mitad, entrando en competencia por las reservas del mundo.¹¹ El último cuarto del siglo XIX experimentó diversos trastornos que aquejaban a los hombres de negocios y a la agricultura, pero el comercio continuó incluso con mayor rapidez.¹²

c) La posición internacional de México durante el Porfiriato

¿Qué caracterizó al Porfiriato dentro de este sistema mundial? Una respuesta la encontramos en la manera en que se desarrolló el capitalismo en este periodo. Para Fernand Braudel el problema radica en la desigualdad del sistema, al que llama “economía tipo B”, que tomó la forma de capitalismo financiero entre 1830 y 1860.¹³ Braudel describe que bajo este esquema los grandes mercaderes no se limitaban a una sola actividad y participan de la producción, el préstamo, el comercio y la agricultura; en contraste, la especialización de los pequeños comerciantes fue su debilidad frente a los capitalistas, quienes disminuían sus riesgos con la diversificación, con un creciente énfasis en el comercio de dinero, que deriva en la banca, centro de la economía dominante, que se sostiene sobre la vida material. En el caso de México, el Estado fue complaciente con la inversión extranjera, que pudo diversificar sus inversiones. No obstante, por el proceso largo y accidentado de la descolonización en el siglo XIX, México quedó dentro de la

¹¹ Respecto a la relación entre los comerciantes y la política en la primera mitad del siglo XIX véase el trabajo de ARACELI IBARRA BELLÓN, *El comercio y el poder en México, 1821-1864: la lucha por las fuentes financieras entre el Estado central y las regiones*, México, Fondo de Cultura Económica, 1998.

¹² ERIC HOBBSBAWM, “La crisis del capitalismo: una perspectiva histórica” en *Cuadernos Políticos*, núm. 11, enero-marzo 1977, pp. 7-17.

¹³ FERNAND BRAUDEL, *La dinámica del capitalismo*, Fondo de Cultura Económica, México, 1986 (Breviarios núm. 427), p. 9-43. La economía tipo B es el *contramercado*: un tipo de intercambio completamente desigual, que rompe las relaciones entre el productor y el destinatario final de la mercancía, escapando a las reglas y controles habituales del mercado. De esta actividad privada provienen grandes beneficios que se derivan en considerables acumulaciones de capital. La economía B encuentra medios para falsear el juego a su favor ya que los capitalistas cuentan con información privilegiada, inteligencia financiera, una cultura de negocios superior y aprovechan la estructura social jerárquica.

esfera de los países *intermedios* entre la economía-mundo Occidental y las periferias.¹⁴

Tras la guerra contra Prusia en 1870, Francia perdió poder en Europa. Roberta Lajous agrega que la firma del tratado de paz de Frankfort en 1871 colocó a Francia en un segundo plano, a partir de entonces los conflictos europeos se trasladarían a otras regiones del mundo. La conferencia de Berlín de 1884 y 1885 reunió a las potencias europeas y a Estados Unidos para resolver los asuntos relativos a comercio, navegación y fronteras, y a partir de 1890 a Alemania se convirtió en el más serio competidor de Gran Bretaña en el comercio mundial y al fin del siglo Estados Unidos superaría a todos en volumen de producción.¹⁵

Durante el primer mandato de Porfirio Díaz, en 1876 el problema fundamental fue la falta de reconocimiento internacional. Carente de legitimidad por haber accedido al poder mediante una revolución y la inestabilidad de la frontera creada por la expansión de los colonos norteamericanos frente a las comunidades indígenas, que optaron por defenderse mediante el bandolerismo. Esta situación se sumaba a la existencia de una zona libre de comercio en Tamaulipas, que molestaba a los industriales estadounidenses. Desde 1889 los Estados Unidos, con el liderazgo del secretario de Estado James G. Blane, procuró reducir los aranceles de importación al constituir la Unión Comercial de Estados Americanos, y promover sus exportaciones.¹⁶

El reconocimiento internacional y la reanudación de las relaciones diplomáticas con las potencias, deudas, intereses y reclamaciones ofrecía la solución a las dificultades del recién instaurado gobierno de Porfirio Díaz. El lento y reducido comercio internacional no era suficiente para cubrir estas obligaciones y las heridas internas eran todavía muy profundas para forzar a una economía raquítica. Con los Estados Unidos quedaba un resabio amargo y el temor natural al imperialismo norteamericano, aunque frente a México, el domino del dólar era

¹⁴ SILVIA NÚÑEZ, *op. cit.*, p. 98.

¹⁵ ROBERTA LAJOUS, *Historia mínima de las relaciones exteriores de México*, México, El Colegio de México, 2012, pp. 120-121.

¹⁶ *Ibid.*, pp. 122-124.

más poderoso que la ambición territorial. Desde 1873, el país contaba sólo con una vía de ferrocarril, entre México y Veracruz, fabricada por una empresa inglesa, que era el orgullo de la nación y estimulaba la imaginación de las vías férreas como una panacea a los problemas nacionales. En Estados Unidos, el presidente Grant y la opinión pública los Estados Unidos debían apoyar a México a reforzar la seguridad en los caminos. Estas acciones no se tomaron, en vista de que el gobierno mexicano entregaba con regularidad impecable los 300,000 pesos de su deuda, recurriendo a préstamos privados, una suscripción popular y un impuesto extraordinario.¹⁷

Ralph Roeder observa que la relación con Estados Unidos llegó a un punto de gran tensión al término de las elecciones del nuevo presidente de los Estados Unidos: Rutherford B. Hayes, quien alimentaba las amenazas de manera velada. Para contrarrestar el embate, durante 1877 Ignacio L. Vallarta negoció con el ministro Foster y Díaz envió a su agente secreto en Washington, Manuel María de Zamacona, para establecer relaciones amistosas entre los dos pueblos. Con gran éxito, Zamacona ganó amigos en el Congreso, cerró el paso a los tejanos belicosos, ganó la confianza de los políticos del Norte y el Noroeste con una campaña de paz en la prensa, sociedades de beneficencia, grupos religiosos, sindicatos obreros y cámaras de comercio. Para abril de 1878 el gobierno de Washington reconoció al gobierno *de facto* en México formal e incondicionalmente. La victoria era doble, vista la agresividad y creciente poderío de la nación vecina.¹⁸

Estados Unidos también presionaba a México con el pago de las obligaciones financieras surgidas en Washington de la Convención de Reclamaciones de 1868. Con la llegada de Díaz al poder, el secretario de Relaciones Exteriores Ignacio L. Vallarta no cedió ante las pretensiones territoriales y de restricción de propiedad de los extranjeros, dejando abiertas posibilidades de comercio e inversión, que luego fueron ampliadas por Manuel María de Zamacona. Como agente de negocios, Zamacona inició en 1877 una

¹⁷ RALPH ROEDER, *Hacia el México moderno: Porfirio Díaz* (1973), México, Fondo de Cultura Económica, 2013, vol. I, p. 78.

¹⁸ *Ibid.*, pp. 73-83.

fuerte ofensiva sobre el Congreso de Estados Unidos y la opinión pública a favor de evitar una confrontación armada, convenciendo a comerciantes y otros grupos de poder de la conveniencia de avanzar más allá de su frontera sur con industrias y comercios, pero sobre todo con el atractivo de invertir en líneas de ferrocarril. A partir de 1880 se inició esta “conquista pacífica” de México, bajo el gobierno de Manuel González. Mientras tanto, las actividades empresariales de Díaz en Estados Unidos culminaron con la organización de la Delegación de México en la Exposición Universal de Nueva Orleans en 1884.¹⁹

La doctrina antiséptica de Zamacona se apoyaba en propaganda comercial, vendiendo a la prensa la idea de “convertir el negocio de la guerra en una guerra de negocios”.²⁰ A su llegada a Chicago, en agosto de 1878 Zamacona entusiasmó a los comerciantes y fabricantes del Noroeste en hermanar a las dos repúblicas con un eslabón de hierro más perdurable. Mr. Bowen, un empresario neoyorquino, adoptó la idea de emprender una excursión comercial al vecino del sur para vender los sobrantes de su industria, pero aún subsistía la condición de considerar mexicanas a las empresas extranjeras que se establecieran en el país, en vista de las amenazas de un protectorado y la precaria situación de las finanzas públicas, no atrajeron a los empresarios ferrocarrileros. Por otra parte permanecían numerosas barreras en los reglamentos comerciales, impuestos, aranceles y costumbres mexicanas en detrimento del comercio estadounidense. Los impuestos fluctuaban desde 2% en las aduanas marítimas hasta el 12.5 y el 25% en las alcabalas interiores.²¹

El ministro de Estados Unidos en México, John W. Foster advertía a los entusiasmados empresarios que pese a que México podía surtir a los Estados Unidos con café, azúcar, insumos textiles, frutas y ganado, el mercado interior se reducía a no más de tres millones de consumidores sin muchos recursos, y advertía que la funesta práctica de emplear bandidos como policías rurales no impedía los atentados y atrocidades; Foster agregó que las revoluciones

¹⁹ Roberta Lajous, *op. cit.*, pp. 124-127.

²⁰ Ralph Roeder, *op. cit.*, p. 973.

²¹ *Ibid.*, pp. 83-102.

propiciaron el contrabando, que aún subsistía por las prácticas de los jefes de pedir fondos a cambio del libre tránsito de mercancías, y las costumbres de funcionarios aduanales de celebrar arreglos particulares en la frontera y las costas marítimas. También el ministro Foster preguntaba ¿cómo era posible que otras naciones pudieran comerciar con México? Los españoles gracias a su idioma, los alemanes lo habían logrado por su tenacidad y minucioso estudio del país.²² Para que los negocios norteamericanos prosperaran era necesario que México flexibilizara su legislación, restableciera el crédito, mejorara las comunicaciones, modificara sus aranceles y tuviera un gobierno estable que garantizara la propiedad y la vida. Sólo entonces podrían unirse las dos repúblicas en lazos mercantiles duraderos.²³

Para entusiasmar a los inversionistas Zamacona negó que en México hubiera animadversión a los norteamericanos y a estos argumentos se sumó un minucioso informe de Matías Romero. En ambos casos para disipar “la ignorancia recíproca por parte de las dos naciones tan íntimamente enlazadas geográficamente” invitaba a los inversionistas a viajar a México. Ochenta pioneros desembarcaron en Veracruz en 1879, viajaron maravillados a la Ciudad de México en el ferrocarril, permanecieron tres semanas en la capital pero no tuvieron tiempo de internarse en el país. Pero la opinión pública fue sarcástica con los americanos y su presencia se asoció al gobierno usurpador, así como el dispendio y la vergüenza de traer turistas a que vieran la miseria del país, la industria raquítica y el comercio moribundo.²⁴

Roberta Lajous considera que la presencia de los estadounidenses respondía a lo que Zamacona había informado a Díaz: si las inversiones estadounidenses en ferrocarriles no entraban en México, entonces llegarían las bayonetas. Las generosas concesiones para la construcción de vías férreas y telégrafos también eran urgentes, pues México se encontraba rezagado del resto de los países en desarrollo, aventajado ampliamente por Argentina. A su regreso al

²² *Ibid.*, pp. 107-108.

²³ *Ibid.*, pp. 108-109.

²⁴ *Ibid.*, pp. 110-115.

poder en 1884, Díaz continuaría la búsqueda de legitimidad: para apoyar a los extranjeros, modificando el concepto constitucional de propiedad sobre el subsuelo, lo que daba amplias facultades sobre reservas mineras estratégicas. En las décadas siguientes Díaz aprovechó las exposiciones universales de París en 1889 y Chicago en 1893 para enviar delegaciones comerciales.²⁵ Desde el principio de su mandato, Díaz había establecido una amplia red de relaciones personales con inversionistas extranjeros, cuyo caso más notable fue el del británico Weetman Pearson, quien llegó a reunir una amplia fortuna con la construcción de infraestructura portuaria, de ferrocarriles y desagüe. Estas relaciones ejemplifican la política de diversificación, pero que no pudo contener el crecimiento de las exportaciones de Estados Unidos a México, superando a todos los otros países.²⁶

Roeder, por su parte, apunta que en Estados Unidos los congresistas apoyaron no sólo la idea de establecer un tratado de comercio con México, ante la necesidad de abastecerse de algodón y frutas tropicales, el cumplimiento de la balanza pagos y la contención de las incursiones de indios en la frontera, el presidente Hayes consideró las propuestas del tendido de vías férreas: la de Compañía Sullivan y otra de Mr. Symond organizada en Boston. Porfirio Díaz puso los contratos a consideración de la Procuraduría de la República donde se impusieron cláusulas nacionalistas. En septiembre de 1880 Díaz firmó contratos con ambas compañías para evitar el monopolio, pero sin la cláusulas de nacionalización. Al poco tiempo se presentaron más interesados en concesiones ferroviarias de magnates norteamericanos como Russel Sage, Jay Gould, Thomas A. Scott de Filadelfia, John G. Brown, gobernador de Tennessee y Stanley Mathews, ex-senador por el Estado de Ohio, entre otros. A mediados de 1880 los magnates ferrocarrileros formaron un comité coordinador para fusionar sus intereses, con la cooperación de Ulises Grant. La oferta de estos empresarios iba acompañada de garantías tácitas y otras implícitas, como la de favorecer al

²⁵ Véase MAURICIO TENORIO TRILLO, *Artilugio de la nación moderna. México en las exposiciones universales, 1880-1930*, México, Fondo de Cultura Económica, 1998.

²⁶ ROBERTA LAJOUS, *op. cit.*, pp. 127-130.

comercio norteamericano frente al europeo y de que la decisión pesaría sobre la próxima elección presidencial en México. Tras la firma de los convenios Díaz en 1884, había dejado un legado gravoso a su sucesor.²⁷

Lajous señala que las presiones de Estados Unidos continuaron durante todo el fin de siglo XIX, logrando detener la zona libre de Tamaulipas, incrementando la competitividad de sus productos y la firma de tratados de extradición. La exitosa gestión diplomática de Matías Romero lo convirtió en el primer embajador en Washington, quien aprovechó la coyuntura de 1898 para conseguir condiciones favorables a México, creciendo la red consular, la protección a mexicanos en Estados Unidos y de las propiedades agrícolas en la frontera.²⁸

La política internacional de diversificación del Porfiriato se consolidó con el restablecimiento de las relaciones diplomáticas con Francia en 1880, ratificando la presencia de ese país y de numerosos ciudadanos franceses en el comercio y las finanzas del país. Alemania había sido pionera en las relaciones diplomáticas con México e incrementó su presencia comercial en el país, pero el logro más significativo fue el inicio de la renegociación de la deuda inglesa, de 15 millones de libras esterlinas. El pago puntual de estas deudas dio respetabilidad financiera al gobierno mexicano. Los ingleses cedieron ante la ofensiva del gobierno mexicano, que había establecido un acuerdo comercial con Estados Unidos en 1882, lo que ayudó al secretario de Relaciones Exteriores, Ignacio Mariscal a recuperar el vínculo diplomático con Gran Bretaña en 1884, agregando la cláusula de nación más favorecida en materia comercial. Para completar la obra de diversificación comercial, Díaz también dio a Japón la cláusula de nación más favorecida en 1888. Al año siguiente firmó un tratado de amistad, comercio y navegación con China, que respondió a las presiones de la Compañía Mexicana de Navegación del Pacífico para importar mano de obra y transportar plata a China. Estas acciones de independencia geopolítica no fueron vistas con beneplácito por

²⁷ RALPH ROEDER, *op. cit.*, pp. 139-146.

²⁸ ROBERTA LAJOUS, *op. cit.*, pp. 130-132.

Estados Unidos, pero en conjunto, las acciones diplomáticas del fin de siglo iniciaron la presencia de México en el plano internacional.²⁹

Sin embargo, Silvestre Villegas plantea que México entró con desventaja en la intensa competencia internacional del último tercio del siglo XIX.³⁰ En la que las potencias iniciaron una fase de *imperialismo informal* frente a naciones consolidadas, basada en flujos de capital y presiones diplomáticas desreguladoras. La estrategia del gobierno de Manuel González fue de integración comercial y diversificación, contrapesando el poderío de Estados Unidos mediante tratados de amistad y comercio con potencias europeas y una intensa actividad de fomento y desarrollo del mercado interno. Pero el esfuerzo por dar certeza jurídica a la actividad económica enfrentó fuertes inercias burocráticas y políticas, como los intereses estatales para obtener ingresos de la alcabala. Durante el gobierno del presidente Manuel González, las prácticas clientelares y una infraestructura industrial deficiente propiciaron el otorgamiento de concesiones monopólicas a cambio de comisiones para los altos funcionarios gubernamentales, descrito por Haber como *crony capitalism*.³¹ Para 1884, estas prácticas y la deuda insoluble con Inglaterra, derivaron en la insolvencia gubernamental y el desprestigio de González, que Porfirio Díaz aprovechó a su favor para reelegirse.³²

d) La actividad económica bajo el signo liberal

En opinión de Ciro Cardoso, el triunfo del proyecto liberal coincidía con los intereses de algunos sectores más dinámicos de la clase dominante pero hacia la década de 1880 se observa una unificación de intereses y relativa coherencia de objetivos en torno a un gobierno federal fortalecido, pero no exento de contradicciones: el aumento de la población encareció los salarios, la mejora en

²⁹ *Ibid.*, p. 137-143

³⁰ SILVESTRE VILLEGAS REVUELTAS, "Expansión del comercio mundial y estrategias de fomento al comercio durante el gobierno de Manuel González, 1880-1884", en *Estudios de Historia moderna y contemporánea de México*, núm. 29, enero-junio, 2005, pp. 41-54.

³¹ STEPHEN HABER, (ed.), *Crony Capitalism and Economic Growth in Latin America*, Hoover Press, 2002, pp. 37-42. Crony capitalism podría traducirse en México como una *economía de "cuates"*.

³² SILVESTRE VILLEGAS, *op. cit.*, pp. 54-91.

las finanzas permitió la introducción de maquinaria y la utilización de la energía hidroeléctrica mejoró la capacidad instalada. No obstante, las relaciones de producción eran muy diferentes en cada región del país. En el centro, el debilitamiento de las estructuras comunitarias y el acaparamiento de la propiedad de la tierra no correspondió con un desarrollo industrial que absorbiera la proletarización y las pocas industrias que prosperaron afectaron negativamente a los productores artesanales. A su vez, la movilidad creciente de trabajadores incidió negativamente sobre los salarios. En suma, este periodo se caracteriza por una subordinación de estructuras arcaicas al sector capitalista más avanzado: el grupo urbano concentrado en la capital, vinculado con la industria, la banca y el comercio.³³

Sandra Kuntz propone que a fines del siglo XIX se observa en México una recuperación por adición de recursos pero con un mercado nacional débil. En conjunto puede describirse como un modelo de crecimiento exportador con industrialización. No obstante, la economía mexicana poseía varios rasgos del antiguo régimen y la plata continuó siendo la divisa básica para soportar el déficit comercial. La gran inestabilidad institucional de la primera mitad del siglo XIX provocó que el crecimiento de la industria estuviera limitado por la falta de crédito; sólo los puertos mostraban una relativa actividad. En el contexto latinoamericano México tenía un franco rezago y el comercio exterior era muy modesto en sus dimensiones, pero a partir de 1870 inició un crecimiento sin precedentes y la participación del comercio exterior en el PIB pasó de 14% en 1856 al 24% en 1900.³⁴ El aumento de actividades mercantiles se reflejó en las cuentas nacionales, con datos positivos hasta 1905. Las crisis de 1884-1885 y 1891-1893 tuvieron un componente externo, relacionadas con recesiones en la economía internacional.³⁵

³³ CIRO CARDOSO, *et. al.*, *La clase obrera en la historia de México: de la dictadura porfirista a los tiempos libertarios*, vol. 3, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales, Siglo XXI, 1980, pp. 23-38.

³⁴ SANDRA KUNTZ, "De las reformas liberales a la Gran Depresión, 1856-1929", en *Historia económica general de México*, México, El Colegio de México, Secretaría de Economía, 2010, p. 309.

³⁵ *Ibid.*, pp. 310-314.

Para Kuntz el cambio institucional derivado de la implantación de las reformas liberales se extendió hasta 1890. La Constitución de 1857 había eliminado el status jurídico especial de mineros y comerciantes; prohibía la existencia de monopolios y estancos, la supresión de alcabalas³⁶ y de aduanas interiores; en suma, amplió las libertades económicas y creó una esfera propicia para la acción individual.³⁷ En la estructura de la propiedad territorial, la desamortización de la propiedad privada, aunque aplicada de manera muy desigual en las distintas regiones del país, proporcionó un beneficio considerable al erario público. Con la liberalización de la tierra y la actividad minera se reconvirtieron enormes cantidades de recursos naturales en factores productivos. En 1884 se expidió el *Código de Comercio*, que amplió las facultades jurídicas del Estado federal y fue sustituido en 1889, con lo cual la esfera de acción estatal abarcaba los ámbitos de comunicaciones, minería, aguas, patentes y marcas. No obstante, persiste un debate entre los historiadores sobre los alcances y efectos de los cambios institucionales: desde los que consideran que permitió una mayor participación y ampliación del mercado, hasta los que señalan que los cambios condujeron a un régimen de privilegios.³⁸

Kuntz señala que la información cuantitativa del periodo 1857-1867 es escasa y de dudosa confiabilidad (por los intensos cambios políticos y guerra del periodo). Los estudios muestran que los cambios se dieron dentro del marco tradicional de la economía mexicana, pero el aumento de la población, la construcción de ferrocarriles y la inversión extranjera fueron factores de un cambio profundo. La población creció a tasas entre el 1 y 2% en promedio anual a partir

³⁶ Véase los antecedentes de este ideal en ERNEST SÁNCHEZ SANTIRÓ, *Las alcabalas mexicanas (1821-1857). Los dilemas en la construcción de una Hacienda nacional*, Instituto José Ma. Luis Mora, México, 2009.

³⁷ PAOLO RIGUZZI, "Un modelo histórico de cambio institucional: la organización de la economía mexicana, 1857-1911", en *Investigación Económica*, vol. LIX, núm. 229, julio-septiembre de 1999, pp. 205-235. Riguzzi señala que durante el Porfiriato, los cambios institucionales mejoraron el nivel de confianza en el Estado, convirtieron el gasto militar en obras civiles, dieron orden jurídico, se amplió la información estadística y sentaron las bases jurídicas para el desarrollo de la empresa privada. Sin embargo, las reformas sólo fueron captadas por un sector de agentes económicos que redujo así sus costos de transacción.

³⁸ SANDRA KUNTZ, *op. cit.*, pp. 314-317.

de 1870 e inició una gran movilización hacia la zona norte del territorio, produciéndose un importante crecimiento de las ciudades de más de 20,000 habitantes, lo que proveyó de una mayor población consumidora para la producción industrial local, en el caso de la Ciudad de México de alrededor de 369,000 habitantes en 1900.³⁹ Los escasos y deteriorados caminos de la primera mitad del siglo XIX hacían que el costo de las mercancías fuera muy elevado y no se comerciaban productos de bajo y mediano valor relativo, sólo rentable en productos de alto valor, y en circuitos de corta y mediana distancia.⁴⁰ Como se ha mencionado, la construcción de ferrocarriles fue respaldada por subsidios gubernamentales directos. Las principales vías eran el eje México-Veracruz de propiedad inglesa y las líneas hacia la frontera norte emprendidas por empresas estadounidenses con ramales hacia los puertos y minas del interior. El ferrocarril permitió transportar a gran distancia productos de bajo y mediano valor, beneficiando a la minería y el consumo interno. No obstante, el tráfico del comercio exterior se hizo de manera predominante por medio de los puertos de Veracruz y Tampico. A partir de 1880 las inversiones se concentraron en ferrocarriles, minería de plata y el sistema bancario; en los noventa en la minería de oro, metalurgia y metales industriales; mientras que entre 1901 y 1913 se enfocaron en servicios públicos, electricidad y petróleo.⁴¹

Entre 1877 y 1910 se produjo un crecimiento importante en varios sectores, entre los que destacaron la minería y la metalurgia. Estas industrias promovieron la utilización de nuevas tecnologías, y propiciaron eslabonamientos productivos y derrama económica. Al inicio del periodo, las exportaciones consistían en productos exóticos (tintes, vainilla, maderas preciosas, pieles y cueros) y las importaciones se concentraban en bienes suntuarios para las clases acomodadas:

³⁹ *Ibid.* pp. 317-318. La población de la Ciudad de México pasó de 230,000 personas en 1877 a 368,998 habitantes en 1900. SECRETARÍA DE ECONOMÍA-INEGI, *Estadísticas Sociales del Porfiriato, 1877-1910*, México, Dirección General de Estadística, 1956, p. 9. En línea <<https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825413576>> Consultado el 21 de enero de 2017.

⁴⁰ SANDRA KUNTZ, *op. cit.*, p. 318.

⁴¹ *Ibid.* p. 320.

textiles, abarrotos, papel y libros, cristal y loza, representando 70% de su valor, provenientes de Inglaterra, Francia y Alemania (en ese orden). A fines de la década de 1870 comenzó a cambiar la composición del comercio exterior, mejoraron los puertos y las conexiones ferroviarias, se incorporaron varios productos industriales y materias primas de mayor valor (oro, cobre, plomo y petróleo) así como agrícolas (henequén, hule, chicle, maderas, ixtle y guayule).⁴²

El sector exportador se convirtió en el más dinámico de la economía e involucró a todas las regiones del país, lo que permitió también un aumento sostenido de las importaciones, que fueron incorporando cada vez más bienes intermedios y de capital. Ambos factores incidieron en la industrialización de los años noventa, alentada por un arancel proteccionista, la depreciación de la plata respecto al oro y la devaluación del tipo de cambio hasta 1905. El comercio exterior propició otras externalidades sobre actividades productivas y efectos multiplicadores en el comercio e inversión de las localidades involucradas. Los empresarios locales, que habían invertido capitales acumulados en el comercio y la agricultura incursionaron en actividades manufactureras en sectores de consumo e insumos básicos, destacando el hierro y el acero. La industria textil se vio favorecida, concentrada en las ciudades mayores. A su vez, los industriales se involucraron en el comercio y otras áreas económicas. Sin embargo, en muchas haciendas predominaron prácticas de coerción extra-económica, sin que los campesinos tuvieran posibilidad de adquirir bienes; por otra parte, las clases medias de rancheros y pequeños propietarios, así como los grupos urbanos vinculados a servicios, transporte, artesanías y comercio, sí aumentaron su capacidad de consumo.⁴³

Kuntz destaca que aunque la fuerza de trabajo asalariada aumentó de manera considerable, sus percepciones salariales no crecieron en la misma proporción (de \$0.29 a \$0.35 pesos entre 1885 y 1905 con una caída a \$0.30 en 1911).⁴⁴ Ciro Cardoso demuestra que esta brecha salarial se amplió en 1892,

⁴² *Ibid.*, p. 324.

⁴³ *Ibid.*, pp. 325-326.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 328.

recuperándose hacia 1900, pero se volvió crítica hacia 1910.⁴⁵ La situación del trabajador era lamentable, pero todavía carecemos de estudios sobre la inversión en capital humano y capacitación de la fuerza laboral en el porfiriato, aunque hubo avances perceptibles en el presupuesto para educación destinado a las elites. Por otra parte, la severa subutilización de la tierra para la producción agrícola que se observaba en 1862 experimentó una considerable ampliación, con una tendencia ascendente en la producción y diversificación, pero con un marcado contraste entre la agricultura comercial y de subsistencia.⁴⁶

Como se vio en este apartado, las primeras décadas del siglo XIX se caracterizaron por una hacienda pública deficitaria y por una fuerte tensión entre el ámbito federal y estatal. Para 1861 la deuda externa generó situaciones de extrema gravedad y la Intervención francesa. El triunfo de la República en 1867 implicó una fuerte centralización y nuevas cargas impositivas, como el derecho del timbre sobre contratos y operaciones de compra-venta, ampliándose a un gravamen sobre el consumo. Las alcabalas sólo pudieron eliminarse hasta 1896, pero los ingresos de los estados aumentaron más de tres veces entre 1881 y 1908.⁴⁷ El gasto público creció en un promedio del 6.2% anual entre 1867 y 1910 aunque se ejerció de manera desigual. Este sistema fiscal regresivo generó una creciente inequidad. En la década de 1880 se recuperó por completo el crédito externo y en 1888 México se incorporó plenamente en el mercado de capitales europeos, no obstante, el crédito interno se mantuvo restringido y prevalecían fuentes informales de capital, ligadas a redes familiares o empresariales. El Banco Nacional de México mantuvo sus operaciones como prestamista gubernamental y el conjunto del sistema bancario se restringió a una élite.⁴⁸

⁴⁵ CIRO CARDOSO, *op. cit.*, pp. 68-70.

⁴⁶ SANDRA KUNTZ, *op. cit.*, pp. 329-332.

⁴⁷ Al respecto de la abolición de las alcabalas véase MARÍA JOSÉ SAUSI GARAVITO, *Breve historia de un longevo impuesto. El dilema de las alcabalas en México, 1821-1896*, tesis de maestría en Historia, Instituto Mora, 1998, pp. 91-119.

⁴⁸ *Ibid.*, pp. 332-334.

1.2 El comercio durante el Porfiriato

En la década que precedió al porfiriato, durante la República Restaurada el comercio había sido deficitario, debido a su dependencia de las exportaciones, fluctuaciones de las tasas de interés, escasez de circulante, inestabilidad política, falta de dinero fiduciario y dificultades en las comunicaciones.⁴⁹ Las exportaciones de México se basaban en metales preciosos y materias primas, mientras que la mayor parte de las importaciones eran productos manufacturados procedentes de Europa. El comercio tuvo un aumento moderado entre 1856 y 1873, y el monto de las importaciones pasó de 26 millones a 29 millones de pesos, cifras algo superiores a las importaciones.⁵⁰

La situación se fue modificando con la introducción de ferrocarriles, que beneficiaron al comercio norteamericano, el cual pasó de 23.4 millones en 1874 a 37.8 millones en 1884. En 1875 las importaciones de Estados Unidos iniciaron un aumento fundamental, progresando los productos manufacturados sobre los agropecuarios, siendo el algodón en rama y otros géneros de algodón el segundo producto después de las mulas y la harina de trigo. La debilidad del comercio mexicano durante la República Restaurada se debía a que unas cuantas casas extranjeras contaban con grandes capitales para realizar las inversiones de transporte de mercancías, las que podían regular los precios y tasas de interés a su favor y concentrar también las exportaciones mexicanas.⁵¹

Al considerarse la plata como una mercancía de exportación, el metálico escaseaba en el país y en algunas regiones el comercio se realizaba por permutas. La solución a la crisis de circulante se basó en la creación de instituciones bancarias, pero enfrentaba la desconfianza del público en los títulos de crédito. No obstante, la ayuda de los préstamos prendarios del Monte de Piedad, predominaban los agiotistas particulares basados en casas comerciales, como la Manning y Mackintosh, Drusina y Cía., Antonio Alonso Terán y

⁴⁹ DANIEL COSÍO VILLEGAS, *Historia moderna de México*, vol. VIII, México, Editorial Hermes, 1965, segunda ed., pp. 185 a 186.

⁵⁰ *Ibid.*, pp. 186-190.

⁵¹ *Ibid.*, p. 200.

posteriormente la de Jecker, Torre y Cía., Iturbe, Gregorio Mier y Terán, Agüero González, Rosas Hermanos, José Miguel Pacheco y otras menores. Estas casas prestaban a sus amigos y clientes, con acusadas diferencias en la tasa de interés, y funcionaban como bancos, pues disponían de capitales de otras personas.⁵² En las décadas siguientes, los capitales de muchas casas comerciales se dividieron entre sus herederos, la más perdurable fue Barron, Forbes y Cía., de gran magnitud. Muchas personas que lograban hacer un capital evitaban emprender negocios, refugiándose en el rentismo. Otros se dedicaban al empeño, caracterizado por la inmoralidad y el abuso. Las carencias eran más acusadas en el ramo hipotecario. Entre 1868 y 1869 se presentaron varios proyectos para la creación de bancos, pero ninguno prosperó debido a la desconfianza del público en los medios fiduciarios y las iniciativas gubernamentales.⁵³

a) Crisis y oportunidades durante el gobierno de Manuel González

Ralph Roeder observa que durante el gobierno del General Manuel González (1880-1884)⁵⁴ urgía resolver el problema de las relaciones exteriores y lograr un equilibrio de los presupuestos de ingresos y egresos. También se esperaba que González promovería el comercio, la industria, la agricultura y las vías de comunicación. Pero el nuevo gobierno creado por Díaz⁵⁵ enfrentaba las ilusiones de un pueblo con pocas esperanzas: las condiciones de pauperismo de las masas, la explotación de los indígenas, el desbarajuste de la economía, la cuestión agraria, el latifundismo, caciquismo y la leva serían problemas constantes en los próximos treinta años. Para asegurar la continuidad de los proyectos, Díaz

⁵² *Ibid.*, pp. 201 a 208.

⁵³ *Ibid.*, pp. 208 a 213.

⁵⁴ SILVESTRE VILLEGAS REVUELTAS, "Compromiso político e inversión: el gobierno de Manuel González", en Will Fowler (coord.), *Gobernantes mexicanos*. México, Fondo de Cultura Económica, 2008, p. 361-369. Manuel González llegó a la presidencia con pleno apoyo de Porfirio Díaz, quien fue su compañero de armas y a quien salvó la vida en la batalla de Tecuac, pero provenía de las filas conservadoras, lo que le valió críticas al momento de lanzar su candidatura.

⁵⁵ RALPH ROEDER, *Hacia el México moderno: Porfirio Díaz* (1973), México, Fondo de Cultura Económica, 2013, vol. I. p. 147. Roeder observa que el General Manuel González (n. 1833- m. 1893) no era popular y ciertos rasgos personales lo hacían inoportuno, pero su apoyo militar todavía era indispensable para Díaz.

desempeñó durante seis meses el cargo de ministro de Fomento en el gobierno de su sucesor, quien no enfrentó sublevaciones ni oposición feroz pero el capital norteamericano se presentaba como remedio a la delicada cuestión política. Con un superávit de un millón de pesos tras el primer año de administración, disponible para obras públicas, las relaciones con Washington se tornaron cordiales.⁵⁶

A principios de la década de 1880 las comunicaciones ferroviarias y marítimas mostraban mayor dinamismo, con vapores que cubrían las rutas a El Havre y Liverpool. Por primera vez, un presidente de Estados Unidos visitaba México: Ulises Grant, vino representando compañías interesadas en la inversión en ferrocarriles; el general Carlos Pacheco sustituyó a Porfirio Díaz como Secretario de Fomento y Ramón Fernández fue designado gobernador del Distrito Federal. En 1881 se sentaron las bases del moderno sistema bancario mexicano, con la creación del Banco Nacional Mexicano, con capital francés, y del Banco Mercantil Mexicano con capital de comerciantes mexicanos, españoles y de otros países.⁵⁷ Sólo el *New York Herald*, ponía a González alerta frente a la invasión del capital norteamericano, pero el optimismo interno no ayudaba a abrir los oídos del General. Para 1882, los costos de las líneas férreas empezaron a mermar el entusiasmo y encarecer la economía.⁵⁸

El año de 1882 fue de gran optimismo y nuevas inversiones. La prensa anunciaba con entusiasmo gran cantidad de medicinas, de remedios científicos y de inventos modernos. El país estaba comunicado con el mundo con lujosos barcos de vapor y era tal el movimiento comercial que el Puerto de Progreso, en Yucatán contaba con una línea de pasajeros a Bagdad para el transporte de pasajeros y carga. Las exportaciones de azúcar a Bélgica se quintuplicaron y llegaban algunos inmigrantes italianos a Veracruz.⁵⁹

En cambio, en 1883 muchos lamentaban la pobreza del país, pero en la Ciudad de México las casas de comercio estaban llenas todo el día: los teatros, el

⁵⁶ *Ibid.*, p. 147-186.

⁵⁷ SILVESTRE VILLEGAS, *op. cit.*, 369-371. Díaz contrajo matrimonio con Carmen Romero Rubio y dejó provisionalmente la gubernatura de Oaxaca para viajar al extranjero.

⁵⁸ RALPH ROEDER, *op. cit.*, p. 187.

⁵⁹ SILVESTRE VILLEGAS, *op. cit.*, pp. 371-372.

circo, los cafés ya no podían contener más público. Se fundaba el Hotel Guardiola, en 1884 la fábrica de cigarros *El Buen Tono*, el Gran Café-Restaurante *El Oriental*, la tintorería *La Gaditana* y se ponían de moda los consultorios médicos homeopáticos. Las casas de comercio alemanas se impusieron frente a las inglesas, logrando importar desde casimires hasta maquinaria, gracias al Tratado de Amistad y Comercio del 26 de julio de ese año. Sin embargo, el gobierno de González estaba incurriendo en un fuerte endeudamiento que comprometía gran parte de los ingresos de las aduanas.⁶⁰

El consumo de las clases populares enfrentó carestía y falta de circulante para las operaciones al menudeo, la introducción de la moneda de níquel pretendió suplir la falta de plata y acabar con el uso de fichas elaboradas por tenderos. Esta medida desembocó en un motín en diciembre de 1883, en contra de los abarroteros españoles y el gobierno. Esta expresión politizada del descontento por las restricciones en el gasto de los asalariados y menesterosos se alimentó de la hispanofobia y el creciente desprestigio de la imagen del presidente Manuel González, originada en los mercados de la Merced y El Volador.⁶¹

Para 1884, no obstante la bancarrota gubernamental y el fracaso de la introducción de moneda de níquel, se terminó la línea de ferrocarril México-Paso del Norte, lo que permitió importar mayores volúmenes de mercancías pero comprometiendo los ingresos fiscales. La crítica situación financiera hizo que González forzara la fusión de los bancos Nacional y Mercantil para crear el Banco Nacional de México, que fuera capaz de prestar al gobierno ocho millones de pesos y a cambio la concesión exclusiva de emitir los billetes de curso legal. A su vez, el gobierno continuó con la complicada negociación de la deuda inglesa, enviando a Ignacio Mariscal como representante y a Edouard Noetzlin con un plan financiero para enfrentar 18 años de suspensión de pagos y una deuda reconocida de 17 millones de libras al 6% anual. Por otra parte, las inversiones extranjeras en

⁶⁰ *Ibid.*, pp. 372-375.

⁶¹ FLORENCIA GUTIÉRREZ, "El motín del níquel. Móviles materiales, percepciones políticas e hispanofilia. Ciudad de México, 1883", en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. I, pp. 137-150.

el comercio fueron un ejemplo para los escasos empresarios nacionales. Una diversidad de intereses se vieron favorecidos, algunos mexicanos y otros extranjeros se enriquecieron, estableciendo compromisos políticos que habrían de consolidarse durante el Porfiriato. El gobierno de Manuel González terminaba en medio de escándalos de corrupción y falta de liquidez.⁶²

b) El modelo económico al inicio del Porfiriato

Ralph Roeder presenta un panorama muy difícil para el inicio del segundo mandato de Díaz: los tuxtepecanos habían traído una bonanza ficticia, subvenciones extravagantes, corrupción y especulación oficiales y pisoteado las garantías individuales. Díaz retomaba la presidencia en 1884 con el gobierno en bancarota, moralmente insolvente y con los ciudadanos decepcionados. Mientras tanto, en Londres el presidente de la comisión de tenedores de bonos se impacientaba por cerrar el negocio de la deuda y la actividad en el puerto de Veracruz no repuntaba. En junio de 1885 Manuel Dublán, secretario de Hacienda decretó la suspensión de pagos y la conversión de las obligaciones de la Tesorería en bonos; la Junta de Gobierno del Ferrocarril Central tuvo que aceptar la suspensión de subsidios como un mal necesario. La suspensión de pagos obligaba al reconocimiento de la deuda y a la reactivación del crédito exterior, pero la prensa insistía en revisar el escabroso contrato con Noetzlin y la reducción del inflado monto global. En el centro de los males se encontraba el Ferrocarril Central, fuente de los desequilibrios económicos del país que corrió a cargo del entusiasmo y el derroche. En febrero de 1886, el gobierno de Porfirio Díaz reconoció la deuda inglesa por decreto presidencial, al tiempo que emitía una ley de imprenta, cuyas primeras víctimas fueron Enrique Chavarri y Ricardo Ramírez, de *El Monitor Republicano*.⁶³

La depresión económica continuaba en 1886: la sobreproducción de la industria mundial debida a medidas proteccionistas combinada con la revolución económica creada por la construcción de vías férreas, que paralizaron los trabajos

⁶² SILVESTRE VILLEGAS, *op. cit.*, pp. 375-381.

⁶³ RALPH ROEDER, *op. cit.*, pp. 241-306.

de otras industrias, provocando la especulación con los precios de los recursos naturales en México. La sobrevaluación de las empresas, que era evidente por la balanza comercial negativa, terminó con el retiro del capital extranjero. Las transacciones mercantiles se redujeron y la aglomeración de mercancías presionó los precios a la baja, desenmascarando la situación ficticia, y causando la depreciación de la plata. La falta de crédito en el exterior se combinaba con la inercia nacional para debilitar a una economía anémica y prolongar la depresión. Las soluciones de Porfirio Díaz sólo fueron temporales e hipotecaron el porvenir al dar todas las ventajas, concesiones, contratos y facilidades al capital extranjero, en la misma manera que una casa comercial liquidaría sus bienes tras la quiebra. Por otra parte, la abolición de las alcabalas privó a los Estados de recursos vitales.⁶⁴ Para 1887 las cifras mostraban una mejoría en el comercio, pero Inglaterra se aprestaba a aprovechar la quiebra del gobierno con amenazas en caso de incumplimiento. La recuperación vino ligada a la exigencia del gobierno a la prensa de colaborar incondicionalmente y a los ciudadanos de obedecer la autoridad del Estado. Los estadounidenses, sin embargo, no confiaban y para entonces sólo tenían una buena casa comercial en la ciudad de México.⁶⁵

En 1887 la actividad comercial había aumentado muchísimo, con un sistema de bancos supervisados por el gobierno, establecidos en todas las plazas comerciales y la supresión de barreras arancelarias. Todo esto coronado con el pago puntual de la deuda externa y una normalización en el pago de impuestos. Aumentaba la demanda de artículos norteamericanos, como maquinaria agrícola.

⁶⁴ *Ibid.*, pp. 306-329. El subdesarrollo crónico agravaba la carencia de capital activo y emprendedor, ahogado por la exageración de la política de *dejad hacer* en México, que tenía a la clase trabajadora en la postración y a los peones de las haciendas en una esclavitud legal. Los capitalistas extranjeros aprovecharon la oportunidad para apoderarse de las fuentes de la riqueza mexicana: las minas y la tierra. En 1885 las compañías deslindadoras se habían apropiado de los malbaratados terrenos nacionales, pero la liberalidad alcanzó límites insospechados en las concesiones mineras, ambas prodigadas con mano de obra barata.

⁶⁵ *Ibid.*, pp. 329-338. En respuesta a los cuestionamientos en el Congreso, Díaz endureció los controles administrativos para cumplir con las condiciones de la póliza de seguros, la preservación de la paz y la estabilidad del régimen, recurriendo a medidas extra-legales para imponer la paz, proclamando la ley marcial y la pena de muerte a los atentados a los ferrocarriles.

Los avances en educación eran propicios para que en el futuro prosperaran las inversiones serias. Para Roeder, los comerciantes extranjeros eran los que necesitan más a México, pero éstos no había traído beneficios al país: los alemanes venden artículos de ínfima calidad, sobornan a empleados aduanales para practicar el contrabando y comprar redactores en los periódicos; los franceses han estado acostumbrados a monopolizar las casas de comercio y por ello temen la llegada de los americanos, en particular en el ramo de hoteles y fondas. Para el General Foster “los mexicanos carecen de aptitud para los asuntos o las empresas mercantiles”, a los locales sólo les quedan las manufacturas artesanales, y éstas van cediendo inevitablemente ante los trabajadores extranjeros, mejor organizados, más prósperos y activos”.⁶⁶ Foster cree que se trata de una revolución regresiva a nombre del progreso, que inició con los ferrocarriles y se extendió al comercio, estropeado por el elemento bajo y ruin de los europeos, envuelto en una economía parasitaria. Ante estas acusaciones, el ministro de fomento Carlos Pacheco defendió la política gubernamental, argumentando que la extensión del territorio, la escasa y paupérrima población favorecían el crecimiento de las empresas extranjeras, situación preferible a la conquista militar. Estas generosas concesiones también habían tendido como propósito fomentar la colonización del país.⁶⁷

En 1888, Díaz selló su reelección con un empréstito de 150 millones de libras esterlinas otorgadas por la casa bancaria Bleichröder & Cía a una tasa de descuento del 25%, asegurada en el mercado de Londres como premio al reconocimiento de Díaz a la venerable deuda, suscrito por las bolsas de Berlín y

⁶⁶ *Ibid.*, p. 359. El informe del general John W. Foster de 1887, denominado *La Gran Obra del General Díaz* contrastaba con el mismo panfleto lanzado en 1879 cuando Foster era embajador: constata la sorpresa de la recuperación, la paz pública y el estado de orden y seguridad para los viajeros. El informe de Foster y la autorización del Congreso permitieron a Díaz pretender la reelección, al igual que los gobernadores favoritos del gran elector. Aún más influyente que el informe Foster, la biografía del general Díaz escrita por Hubert Bancroft en 1887 no dejaba dudas de la probidad del presidente reelecto pero advertía que la inversión extranjera debía tener ciertos límites.

⁶⁷ *Ibid.*, pp. 338-371. También se criticaban las políticas económicas vacilantes en favor al gran capital y el fomento a la pequeña propiedad, proponiendo que hubiera respeto a ambas. La subsistencia de los pequeños propietarios sólo se explica a que venden su producción a precios castigados a los grandes.

Amsterdam. Parecía que este crédito solucionaba los problemas del país, inyectaba una dosis de optimismo en el mercado interno y se olvidaba la pesadilla de la depresión. El gremio mercantil aclamó la obra del general Díaz y manifestó su confianza en el futuro. Se había demostrado que el reconocimiento de la deuda inglesa en 1884 había sido acertada. La prensa mordaz ridiculizaba la entrega de la reelección a Díaz a cambio de la probidad moral de González, pero el entusiasmo oficial recurrió a repiques de campanas, desfiles militares, corridas de toros y un baile republicano para celebrar la nueva era en la que los fines determinaban los medios del gobierno.⁶⁸

Roeder apunta que el objetivo de salvar la hacienda pública, nacida de la crisis financiera de 1884 daba paso en 1888 a la necesidad de emprender obras públicas. *La Semana Mercantil*, órgano oficial de la Cámara de Comercio e Industria, felicitó al general Díaz, por el restablecimiento del crédito en el extranjero, la recuperación del erario y el impulso a las mejoras materiales, pero advertía que el progreso en México marchaba sobre una carreta de bueyes, en el que sólo tres de diez millones de personas eran productivas. La obra del desagüe libraría al comercio de la Ciudad de México del peligro de las inundaciones y de la pestilencia en la *Ciudad de los palacios*, espectáculo no menos degradante que el de los barrios bajos de la capital, o la vergonzosa vida de la población trashumante que deambulaba por las calles día y noche. Estos y otros males se debían a la falta de espíritu de empresa: era urgente constituir una sociedad de capitalistas patrióticos para fomentar el cultivo del algodón, con el objeto de independizar a la industria textil de la tutela del extranjero.⁶⁹ Como veremos en el capítulo dedicado a esta industria estas políticas fomentaron la concentración de capitales.

Mientras tanto el precio de la plata continuaba a la baja: los pesos mexicanos bajaron a 42 peniques en Londres y a 73 centavos en Nueva York. Para solventar la pérdida se propuso reducir los impuestos a la producción del metal argentífero,

⁶⁸ *Ibid.*, pp. 371-384. Al acercarse las elecciones de 1888 se multiplicaron los ataques al general Manuel González, en vista de la posibilidad de su reelección, pero el factor decisivo para apoyar a Díaz era la negociación de la deuda inglesa.

⁶⁹ *Ibid.*, pp. p. 385-424.

ya que en México la paz social dependía de la plata. Mientras se dirimía la cuestión del patrón oro o plata en Londres, en México sólo era seguro que el proteccionismo era la defensa adecuada para la industria nacional, pero esto favorecía al monopolio. Aún en contra de la doctrina liberal, Díaz se pronunció por las providencias paternalistas.⁷⁰ El liberalismo había cedido ante las apremiantes circunstancias, modificando el papel del Estado, en palabras de Díaz:

Desgraciadamente en nuestra patria la iniciativa particular es muy débil y sólo despierta estimulada y alentada por el poder público. De ahí el desarrollo desigual de la obra, y la necesidad de recurrir a la cooperación del capital extranjero, y de conseguir su ayuda con favores, protección y privilegios para el socio fuerte.⁷¹

Roeder concluye que el *dejad hacer* favorecía al más fuerte y el costo de la paz se había trasladado a la clase comercial que en todas partes encuentra dificultades para sus transacciones y sus empresas, en particular las crecidas tarifas aduanales, el sistema impositivo y las contribuciones personales. El comercio sufre en todas sus plazas, en particular las remotas, que son atrapadas por los agentes de cobro de la contribución personal y otras exacciones del fisco.⁷²

c) El papel de las importaciones en el comercio

Como se expuso en los apartados anteriores, el último cuarto del siglo XIX, la economía mundial experimentó una era de expansión económica y de crecimiento, dirigido desde Europa y los Estados Unidos. Estas condiciones afectaron a la economía mexicana, la cual aumentó su valor y modificó la composición de sus exportaciones, incrementándose la producción de oro y plata; acudieron importantes montos de inversión externa y la administración pública contó con solvencia, generando confianza en los mercados financieros, en particular los provenientes de Estados Unidos, que comenzaban a despuntar, encontrando en México uno de los primeros lugares para su internacionalización.

⁷⁰ *Ibid.*, pp. 425-449.

⁷¹ *Ibid.*, p. 449.

⁷² *Ibid.*, pp. 449-459.

Fernando Rosenzweig indica que a comienzos del régimen Porfiriano, los bienes de consumo representaban un 75% de las importaciones, porcentaje que fue cediendo ante los bienes de capital. Estos cambios se relacionan con la concurrencia de mercados en los grandes centros manufactureros, que tendía a unificar el movimiento internacional de los precios y acelerando el comercio entre naciones. La competencia entre los proveedores de materias primas ejerció presión a la baja de los precios a partir de 1881, esta debilidad se acrecentó por el mayor dinamismo de la industria sobre la producción primaria. Desde 1825, los precios mundiales de intercambio (la razón entre los precios de exportaciones e importaciones) fueron decayendo, hasta alcanzar su punto más bajo en 1883, de 128 a 85%. Esta relación aumentó a 95% en la década de 1890; en México la relación se mantuvo estable, alrededor del 100% en la década de 1880, con altibajos durante los noventa, hasta llegar a 105% en 1899. Esto contribuyó a que las mercancías mexicanas tuvieran un poder adquisitivo más elevado.⁷³

Entre 1877 y 1889, las importaciones del país excedieron a las exportaciones, destacando las entradas de capital externo en el financiamiento de estas últimas, compensando el saldo deficitario de la balanza mercantil, entre 1878 y 1890 el déficit se acentuó, y entre 1893 y 1900 las exportaciones retomaron un papel más preponderante, con un *superávit* promedio de 25.3 millones, y la entrada de capital externo continuó con ímpetu, alimentado por la devaluación del peso.⁷⁴ Durante este periodo el comercio con Gran Bretaña fue cediendo frente al crecimiento del comercio con Estados Unidos, que pasó del 53% al 75% de las exportaciones, con intensas fluctuaciones en los niveles de los precios, todo en el marco de un incremento del volumen de producción manufacturera mundial y el aumento del comercio.⁷⁵

⁷³ FERNANDO ROSENZWEIG, "El comercio exterior", en Cosío Villegas, Daniel *Historia moderna de México*, 2ª ed. México, Hermes, 1965, vol. VII, pp. 635-640.

⁷⁴ *Ibid.* p. 642. Esta situación se revertiría en la primera década del siglo XX, con crisis en el comercio mundial, en particular en 1907 y la enorme carga financiera impuesta al país por el servicio de la deuda pública externa y por las remesas de intereses y dividendos de las inversiones extranjeras privadas.

⁷⁵ *Ibid.*, pp. 640-646.

El movimiento combinado de los precios en oro de la plata y las remesas de mercancías muestra un descenso del metal argentífero y un aumento moderado a las mercancías mexicanas, generando un efecto compensador. Desde 1871 la plata se debilitó considerablemente frente al oro, impulsando la tendencia a sustituir la plata por el oro en el patrón monetario, por la alteración de la tradicional relación 3 a 1 de estos metales. Muchos países abandonaron el bimetalismo y el patrón oro se generalizó en el último cuarto del siglo XIX. Desde 1880 aumentó la producción mundial de plata y después de 1890 volvió a disminuir su valor relativo. Este aumento se debió en parte por las mejoras técnicas en el beneficio, al abandonarse el de patio por procedimientos químicos y grandes fundiciones.⁷⁶

Las importaciones mexicanas cambiaron notablemente su composición, por las nuevas necesidades de suministros externos para los transportes, el crecimiento del mercado interno y la demanda de bienes de consumo. Las dos últimas décadas del siglo XIX fueron favorables a Europa y Estados Unidos por el crecimiento y especialización de sus manufacturas. Los bienes de consumo se contrajeron como proporción del total importado. Creció la participación de las importaciones agrícolas y la demanda de productos de consumo duraderos, dirigidos a las clases de altos ingresos.⁷⁷ En general, se mantuvieron aranceles altos para aquellos productos que podían sustituirse, como los de consumo elaborados y algunos intermedios, agudizado por la constante devaluación del peso, con la consecuente disminución de los bienes de consumo. Rosenzweig indica que la etapa más intensa de sustitución de importaciones comenzó en 1888.⁷⁸

Por otra parte, inició la tendencia a la sustitución de importaciones de las manufacturas textiles (algodón sin adornos y lana), cerveza, sidra y tabacos, pero continuó la importación de telas de otras clases. Las principales importaciones de productos de consumo duraderos fueron muebles, carruajes, relojes, espejos,

⁷⁶ *Ibid.*, pp. 646-650.

⁷⁷ Compárense estos puntos de crecimiento con la apertura de los grandes almacenes comerciales a partir de 1891 (capítulo III, apartado 3 de este trabajo).

⁷⁸ *Ibid.*, pp. 688-691.

crystal labrado y porcelanas.⁷⁹ Se sustituyeron las importaciones para actividades de distribución, como costales, el fierro fleje y el papel para empaques, y siguieron importándose la jarcia y la cordelería. Destaca también la importación de equipo y material para los transportes y comunicaciones. En conjunto los precios de estos insumos del exterior disminuyeron, mientras que la producción manufacturera nacional había crecido 8.3% entre 1874 y 1883 y 4.6% entre 1884 y 1899, porcentaje mayor al aumento del comercio mundial.⁸⁰ En suma, entre 1877 y 1899 se observa un aumento del poder de compra de productos importados, con algunos años de retrocesos, por el impacto de las crisis mundiales de 1882-1884, 1886 y 1889-1890.⁸¹

La distribución geográfica de las importaciones

La proximidad geográfica entre México y Estados Unidos y la naciente industrialización hicieron que la economía nacional pasara a ser complementaria de la norteamericana. Las importaciones de Europa pasaron del 70% a inicios del Porfiriato a 42% en 1889. Europa suministraba a México, a comienzos del periodo, casi la totalidad de las importaciones de telas. Las clases acomodadas siguieron prefiriendo los productos suntuarios europeos, por lo cual las mercancías europeas de este tipo conservaron su posición, pese al descenso de los términos de intercambio con el Viejo Mundo. El país que más perdió presencia en el mercado mexicano fue la Gran Bretaña, seguido de Francia. En cambio, Alemania ganó en importancia, al igual que, en menor medida, países como Holanda, Bélgica, el imperio Austro-Húngaro e Italia.⁸²

Pese a las dificultades para llegar a acuerdos comerciales con Estados Unidos, la actividad ganaba terreno en la práctica. En la década de 1870 los primeros esfuerzos diplomáticos de acercamiento a Estados Unidos enfrentaron los malos recuerdos de la invasión de 1846, unidos a temores y recelos por la

⁷⁹ *Ibid.*, pp. 691-694. En el capítulo III de este trabajo se observará que algunos comercios promovían la venta de productos nacionales como una ventaja de su negocio.

⁸⁰ *Ibid.*, pp. 694-699.

⁸¹ *Ibid.*, pp. 699-704.

⁸² *Ibid.*, pp. 704-714.

agresividad norteamericana en materia mercantil (años más tarde, el caso de Hawaii confirmaría estos temores).⁸³ En 1882 se retomó la idea de un tratado comercial, con la intervención de Matías Romero y el ex presidente Grant, pero sin incluir minerales y metales. El gravamen en bienes de capital y materias primas no le convenía a México, por lo que el tratado zozobró en 1886, y por otra parte, el sentimiento proteccionista de Estados Unidos no era favorable al tratado. Sin un convenio formal, la mayoría de los artículos norteamericanos estaban libres de derechos. El arancel ultra proteccionista de 1892 no favoreció al libre comercio, ni tampoco las fuertes oscilaciones de precios y demanda de los bienes primarios.⁸⁴

Los tratados firmados desde 1886 con Francia, de 1889 con el Reino Unido y de 1891 con Italia intentaron establecer una reciprocidad con esos países, al menos en teoría. El comercio con España era modesto, se reducía a ciertas telas finas catalanas, papeles de varias clases, libros, algunas conservas alimenticias, el aceite de olivo, y sobre todo, el jerez.⁸⁵ Sandra Kuntz observa que en la década de 1890, aumenta la presencia de productos de Estados Unidos, pero constreñido a los bienes de capital. Europa siguió siendo el proveedor de bienes de consumo hasta 1910, predominando los textiles: algodón del Reino Unido, seda de Francia y lino de Alemania. El monto de importación de textiles y zapatos fue disminuyendo en la medida que la industria local sustituía esos productos.⁸⁶

⁸³ Véase STEPHEN KINZER, *Overthrow: America's Century of Regime Change from Hawaii to Iraq*, Nueva York, Times Books, 2006, p. 4-10. El Tratado Comercial de 1874 del reino de Hawaii con Estados Unidos permitió exclusividad la importación de azúcar y en 1875 el Tratado de Reciprocidad liberó de arancel respondiendo a las ambiciones de los dueños de plantaciones de la isla. Para 1893 el gobierno de Estados Unidos maniobró para derrocar a la reina Liliuokalani de Hawaii, logrando finalmente la anexión de ese territorio en 1898.

⁸⁴ *Ibid.*, p. 714 a 723.

⁸⁵ *Ibid.*, p. 723 a 729.

⁸⁶ SANDRA KUNTZ FICKER, "El patrón del comercio exterior entre México y Europa, 1870-1913." *México y La Economía Atlántica (Siglos XVIII-XX)*, México, El Colegio de Mexico, 2006, pp. 160-168.

d) La circulación y distribución de productos

Emilio Coello describe cómo desde 1876 el comercio interior había aumentado y se diversificó como consecuencia de la estabilidad política y de mejores comunicaciones, que a su vez promovieron la ampliación de la actividad industrial o la creación de nuevas fábricas, todo ello encaminado a la formación de un mercado nacional y mayor consumo, salvo en algunos años de crisis agrícolas, como 1899-1900. En consecuencia, aparecieron más intermediarios, quienes aprovecharon la liberalización del comercio.⁸⁷

La Ciudad de México fue un caso especial de concentración económica, por ser el centro de operaciones de las grandes casas comerciales, tanto importadoras como exportadoras de productos y tener en ella las matrices de negocios en los Estados. A su vez, la capital también tenía un papel relevante en la distribución regional. La Ciudad de México acaparaba el 24% de las ventas al menudeo en todo el país, y se encontraba en el centro de su propia región de tráfico mercantil, como motor del comercio de más de la mitad de todas las ventas de la región, de gran concentración demográfica.⁸⁸

El monto de las operaciones al menudeo en la Ciudad de México aumentó de 33 millones de pesos en 1896-1897 a 38 millones en 1900.⁸⁹ La ciudad concentraba mercancías llegadas de todas las regiones del país y del extranjero, que se revendían en el pequeño comercio, dando servicio a 541,000 habitantes, quienes llegaron a disponer de 70 millones de pesos en 1900, un promedio de \$129 pesos por habitante. A manera de comparación, Puebla, otra ciudad de gran importancia tenía un gasto al menudeo de 6.9 millones en 1896-1897 y de 9.85 millones en 1900-1901, una quinta parte que el comercio capitalino.⁹⁰

La comunicación con el puerto de Veracruz era fundamental, por ser éste la puerta de entrada de la actividad comercial del país, al cual llegaban alimentos,

⁸⁷ EMILIO COELLO SALAZAR, "El comercio interior", en Daniel Cosío Villegas, *Historia moderna de México*, 2ª ed. México, Hermes, 1965, vol. VII, p. 731 a 738.

⁸⁸ *Ibid.*, p. 738.

⁸⁹ *Ibid.*, p. 739.

⁹⁰ *Ibid.*, p. 741.

bebidas, artículos de vestido, calzado y adorno procedentes del exterior. Veracruz era también el centro de la zona del Golfo, la tercera en importancia del país. El primer puerto de la República era el sitio estratégico por la cuantía de las recaudaciones aduanales y por ejercer un monopolio natural del comercio nacional. En Veracruz se realizaban importantes operaciones y se vendían artículos a la población flotante, en los cajones de ropa y tiendas de abarrotes, así como en las mercerías y ferreterías. Además, el Estado de Veracruz contaba con magníficas condiciones agrícolas y buenas industrias y comunicación de cabotaje con todo el litoral del Golfo a través del Puerto e importantes ciudades industriales o de distribución, como Orizaba, Córdoba, Jalapa y Alvarado.⁹¹ Desde Veracruz se comenzaron a enviar productos a regiones tan alejadas como Colima, cuyos comerciantes compraban en la capital del país efectos de ropa, aceitunas y hasta uvas importadas.⁹²

Emilio Coello señala que los impuestos al comercio eran variados y llegaron a aplicarse con gran severidad, irritando a los comerciantes, ya que algunos gobiernos remataban el cobro de los impuestos a particulares, que cometían diversos abusos y otras perplejidades fiscales. El derecho de patente surgió con el interés de sustituir las alcabalas como un derecho al consumo, que afectaba a importadores e introductores de mercancías. En ocasiones se prestaba para extorsionar y gravar mercancías que circulaban por la localidad, siendo muy variable (entre el 1% y el 3%). Aplicado en los mercados y barrios populares recibía el nombre de “derecho de piso”. En 1883, el municipio de la ciudad de México autorizó el cobro de éste sobre una base unitaria, afectando a los comerciantes más humildes, quienes se vieron orillados a vender en las afueras de los mercados, con el consiguiente tumulto y estorbo al tránsito de peatones y vehículos.⁹³

Por otra parte, existía la “contribución del viento” que gravaba el monto del capital. El cobro lo hacían empleados municipales, bajo la vigilancia del

⁹¹ *Ibid.*, p. 748.

⁹² *Ibid.*, p. 754.

⁹³ *Ibid.*, pp. 756 a 762.

administrador del mercado, pero también se cayó en la práctica de rematar el puesto, prestándose a abusos. Por muchos años hubo quejas de los comerciantes de los mercados de Iturbide, El Baratillo y El Volador, por las condiciones higiénicas en que se encontraban, por lo que en 1886 se realizaron algunas mejoras en los mercados.⁹⁴

Antes de 1896 el impuesto a las mercancías era cobrado en las garitas de la ciudad, donde también se controlaba el transporte de pasajeros, de manera meticulosa. Sin embargo, en ocasiones la apertura tardía afectaba a los transportistas de leche y otros productos perecederos, o simplemente se encontraban cerradas, dañando a todo el comercio. La dureza y abuso de los funcionarios de cobranza fomentó el soborno y la aparición de contrabandistas, que encontraban la manera de evadir las garitas. Entre 1878 y 1894 disminuyeron los gravámenes sobre alimentos, aunque la tarifa para mantas y otros productos de origen industrial fue en aumento.⁹⁵

El impuesto a la importación era contradictorio y variable, lo que causó serias distorsiones en la economía del país ya que las mercancías extranjeras contaban con la doble ventaja de su calidad y menores impuestos, que presionaron mucho a las industrias locales. Además, Estados Unidos y el Reino Unido tenían claras políticas proteccionistas, cercando la entrada de productos mexicanos. En cambio, en México los efectos extranjeros circulaban libremente una vez pagado el impuesto.⁹⁶

Coello observa que la circulación de productos enfrentaba grandes dificultades por las difíciles condiciones de los caminos y la temporada de lluvias. Los transportistas debían invertir fuertes sumas en vehículos y avíos. Los fleteros eran personas que debían afrontar las adversidades y arriesgar la vida, por defender la mercancía en custodia, además de ingeniarse para proteger los artículos valiosos y ocultar el dinero y los productos de alto valor. Los fletes se componían de numerosas personas, vehículos y bestias: “un mayordomo, seis u ocho *carreros*,

⁹⁴ *Ibid.*, p. 763-768.

⁹⁵ *Ibid.*, p. 769.

⁹⁶ *Ibid.*, p. 772.

dos *muleteros* uno y dos cocheros y otros tantos sotas.” Las jornadas de transporte eran extenuantes, ya que debían enfrentar condiciones geográficas cambiantes e inclinadas cuestas o ríos caudalosos. Esto elevaba los precios de las mercancías, no obstante, el precio del algodón de la Comarca Lagunera competía mejor antes de la llegada del ferrocarril (a razón de entre \$330 y \$396 pesos la tonelada neta), años después.⁹⁷

El ferrocarril de Veracruz, inaugurado en 1872, comenzó a ejercer su influencia en la zona del recorrido, lo que en ocasiones causó nuevos problemas. En parte por el alto costo de las obras de trazado, alimentación, y localización de las vías. Al poco tiempo el transporte ferroviario se convirtió en un servicio de lucro desmedido que encarecía el costo de distribución. En ciertos bienes, el traslado se abarató a partir de 1888: la tonelada bajó de 40 a 30 pesos, pero la cuota más barata se daba por carro entero, por sólo mil pesos (equivalente a 25 pesos la tonelada). La red troncal a Nuevo Laredo y otras ciudades fueron haciendo más rentable todo el sistema ferroviario. Los arrieros se adaptaron a la situación, como surtidores y proveedores de carga y pasaje. En suma, el ferrocarril benefició más a las mercancías traídas desde grandes distancias, en particular desde Estados Unidos.⁹⁸

Coello apunta que los transportes fluviales no tuvieron en México una influencia generalizada, salvo en la región del Golfo de México, y como parte de las flotillas de cabotaje. En cambio, las comunicaciones trasatlánticas siempre tuvieron gran presencia: desde 1822 comenzaron a despachar los buques ingleses de las Indias Occidentales y en 1841 los de la Marina Real Inglesa, conectando a México con Southhampton. Hacia 1868 aumentó la presencia de buques norteamericanos con destino a Nuevo Orleans. La autorización de hacer rutas de cabotaje benefició aún más a las naves extranjeras, de las que fue especialmente beneficiada la Trasatlántica Española. Las líneas nacionales no podían competir con la subvención oficial que recibían estas compañías

⁹⁷ *Ibid.*, p. 774. Sotas son los subalternos, ayudantes o pajes.

⁹⁸ *Ibid.*, p. 777.

trasatlánticas, que ni siquiera se daban abasto para atender los pedidos.⁹⁹ En el apartado cuatro de este capítulo se verá con más detalle la operación de las compañías navieras.

En 1887 el gobierno federal promovió la apertura de almacenes de depósito en la aduana de México. El *bono de prenda* para los bienes depositados llegó a ser un papel de importancia bancaria. Con anterioridad, las compañías ferroviarias contaban con bodegas, pero sus tarifas eran muy altas, obligando a los comerciantes a dejar sus mercancías en los andenes y patios. Lo mismo sucedía en las aduanas marítimas. En estas bodegas el costo de almacén por tonelada era entre 6 y 24 pesos hasta 1876, cuando se emitió la Ley del Portazgo, abatiendo el pago de almacenaje durante el primer mes. Aunque algunos comerciantes se quejaban de que no encontraban compradores ni en los 120 días que les otorgaba la ley. Todos debían además enfrentar pérdidas por avería y costos por ciertos tipos de mercancías que debían arpillarse.¹⁰⁰

Con datos del censo nacional de 1895, el número de personas dedicadas al comercio representaba cerca del 2% de la población. De este grupo, los propietarios sólo representaban el 15%. El Distrito Federal agrupaba al 12.79% de los comerciantes del país, quienes eran en su mayoría extranjeros, alrededor de 30 mil personas de la actividad comercial y sólo 4,500 propietarios. Los comerciantes establecidos solían traer a parientes jóvenes para hacerse cargo del negocio, tras un periodo de arduo trabajo y aprendizaje, pero con cierta benevolencia relativa a los otros empleados. Se fomentaba el valor del ahorro y la previsión, y el salario se retenía como forma de capital para invertirse en un nuevo local y la mercancía necesaria. En cambio, los pequeños comerciantes ofrecían su mercancía en la calle o contaban con pequeños negocios. Muchas veces estos comerciantes combinaban su negocio con otras actividades y algunas industrias caseras.¹⁰¹ En el apartado 1.4 se tratará con más detalle el papel de los ferrocarriles y la transportación marítima en el comercio.

⁹⁹ *Ibid.*, p. 780.

¹⁰⁰ *Ibid.*, p. 783. Arpillado significa apilado.

¹⁰¹ *Ibid.*, pp. 783 a 787.

e) La política arancelaria

A fines del siglo XIX comienza en México el ocaso de una larga tradición de proteccionismo comercial encaminado a suplir los escasos ingresos del gobierno provenientes de la actividad económica interna. Sandra Kuntz observa que el proyecto liberal buscó crear las condiciones propicias para el desarrollo de la propiedad privada, la actividad empresarial y la circulación de bienes, por lo que en conjunto la participación de los derechos de importación en los ingresos federales se redujo del 60% al 40% entre 1870 y 1912. Durante la década de 1890 se consolidaron fuentes alternas de ingresos públicos que permitieron compensar este descenso. Aunque el contrabando continuó distorsionando las tasas de protección, éste fue mucho menor en este periodo, sobre todo por una acción policiaca mucho más intensa. Además, en las últimas décadas del siglo XIX el Estado mexicano desplegó una serie de medidas legislativas, administrativas y ejecutivas para imponer un marco legal uniforme a nivel nacional y disminuyeron las motivaciones de índole fiscal a empresas extranjeras a favor de una política de desarrollo nacionalista hacia el final del Porfiriato.¹⁰²

En la década de 1870 se inició el primer esfuerzo liberalizador, limitado a la esfera legislativa, sin embargo durante la década de 1880 hubo un reforzamiento significativo del proteccionismo fiscal, debido a las obligaciones financieras contraídas por el gobierno. Desde 1856 las mercancías de importación sufrían un doble gravamen por los derechos de importación, además de la alcabala y derechos al consumo en algunos estados. Además había algunos artículos prohibidos como el azúcar, el café, el tabaco y el trigo. En promedio, antes de las reformas el arancel representaba un 50% sobre el valor de las importaciones y había una notable falta de uniformidad en la aplicación de las medidas.¹⁰³

Al iniciar la década de 1880 el gobierno retomó el pago de la deuda externa, tras cincuenta años de insolvencia y se inició el ambicioso proyecto ferroviario, lo que llevó a elevar las erogaciones fiscales de un gasto de alrededor de 21

¹⁰² SANDRA KUNTZ FICKER, "La política comercial", en *El comercio exterior de México en la era del capitalismo liberal, 1870-1929*, México, El Colegio de México, 2007, pp. 191-192.

¹⁰³ *Ibid.*, pp. 193-195.

millones de pesos en 1879 a 59 millones en 1884. Este fabuloso aumento se sumó a un presupuesto en obras públicas que dio un salto de 600 mil pesos en 1880 a 3.5 millones en 1882-1883. Todo este aumento en el gasto llevó a una reforma fiscal que inició con la sustitución del impuesto del papel sellado por el del timbre, que fue insuficiente, por lo que se expidieron tres nuevos aranceles en 1880, 1885 y 1887. Además, las importaciones comenzaron a inclinarse fuertemente hacia Estados Unidos y los nuevos ferrocarriles aumentaron su volumen, con cambios en el tipo de importaciones, que se desplazó de los bienes de lujo a los bienes de producción al final de la década.¹⁰⁴

En 1881 se impuso un “derecho de bulto” que gravaba las mercancías en función de su peso, afectando a las mercancías más ligeras y valiosas. En 1882 se decretó un aumento general del 2% en los derechos de importación, que llegó hasta el 5 % en 1883. En 1885 se redujo el número de artículos libres de 66 a 21 y se aumentaron las cuotas de importación a numerosos productos, teniendo especial cuidado en el tratamiento fiscal del algodón. En ese año los comerciantes organizados elevaron una fuerte protesta, logrando algunas reducciones en 1887. Pero las alcabalas se siguieron aplicando, pese a su eliminación formal en 1857 continuaron hasta 1896. Para el fomento de la minería y los ferrocarriles muchos artículos relacionados con esas industrias estuvieron libres de derechos.¹⁰⁵

Para el estudio sobre el comercio de textiles resulta relevante que éstos fueron el rubro que sostuvo la recaudación desde 1874, aportando el 47% del total en 1889, con un aumento de la tasa *ad valorem* implícita del 126% en 1885 y que se mantuvo por encima del 100% hasta 1889. Por otra parte en esta década se presentó un notable endurecimiento en el marco institucional, aplicándose multas severas por faltas menores, empeorando la situación en 1885 y provocando airadas quejas de los comerciantes, presentadas al presidente de la República. En ese año el gobierno había emprendido un extenso plan para eliminar el contrabando creando una gendarmería fiscal. No obstante, el descenso en los costos del transporte marítimo y terrestre compensó en parte el aumento de

¹⁰⁴ *Ibid.*, pp. 195-199.

¹⁰⁵ *Ibid.*, pp. 200-208.

aranceles y las medidas coercitivas. Por último, los productores nacionales se beneficiaron con la acción combinada de reducciones en los impuestos sobre insumos, maquinaria y combustibles importados y la de los costos de transporte.¹⁰⁶

f) Los precios de las mercancías y los salarios

Los años 1883 y 1884 habían sido de carestía y aumento en el precio de los alimentos: los precios de la carne habían subido notoriamente y la introducción de la moneda de níquel no daba confianza a los compradores, incluso generó un motín en diciembre de 1883. El arancel fijado a la carne y otros productos alimenticios impulsó la adulteración de la leche y la venta de partes animales de menor calidad. El consumo de la canasta básica de las clases trabajadoras se vio afectado de manera negativa, pese a la tendencia general de crecimiento económico del último cuarto del siglo XIX.¹⁰⁷

Pocos estudios de precios y salarios cubren este periodo, sin embargo Enriqueta Quiroz compara los salarios del bienio 1883-1884 (el salario mínimo era de 20 y 21 centavos diarios) con los precios de algunos productos anunciados en la prensa: un marinero de segunda ganaba 7.2 pesos mensuales y su gasto en vestido era del 23.5% (1.69 pesos); un profesor de instrucción elemental ganaba 25 pesos mensuales y su gasto en vestido también representaba el 23.5% (\$5.9 pesos); un ingeniero recibía \$125 pesos mensuales, pero su gasto en vestido era sólo el 11% (\$13.8 pesos); un directivo de la administración pública ganaba \$333 pesos mensuales y su gasto en vestido era el 11%, equivalente a \$36.6 pesos en términos absolutos promedio.¹⁰⁸

¹⁰⁶ *Ibid.*, pp. 209-212.

¹⁰⁷ ENRIQUETA QUIROZ, "Vivir de un salario: el costo del consumo doméstico" en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, Instituto Mora, 2013, vol. I, p. 119-124.

¹⁰⁸ *Ibid.*, pp. 125-136.

1.3 La industria textil y el comercio de la Ciudad de México

La industria textil (la fabricación telas de lana y algodón, elaboradas desde la hilatura hasta su acabado y transformación en productos de consumo como paños, telas y manta) es considerada como un motor de desarrollo para la era industrial y fue de las primeras en desarrollarse en la Nueva España.¹⁰⁹ En la Ciudad de México, los talleres textiles comenzaron como obrajes, algunos localizados en la periferia para aprovechar los cursos de los ríos vecinos, pero que requerían inversiones considerables. Esta producción se arruinó durante las guerras de Independencia y las importaciones inglesas de paños de lana invadieron el mercado. En el siglo XIX aparecieron centros fabriles que experimentaron cambios en la inversión de capital y nueva tecnología, vinculados al comercio (entre 1830 y 1860 el comercio de ropa y telas participaba el 11% de la actividad mercantil en la ciudad de México).¹¹⁰ La industria textil tuvo un rápido desarrollo en las décadas de 1850 a 1870 y a partir del Porfiriato recibió una serie de privilegios para mantener salarios muy bajos, con protección arancelaria (mientras que a los artesanos se les cargaba con impuestos), que produjeron altas tasas de ganancia y atrajeron capitales extranjeros. A fines del siglo XIX, la instalación de ferrocarriles, plantas hidroeléctricas, teléfonos y telégrafos beneficiaron a la industria, cuya producción se duplicó entre 1878 y 1911, gracias a la reducción de costos indirectos. Las inversiones más importantes en la industria textil provinieron de los negocios del grupo de comerciantes franceses en todo el país, quienes ampliaron el número de trabajadores (con más de cien fábricas en 1895), crecimiento de la producción por telar y laboral. Se trata, en

¹⁰⁹ NORMAN J.G. POUNDS, *La vida cotidiana: historia de la cultura material*, Barcelona, Crítica, 1999, p. 489. El algodón ya era conocido siglos antes en Mesoamérica, mientras que la lana y la seda fueron introducidos desde España. En Europa, la revolución industrial de fines del siglo XVIII impulsó a la industria a buscar nuevas fuentes de energía para la mecanización de la producción de prendas de telas, que tradicionalmente usaba las corrientes y caídas de agua. En el siglo XIX, la manufactura de ropa se hacía en talleres artesanales.

¹¹⁰ JORGE SILVA RIQUER, "Mercado y comerciantes de la ciudad de México, 1830-1840", ponencia presentada en Jalapa, Veracruz 1998, p. 364.

suma, de un impulso del capitalismo desde arriba con escaso desarrollo social.¹¹¹ En este apartado veremos cómo se vincula la industria textil del valle de México con los comercios de la ciudad.

a) Los inicios de la industria textil en el México del siglo XIX

A partir de la década de 1830, las industrias textiles fueron financiadas por los comerciantes de la Ciudad de México, interesados en modernizar sus instalaciones con máquinas de tracción animal, el teñido de telas y extender sus operaciones al abastecimiento de lana y suministro de algodón. Las fábricas que se ubicaron en los alrededores de la Ciudad de México (Tlalnepantla, Chalco, Contreras o Tlalpan) contaban con suficiente suministro de agua, vías de comunicación y fuerza de trabajo. A partir de la década de 1860 los crecientes requerimientos de capital presionaron para desplazar a este grupo por otros comerciantes, en su mayoría extranjeros y durante la década de 1870 recurrieron al financiamiento de grandes hombres de negocios.¹¹²

Los primeros empresarios textiles del siglo XIX fueron Santiago Aldazoro, de la Compañía Textil de Tlalpan y la fábrica *Paseo Nuevo*, dedicada al torcido de seda en la década de 1830.¹¹³ En Orizaba, con grandes dificultades, Lucas Alamán creó la fábrica de Cocolapan.¹¹⁴ En los años siguientes destaca el caso de Archivaldo Hope y su hijo Cuthberto Hope, propietarios de las fábricas *La Colmena* y *La Abeja* en Tlalnepantla y los telares del Hospicio de Pobres en la ciudad de México. También destacan el empresario francés Andrés A. Lyall, fabricante de

¹¹¹ MARÍA DEL PILAR ARROYO LÓPEZ Y MARÍA DE LOURDES CÁRCAMO SOLÍS, “La evolución histórica e importancia económica del sector textil y del vestido en México”, en *Economía y Sociedad*, 2010, XIV (enero-junio), pp. 54-57.

¹¹² MARIO TRUJILLO BOLIO “Los empresarios textiles y su vinculación con el capital financiero en la región del valle de México”, en *Identidad y prácticas de los grupos de poder en México, s. XVIII al XIX*, México, Conaculta INAH, 1999, pp. 257-259.

¹¹³ En la ciudad de Puebla, Esteban de Antuñano fundó en 1835 *La Constancia Mexicana*, a la que siguieron otras, como *La Covadonga*. FRANCISCO ROSAS SALAS, “Agua e industria en Puebla. El establecimiento de la fábrica textil La Covadonga, 1889-1897”, en *Relaciones*, núm. 136, otoño 2013, p. 233.

¹¹⁴ ISMAEL D. VALVERDE AMBRIZ, “Lucas Alamán empresario. Fundación y desarrollo de la Fábrica de Hilados Cocolapan, Orizaba, Veracruz, 1837-1842”, *Boletín de Monumentos Históricos*, 3a. época, núm. 33, enero-abril 2015, pp. 23-34.

hilaza y manta, así como el empresario guatemalteco Felipe Neri del Barrio, de la fábrica *Miraflores* en Chalco; el veracruzano Antonio Garay y el español Lorenzo Carrera, quienes junto con Hope fundaron *La Magdalena*.¹¹⁵ Garay también se asoció con el alemán Guillermo Frank, cuyos descendientes continuaron ligados a plantaciones de algodón en La Laguna.¹¹⁶

Las compañías textiles del siglo XIX eran un negocio relevante para las casas mercantiles y a su vez las grandes fábricas abrieron almacenes en las ciudades. En la década de 1840 las industrias incursionaron en el estampado y blanqueado de ropa, cobertores y lanas finas. Los hermanos Martínez del Río, de origen panameño, se asociaron con Juan Antonio Béistegui y otros para ampliar las fábricas *Barrón* y *La Colmena*. Para 1850 estos empresarios perdieron fuerza accionaria frente a las casas mercantiles, comercios y mercerías de españoles (La Sorpresa, La Valenciana y La Primavera) y alemanes (Leffmann & Gutheil, Lohse y Cía; Meyer y Negel y Cía.; Doorman e hijo, y Keller)¹¹⁷, y en la década de 1880 frente a las casas mercantiles francesas, como la *Antigua Mercería Foucault, C. Maiesse y Cía, Al Puerto de Liverpool*, y *La Sociedad de Londres*, entre otros. El accionista Antonio Garay logró el control total de *La Magdalena*, establecida en San Ángel y Tlalpan. Por otra parte, Cayetano Rubio y Manuel Escandón fueron propietarios de varias fábricas ubicadas fuera del valle de México. La firma del vasco Juan Antonio Béistegui fue un vasto emporio que cubrió varios giros económicos (comercio, tabaco, fincas urbanas, manufactura, etc.) y se asoció a las casas comerciales más importantes de la época como las de Miguel Bringas, Garruste, Labadie y Cía., Jecker, Torre y Cía., Manning y Mackintosh y Manuel Escandón. La firma Béistegui era una de las pocas que podía mantener el financiamiento con capital líquido. Así, por ejemplo, los problemas de capitalización de la fábrica de *La Magdalena* permitieron que Pío Bermejillo y

¹¹⁵ MARIO TRUJILLO, *op. cit.*, p. 250.

¹¹⁶ BRÍGIDA VON MENTZ, *et. al.*, *Los pioneros del imperialismo alemán*, México, Ediciones Casa Chata CIESAS, 1982 (núm. 14), p. 474.

¹¹⁷ MARIO CAMARENA OCAMPO, *Jornaleros, tejedores y obreros: historia social de los trabajadores textiles de San Ángel (1850-1930)*, México, Plaza y Valdés, 2001, p. 38.

Antonio B. Mendoza compraran la empresa a buen precio en 1864, que pasaría a manos de Nicolás de Teresa a la caída del II Imperio.¹¹⁸

Los empresarios textiles establecieron nexos con los especuladores de algodón. Esta materia prima se cotizaba a precios altos y el grupo selecto de comerciantes que lo vendían a consignación y comisión eran los españoles Cayetano Rubio¹¹⁹ e Isidoro de la Torre,¹²⁰ la compañía de Domingo y Pedro Ansoátegui, el comerciante español Anselmo Zurutuza, la firma alemana Drusina y la casa mercantil del mexicano Manuel Escandón, quienes también participaban en el circuito comercial del tabaco y eran prestamistas de los gobiernos, lo que les permitió obtener permisos y licencias para importar algodón de Nueva Orleans. Las medidas proteccionistas de los gobiernos eran burladas con facilidad mediante el contrabando y con el tiempo lograron monopolizar el comercio del algodón en el mercado mexicano, además de otros hilados y tejidos. La firma Barrón Forbes, que formaba parte de este grupo de comerciantes aventajados estableció lazos matrimoniales con Antonio Escandón, mediante el matrimonio con Catalina Barrón.¹²¹

Durante la República Restaurada y los albores del Porfiriato los empresarios textiles se vincularon con el capital financiero y lograron una producción más especializada. A través de las viudas y sucesores algunos empresarios ampliaron su rango de acción, mediante la conformación de sociedades en la década de

¹¹⁸ *Ibid.*, p. 38. También véase MARIO TRUJILLO, *op. cit.*, p. 135.

¹¹⁹ BLANCA E. SUÁREZ CORTEZ, *Historia de los usos del agua en México: oligarquías, empresas y ayuntamientos (1840-1940)*, México, CIESAS, enero 1998, pp. 61-101. El modelo de administración de Cayetano Rubio en la fábrica de hilados y tejidos *Hércules*, en Querétaro, era un mundo cerrado, adueñado de máquinas, recursos acuíferos y personas por igual en una pequeña ciudad de trabajadores cautivos.

¹²⁰ MARÍA EUGENIA ROMERO SOTELO y LUIS JÁUREGUI, *Las contingencias de una larga recuperación: la economía mexicana, 1821-1867*, UNAM, 2003, p. 77. Isidoro de la Torre fue un comerciante que inició su fortuna invirtiendo en haciendas azucareras y trigueras. De la Torre había sido expulsado de México por los liberales, pero gracias a la importación de algodón se asoció con Cayetano Rubio invirtiendo en las fábricas textiles de Cocolapan, Querétaro y Celaya. Con ello surtía de uniformes al ejército mexicano durante la intervención norteamericana logrando pingües ganancias. Asociado a Jecker invirtió en minas en la década de 1850 y obtuvo grandes beneficios como prestamista al gobierno Imperial con base en bienes desamortizados de la Iglesia; con ello logró impulsar sus haciendas azucareras en Morelos.

¹²¹ MARIO TRUJILLO, *op. cit.*, pp. 266-269.

1870. En esos años el empresario Nicolás de Teresa, era accionista mayoritario de la fábrica *La Hormiga*, Antonio B. Mendoza de la fábrica *La Magdalena* e I. R. Cardeña y sucesores, propietarios de *El Águila*¹²² y una casa comercial en la ciudad de México. La fábrica *La Fama Montañesa* era propiedad del español Ricardo Sáinz; la de *San Ildefonso* fue dirigida por la sociedad de Hijos de F. De P. Portilla y *La Colmena* por los herederos de Béistegui y Francisco Azurmendi. La fábrica *Miraflores* fue vendida a los Ingleses Jacob y Philip Robertson y al español José Sosa y Anosoátegui, también propietarios de la fábrica San Antonio Abad.¹²³

b) Las nuevas industrias textiles, 1884-1900

La incorporación de la energía de vapor ejerció una fuerte presión sobre el financiamiento al obligar a adquirir nueva maquinaria. Sólo empresarios con grandes capitales pudieron invertir en la industria, como fue el caso de la firma de Remigio e Íñigo Noriega, quienes adquirieron *Miraflores* y *San Antonio Abad*. En la década de 1880 estos empresarios textiles formaron parte de las primeras instituciones bancarias: entre los fundadores del *Banco Mercantil Mexicano* se encontraban Nicolás de Teresa, Fausto Sobrino, Bermejillo hermanos, Ricardo Sáinz, Manuel Mendoza Cortina, Manuel Azurmendi y Remigio Noriega. Entre los fundadores del *Banco Nacional Mexicano* en 1882 figuraban Antonio de Mier y Celis, Barrón y Forbes, Cárdeña y Sucs., los Escandón y José María Bermejillo. La crisis fiscal ocurrida durante la presidencia de Manuel González desembocó en la fusión de estas dos instituciones en el Banco Nacional de México, en junio de 1884. En esta década se conforma un nuevo tipo de empresario que tiene negocios en la banca, la agricultura, la industria y los transportes.¹²⁴

¹²² SALVADOR ÁVILA GONZALEZ, *Guía de fuentes documentales para la historia del agua en el Valle de México (1821-1928)*, México, IMTA-CIESAS, 1997, pp. 25-26. La fábrica *El Águila* estaba ubicada en las márgenes del río Magdalena y más tarde con la ventaja de contar con una estación de tren de la línea del Balsas, a partir de 1897. Ésta y otras fábricas, ubicadas en las márgenes de ese río: *La Magdalena*, *Santa Teresa*, *La Abeja*, *La Hormiga* y la fábrica de papel *Loreto* contaminaron el río, cuyo uso correspondía a los pueblos y fincas desde 1789.

¹²³ MARIO TRUJILLO, *op. cit.*, p. 269 a 271.

¹²⁴ *Ibid.*, p. 271 a 274.

A nivel nacional, la política fiscal del Porfiriato favoreció la instalación de industrias textiles al tasar las importaciones y cambió el antiguo sistema de impuesto por el número de husos al nuevo derivado de la Ley del Timbre basado en el volumen de ventas. El caso de la Compañía Industrial de Atlixco, S. A. (CIASA), fundada en 1899 con un capital social de 6 millones de pesos, ilustra este proceso. No es sencillo seguir su rentabilidad, pero las grandes compañías textiles obtuvieron beneficios importantes entre 1895 y 1906, gracias al encarecimiento de las importaciones, aunado a la exención de impuestos y concesiones de asentamiento cerca de fuentes de agua. Por ejemplo, CIASA pudo aprovechar estas concesiones a título personal de Luis Barroso Arias en 1899.¹²⁵ El comerciante de origen asturiano obtuvo lo que otros no habían podido, para establecer la fábrica en Metepec, Puebla, cercana a Atlixco. Las concesiones se realizaron bajo el marco del nuevo Código de Comercio, traducándose en la expropiación de tierras, en perjuicio de los productores agrícolas establecidos en el río Baltazar. Además obtuvo precios muy cómodos para la adquisición de la hacienda de Metepec y la maquinaria. Esta fue la tónica para muchas otras industrias en la República que pudieron constituirse como sociedades anónimas y llegarían a tener gran influencia en las decisiones de gobierno.¹²⁶

Estas nuevas condiciones se complementaron con la construcción de ramales de líneas de ferrocarril, para unir Atlixco con la Ciudad de México a través de Chalco, conectando así la fábrica de telas con la de papel *San Rafael*. El grupo industrial de la CIASA participó como accionista en por lo menos tres otras grandes firmas, a saber: Compañía Industrial San Antonio Abad, Compañía

¹²⁵ HUMBERTO MORALES MORENO, "La industria textil mexicana en el ciclo de las exportaciones latinoamericanas: 1880-1930. Política fiscal y de fomento en la encrucijada de la revolución", *H-industri@* año 3, núm. 5, segundo semestre de 2009, p. 9.

¹²⁶ *Ibid.* p. 13. Humberto Morales afirma que la injerencia de los empresarios en las decisiones de gobierno se haría patente hacia 1907 en las Junta Calificadora del Ramo de Patente o Impuesto sobre las Ventas, con el objetivo de "rebajar las cuotas del Ramo de Patente o el Impuesto sobre las Ventas. En ese año la Junta Calificadora Nacional del Impuesto sobre Hilados y Tejidos de Algodón quedaría conformada con los fabricantes: Íñigo Noriega, Luis Barroso Arias, Agustín Garcín, Emilio Vega y Juan N. Nieto junto con el Oficial Mayor de la Secretaría de Hacienda y el Jefe de departamento de Registro de la misma. En el Segundo Semestre de 1907 se incorporaron Emilio André y Félix Martens en lugar de Agustín Garcín y Emilio Vega."

Industrial Manufacturera y la Compañía Industrial de Orizaba.¹²⁷ En 1899, Feliciano Cobian, poderoso empresario algodonero de Torreón era propietario de la fábrica de *San Fernando*, ubicada en Tlalpan. Por otra parte, la fábrica *La Maravilla* pertenecía a Francisco Martínez Arauna, y *La Abeja* a Dachary y Cía.¹²⁸

Mientras el Código de Comercio de 1884 consideraba comerciantes sólo a los individuos, la versión de 1889 fue el producto de un nuevo sector de la burguesía mexicana, cuyos intereses no eran exclusivamente agrícolas, sino enfocados a la fabricación y distribución de productos para el consumo, por lo que incluyó los actos de comercio y los contratos mercantiles, con influencia del código italiano, permitiendo legislar sobre las sociedades nacionales y extranjeras. Con estos cambios en el marco legal quedaba atrás el proyecto del Código Civil, promovido por los terratenientes de la primera mitad del siglo XIX. El enfoque subjetivo pasaba a un objetivo, propio del nuevo capitalismo corporativo tras la consolidación del modelo liberal entre 1880 y 1889 y encaminado a la abolición de las alcabalas.¹²⁹

Keremitsis observa que los ferrocarriles permitieron desplazar un mayor volumen de productos textiles desde los centros productores a determinadas plazas consumidoras. Orizaba, Torreón y la Ciudad de México fueron los principales centros de producción conectados a esta red ferroviaria por donde se vendían las telas producidas en el país a costos más bajos que las telas importadas. Torreón y Orizaba se encontraban además cercanos a las zonas productoras de algodón. Con esta materia prima, la industrial textil mexicana de fines del siglo XIX pudo comercializar manta y telas estampadas de diversos colores y a rayas, consumidas por grandes sectores de la población. Esta capacidad productiva se debió en parte a la astucia de los comerciantes de origen francés, que aprovecharon la baja de la plata para invertir en la creación de fábricas textiles que sustituyeran importaciones. Para asegurar la venta de sus

¹²⁷ *Ibid*, p. 8.

¹²⁸ FIGUEROA DOMÉNECH, *op. cit.*, p. 194-195 y 849.

¹²⁹ MARÍA DEL REFUGIO GONZÁLEZ, "Comercio y Comerciantes en México en el siglo XIX", *Anuario Mexicano de Historia del Derecho*, México, 1990, pp. 115-119.

productos, a partir de 1887 establecieron acuerdos de precios, reuniéndose en la Ciudad de México a fines de cada año. La firma de contratos entre manufactureros, especuladores y comerciantes no favoreció la competencia, inmovilizó los precios y no llegó a competir completamente con las importaciones. En 1889, la concentración de la producción y el monopolio de la venta a precios fijos no era bien vista por la opinión pública, así que a partir de 1890 no se divulgaron más los acuerdos al interior de la industria.¹³⁰

c) Los vínculos de los comerciantes de la ciudad con la industria textil

El nuevo modelo económico tuvo un fuerte impacto en las industrias textiles, fortaleciendo su influencia sobre el comercio de la ciudad de México. Los hermanos Meyran, Donnadieu y Cía., hermanos Jean, Luis Veyan e hijo, dueños de *La Francia Marítima*, vendían ropa y telas de lana y algodón, así como percales y estampados. Sus productos los surtían las fábricas Santa Teresa, Río Florido y La Magdalena Contreras y Leon Meyran. La *Sedería El Paje* recibía mercancías de corsets *La Sirena* y de la fábrica de cintas *La Unión*; *El Surtidor* de la calle de Plateros, por su parte, dirigido por Primitivo Pérez vendía camisas de las fábricas *San Ildefonso*, *Minerva*, *El Águila* y *Arroyozarco* y estaba vinculado a Luis Barroso Arias, e invirtió en la fábrica textil de Metepec, Puebla.¹³¹

El cajón de ropa *Al Progreso*, del Portal de Flores, de Bellón y Cía. recibía confecciones de la fábrica de Santa Rosa. Por otra parte, negocios especializados eran distribuidores de sus productos, como es el caso de *Toallas La Josefina*, surtida desde San Juan del Río, Querétaro. Los accionistas de *Al Puerto de Liverpool* estaban relacionados con Enrique Tron y Eugenio Roux en CIDOSA, la mayor fábrica textil de la República, ubicada en Orizaba, Veracruz. Por su parte, *Al Puerto de Veracruz*, administrada por L. Signoret, L. Honorat y Bourjac, surtía sus pedidos de la fábrica textil San Juan Cerritos y fábrica Santa Rosa de CIVSA.

¹³⁰ DAWN KEREMITSIS, *La industria textil mexicana*, México, Secretaría de Educación Pública, 1973, pp. 158-165 (col. SEP Setentas, núm. 67).

¹³¹ ERIKA GALÁN AMARO, *Estrategias y redes de los empresarios textiles de la Compañía Industrial de Orizaba, S.A., 1889-1930*, tesis de doctorado en Historia y Estudios Regionales, Universidad Veracruzana, 2010, pp. 93-110.

El flamante *Centro Mercantil*, de Sebastien Robert llegó a relacionarse con la fábrica textil La Hormiga y estableció vínculos con Leon Barboux y Emile Meyran. Si bien las primeras industrias textiles ubicadas en la ciudad (San Antonio Abad), luego las del valle de México, como La Magdalena eran proveedores de mercancías, a fines del siglo XIX los productos llegaban desde los centros textiles del centro del país: Puebla, Atlixco, San Juan del Río, Orizaba. Estos negocios aplicaron una exitosa política de acumulación de capital que les permitió establecer un depurado sistema comercial e industrial basado en redes de personales e institucionales.¹³²

El Nuevo Mundo, tienda dedicada al giro de camisería, paragüería y bonetería fue fundada por Bernardo Rovés como socio mayoritario, Florentino Rovés, Bernardo Márquez y Luis Barroso. También estableció vínculos con la Compañía Industrial de Hilados, Tejidos y Estampados San Antonio Abad. Luis Barroso Arias fue tomando mayor importancia y en 1891 crea una nueva razón social con personas cercanas a su círculo familiar.¹³³ La fábrica de San Antonio Abad había sido establecida en 1842 por el magnate de los transportes y la industria José Fauré en el antiguo convento del mismo nombre entre el canal de la Viga y la calzada de Iztapalapa.¹³⁴ En 1892 la fábrica de San Antonio Abad fue adquirida por los hermanos Remigio e Íñigo Noriega, gracias a las exenciones de impuestos para el fomento a la industria, introduciendo la mecanización para la

¹³² *Ibid.*, p. 110-123.

¹³³ EUNICE RUIZ ZAMUDIO, *Burguesía empresarial, 1880-1915: un empresario mexicano el caso de Luis Barroso Arias y socios*, tesis de licenciatura en Historia, México, UAM Iztapalapa, 2006, pp. 50-51. La primera compañía *El Nuevo Mundo* se creó el día 18 de febrero de 1886. El 2 de junio de 1891 creó la “Compañía comercial en comandita” cuyos accionistas fueron los Sres. “B. Roves y Cía. Sucesores”, con el mismo Luis Barroso como gerente, la su hermana Guadalupe Barroso y los hijos de ésta José y Antonio Moreno sus sobrinos. Se ubicaba en la calle de de Capuchinas núm. 1.

¹³⁴ GUSTAVO BECERRIL MONTERO, “El obrador y fábrica de textiles de San Antonio Abad (1843-1901)”, *Boletín de Monumentos Históricos*, INAH, núm. 9, enero-abril 2007, p. 66-74. La fábrica se ubicaba cerca de la calzada San Antonio Abad, que partía de la Plaza del Volador hacia el sur. La fábrica operaba con fuerza de trabajo de artesanos inmigrantes del oriente de la ciudad. Se trataba de una fábrica de telas de algodón, ya que José Fauré tenía contactos con productores de Veracruz y era de tipo artesanal. Al morir Fauré un año después, la fábrica pasó a manos de Garay y Cía., quienes contaban con proveedores de algodón en rama en Colima y luego a Salvador Malo.

producción de manta y tiempo después para telas mercerizadas y estampadas.¹³⁵ Con esta adquisición los propietarios de *El Nuevo Mundo* expandieron su emporio mercantil basado en enclaves regionales e inversiones fabriles que les permitieron cerrar un círculo con sus capitales, abarcando todos los niveles productivos, en una integración vertical. En su consejo de administración destaca la participación de financieros como Manuel Romano Gavito y el francés Hipólito Gerard.¹³⁶

La producción de hilados y tejidos lana en el Valle de México se concentró en las fábricas de San Ildefonso y La Victoria. Esta última se ubicó a orillas del Canal de La Viga, abasteciendo con sus productos al ejército mexicano, adquirida por el empresario Manuel Ibáñez con capital proveniente de su casa de comercio de abarrotes en la ciudad de México y asociado a su cuñado Antonio Basagoiti.¹³⁷ Aunque Ibáñez tuvo que separarse, fue sustituido por José Viadero en 1889.¹³⁸ Por su parte, la fábrica de San Ildefonso enfrentó la saturación de telas en el mercado de la ciudad de México durante la década de 1870, por lo que fue

¹³⁵ *Ibid.*, pp. 74-79. A esta producción se sumaban talleres para la manufactura de cigarros marca “El Borrego”, en sociedad con Antonio Basagoiti, Enrique C. Waters, Laureano Gómez y Luis Barroso (presidente de la Compañía Industrial de Atlixco). Una línea de ferrocarril comunicaba la fábrica con el canal de la Viga por donde se transportaba leña de la hacienda de Zoquipan, carbón y otros insumos.

¹³⁶ MARIO TRUJILLO BOLIO, *Empresariado y manufactura textil en la Ciudad de México y su periferia: siglo XIX*, México, CIESAS, 2000, pp. 142-150.

¹³⁷ CARLOS MARICHAL, “Empresarios españoles de ida y vuelta en el México porfiriano y en la España de la Restauración. El caso de Antonio Basagoiti y Arteta, 1880-1910”, *Amérique Latine Histoire et Mémoire*. Les Cahiers ALHIM, núm. 17, 2009. <<http://journals.openedition.org/alhim/3178>> Consultado el 25 febrero 2018. Basagoiti está activo en México desde 1870 hasta 1911, cuando el empresario se establece como próspero banquero de regreso en España; utiliza el concepto de *comerciante-banquero*, es decir, el empresario que basa sus ganancias en la reinversión del ingreso comercial en el préstamo de capitales. Marichal plantea que el nuevo tipo de inmigrantes fue favorecido por las leyes mexicanas a partir de 1857, quienes se especializaron en distintos rubros mercantiles con el fin de dominar su competencia. El crédito proveniente de la actividad comercial, se transformó en la década de 1880 para dar paso al crédito bancario. Los comerciantes que acumularon capital, invirtieron en la nueva fase industrial a final de siglo. El caso de Basagoiti es particular porque modificó sus redes sociales primarias, basando su crecimiento en exitosas estrategias financieras aplicadas al comercio y su giro a las actividades bancarias.

¹³⁸ GUSTAVO BECERRIL MONTERO, “La fábrica de hilados y tejidos de lana La Victoria”, *Boletín de Monumentos Históricos*, INAH, núm. 25, mayo-agosto 2012, pp. 7-16. Este grupo se unió a otros inversionistas para construir el Casino Español. *La Victoria* contaba con talleres de teñido.

adjudicada a la sociedad María G. Portilla e hijos en 1876 tras veinte años de estar hipotecada. Para 1895, el valor de la fábrica aumentó considerablemente y se constituyó una nueva sociedad con Ernesto Pugibet, que permitió ampliar las instalaciones. *Al Puerto de Liverpool* recibía manufacturas de esta fábrica.¹³⁹ Como se aprecia, en este periodo se consolidaron los grandes grupos textiles bajo la dirección de consejos de administración, ubicadas en puntos estratégicos del centro del país: Orizaba, Atlixco, Querétaro, Puebla, Guadalajara y el Valle de México, surtidoras de los almacenes en las grandes ciudades, varias bajo la dirección de *barcelonnettes*.¹⁴⁰

La fábrica *La Corona*, de Pedro Peláez fue una de las más modernas de la Ciudad de México, construida en 1892 elaboraba manta de algodón, camisetas tejidas con hilo crudo de Escocia de alta calidad y otros artículos de bonetería.¹⁴¹

En el cuadro 1 se puede apreciar que algunas tiendas tenían un proveedor único de sus productos (*Al Progreso* recibía productos de la fábrica *Santa Rosa*). Otros se surtían de dos o más fábricas (*Al Puerto de Liverpool* de *San Ildefonso* y *CIDOSA*). Por otra parte, una fábrica podía ser proveedor de varias tiendas (*CIVSA* surtía a *Al Puerto de Veracruz*, *La Reforma del Comercio*, *La Valenciana* y *Las Fábricas Universales*). También se puede observar que un solo individuo podía ser accionista de varios almacenes (A. Reynaud de *Las Fábricas Universales* y de *Las Fábricas de Francia*), situación que pudo haberse repetido en otros casos pero que en este cuadro sólo se muestran los principales socios. Por último, muchas fábricas se encontraban en el Valle de México, pero las tiendas también recibían productos de otras regiones (Atlixco y Orizaba). A su vez, tiendas como *La Ciudad de Londres* hacía envíos de bonetería y rebocería a varios estados de la República.¹⁴²

¹³⁹ GUSTAVO BECERRIL MONTERO, "San Ildefonso, transformaciones y permanencias en una fábrica de tejidos de lana, 1849-1895", *Boletín de Monumentos Históricos*, INAH, núm. 5, septiembre-diciembre 2005, pp. 53-67.

¹⁴⁰ AURORA GÓMEZ GALVARRIATO, "The Mexican Cotton Textile Industry: An Overview", *Documentos de trabajo*, número 438, México, Centro de Investigación y Docencia Económicas, diciembre 2008, p. 34.

¹⁴¹ FIGUEROA DOMÉNECH, op. cit., pp. 191-194.

¹⁴² ERIKA GALÁN, op. cit., p. 197.

Cuadro 1
Proveedores del comercio textil y de prendas de vestir en la Ciudad de México, 1880-1900.

Comercio	Socios mayoritarios	Proveedores
Al Progreso	Bellón y Cía.	Fábrica Santa Rosa
Al Puerto de Liverpool	Jean Baptiste Ebrard	San Ildefonso y CIDOSA
Al Puerto de Veracruz	Leon Signoret, L. Honnorat y Bourjac co.	Fábrica textil San Juan Cerritos y fábrica Santa Rosa de CIVSA
El Centro Mercantil	Sebastien Robert, Emilio Meyran	Fábrica textil La Hormiga, CIVSA
El Correo Francés	M. Lambert y C. Reynaud	CIDOSA
El Gran Oriental	Eduardo Garcín, Leon Faudon	CIDOSA y fábrica de paraguas y sombrillas
El Nuevo Mundo	Bernardo García Roves y Ordoñez.	Compañía Industrial de Hilados, Tejidos y Estampados San Antonio Abad
El Palacio de Hierro	Gassier, Alexander Reynaud, José Tron y José Leautaud	CIDOSA
La Ciudad de Londres	Joseph Olivier	CIDOSA
La Francia Marítima	Meyran hermanos. Donnadiou y Cía., hermanos Jean, Luis Veyan sr. Y Luis Veyan jr.	Fábricas Santa Teresa, Río Florido y La Magdalena Contreras y Leon Meyran, San Ildefonso
La Reforma del Comercio	Adolfo Richaud, Agustín Garcín, Emilio André	CIVSA, San Antonio Abad, Compañía Industrial de Atlixco
La Sorpresa y Primavera Unidas	Antonio Fourcade y V. J. Goupil. En 1884 con Salvador Laborde, J. B. Detchland y Clemente Laurencena.	La Colmena y Barrón
La Suiza	Y.S.S. Deuchler y Kern	Fábrica de seda La Moreliana
La Valenciana	Sebastien Robert	CIVSA, La Hormiga
Las Fábricas de Francia	Gassier y A. Reynaud	La Hormiga
Las Fábricas Universales	A. Reynaud y Cía.	CIVSA, La Hormiga, La Alpina y La Corona
Sedería y Corsetería Francesa	Emilio Manuel y más tarde Fabien Casaubon.	Fábrica de corsets "La princesse"
Toallas La Josefina	Schmelz hermanos	Fábrica propia en Tepeji del Río
A. Levy y Martin	A. Levy y Martin	Fábrica de Zempoala, Celaya, Gto.

Fuentes: MARIO TRUJILLO BOLIO, "Los empresarios textiles y su vinculación con el capital financiero en la región del valle de México", en *Identidad y prácticas de los grupos de poder en México, s. XVIII al XIX*, México, Conaculta INAH, 1999. AURORA GÓMEZ GALVARRIATO, "Los barcelonnettes y la modernización de la comercialización y la producción de textiles en el Porfiriato", en Gamboa Ojeda, Leticia (coord.), *Los barcelonnettes en México, miradas regionales, siglos XIX-XX*, México, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, 2008. ERIKA GALÁN AMARO, *Redes y estrategias empresariales. El caso de los barcelonnettes y la Compañía Industrial de Orizaba 1889-1930*, tesis de doctorado en Historia, Universidad Veracruzana, 2010, pp. 196-197. MANUEL CABALLERO (ed.), *Primer almanaque histórico, artístico y monumental para los años 1884 y 1885*, Nueva York, Chas M. Green Printing Co. 1884, *passim*.

d) La industria de la seda

El destacado papel del algodón y la lana en la industria textil no debe dejar a un lado otras fibras que participaron de manera relevante en la confección de prendas de vestir. Hasta el siglo XIX la producción de seda era artesanal y dependía casi en su totalidad de Oriente y llegó a producirse en la Nueva España, pero en el México de fin de siglo hubo intentos de rescatar la sericultura en Jalisco y Guanajuato a nivel industrial, sin embargo, el proyecto sobrevivió como una agroindustria de tipo doméstico con fuerte presencia del trabajo de las mujeres.¹⁴³

La plantación de moreras en México durante el siglo XIX data de los esfuerzos industrializadores de Lucas Alamán durante la década de 1830, la cual benefició al proyecto del coronel Tomás Illanes en Guanajuato y al de Ignacio Aldazoro en Coyoacán. Sin embargo, la instalación de esta industria encontró oposición de comerciantes que obtenían más ganancias con la importación, al amparo de las guerras de intervención.¹⁴⁴ En la década de 1850 entraron en competencia fábricas que trabajaban con hilo de seda importado de manera simultánea a los esfuerzos por lograr un cultivo de gusano en ciertas regiones del país. Quedaba claro que la industria de la seda era de gran complejidad y requería una cuidadosa planeación, capacitación adecuada y la coordinación entre productores de la cadena.¹⁴⁵

¹⁴³ REBECA VANESA GARCÍA CORZO, *Entramados de la seda en México a fines del siglo XIX y principios del XX*, tesis de doctorado en Historia, Universidad de Oviedo, 2012, pp. 316-326.

¹⁴⁴ *Ibid.*, pp. 115-153. También destaca la creación de la *Compañía Michoacana para el Fomento de la Seda*, impulsada por Stéphan Génot en la década de 1840 como una empresa por acciones que cubría desde la plantación de moreras, importación de maquinaria para el proceso, hilatura y telares, acompañados por técnicos franceses con altos sueldos. Sin embargo, la empresa enfrentó numerosos problemas: la guerra contra Estados Unidos en 1847 abrió los puertos a importaciones y los intereses comerciales contrarios al proyecto lo relegaron al olvido. Durante esos años de guerra surgió otra iniciativa textil de los franceses Morel, Labre y Brutiaux, con socios mexicanos para fundar *El Fénix*. Para 1867 Jules Laverrière presenta al gobierno de Juárez un nuevo proyecto para Oaxaca.

¹⁴⁵ *Ibid.*, pp. 153-165. En Guadalajara, Vicente Munguía abrió un taller llamado *Fábrica de Rebozos Zamoranos* para la producción de un rebozo de seda patentado, de dos vistas, pero que entró en competencia con fábrica *Las Delicias* del señor Francoz en la Ciudad de México. Por otra parte, la plaga de pebrina también frenó el cultivo de gusano de seda.

Rebeca García Corzo considera que con la depreciación de la plata en el último cuarto del siglo XIX, se prestó más atención a las agroindustrias y se comenzaron a aplicar técnicas derivadas de las ciencias. La Secretaría de Fomento inició en 1882 la coordinación de los productores de seda en los estados y proporcionó estímulos a los fabricantes.¹⁴⁶ La formación de colonias agrícolas de extranjeros y contratos con particulares fueron otro aspecto de la política modernizadora.¹⁴⁷ En la Ciudad de México destacan los negocios de rebocerías, prenda característica del atuendo femenino mexicano, pero los rebozos fabricados en seda fueron comercializados en tiendas de lujo, como *La Suiza*, en particular los elaborados por el taller *La Moreliana* de los hermanos Hipólito y Luis Chambón.¹⁴⁸

La Moreliana se estableció en San Cosme en 1883, alimentada con materia prima producida en sus fincas del Valle de México y diversos puntos del país. Por el convenio con Y.S.S. Deuchler y Kern los rebozos Chambón se comercializaban en el almacén de *La Suiza* o directamente en el expendio atendido por Victorina Chambón en la fábrica. En 1900 Chambón amplió sus actividades a la fabricación de broches, satén, cintas, sombreros, forros y paraguas, enviando muestras a las

¹⁴⁶ *Ibid.*, pp. 166-188. En 1853 se había creado la Escuela Nacional de Agricultura y en 1882 se destinó una sección de la Secretaría de Fomento a ese ramo. Esta entidad se apoyó en la red consular para la importación de insumos para la sericultura, en particular de Francia, Italia y Estados Unidos; la designación de cultivadores institucionales; el análisis microscópico de las semillas y realización de aclimataciones en diversas regiones del país.

¹⁴⁷ *Ibid.*, pp. 189-209. Como los firmados con el empresario italiano José A. Fulcheri en Puebla, Aristeo Mercado en Uruapan, el químico Esteban Cházari en Oaxaca, el médico Juan Francisco Fénelon con apoyo de Gustavo Ruiz Sandoval en Oaxaca.

¹⁴⁸ *Ibid.*, pp. 211-241. Luis Chambón era un empresario francés de los más calificados, por conocer el cultivo desde su infancia en la región de Lyon y haber establecido talleres en París, por lo que fue invitado a venir a México con su familia. En la ciudad de México obtuvo la concesión para abrir su taller en Merced de las Huertas, experimentando con éxito el cultivo de moreras en Tetela, Puebla y en Oaxaca, con apoyo del Ministerio de Fomento y en particular del ministro Carlos Pacheco. Chambón procuró demostrar sus capacidades y logros en diversas publicaciones e incluso invitó al general Díaz a participar en la empresa. En 1877 intentó formar otra sociedad agrícola, aprovechando sus habilidades mercadológicas y asociándose al general Felipe B. Berriozábal y al sr. Hulvershorn. Sin embargo, hacia 1889 decide enfocarse más en las zonas con potencial productor y el establecimiento de escuelas en San Miguel Allende y en Jalisco, y también asesorando a agricultores interesados.

damas más encumbradas de la capital y convenciendo a los periodistas de las ventajas de la producción local de seda.¹⁴⁹

Otro de los talleres de la Ciudad de México para la fabricación de sedas se estableció en el antiguo convento de Santa Isabel. Esta unidad productiva era manejada a fines de la década de 1860 por Eduardo Francoz y contaba con expendio al menudeo.¹⁵⁰ En la década de 1880 aparece J. Vignon como propietario.¹⁵¹

e) La manufactura de ropa terminada

La fabricación de prendas de vestir completas, llamadas *ready made* o *prêt-à-porter*, se debió menos a la tecnología y más a la división del trabajo. La aceptación de la ropa hecha llevó un largo periodo de tiempo, con variaciones en cada región del mundo. En Estados Unidos de la ropa fabricada no fue aceptada de manera unánime: en las publicaciones de la década de 1880 aún se le critica por su falta de estilo y calidad, pero promovida en anuncios publicitarios, apoyados por la venta a través de catálogo, que contaba con numerosos modelos a mejores precios que un traje a la medida. A menudo, estos anuncios argumentaban la independencia que implicaba liberarse de los sastres, el progreso científico detrás

¹⁴⁹ *Ibid.*, pp. 241-253. La fabricación de seda del taller de Chambón era alimentada por máquinas de vapor, y en 1886 ya contaba con 90 obreros, la mayoría mujeres y niños. El terremoto de 1899 afectó gravemente la fábrica, que tuvo que ser reconstruida con los esfuerzos de los trabajadores. A la muerte de Hipólito Chambón en 1920, la fábrica quedó a cargo de su viuda y de su hijo Carlos.

¹⁵⁰ EUGENIO MAILLEFERT, *Directorio del Comercio de la República Mexicana para 1869*, Imprenta F. Díaz de León, México, 1868, p. 201. Este establecimiento fue demolido para la construcción del Teatro Nacional a inicios del siglo XX.

¹⁵¹ IRENEO PAZ Y MANUEL TORNEL, *Nueva guía de México, en inglés francés y castellano, con instrucciones y noticias para viajeros [sic] y hombres de negocios*, México, Imprenta de Ireneo Paz, 1882, p. 819.

de su elaboración. A su vez, los sastres argumentaban que la industria no era capaz de estar a la moda y que ellos no tenían necesidad de anunciarse.¹⁵²

A fines de la década de 1860 ya se habían establecido en la Ciudad de México fábricas de prendas de vestir, que comercializaban capas zaragozanas, chalecos; pantalones de casimir, dril o de satiné francés; sacolevitas de merino apañado; sacos de casimir, de paño, de alpaca o dril de lino; casacas de paño; paletós y sacos de paño castor; argelinos de paño o de castor; sobretodos, chaquetas de diversos materiales incluyendo castor y terciopelo; barraganes, batas, camisas, calzoncillos de lino, batas de hule, calcetines y medias de lana, lino o hule y vestidos completos de casimir.¹⁵³ Véase el glosario.

Dos indicadores para observar la tendencia a fabricar ropa en casa o talleres artesanales son las ventas de telas, que siempre estuvieron al alza y la comercialización de máquinas de coser. La empresa Singer se registró en México en 1887, con oficinas en la calle de Vergara, cuyo apoderado jurídico era Oscar R. Graham, sólo diez años después de haber sido patentada en Boston por Isaac Merrit Singer, aunque estas máquinas ya eran importadas por la casa Holder, Boker y Cía. desde 1879 con un sistema a plazos. A un año de establecidos, los representantes directos de Singer comenzaron a expandirse por el resto del país. El gerente Otto Harnecker, encontró un mercado virgen en las regiones apartadas del territorio mexicano, pero se requería de transportar el cargamento en mulas, bueyes y cargadores a donde no llegaba directamente el ferrocarril.¹⁵⁴ Las crecientes ventas de esta compañía y de otras marcas comercializadas por los grandes almacenes y ferreterías nos plantean si la ropa hecha en casa ¿era una

¹⁵² ROB SCHORMAN, "Ready or Not: Custom-Made Ideals and Ready-Made Clothes in Late 19th Century America", en *American Culture*, vol. 19, núm. 4, invierno de 1996, pp. 111-120. A mediados del siglo XIX, en los Estados Unidos aún había numerosas resistencias, pero en las áreas rurales estas prendas tuvieron mayor aceptación después de la guerra civil entre la población masculina, que adquiría estas prendas en las ciudades. La cultura americana era proclive a la estandarización por su mentalidad igualitaria. Por otra parte, la introducción de la máquina de coser casera promovió la elaboración de prendas en los hogares.

¹⁵³ "Atención. Fábrica de ropa hecha", *La Revista Universal*, 6 de enero de 1869.

¹⁵⁴ CARMEN HERRERA DE LA FUENTE, *Un siglo de Singer en México*, México, Singer Mexicana, S.A. de C.V., 1987, p. 4.

actividad cotidiana y relevante entre las clases medias?. Otros distribuidores de máquinas de coser eran José María del Río, quien comercializaba la máquina Household en el número 6 calle de Palma.¹⁵⁵ Robert Böker distribuía dos tipos de máquinas Singer: una pequeña “de familia” y otra mediana para talleres.¹⁵⁶ Julio Uhink, la máquina Howe para taller, en la calle de Juan Manuel núm. 22.¹⁵⁷ Por su parte, G. Hulvershorn comercializaba la máquina para coser *La doméstica*, máquina casera de uso sencillo, en la sedería y mercería *La Mina de Oro*, donde también se vendían máquinas para sastres y zapateros.¹⁵⁸ Véase los planos anexos.

Sinhué Lucas observa que las empresas que importaban máquinas de coser permitieron que éstas fueran asequibles a más personas sin dejar de ser bienes de consumo de prestigio, introduciendo cambios en la vida doméstica de algunas mujeres, impulsando las ventas de la industria textil al hacer más deseable la elaboración de prendas en los hogares gracias a los patrones de costura y además favoreció la imitación de modelos aparecidos en las revistas de modas, algunas de ellas importadas o los suplementos de periódicos, como *El Mundo Ilustrado*. Estos modelos promovieron una forma de vestir que se diferenció del mundo rural y la indumentaria indígena. La confección casera permitió a quienes poseían una máquina de coser la posibilidad de elaborar trajes especiales para los ritos de paso: bautizos, primeras comuniones, carnavales, bailes y bodas, funciones reforzadas en las imágenes publicitarias de la compañía Singer.¹⁵⁹

Algunas prendas requerían complementos, como el caso de las camisas, que como se verá más adelante era parte importante de los negocios de sastrería. A fines de la década de 1860, algunos de los comerciantes especializados en ropa

¹⁵⁵ “Ferretería y mercería de José María del Río” *La Patria*, 20 de febrero de 1883, p. 4.

¹⁵⁶ “Ferretería y mercería de Roberto Boker” *Trait d’Union*, 20 de febrero de 1883, p. 4.

¹⁵⁷ “Uhink y comp.” *El Tiempo*, 20 de octubre de 1889, p. 5.

¹⁵⁸ “G. Hulvershorn y com.” *El Siglo Diez y Nueve*, 2 de enero de 1882, p. 3. La tienda se ubicaba en Monterilla núm. 2 esquina Capuchinas.

¹⁵⁹ SINUHÉ LUCAS LANDGRAVE, “Las máquinas de coser y sus aportes en la sociedad mexicana de la segunda mitad del siglo XIX y de la primera del XX: un estudio de cultura material industrial”, en *Boletín de monumentos históricos*, tercera época, núm. 31, mayo-agosto de 2014, pp. 132-145.

manufacturada en la ciudad de México eran Benito Coblentz,¹⁶⁰ Ouvrard y Cía. con su tienda *El Eco de la Moda*,¹⁶¹ Haas y Dillenburger,¹⁶² el almacén *La Galería de París*, que comerciaba con pantalones y chalecos; levitas y sobretodos importados.¹⁶³ Hacia 1899 *El Gallo*, de Levy, Méndez y Cía. fabricaba cuellos, puños y corbatas, utilizando telas y modelos importados,¹⁶⁴ la *Camisería Plateros* contaba con sus propios talleres de costura,¹⁶⁵ mientras que la *Camisería Bolívar* de la familia Tuero Gutiérrez (fundada en 1898) permaneció como un negocio activo por varias décadas más.¹⁶⁶ Para ubicar la localización de estas tiendas véanse los planos anexos.

1.4 El transporte de pasajeros y mercancías

En el siglo XIX se experimentó un cambio significativo en los medios de transporte, desde los impulsados por energía animal (recuas de mulas, carruajes y diligencias) hasta los mecanizados, movidos por la fuerza del vapor. En la década de 1840 el transporte de pasajeros en diligencias, entre la Ciudad de México y otras regiones del país estuvo controlado por Anselmo Zurutuza y Manuel Escandón, aunque no exento de contratiempos a causa del bandidaje.¹⁶⁷ Entre 1850 y 1885 el punto de llegada de pasajeros a la Ciudad de México fue el Hotel Diligencias, ubicado en el antiguo palacio de Iturbide de la calle de San Francisco, transformado en el Hotel Iturbide por Germán Landa. A partir de 1872, con el

¹⁶⁰ “Camisería Elegante de Silvano y Benito Coblentz”, *El Siglo Diez y Nueve*, 2 de enero de 1883, p. 41.

¹⁶¹ Ubicada en la esquina de la Primera calle de Plateros y Alcaicería. MAILLEFERT, *op. cit.*, p. 165.

¹⁶² *Ibid.*, p. 172.

¹⁶³ Número 10 de la calle del Refugio, *Ibid.*, p. 204.

¹⁶⁴ J. FIGUEROA DOMÉNECH, *op. cit.*, p. 289.

¹⁶⁵ *Ibid.*, p. 273.

¹⁶⁶ SECRETARÍA DE ECONOMÍA Y PROMÉXICO, *100 empresas, cien años*, México, Brandelíer S.A. de C.V., 2010. p. 130.

¹⁶⁷ LAURA SOLARES ROBLES, “El bandidaje en el Estado de México durante el primer gobierno de Mariano Riva Palacio (1849-1852)”, en *Secuencia*, 45, septiembre-diciembre 1999, p. 27-62 y MARGARITA URÍAS, “Manuel Escandón: de las diligencias al ferrocarril, 1833-1862”, en Ciro Cardoso (coord.), *Formación y desarrollo de la burguesía en México*, México, Siglo Veintiuno editores, 1987, pp. 25-56.

establecimiento de la línea de ferrocarril entre México y Veracruz, y en 1884 con el tendido de la línea del Ferrocarril Central hacia Paso del Norte, el transporte de pasajeros y mercancías inauguró una nueva época, conectando de manera más eficiente con los puertos y aduanas del país.¹⁶⁸

Hasta la década de 1880 el tránsito por los caminos del país era incómodo y peligroso, abundando los forajidos, por lo cual los arrieros viajaban en largas caravanas. Los asaltos en el camino de México a Veracruz fueron controlados por medio de los Rurales y el ferrocarril evitó a muchos viajeros este peligro. No obstante, los arrieros no sólo eran indispensables en la economía, sino también en la comunicación de noticias; proporcionaban trabajo a muchas personas, incluso algunas mujeres se dedicaban a este oficio y unos pocos llegaron a amasar grandes fortunas. Además, la arriería impulsaba los talleres de talabartería, carpintería, jarriería, herrería y crianza de caballos, burros y mulas. Alrededor de los caminos se establecieron mesones, fondas e incluso imprentas. Hacia los años noventa se ampliaron las rutas de Tehuacán a Oaxaca, se abrió un camino entre Tula y Ciudad Victoria; en 1905 se remozaron los caminos entre la Ciudad de México, Puebla y Toluca, sin embargo, como se anota más adelante, los ferrocarriles cambiaron radicalmente las actividades económicas en el país, permitiendo la exportación de minerales de menor valor por peso transportado y los productos comerciales de las haciendas. También aumentó el cabotaje en los puertos, favoreciendo la explotación de maderas preciosas y chicle. Algunos puertos como Manzanillo, Veracruz y Tampico fueron saneados y dotados de mejor infraestructura.¹⁶⁹

a) Las vías marítimas

En el siglo XIX el transporte marítimo de mercancías fue el medio privilegiado para la importación de productos textiles y otras mercaderías provenientes de los

¹⁶⁸ VALENTÍN IBARRA VARGAS “Conformación del espacio urbano y su relación con el transporte público. Aspectos históricos”, en Martha Schteingart (coord.), *Espacio y vivienda en la ciudad de México*, México, El Colegio de México, 1991, pp. 51-83.

¹⁶⁹ ANNE STAPLES (coord.) *Historia de la vida cotidiana en México*, México, Conaculta 2005, (vol. IV), pp. 142 a 146.

centros manufactureros. En este periodo, la costa atlántica ofrecía una mayor actividad, al ser la vía de comunicación con Europa y la costa este de los Estados Unidos. Por lo tanto, la actividad portuaria en el Golfo de México ha estado ligada al desarrollo de los mercados interno y externo. A su vez, la actividad comercial de altura y cabotaje se extendía tierra adentro a los centros de consumo, como Orizaba o la Ciudad de México.¹⁷⁰ Los puertos de la llanura aluvial del Golfo de México permitieron el intercambio de esta y otras ciudades como Puebla y Monterrey, en una relación constante mediante las vías terrestres, en particular a través de Tampico y Veracruz.

Las dos vías que partían del Puerto de Veracruz eran: la del norte por Jalapa, Perote y los llanos de Apam, y la otra por Orizaba y Puebla, fruto de intereses comerciales que competían desde la época colonial.¹⁷¹ Por ello, la modernización del puerto de Veracruz fue prioritaria desde tiempos de la Segunda República y se consolidó durante el Porfiriato, en un esfuerzo extraordinario por salvar la infraestructura, dañada por las invasiones extranjeras de mediados de siglo. Por otra parte, es importante destacar las rutas marítimas que partían de Veracruz al resto del mundo, dependientes de los puntos de embarque y abastecimiento en el océano Atlántico y los intereses de las empresas navieras. A su vez, la interacción entre los puertos de altura y cabotaje de la llanura costera conformaron una región geo-histórica de índole marítimo-mercantil vinculada a los abundantes recursos naturales de la región, impulsando un comercio entre las regiones, el desarrollo de plantaciones y estancias ganaderas. El puerto de Veracruz fue el principal centro de tráfico internacional, acopio y fiscalización de mercancías del centro del país, como Matamoros y Tampico para el norte, Coatzacoalcos para el Istmo y Progreso para Yucatán. La introducción del ferrocarril desde 1873 impulsó de manera notable esta relación y en la década de 1890 la interconexión se amplió aún más, como fue el caso de la vía férrea que conectó Veracruz con el istmo de Tehuantepec, permitiendo que la influencia comercial de la Ciudad de México

¹⁷⁰ MARIO TRUJILLO BOLIO, *El Golfo de México en la centuria decimonónica*, México, CIESAS, Cámara de Diputados LIX Legislatura, Miguel Ángel Porrúa, 2005, p. 11.

¹⁷¹ CARMEN BLAZQUEZ DOMÍNGUEZ, "Compañías navieras en el puerto de Veracruz en tiempos del régimen porfirista", *Sotavento*, núm. 11, 2001-2002, pp. 39-60.

llegara de manera más directa a Chiapas y Centro América. Al comenzar el siglo XX los puertos del Golfo de México y sus extensiones terrestres permitieron por primera vez una integración económica en todos los niveles.¹⁷²

No obstante estas impresionantes mejoras materiales, la base histórica sobre la que descansa la relación entre la Ciudad de México y el resto del mundo se remonta a la tradicional ruta de México a Veracruz, creada en la época virreinal para vincular a Nueva España las antiguas rutas de comercio de Europa y su proyección atlántica en el siglo XVI.¹⁷³ Otro momento de expansión de la infraestructura para el comercio se dio en la segunda mitad del siglo XIX, aunque durante este siglo los almacenes y agencias de comercio del puerto de Veracruz ya recibían todo tipo de manufacturas, hilados y tejidos de lana, algodón y seda, alimenticios, decorativos y de ferretería. En el edificio de la Lonja se realizaban cambios, operaciones y asuntos de gran importancia, con la presencia de agentes y consignatarios de las casas comerciales más importantes del mundo.¹⁷⁴ (véase cuadro 2). La ejecución de las obras del puerto de Veracruz estuvo a cargo de la

¹⁷² MARIO TRUJILLO, *op. cit.* pp. 12-24.

¹⁷³ GUILLERMINA DEL VALLE PAVÓN, "Desarrollo de la economía mercantil y construcción de caminos México-Veracruz en el siglo XVI, en *América Latina en la Historia Económica*, México, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, Segunda época, núm. 27, enero-junio 2007, pp. 4-49. Al principio se utilizó la ruta prehispánica modificada por Hernán Cortés y los comerciantes de la ciudad, pero los intereses particulares del virrey Mendoza en la zona de Orizaba fomentaron una ruta más al sur, que además resultó muy conveniente para la recién fundada ciudad de Puebla y su área de influencia sobre las ricas tierras indígenas y el enlace con Antequera de Oaxaca.

¹⁷⁴ MARIO TRUJILLO, *op.cit.*, pp. 62 a 71. En la década de 1880 se inició la reparación de las instalaciones de la Aduana Marítima y el Muelle Fiscal. Con los planes del ingeniero Emilio Lavit se construyeron grandes almacenes, edificio de faros y una flamante estación de ferrocarril. Se realizó la limpieza y ensanchamiento de la bahía, diques, malecones y obras sanitarias. Todo esto permitió también mejorar los ingresos por exportaciones y la racionalización del movimiento marítimo. En una segunda etapa, a partir de 1901 se continuaron los trabajos de mejora urbana, ampliación del sistema ferroviario, con un movimiento de más de 360,000 toneladas de carga y 20,000 pasajeros anuales. Con las nuevas instalaciones se permitió el arribo de vapores de más de 1,000 toneladas de peso. Para ello fue necesario incrementar y diversificar las labores del puerto además de jerarquizar el trabajo de los puestos de mando. Al comenzar el siglo XX la fisonomía del puerto era notablemente distinta.

compañía Weetman D. Pearson y éstas culminaron en 1903.¹⁷⁵ A continuación se reseñan los movimientos marítimos que conectaban a este puerto y otros del Golfo de México con el resto del mundo a fines del siglo XIX.

El puerto de Veracruz

El puerto de Veracruz es el principal punto de contacto de la Ciudad de México con el mundo Atlántico.¹⁷⁶ Las primeras naves mercantes no españolas que ingresaron mercancías al puerto en el siglo XIX fueron las fragatas angloamericanas procedentes de Nueva York, Nueva Orleans, Baltimore, Panzacola, Charleston y La Habana. Inició así una preponderancia de las compañías navieras extranjeras sobre las nacionales (los barcos de otras nacionalidades podían cargar hasta 200 toneladas, mientras que las naves mexicanas llegaban hasta 70). Desde las primeras décadas del siglo, los estadounidenses exigieron garantías para su comercio y junto a los barcos europeos establecieron los primeros contactos con los puertos más lejanos del ámbito Atlántico. Para fines del siglo XIX el intercambio mercantil estaba dominado por las casas comerciales alemanas, españolas, francesas, inglesas y estadounidenses, ofreciendo también transporte de pasajeros y apoyadas en una red extensa de consignatarios.¹⁷⁷

En la década de 1880 el tráfico marítimo tuvo un notable incremento con los avances tecnológicos aplicados a la capacidad de carga de las naves, convirtiéndose en un próspero negocio y fuente de diversificación. El puerto de La Habana siguió siendo estratégico, ahora como enlace también hacia la costa este de Estados Unidos y a su vez, el puerto de Nueva Orleans sirvió a buques europeos y norteamericanos por igual para conectar con Tampico, Veracruz y

¹⁷⁵ PAUL GARNER, *Leones británicos y águilas mexicanas: negocios, política e imperio en la carrera de Weetman Pearson en México, 1889-19019*, México, FCE, 2013, p. 114. Otras instalaciones se modernizaron entre 1895 y 1903.

¹⁷⁶ SANDRA KUNTZ Y HORST PIETSCHMANN (editores), *México y la economía atlántica. Siglos XVIII-XIX*, El Colegio de México, 2006. La sociedad continental y la trasatlántica convergían en el ámbito económico, social e ideológico en el marco de una primera globalización de la era contemporánea en esta macro-región marítima.

¹⁷⁷ Mario Trujillo Bolio, *op cit.*, pp. 113 a 125.

Progreso. Por otra parte, las posesiones coloniales en las Antillas adquirieron un nuevo valor, en particular Kingston, Puerto España en Trinidad y Saint Thomas. La rentabilidad de los viajes de ida y retorno se fundamentó en los envíos de plata, otros metales preciosos y ciertas materias primas estratégicas.¹⁷⁸

Las navieras estadounidenses

La primera ruta de importancia unía los puertos mexicanos con Estados Unidos al norte por Nueva York a través de La Habana, y la segunda hacia el sur por Nueva Orleans. Entre 1870 y 1900 el tráfico mercantil a través de estas dos vías se intensificó y diversificó, aunque no dejó de ser desigual, destacando la importación de bienes de producción y algodón. Las empresas norteamericanas fueron las primeras en obtener ventajosas concesiones. Desde 1844 la casa Hargous y Cía, importaba algodón desde el río Mississippi hasta los centros fabriles de México. Por su parte, la línea naviera Alexander e hijos logró subvenciones del gobierno mexicano desde 1867. Entre 1878 y 1893, bajo el nombre de Alexander y James E. Ward, la compañía siguió obteniendo ventajas y mejorando sus contactos con la ruta de Veracruz mediante un contrato firmado en 1878 entre el gobierno federal y sus representantes en ese puerto, Ritter y Cía. En la década de 1890 obtuvo concesiones similares para otros circuitos comerciales y el control de los embarques de aceite y petróleo. Otra línea estadounidense, la New York, Havana & Mexican Mail Steam Ship Line tuvo un destacado papel, al sumarse al transporte de pasajeros y una red de representantes en Liverpool, Londres y Hamburgo y consignatarios para el envío de mercancías por las líneas férreas desde 1870, contando con seis vapores. En la década de 1890 se sumaron otros siete barcos y agentes comerciales en los principales puertos. En la ciudad de México sus consignatarios eran J. R. Cardeña y Cía.¹⁷⁹

¹⁷⁸ *Ibid.*, pp.144-150.

¹⁷⁹ *Ibid.*, pp. 125-128 y 144-150.

Las navieras británicas

El comercio con Inglaterra inició con la empresa naviera Royal Mail Steam Packet Company con operaciones desde Southampton, destacando la importación de hilados y tejidos de lana y algodón, conocida como el “Paquete Inglés”. La West Indies & Pacific contó con instalaciones en el puerto de Liverpool y los muelles del Támesis en Londres. Este comercio también cubría el puerto de Gibraltar y el resto del tráfico naviero por el Mediterráneo y apoyado en la presencia británica en las Antillas y las Bahamas. A partir de 1825, con el primer tratado comercial de México y durante el siglo XIX se fueron tejiendo más redes de intercambio con otros puertos ingleses a través de las West Indies Co. Por su parte el “Paquete Inglés” obtuvo privilegios en los impuestos portuarios de Veracruz y Tampico, con trato preferencial en el servicio de carga y descarga de mercancías y fletes, transportando además 1.2 millones de pesos en correspondencia. También destacó la Mala Real Inglesa cuya ruta hacía escala en el puerto de Madeira, además de la obligada de La Habana. La Liverpool Harrison Line ofreció el transporte de carga al puerto norteño entre 1870 y 1910 y amplió su capacidad asociándose con Alfred Le Blanc y otra firma mexicana para formar García & Co. Cada tres semanas la Harrison daba el servicio entre Veracruz y Liverpool. Finalmente, la línea inglesa Frederick Leykand & Company ofrecía un servicio cada dos semanas hacia puertos europeos.¹⁸⁰

Las líneas y rutas marítimas españolas

A partir de 1836 el vínculo comercial con España de mayor afluencia continuó practicándose a través de Cádiz, por donde se canalizaban productos de Barcelona, Valencia, Cartagena y Málaga, con una extensa red atlántica. En la década siguiente se sumaron los puertos de la costa norte, desde Bilbao y Santander; Vigo y Coruña. Junto a los conocidos productos alimenticios, de esos puertos llegaron también envíos de tejidos de lana y algodón manufacturados. Hacia la década de 1880 se sumaron tejidos de punto de algodón, bayetas, tejidos de lana y seda, paños de lana y diversidad de otros productos españoles. Este

¹⁸⁰ *Ibid.*, pp. 128-132 y 152-157.

comercio se sumó al de los españoles establecidos en Cuba, quienes exportaban a México los productos antillanos. Estas rutas eran cubiertas por las empresas Pinillos, Sáenz Izquierdo y Compañía con su agente en Veracruz: Zaldo Hermanos y Cía. Por otra parte los vapores de J.B. Morera y Cía. tenían como consignatario en Cádiz a Antonio Martínez de Pinillos. La empresa López y Compañía tomó el nombre de Compañía Trasatlántica Española a partir de 1881 con vapores de hasta 3,418 toneladas como el Alfonso XII y otros de hasta 5,500 toneladas. Sus agentes en Veracruz eran Gómez Hermanos, en esta línea el costo del pasaje a Cádiz, A Coruña, Santander o Barcelona era de \$220 pesos en primera clase, \$180 en segunda y \$60 en tercera.¹⁸¹ Por otra parte, la Compañía Vapores Correos del Marqués del Campo cubría numerosos puertos del Golfo de México y España, asociada con Zaldo Hermanos en Veracruz, Alejandro Quijano en Puebla y Manuel Ibañez en la Ciudad de México.¹⁸²

Las líneas y rutas marítimas francesas

El Havre fue el punto de partida de una ruta comercial francesa que tocaba Calais, Brest y Burdeos, mientras que de Marsella se enviaban productos embarcados en Niza y Tolón, ambas rutas con escala en las islas de Guadalupe y Martinica. De Francia se embarcaban sedas, lanas y otros artículos de lujo. Durante el Porfiriato este comercio aventajó al de otros países, superando a los productos españoles. Desde la década de 1870 destacaron las líneas trasatlánticas de El Havre con su agente Francisco J. Ancona e Hijos. Por otra parte, la Compañía General Trasatlántica de Vapores Correo Francés ofrecía transporte de carga y pasajeros desde 1862, creciendo rápidamente hasta conformar una compañía de 30 millones de francos, con especial atención a su ruta a Veracruz, proporcionando la infraestructura que Napoleón III necesitó para la invasión a México, decayendo entre 1881 y 1892, pero recuperándose en los años siguientes hasta 1900. Sus agentes en Veracruz fueron Nerón Hermanos, Wittenez y Cía., y en la Ciudad de

¹⁸¹ JULIO POPPER FERRY, *Plano del perímetro central. Directorio comercial de la ciudad de México*, México, Litografía Debray, suc. [1883].

¹⁸² MARIO TRUJILLO, *op cit.*, pp. 133-140 y 157-163.

México E. Dubois y hacia 1895 Lions Hermanos.¹⁸³ El costo del pasaje de ida y vuelta a Saint Nazaire era de \$420 pesos en primera clase, \$378 en segunda y \$285 en tercera.¹⁸⁴

Las rutas y navieras alemanas

La ruta de los productos alemanes partía de Bremen y Hamburgo pero cubría una extensa red de puertos de otros países: Amsterdam, Amberes, Londres, El Havre, Burdeos, el Golfo de Vizcaya, Nueva York e islas caribeñas. Las compañías navieras alemanas eran muy versátiles y abarcaban grandes recorridos marítimos, conectando mercados periféricos y diversidad de productos. La primera compañía naviera alemana que dio servicios a México fue la Mala Imperial Hamburg Amerika Linie, con cargamentos de 800 a 4,500 toneladas en dos rutas en viajes mensuales. Sus agentes en Santander eran Carlos Hoppe y Cía, en Cádiz la firma Hijos de Evelio Lainz, en Veracruz Gull Busing & Co., y en la Ciudad de México la sociedad Christlieb y Ribbke.¹⁸⁵

La Compañía Mexicana de Navegación

Varias compañías mexicanas surgieron en el siglo XIX para realizar comercio de cabotaje en el Golfo de México. La Compañía Mexicana de Navegación tuvo su ascenso a partir de 1882, con capacidad de almacenaje de 4,000 toneladas y la realización de viajes trasatlánticos entre Veracruz y Liverpool, con escalas en El Havre y Santander. En la década de 1890 se asocia con otras empresas navieras nacionales y estadounidenses como la Mexican Central Railway Co. Ltd., y la Mexican International Pacific & Gulf of California S.S. Co. La empresa presionó en 1889 al gobierno mexicano para firmar un tratado de amistad, comercio y navegación con China.¹⁸⁶

¹⁸³ *Ibid.*, pp. 140-143 y 164-168.

¹⁸⁴ Julio Popper Ferry, *op. cit.*

¹⁸⁵ MARIO TRUJILLO, *op cit.*, pp. 143-144 y 150-152.

¹⁸⁶ *Ibid.*, pp. 168-176.

En el cuadro 2 se aprecia la preponderancia de las líneas estadounidenses y españolas y la práctica de todas las compañías navieras de contar con representantes exclusivos (salvo Ritter), en ambas plazas.

Cuadro 2
Representantes de las compañías navieras en México y Veracruz, 1870-1900

Compañía	País	En Veracruz	En cd. de México
Línea Alexander & Ward	Estados Unidos	Ritter y Cía.	C.M. St. Hill
New York, Havana & Mexican Mail Steam Ship Line	Estados Unidos	R.C. Ritter	R. Cardeña y Cía.
Compañía Trasatlántica Española	España	Gómez Hermanos y Martínez Hermanos	J. Bousquet
Compañía Vapores Correos del Marqués del Campo	España	Zaldo Hermanos	Manuel Ibáñez
Compañía General Trasatlántica de Vapores	Francia	Nerón Hermanos, Wittenez y Cía.	E. Dubois y Lions Hermanos
Mala Imperial Hamburg Amerika Linie	Alemania	Gull Busing & Co.	Christlieb y Ribbke

Fuentes: Mario Trujillo Bolio, *op. cit.*, pp. 146-176, y *El Tiempo*, 2 de julio 1891, p. 4.

b) El transporte por vía ferroviaria

A inicios de la República Restaurada se formó un grupo denominado “los catorce”, en el que se encontraban Antonio Mier y Celis, Miguel Rul, Sebastián Camacho, Pedro del Valle, Ángel Lascuráin y Cayetano Rubio, entre otros, con el fin de invertir en ferrocarriles.¹⁸⁷ Por otra parte, las primeras inversiones en este campo que provinieron de Estados Unidos tuvieron un enfoque militar, como la dirigida por el general W. S. Rosecranz o la del ingeniero Albert K. Owen en Sonora, con un enfoque geo-político. El secretario de Fomento, Vicente Riva Palacio buscó llevar a cabo un plan más integral, que atrajo el interés del general Ulises Grant, se trataba ahora de una *conquista pacífica* que derivó en la integración de la red con Estados Unidos. En 1880 inicia la construcción de la magna obra del Ferrocarril Central Mexicano, que uniría la estación Buenavista de la Ciudad de

¹⁸⁷ JOSÉ C. VALADÉS, *El Porfirismo, historia de un régimen*, Fondo de Cultura Económica, México, 2015, p. 220.

México con la frontera con Estados Unidos, concesión otorgada a un grupo de inversionistas de Boston y con subvención del gobierno de Manuel González. Un segundo ferrocarril, de vía angosta se otorgó a James Sullivan en septiembre de ese año, llamado Compañía Nacional Mexicana. Cada grupo luchó por sostener sus privilegios y compitieron con intensidad para tender las líneas, bajo la supervisión del secretario de Fomento Porfirio Díaz, interesado en tender otras líneas ramales a partir de 1881. Uno de ellos, de la Ciudad de México a Cuautla fue otorgado a Delfín Sánchez y Manuel Mendoza Cortina, sin embargo uno de los primeros accidentes graves sucedió en esta línea. En 1882 se inauguró el tren México-Toluca y se anunciaron las primeras ganancias del Ferrocarril Central, que obtuvo un triunfo con el primer viaje entre la capital de la República y Paso del Norte el 22 de marzo de 1884. A partir de entonces, las ganancias de los ferrocarriles continuaron en ascenso, a la par de las subvenciones y concesiones, aunque parte del esfuerzo de unir al país por vía férreas también respondía a la expansión del mercado interno.¹⁸⁸

La Ciudad de México contaba con cuatro categorías de servicio ferroviario: 1) Los que circulaban solamente al interior de la ciudad (tranvías, jalados por mulas o caballos, llamados “de sangre”); 2) Los que comunicaban con otros puntos del Distrito Federal; 3) Los ferrocarriles federales, de tipo interregional y que recorrían grandes distancias, con enlaces internacionales, y 4) Los que asistían a los propios ferrocarriles y sus dependencias (en particular el de circunvalación o “de cintura”). Desde un punto de vista técnico se clasifican en rieles de vía ancha (1.44 metros) y angosta (0.90 metros).¹⁸⁹ Las empresas que servían al transporte de carga y pasajeros eran:

¹⁸⁸ *Ibid.* pp. 221-236, y SANDRA KUNTZ, “Mercado interno y vinculación con el exterior: el papel de los ferrocarriles en la economía Porfiriato”, en *Historia Mexicana*, XLV, 1, 1995, pp. 39-66.

¹⁸⁹ FERNANDO AGUAYO, “Afuera y adentro. La ciudad de México y su sistema ferroviario”, en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. II, pp. 125 a 130.

- a) El **Ferrocarril Mexicano** (entre Veracruz y México) tenía una estación en el ala oriente de Buenavista. Fue terminado en 1872. En 1883 el costo del pasaje a Veracruz era de \$16 pesos en primera clase, \$12.50 en segunda y \$7.26 en tercera.¹⁹⁰ Véase la figura 1.
- b) El **Ferrocarril Central**, compartía espacio en el ala poniente de estación en Buenavista, terminado en 1884, para unir a la ciudad de México con la frontera de Estados Unidos, con conexión a Chicago. Las obras de infraestructura generaron profundas transformaciones en el espacio urbano circundante. Daba servicio con dos trenes de pasajeros y uno de carga. Poseía un eficiente material rodante.¹⁹¹
- c) El **Ferrocarril Nacional**, también llamado Sullivan y Compañía Constructora Nacional Mexicana, con estación en La Colonia, cerca de la hacienda de la Teja, con talleres de gran magnitud y depósitos para mercancía en Santiago Tlatelolco, donde se almacenaban productos de Europa y Estados Unidos, y una vía férrea para relacionarse con las estaciones La Colonia, Ciudadela y Alberca Pane.
- d) La **Compañía Limitada de Ferrocarriles del Distrito**, con catorce estaciones ubicadas en la periferia de la ciudad y diez en poblaciones de las cercanías, llamadas líneas foráneas. La compañía construía sus propios vagones en el Depósito Central, talleres ubicados en la colonia de los Arquitectos, Casa Tolsá, Los Guardas, La Viga y Chapultepec. Las postas de la compañía contaban con macheros, trojes, graneros, bebederos y pajares para el servicio de mulas y caballos. Poseía tranvías de vía ancha para 28 asientos y angosta, de 16 asientos. Los vagones daban servicio de primera y segunda clases, funerarios y de carga. Para

¹⁹⁰ JULIO POPPER, *op. cit.*

¹⁹¹ SANDRA KUNTZ, "La mayor empresa privada del porfiriato. El Ferrocarril Central Mexicano (1880-1907)", en Carlos Marichal y Mario Cerutti (comps.) *Historia de las grandes empresas en México, 1850-1930*, México, Fondo de Cultura Económica, 1997, pp. 39-63. La autora señala que el endeudamiento y el entorno de un país atrasado llevaron a la subutilización de sus instalaciones, elevó los costos de mantenimiento y provocó fricciones entre los inversionistas, que condujeron a un pobre retorno del capital invertido. Estas condiciones permitieron al gobierno de Porfirio Díaz a la *mexicanización* de la empresa, mediante la adquisición de la mayoría del capital accionario en 1908.



FIGURA 1. Estación del Ferrocarril Mexicano. Fotografía: Grove & North. ca. 1883. en SALMERÓN, ALICIA Y FERNANDO AGUAYO, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, Instituto Mora, 2013, p. 131. En la imagen se observan cuatro vías, tres de ellas ocupadas por vagones. El galerón está techado con vigas metálicas y adornado con un frontón de piezas de fundición. Seis personas aparecen en la escena: tres sobre la plataforma de la estación y las otras apoyadas en cada uno de los trenes, cuyo diseño denota una estructura metálica cubierta de madera.

este servicio “se alquilaban las plataformas y los furgones a un precio de tres a seis pesos, según las distancias”.¹⁹²

- e) El **Ferrocarril de Baños**, establecido en 1880 por el señor Romualdo de Zamora, con seis kilómetros y que atravesaba la ciudad de oriente a poniente. Además de llevar pasajeros a la Alberca Pane y los Baños Osorio, daba servicio de carga, conectando los ferrocarriles Nacional y el Interoceánico (inaugurado con posterioridad).

¹⁹² MARIO BARBOSA CRUZ, “El mercado de San Juan y la descentralización del abasto en la ciudad de México”, en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. II, p. 137.

- f) El **Ferrocarril Interoceánico**, con la antigua estación Morelos en la Candelaria de los Patos. Planeaba otorgar el servicio entre Acapulco, el Estado de Morelos y el puerto de Veracruz.¹⁹³

En suma, los ferrocarriles Mexicano, Central, Nacional e interoceánico realizaban el movimiento de mercancías y transporte de pasajeros a larga distancia. Los tranvías del Distrito y de Baños, en cambio permitieron a los habitantes de la Ciudad de México desplazarse de las zonas periféricas o transportarse dentro del área central, beneficiando al comercio. La ubicación de las estaciones mejoró la conectividad de los negocios ubicados en el rectángulo central de la ciudad, cuya red se extendía de oriente a poniente (ocho vías) y de menor extensión de norte a sur (seis vías), con fulcros en el Zócalo y la Alameda. Las grandes estaciones de larga distancia se concentraban en un arco sobre los sectores noroeste y oriente de la ciudad, siendo el primero más favorecido con las grandes líneas a Veracruz y la frontera con Estados Unidos. Fernando Aguayo apunta a que el servicio era suficiente para las actividades comerciales y de flujo de personas, pero que se saturaba durante las festividades, cuando muchas personas buscaban transporte para asistir a eventos religiosos y verbenas populares.¹⁹⁴

La **figura 2** muestra un plano de la Ciudad de México en 1886, en el que puede apreciarse la ubicación de las estaciones de ferrocarril en relación a la zona comercial central. A fines del siglo XIX, la superficie ésta era de aproximadamente un octavo del total de la ciudad, concentrando en torno a la plaza central, los edificios de gobierno, religiosos, y comercios de lujo, de los que se tratará con más detalle en el capítulo III. Ahora cabe notar que ciertos negocios se encontraban fuera de área central, algunos en las avenidas que corrían al norte del parque de la Alameda, en dirección de las estaciones del Ferrocarril Central y Nacional, que sigue el mismo trazo de la antigua Calzada de Tlacopan.

La **figura 3** es una vista ampliada de la plaza central, llamada Zócalo, con su red de tranvías era el centro de la vida social y comercial a fines del siglo XIX. Los

¹⁹³ FERNANDO AGUAYO, *op. cit.*, pp. 130-141.

¹⁹⁴ *Ibid.*, pp. 141-144.

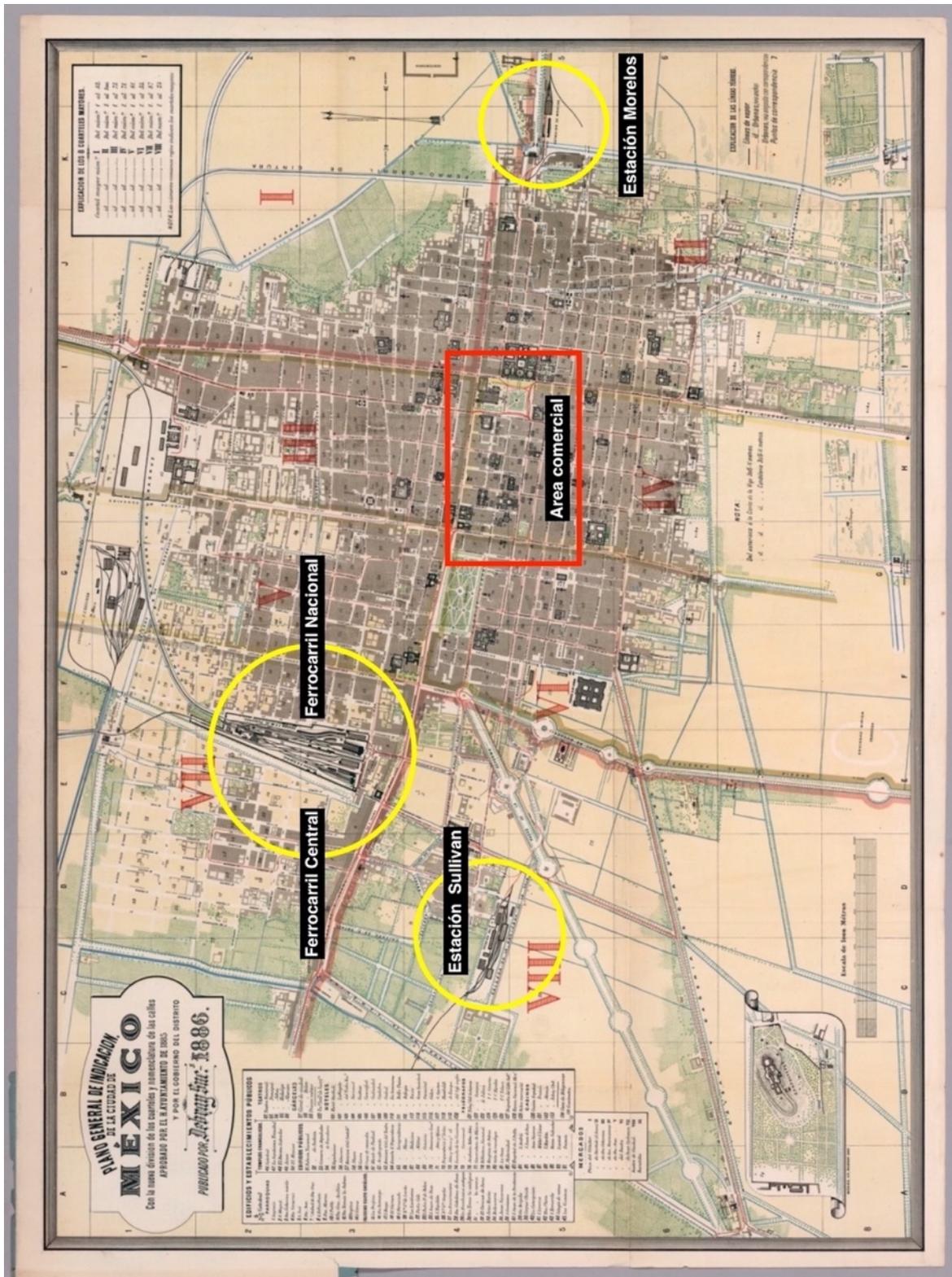


FIGURA 2. H. AYUNTAMIENTO DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y GOBIERNO DEL DISTRITO, *Plano general de indicación de la ciudad de México*, México, México, Litografía Debray, suc. 1886.

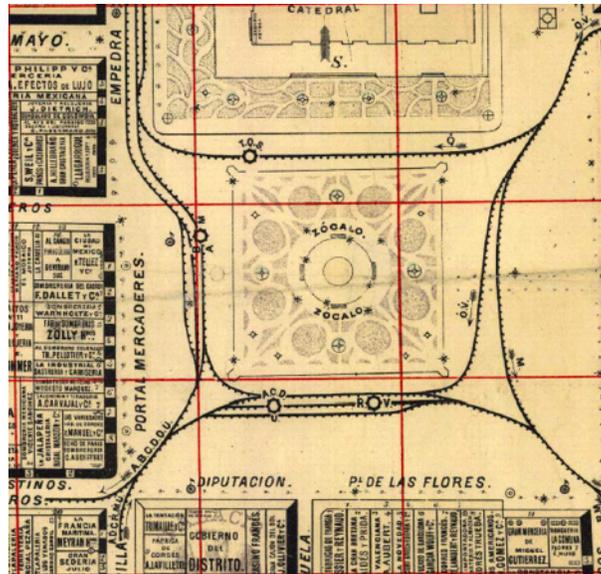


FIGURA 3. Detalle de la plaza central con las líneas de rieles de vía ancha y cuatro estaciones de tranvías. JULIO POPPER FERRY, *Plano del perímetro central. Directorio comercial de la ciudad de México*, México, Litografía Debray, suc. [1883].

comercios situados en el Portal de Mercaderes, Empedradillo, Diputación, Portal de las Flores, Cinco de Mayo, Plateros, Portal de Agustinos, Monterilla, Callejuela y Flamencos fueron los más favorecidos por este sistema de transporte de tranvías locales y ferrocarriles de larga distancia.

En el presente capítulo se pudo observar que, a finales del siglo XIX, el comercio exterior adquirió mayor dinamismo, como parte de un movimiento mundial de expansión económica y un fenómeno local de estabilización política. La ampliación de la red ferroviaria a partir de 1873 inició la integración del mercado interno y la expansión del comercio exterior. Fue posible identificar una convergencia de intereses entre el sistema político, que buscaba su legitimación y el económico, necesitado de ordenamiento y modernización. La acumulación de capitales provenientes del comercio permitió a un grupo reducido de empresarios invertir en nuevas industrias textiles, bajo un nuevo esquema organizacional que redujo los costos de transacción. La modernización de las empresas en las décadas de 1880 y 1890 condujo a la integración de comercios textiles y las industrias del ramo, lo que derivó en la creación de almacenes comerciales. El alza en los precios de los productos importados, por la depreciación de la plata

impulsaron la producción local y nacional de manufacturas de algodón, lana y seda. Los ferrocarriles y la ampliación de la red marítima permitió diversificar las importaciones, con cambios de esquema fiscal y certidumbre jurídica en las operaciones. Por otra parte, la vinculación entre negocios de ramos distintos propició eslabonamientos productivos, como fue el caso de las máquinas de coser, la fabricación de telas y la confección.

Capítulo II

Sociedad y comercio en la ciudad de México a fines del siglo XIX

Durante la República Restaurada, después de cinco décadas de guerras civiles e invasiones extranjeras, la sociedad mexicana se encontraba empobrecida y con enormes carencias de infraestructura, educación y niveles muy bajos de consumo. El panorama social muestra una pirámide muy amplia en la base de ingresos bajos, una incipiente clase de ingresos medios y un reducido número de familias de altos ingresos que formaron la *oligarquía*.¹ Para comprender la dinámica del comercio en la época porfiriana es necesario observar cómo el proceso productivo y las prácticas laborales favorecieron la acumulación de capital a partir de las Leyes de Reforma, modificando el comportamiento de la clase dominante.²

En el capítulo anterior se señaló que el gasto en prendas de vestir constituía entre el 11% para una persona de altos ingresos y el 23% para la clases medias. Por el precario sistema financiero, el crédito era escaso y fue afectado por las crisis de 1883, 1892 y 1894, que sumadas a la devaluación del peso de plata, restringieron el movimiento comercial.³ Aunque en la década de 1880 se había iniciado la operación de bancos, se abrieron fábricas, se edificaron escuelas públicas y se emprendió la construcción de ferrocarriles, el mercado de prendas

¹ MARCELLO CARMAGNANI, *La grande illusione delle Oligarchie, Stato e Società in America Latina (1850 1930)*, Turín, Loescher Editore, 1981, pp. 7-9. Para Carmagnani, *oligarquía* designa una forma de dominación política caracterizada por la concentración de poder en un grupo exclusivo, ejercido en función de clases o facciones que definen un régimen autoritario. La dominación de la oligarquía se construye a partir de redes familiares que detentan el poder y establecen mecanismos de exclusión.

² ESTELA RAMÍREZ VILLALOBOS, “El desarrollo del capitalismo en México en la segunda mitad del siglo XIX”, *Economía Informa*, núm. 374, mayo-junio 2012, pp. 26-28.

³ En *El Tiempo* se lee: “en las finanzas locales todo se ha desmoralizado y revuelto con la rápida baja de la plata. Los comerciantes cancelaban apresuradamente los pedidos al exterior por efectos de todas clases... por lo mismo, la paralización del comercio no puede ser más completa”, en “La situación”, *El Tiempo*, 4 de julio de 1893, p. 2.

de vestir seguía dominado por las importaciones. En la década de 1890 mejoró la infraestructura, se abrieron grandes almacenes y aumentó la venta de manufacturas nacionales. En este capítulo se mostrarán las condiciones en que laboraban los trabajadores de los talleres textiles y se analizarán los factores que configuraron la demanda de telas y ropa manufacturada: las diferencias de clase, la conformación de la moda de élite, la exclusión social y el imaginario colectivo en torno al consumo. Con ello se intenta comprender el fenómeno de la demanda.

2.1 Las clases sociales y el comercio en la Ciudad de México

Para observar la capacidad de compra y cultura del consumo a fines del siglo XIX, a continuación se describen algunos sectores de las clases sociales en México, observando el sustento material, la cohesión de grupo y la lucha por sus intereses se puede comprender mejor la estructura de clases.⁴ Se inicia con una descripción de las condiciones de trabajo en las industrias textiles, para comprender mejor la producción de prendas de vestir y las condiciones de vida de los trabajadores de este ramo. Luego, para ejemplificar a las clases medias se observan las características de los pequeños comerciantes y los sastres; por último se describen las características de la clase dominante durante el Porfiriato a nivel nacional y regional.

a) Los trabajadores de las industrias textiles

La incipiente industrialización de la Ciudad de México durante la primera mitad del siglo XIX favoreció la formación de un proletariado urbano y la transformación del artesanado gremial en un sector laboral dependiente de los comerciantes. En el caso de las fábricas textiles⁵ la acumulación de riqueza de los dueños se basaba en la explotación de las jornadas de trabajo, bajos salarios, prácticas abusivas y

⁴ EDWARD P. THOMPSON, *Tradicón, revuelta y consciencia de clase*, Barcelona, Crítica, 1979, pp. 33-39.

⁵ Entiéndase por textiles la fabricación de telas desde la hilatura hasta su acabado y transformación en productos de consumo como paños, casimires y manta. La manufactura de ropa podría clasificarse en el siglo XIX dentro de los talleres artesanales en tránsito a talleres fabriles.

de endeudamiento forzado, como es el caso de la fábrica *La Fama*.⁶ Otros trabajadores consiguieron mejoras mínimas, como el caso de los sombrereros, quienes fueron excusados de trabajar en días de fiestas religiosas. Pese a todo, un trabajador tenía muy pocas posibilidades de comprar en un negocio establecido, ya que los sueldos eran ínfimos: las costureras ganaban entre 25 y 50 centavos diarios, cuando el mínimo de subsistencia era de un peso.⁷ María Gayón muestra cómo estos trabajadores eran presa de agiotistas o de los propios capataces de las fábricas quienes les vendían baratijas, dulces o comida (por el impedimento de salir a consumir los alimentos preparados en sus casas). La introducción de nueva maquinaria favoreció los despidos y la sustitución de trabajadores locales por personal extranjero apto para manejar el nuevo equipo. Además, los propietarios de las fábricas de *San Ildefonso* y *La Colmena*, al pagar su salario en vales, obligaban a los trabajadores a comprar en sus “tiendas de raya”, a precios más altos que en las tiendas comunes.⁸ Con esta artimaña, parte del salario beneficiaba al dueño, sustrayendo al trabajador del consumo de productos comerciales. Una justificación común en esa época era que así se evitaba la embriaguez y el gobierno no intervenía en estos “actos particulares” en nombre del liberalismo.

Durante la primera mitad del siglo XIX, la disolución del sistema gremial de la época colonial llevó a la creación de talleres de artesanos independientes y una mayor competencia entre ellos. Los que no contaban con un local abierto al público fueron segregados a la periferia de la ciudad, favoreciendo a los comerciantes del centro a apropiarse de los espacios de los artesanos. Los

⁶ MARÍA GAYÓN CÓRDOVA, *Condiciones de vida y de trabajo en la Ciudad de México en el siglo XIX*, México, Dirección de Estudios Históricos, INAH, 1988, (Cuaderno de Trabajo, [núm. 53](#)), pp. 72-86. En la fábrica *La Fama*, la jornada era de 15 horas, que iniciaba al amanecer y en ocasiones se obligaba a los trabajadores a “veladas”, horas extra por la noche o a trabajar en días feriados.

⁷ *Ibid.* pp. 87-91. Estos salarios eran fijados de manera arbitraria por el administrador del taller y el salario de las mujeres era inferior al de los hombres. Cualquier error de manufactura, descomposturas de las máquinas, merma o desperdicio del material era descontado de ese ingreso.

⁸ *Ibid.* pp. 92-104. Los contratos no especificaban el número de horas, sino que la medida era “por día”, imposibilitando al trabajador contar con tiempo para ir a la ciudad o realizar cualquier otra actividad.

mejores locales se encontraban al sur de la Plaza Mayor, donde estaban los talleres más prósperos y que vendían directamente al consumidor. Estos locales eran muy costosos e implicaban un gasto mayor al 50% del ingreso del taller, por lo que muchos artesanos trabajaban desde sus hogares o deambulaban pregonando sus productos. Quienes conseguían un intermediario debían vender a un precio menor o trabajar en un taller organizado por algún comerciante exitoso.⁹ Con el avance de la industrialización del régimen porfirista muchos artesanos tuvieron que vender su fuerza de trabajo, ingresando al proletariado urbano.¹⁰ Un alto porcentaje de los empleos especializados en la confección de ropa y artículos de vestir eran trabajados por mujeres: corpiñeras, pantaloneras, bordadoras, enagüeras, camiseras, corbateras, falderas y pantaloneras, en los que había también una jerarquía inferior para las ayudantes y aprendices de estos oficios.¹¹

b) Las clases medias

El conjunto de los artesanos, los pequeños productores, los rancheros propietarios, los profesionistas independientes y los comerciantes no propietarios formaban la clase media, caracterizada por usar su propia fuerza de trabajo para la subsistencia, valiéndose de sus habilidades y algunas herramientas de su propiedad.¹² El crecimiento industrial tuvo como consecuencia un aumento de las actividades comerciales, demandando un mayor número de individuos dedicados al transporte de las mercancías, la vigilancia y supervisión de la producción, contabilidad, ventas de mostrador, publicidad y otras actividades que demandaban trabajadores con habilidades determinadas. Los artesanos calificados eran los mejor pagados, pero las crisis del sistema productivo deterioraron su ingreso y

⁹ *Ibid.* pp. 118-125. El nuevo esquema “gremial” rompió las relaciones familiares entre maestros, oficiales y aprendices, quienes dejaron de vivir juntos para buscar cuartos de alquiler.

¹⁰ JUAN FELIPE LEAL, *La burguesía y el Estado mexicano*, México, Ediciones El Caballito, México, 1979, p. 114.

¹¹ HIRA DE GORTARI RABIELA, “El empleo en la Ciudad de México a fines del siglo XIX. Una discusión”, en *Secuencia*, núm. 3, sep-dic 1985, p. 47.

¹² JUAN FELIPE LEAL, *op. cit.*, pp. 109-113.

propiciaron la desaparición de los trabajadores independientes.¹³ Por otra parte, los empleados de tiendas y almacenes participaban de manera indirecta en el proceso productivo al facilitar la conclusión del ciclo mercancía-dinero-capital.¹⁴ Por tanto, los profesionistas, pequeños empresarios y empleados de alto rango sufrían una tensión permanente en sus relaciones sociales, al oscilar entre la clase dominante y la trabajadora. Respecto a su modo de consumo, este grupo cercano a la clase dominante daba un alto valor a los aspectos de prestigio: ropa y medios exteriores de vida, obligándolos a destinar un gasto mayor en esos rubros.¹⁵ En su dimensión cuantitativa, en 1895 los comerciantes formaban el 4.1% de la población del país.¹⁶ Por su parte, en la Ciudad de México, en ese año se registraron 18,724 comerciantes; si el padrón municipal registró 325,707 habitantes, entonces los comerciantes formaban el 5.74% de la población.¹⁷ Desde la época colonial los sastres eran un gremio que defendió sus intereses formando cofradías que agrupaban personas de distinto origen étnico.¹⁸ En el siglo XVIII la vendimia del Portal de Mercaderes se extendía de las calles de Plateros a la de Tlapaleros. Algunos de estos espacios fueron subarrendados a sastres, calceteros, espaderos, barberías, despachos de escribientes, corredores del portal

¹³ JOSÉ CALIXTO RANGEL CONTLA, *La pequeña burguesía en la sociedad mexicana, 1895 a 1960*, México, UNAM, 1972, pp. 11-27.

¹⁴ ERIC HOBSBAWM, *La Era del Imperio, 1875-1914*, Barcelona, Paidós-Crítica, 2007, pp. 99-170. Para Hobsbawm, en Europa de fines del siglo XIX la pequeña burguesía (compuesta de maestros artesanos y tenderos) era un sector enfrentado tanto a los grandes propietarios, como a los proyectos colectivistas. Los pequeños burgueses eran chauvinistas y antisemitistas, enfatizaban lo que les separaba de la clase obrera por un sentimiento aspiracional que se caracterizaba por su inestabilidad política, la fragmentación y nacionalismo.

¹⁵ JAIME OSORIO, *Fundamentos del análisis social. La realidad social y su conocimiento*, México, FCE, 2001, pp. 82-99.

¹⁶ *Ibid.*, p. 75-80. El número de pequeños comerciantes en el país en 1895 era de 176,937 personas, lo cual implica que el número de trabajadores independientes en el ramo comercial aumentó en el último lustro del siglo XIX en un 24%.

¹⁷ MINISTERIO DE FOMENTO, Dirección General de Estadística, *Censo General de la República Mexicana, 1895*, México, Oficina Tipográfica de la Secretaría de Fomento, 1898, pp. 47 y 86

¹⁸ YASIR ARMANDO HUERTA SÁNCHEZ, *La Cofradía de Nuestra Señora de la Guía de los Oficiales del Gremio de Sastres, Calceteros y Jubeteros, Ciudad de México (1680-1730)*, Tesis de maestría en Historia, UNAM, 2014, pp. 14-24.

y a mujeres que vendían frutas y yerbas, pero que fueron desalojadas en 1751.¹⁹ En 1853 los sastres se agruparon con los sombrereros en la Sociedad de Auxilios Mutuos, una de las primeras en el México independiente y que los gobiernos liberales vieron como instituciones adecuadas para el aprendizaje de los valores republicanos.²⁰ Gracias a esa protección gubernamental se podían cobrar impuestos (en 1869 los sastres del Distrito Federal pagaban \$1, \$4 y \$10 pesos según su categoría por derecho de patente).²¹ Como se vio en el capítulo dedicado a la industria textil, los sastres tuvieron que enfrentar la competencia de la ropa hecha argumentando que esas manufacturas eran poco estéticas, no se adaptaban al cuerpo, que eran de baja calidad y estaban pasadas de moda.

Carlos Illades señala que se ha prestado poca atención los sastres y otros artesanos como parte de la clase trabajadora, pese a constituir un tercio de la población con actividades económicas en la ciudad (las dos terceras partes eran pequeños comercios) y que se agruparon para enfrentar las condiciones adversas de la inestabilidad del país en el siglo XIX. Los sastres fueron los primeros en organizarse para dialogar con los gobiernos para evitar perder sus fuentes de trabajo, vivir en condiciones miserables, pagar impuestos injustos o ser reclutados en la *leva*. Las sociedades de ayuda mutua establecieron contactos con las autoridades gubernamentales y tuvieron mayor conciencia de su papel social gracias a su nivel de alfabetización, que les permitió entrar en contacto con ideas sociales y políticas de vanguardia, aunque cuidaron mucho de no involucrarse con los partidos políticos en pugna. En la década de 1870 se intensificó la creación de sociedades, como la encabezada por Santiago Villanueva, Epifanio Romero, Juan

¹⁹ GABRIELA SANCHEZ REYES, "Tiendas, puestos y cajones en el portal de mercaderes de la ciudad de México", *Boletín de Monumentos Históricos*, Tercera época, número: 9, sep-dic. 2007, pp. 2-8.

²⁰ VANESA TEITELBAUM Y FLORENCIA GUTIÉRREZ, "Sociedades de artesanos y poder público. Ciudad de México, segunda mitad del siglo XIX", en *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*, núm. 36, julio-diciembre 2008, p. 132.

²¹ EUGENIO MAILLEFERT, *Directorio del Comercio de la República Mexicana para el año de 1869*, México, Imprenta de Francisco Díaz de León, 1868, p. 124.

Cano y Juan Mata Rivera, que influyeron en la creación del Gran Círculo de Obreros.²²

La Sociedad del Ramo de Sastrería para Auxilios Mutuos fue presidida por Epifanio Romero desde 1873, propuso crear cuotas para formar una caja de ahorros, dar solemnidad a los funerales, perfeccionar el oficio, la educación moral y un fondo para fundar nuevos talleres. En la primera mitad del siglo XIX fue aumentando la distancia entre los propietarios de los talleres artesanales y los aprendices, que pasaron a ser trabajadores por contrato. En la década de 1870 la Sociedad de Sastrería promovió las huelgas, la solidaridad entre los sastres, la creación de un taller cooperativo y contó con la simpatía de intelectuales como Guillermo Prieto.²³ Hacia fines de siglo, con la expansión de la red ferroviaria, el sastre Paul Elle promovió los envíos de cortes de sastre bajo un novedoso sistema para tomarse medidas “por sí mismo”. En su local ubicado en la 1a. calle de la Estación, recibía mercancía de Europa y enviaba trajes a varios puntos de la República.²⁴

c) La clase dominante del Porfiriato

El proceso de independencia dio origen a nuevos grupos de poder en México: los grandes mercaderes que permanecieron en el país y que pertenecían al Consulado de Comerciantes, los hacendados que mantuvieron de forma desigual sus fortunas, y los agiotistas, que obtuvieron ventajas de hipotecas no pagadas o lucrando con préstamos a los cambiantes gobiernos formando así un grupo privilegiado. Algunos comerciantes-hacendados fueron los primeros en invertir en talleres textiles, aprovecharon la demanda de tejidos de lana y algodón, transformándolos en fábricas modernas. La siguiente generación fue la de

²² CARLOS ILLADES, “Organización y formas de resistencia artesanales: los sastres de la Ciudad de México, 1864-1873”, en Alicia Hernández Chávez y Manuel Miño Grijalva, (coord), *Cincuenta años de historia en México*, México, El Colegio de México, 1991, pp. 323-328.

²³ *Ibid.*, pp. 328-337.

²⁴ FIGUEROA DOMÉNECH, *op. cit.*, p. 793.

extranjeros comerciantes que desarrollaron un sistema de usura e inversiones inmobiliarias que desembocó en la creación de instituciones financieras.²⁵

Según Ansaldi, en América Latina, la oligarquía se formó en el siglo XIX como resultado del proceso de configuración de estados-nación incorporados al dominio de las potencias y que se caracteriza por economías primarias exportadoras y sociedades agrarias muy estratificadas que se originaron en el caudillismo. La oligarquía se consolidó cuando hubo establecido relaciones más allá de su región inmediata hasta absorber al Estado.²⁶ En México el grupo terrateniente, los caudillos regionales y la élite comercial (muchos de ellos inmigrantes) se agruparon en torno a un *primus inter pares* —el general Porfirio Díaz—, vértice de la estructura piramidal del sistema centralizado, originado en un proyecto político liberal-conservador.²⁷

Marcelo Carmagnani propone que el dominio oligárquico en América Latina se gestó entre 1850 y 1880; se consolidó entre 1880 y 1914, y entrará en crisis hacia 1930, con la depresión económica, el nacionalismo de Estado y el ascenso de la política de masas.²⁸ Desde su periodo formativo algunos grupos de poder se vincularon con el imperialismo británico, francés o alemán, que ofrecían la oportunidad de aumentar los ingresos, prestigio y poder de la clase dominante, resolviendo las contradicciones nacidas del proceso de independencia. Estas circunstancias daban a esta clase una gran seguridad en sí misma, consciente de ser la única capaz de dirigir la sociedad, pero le impidió darse cuenta que vivía bajo una ilusión económica.²⁹

²⁵ ESTELA RAMÍREZ, *op. cit.*, pp. 29-31.

²⁶ WALDO ANSALDI, “¿Clase social o categoría política? una propuesta para conceptualizar el término oligarquía en América Latina”, *Anales*, núm. 7-8, 2004-2005, pp. 157-163.

²⁷ CHARLES HALE, *Las transformaciones del liberalismo en México*, México, Editorial Vuelta, 1991, p. 15.

²⁸ MARCELLO CARMAGNANI, *op. cit.*, pp. 9-10.

²⁹ *Ibid.*, pp. 10-14.

Durante el siglo XIX las estructuras sociales reforzaron la dominación, al mantenerse el modelo de familia de corte *patriarcal*.³⁰ Para Pierre Bourdieu al varón se le atribuía un papel central en el juego del poder, que se hizo más visible en el ámbito público.³¹ Bajo el modelo oligárquico, se acentuó el juego de opuestos entre los sexos, en consonancia con el ascenso de los proyectos conservadores europeos, (la era de Napoleón III y la Victoriana) emulados por las élites, caracterizado por una nueva sociedad patriarca. Esta dominación masculina consiste en la institución de la violencia simbólica, expresada en un proceso de control de los cuerpos. Los mecanismos de dominación se inscriben en las prácticas cotidianas como construcciones socialmente sexuadas del mundo, forman paradigmas de percepción y acción conforme a una visión mítica del mundo. Por la dificultad de poder observar actos efímeros o informales del acontecer histórico en la vida cotidiana, fenómenos tales como la indumentaria son propicios para mostrar los límites simbólicos del *habitus*.³² De esta manera, el primer filtro de pertenencia a la oligarquía es la segregación de género y su reforzamiento con el uso de indumentaria. La ropa juega un doble papel de mercancía y barrera de clase.

José Valadés presenta a la alta sociedad mexicana como una clase ociosa, entregada a la vida hedonista, oculta de manera hipócrita tras la sobriedad de los funcionarios porfiristas y la moral de las familias ricas.³³ Las frivolidades de este grupo contrastan con la insistencia en las lecciones de urbanidad y buenos

³⁰ EDWARD P. THOMPSON, *op cit.*, p. 19-20. En el caso que nos ocupa, *patriarcal* se refiere a una forma de dominio masculino que en la alta burguesía de la Ciudad de México estaba ligado a la consolidación de las fortunas familiares.

³¹ ANNE STAPLES, *Historia mínima de la vida cotidiana en México*, México, El Colegio de México, 2010, p. 138- 172.

³² PIERRE BOURDIEU, *La dominación masculina*, Barcelona, Anagrama, 2000, pp. 18-34. Para Pierre Bourdieu el *habitus* es la disposición a realizar una acción derivada de experiencias pasadas, interiorizadas como identidad corporal; el *habitus* es en esencia social y transforma los hábitos en *destino* gracias a la formación de categorías de percepción aceptadas de manera tácita desde la pertenencia a una clase social.

³³ JOSÉ C. VALADÉS, *El Porfirismo, historia de un régimen*, México, Fondo de Cultura Económica, 2015, pp. 507-514.

modales, marcando una distancia de los “pelados” o personas de clase inferior.³⁴ Otro comportamiento esperado en las mujeres era la discreción en todas sus acciones, tacto en las conversaciones y el ocultamiento de su intimidad bajo un lenguaje eufemístico. El mayor lucimiento de esta clase se realizaba en los suntuosos bailes privados, como los organizados por Delfín Sánchez o Sebastián Camacho.³⁵ En cambio, las ceremonias oficiales eran más recatadas pero recargadas de decoración; más pomposas eran las recepciones a los diplomáticos extranjeros, donde reinaba una rigurosa etiqueta de atuendos de noche. Uno de los más destacados ejemplos de esta forma de vestir fue el ministro inglés Spencer Saint John, y el modelo a seguir para las mujeres de élite eran los modales y atuendos de Ana Gutiérrez de Estrada.³⁶

El escenario cotidiano más notable de la alta burguesía era el *Jockey Club*, subvencionado por el gobierno, al que asistían exclusivamente los más prominentes miembros de la oligarquía: el financiero Sebastián Camacho, el inversionista Thomas Braniff, el acaudalado Guillermo Barron o el distinguido pero severo Guillermo de Landa y Escandón. Considerado como árbitro de la elegancia, Pablo Escandón era otro miembro de este club, mientras que Ramón Alcázar, José Aburto y Guillermo de Heredia se distinguían por sus colecciones de arte y antigüedades. Otro centro social de la burguesía, de funcionarios gubernamentales, era el *Casino Nacional*, donde destacaban Rosendo Pineda y el general Francisco Z. Mena.³⁷

³⁴ El *pelado* es la descripción hecha desde la clase dominante de los desposeídos, cuya desnudez escandaliza. JORGE I. CASTILLO CANCHÉ y JOSÉ CARLOS MAGAÑA TOLEDANO, “Un mundo marginal en la prensa gráfica porfiriana: los pobres de la Ciudad de México en el Mundo Ilustrado”, ponencia presentada en el VII Encuentro de Historiadores de la prensa; Universidad Veracruzana del 7 al 9 de abril de 2011, <http://www.antropologia.uady.mx/ca/historia_memoria/act_academicas.php> consultado el 19 de marzo de 2017.

³⁵ Delfín Sánchez Juárez fue un contratista encargado de terminar la línea del ferrocarril de Salina Cruz a Tehuantepec y miembro del Casino Español. Sebastián Camacho también fue empresario ferrocarrilero y senador, hijo del gobernador de Veracruz. Ralph Roeder, *op. cit.*, p. 325.

³⁶ Doña Ana Gutiérrez de Estrada Estrada, nacida en 1848 pertenecía a una importante familia de Campeche, estuvo casada con Augusto Luis Peón Peón. JAVIER SANCHIZ, *Seminario de Genealogía Mexicana*, <<https://gw.geneanet.org/sanchiz?lang=es&n=gutierrez+estrada&oc=0&p=joaquin>> consultado el 27 de abril de 2018.

³⁷ JOSÉ VALADÉS, *op. cit.* p. 515-523.

El hipódromo, extensión funcional del Jockey Club, era también uno de los espacios de mayor interacción social para la alta burguesía, en particular los dueños de caballos: Pablo Escandón, Pedro Rincón, Richard Honey, el general Felipe Berriozábal o Pedro Cervantes. Por la noche, las funciones de ópera ofrecían la oportunidad para reforzar la identidad de grupo y dar continuidad a las redes de negocios, cuyos nodos eran los altos funcionarios de gobierno, comenzando con la de Porfirio Díaz y Carmen Romero Rubio, las familias Amor, Escandón, Gargollo, Díez Gutiérrez, Rincón Gallardo, Torres Adalid, Iturbe, Llamedo, De la Torre, Álvarez Rul, Zaldívar, Landa, Cerdán, Barron, Moreno, Del Valle, Berges, Tornel, Fagoaga, Noriega, Castañeda, y Nájera y Riva.³⁸

Carmen Collado considera que los miembros de la oligarquía porfirista tradicional preferían invertir en haciendas o la usura que en industrias, aunque con menor margen de ganancia pero más seguras, lo que dio oportunidad a extranjeros avecindados en México para iniciar empresas en el comercio, la manufactura y las altas finanzas. Un ejemplo destacado fue Thomas Braniff, quien había adquirido experiencia en California y Sudamérica antes de emplearse como ingeniero en el ferrocarril México-Veracruz. Ahí descubrió el lucrativo negocio de la importación de mercancías para luego convertirse en accionista o propietario de varias fábricas, entre ellas *San Ildefonso*, además de bienes raíces, minería y comercios hasta su muerte en 1905.³⁹

José Valadés, por su parte, considera que el gobierno de Porfirio Díaz se convirtió en una agencia de negocios, donde los funcionarios encontraban oportunidad para enriquecerse, comenzando con el presidente de la República, quien nombró como secretario privado para sus negocios a Rafael Chousal. A su vez, éste obtuvo en 1895 importantes concesiones para la introducción del agua potable en la Ciudad de México. Los gobernadores de los estados se asocian a empresarios, como el caso del general Jerónimo Treviño y Enrique Creel. Los grandes negocios de la oligarquía tienen su centro en el grupo formado por

³⁸ *Ibid.*, p. 527.

³⁹ MARÍA DEL CARMEN COLLADO, *La burguesía mexicana. El emporio Braniff y su participación política, 1865-1920*, México, Siglo XXI, 1987, pp. 64-65.

Manuel Romero Rubio, José Yves Limantour, Joaquín D. Casasús, Pablo Macedo y Rosendo Pineda. Como funcionarios, se otorgan unos a otros contratos de gran monto. Estos privilegios, gozados durante muchos años crean una subcultura de poder y mando cargada de soberbia y desdén a las clases subalternas, llegando a sus extremos en los retos a duelo y las venganzas políticas, que desembocaron en homicidios.⁴⁰ El reforzamiento de la hegemonía del grupo se concretaba en mansiones de lujosa arquitectura y el boato del teatro. El régimen apoyaba a determinados periodistas y gacetillas, lo que causaba frecuentes rivalidades.

Al inicio del régimen porfirista se intentó que los capitalistas locales invirtieran en empresas productivas, pero los mayores montos de inversión provinieron de Estados Unidos, Francia, España y el Reino Unido, y que llegaron a ser de tal peso en la economía que conformaron la fracción hegemónica de la burguesía. De la naciente burguesía local destacan los comerciantes que invirtieron capitales en la industria manufacturera, conformando un nuevo criollismo. Finalmente, los capitales de la época del Porfiriato se distribuyeron entre los bancos regionales y los nacionales, estando los primeros subordinados al poder central.⁴¹

¿Cómo lograron los inmigrantes colocarse entre los más altos estratos de la sociedad mexicana? A diferencia de otros inmigrantes al continente americano del siglo XIX, que se incorporaron a la masa de trabajadores asalariados, en México la mayoría de los llegados de Francia, España y Alemania iniciaron empresas propias y en ocasiones con tal éxito que pronto pasaron a pertenecer a la clase dominante. Felipe Bello sostiene que más que el esfuerzo individual, es el marco social, cultural e institucional del país el que propició esta situación particular. En primer lugar, los bajos salarios desalentaron la llegada de trabajadores extranjeros a México (la mayoría prefirieron emigrar a Argentina, que ofrecía mejores sueldos). En segundo término hay que considerar la capacidad empresarial de los individuos (recursos materiales, preparación técnica y disponibilidad a la innovación); un

⁴⁰ JOSÉ VALADÉS, *op. cit.* pp. 533-540.

⁴¹ JUAN FELIPE LEAL, *op. cit.*, pp. 106-109.

tercer factor es el capital micro-social, que parte de los nexos con otros individuos para asociarse en un negocio, en este caso por una cercanía étnica.⁴²

Desde el punto de vista institucional, las grandes empresas de extranjeros en México se organizaron como sociedades en comandita simple restringida; es decir, la unión de esfuerzos para formar un capital mayor a partir de un pacto de confianza, que floreció gracias a un sistema de cobijo social de su grupo primario de referencia. El sistema comanditario fue diferente en cada caso: los *barcelonnettes* y los españoles incorporaron empleados con el incentivo de independizarse pasado un cierto tiempo, siendo los segundos más propensos a servirse de lazos familiares con un escalafón jerárquico muy pronunciado. Este sistema ponía a prueba la fidelidad del nuevo asociado durante un tiempo prolongado y fomentaba los valores de la disciplina y el ahorro.⁴³

Felipe Bello observa que el sistema comanditario de los *barcelonnettes* también se basaba en una promesa de ascenso económico, pero con énfasis en el mérito y no en los lazos familiares. Esto permitió a los empresarios contar con mayor diversidad de empleados, ofreciendo la posibilidad de regresar a Francia con cierto capital. Los ex-empleados independizados se convertían en compradores de mercancías de su antiguo empleador, creando un sistema extendido de negocios por todo el país. La disciplina y éxito del sistema proporcionó al grupo un gran prestigio en la sociedad mexicana, por su capacidad empresarial. Por otra parte, los *barcelonnettes* evitaron asimilarse a la sociedad mexicana y estaban sometidos a una fuerte disciplina y sanción social de su pequeño grupo.⁴⁴ En el apartado b) del capítulo III se verá con más detalle las industrias y comercios de este grupo y otros sectores privilegiados.

La disciplina de los *barcelonnettes* se apoyaba en la vigilancia de la Sociedad Francesa de Beneficencia, centro de reunión y apoyo de la élite industrial y financiera. Por otra parte, la organización de la sociedad de inmigrantes española

⁴² FELIPE BELLO GÓMEZ, "Emigración a México y capacidad empresarial a fines del siglo XIX", en *Secuencia*, Revista de historia y ciencias sociales, núm. 68, mayo-agosto, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 2007, pp. 2-16.

⁴³ *Ibid.*, pp. 16-19.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 20-29.

funcionó bajo un doble código de asimilación y rechazo a la patria adoptiva. Para mitigar el choque cultural los españoles establecieron organizaciones cívicas y sociales, necesarias para compensar las carencias al interior de las empresas mediante la identidad de grupo. Las más prominentes fueron el *Casino Español* en 1862 y la *Cámara Española de Comercio* en 1890.⁴⁵

Para Felipe Bello la capacidad empresarial de los *barcelonnettes* se basaba en: 1) un cuidadoso proceso de selección basado en valores como el sacrificio, la disciplina, la iniciativa y la tenacidad; 2) financiamiento por medio de una tasa de retención de ganancias durante un periodo prolongado; 3) la honorabilidad en el pago de deudas, que fue ampliando la base de capital hasta la constitución de bancos; 4) la expansión continua de negocios y redes empresariales que permitió la diversificación de riesgos, con un eficiente sistema de distribución y creación de economías de escala; 5) la innovación de procesos productivos, esquemas de gobierno corporativo y arquitectura organizacional, así como estrategias comerciales de vanguardia, tales como la introducción de precios fijos, la desaparición de mostradores en las tienda, trato a los clientes y el uso intensivo de publicidad impresa. Así mismo, los sistemas gerenciales y la posesión de acciones de varias empresas del grupo benefició la acumulación de capital, todo ello facilitado por una ideología liberal.⁴⁶

El éxito de los grupos empresariales español y *barcelonnettes* les permitió alcanzar el control monopólico de sus sectores productivos, derivado de formas de organización y capacidades empresariales condicionadas por su mano de obra calificada y aceptación social, que los convirtió en emigrantes privilegiados; en términos de Clara Lida, una inmigración urbana, masculina y endogámica.⁴⁷ Como se observa, estos forasteros llegaron a formar varias de las facciones de la oligarquía mexicana de fines del siglo XIX, sin una cohesión suficiente para

⁴⁵ ANA LÍA HERRERA LASSO, "Una elite dentro de la elite: El Casino Español en México, entre el porfiriato y la revolución (1875-1915)", en *Secuencia* núm. 42, septiembre-diciembre 1998, pp. 177-206.

⁴⁶ *Ibid.*, pp. 29-38.

⁴⁷ CLARA E. LIDA., (comp.) *Una inmigración privilegiada. Comerciantes, empresarios y profesionales españoles en México en los siglos XIX y XX*, Madrid Alianza Editorial, 1994, pp. 25-51.

constituir un bloque homogéneo. Por otra parte, algunas familias de la burguesía local no formaron cuadros empresariales duraderos,⁴⁸ derivado de su tendencia al derroche y la ostentación, que contrasta con la eficiente organización de los extranjeros y algunas grandes empresas.⁴⁹ La pequeña burguesía tuvo pocas oportunidades de generar riqueza suficiente para formar capitales, por su precaria situación financiera y una mentalidad tradicionalista. El proletariado no tuvo ninguna posibilidad de generar recursos por su difícil condición laboral y las innumerables desventajas derivadas de la falta de higiene, la discriminación, la explotación y la carencia de oportunidades. A estas carencias el Estado respondió con una política higienista, promoviendo el control de epidemias, el aseo corporal, la regulación de las boticas, el fomento a los servicios médicos, la limpieza y el ensanchamiento de las calles.⁵⁰

2.2 La moda como recurso de identidad de la élite

La moda es un sistema ideológico que contribuyó en Occidente al reforzamiento del sistema social por ser un vehículo de transmisión de valores simbólicos.⁵¹ Durante el siglo XIX la moda sirvió como indicador de valores de la clase burguesa y símbolo del ascenso del capitalismo, dando relieve a la idea de progreso, las

⁴⁸ EDUARDO ENRIQUEZ, "Evaristo Madero E., testamento", en *Historia Mexicana*, vol. 35, núm. 2, octubre-diciembre, 1985, pp. 335-337. Un caso diferente es el de Evaristo Madero Elizondo (1828-1911), empresario mexicano de familia de grandes propietarios que mantuvo y aumentó sus negocios, iniciando con el servicio de transporte de algodón. En la década de 1870 adquirió la fábrica textil *La Estrella*, los viñedos de San Lorenzo de Parras, producción de aceite, jabón y molinos de trigo en todo el país. Durante el gobierno del presidente Manuel González fue gobernador de Coahuila, promoviendo la creación de otras empresas. Fundador del Banco de Nuevo León, Madero diversificó sus negocios a través de su extensa familia sin dejar de ser un empresario rural.

⁴⁹ CARLOS MARICHAL Y MARIO CERUTTI, *Historia de las grandes empresas en México, 1850-1930*, UANL y FCE, México 1997, pp. 9-38. Los autores explican que las grandes empresas mexicanas de fines del siglo XIX adoptaron modelos administrativos externos con políticas y prácticas adaptadas a las condiciones locales. En el caso de las industrias textiles continuaron siendo empresas familiares que crecieron por adición de capitales, favorecidos por menores costos de transacción.

⁵⁰ GERARDO G. SANCHEZ RUIZ, "Epidemias, obras de saneamiento y precursores del urbanismo: La ciudad de México rumbo al primer centenario" en *Secuencia*, núm. 78, diciembre 2010, pp. 121-147.

⁵¹ Véase CLIFFORD GEERTZ, *La interpretación de las culturas*, [1973] Barcelona, Gedisa, 2003, p. 88.

diferencias del ámbito profesional, privado y de género.⁵² Como se expuso en el capítulo I, el intercambio de bienes se aceleró a fines del siglo XIX. Con ello, el ritmo de las ciudades propició la competencia, la diferenciación de productos y la exaltación del individuo.⁵³ Para Stephen Bunker, durante la era de Porfirio Díaz estos cambios reforzaron la idea de *modernización*, idea que se manifestó en la arquitectura, el lenguaje, las instituciones y la indumentaria como una metáfora de esa sociedad. En la Ciudad de México, el rápido desarrollo del sistema ferroviario permitió recibir más mercancías de lugares lejanos y enviar mercancías a otras zonas la República. Estos bienes importados eran anunciados en la prensa, alcanzando áreas alejadas de la ciudad y las empresas contaban con un gran número de agentes viajeros y buhoneros. En los almacenes de la ciudad, los productos textiles locales se combinaban con bienes importados, distribuidos a las provincias por ciertas tiendas vinculadas a los negocios de la ciudad de México.⁵⁴

Los grupos privilegiados de la Ciudad de México a fines del siglo XIX consumían un amplio rango de productos: artesanías, alimentos y bebidas, textiles, medicinas de patente, objetos decorativos, muebles y ultramarinos. Podemos conocer estos datos a partir de archivos fotográficos, la prensa y los medios publicitarios, como anuncios, folletos, carteles y tarjetas de visita. La oferta en la ciudad era muy heterogénea: las clases populares gastaban en la subsistencia y diversiones, mientras que la clase dominante empleaba sus recursos en símbolos de estatus y pertenencia a los valores burgueses occidentales, incluyendo la moda, los ajuares de casa y bienes tecnológicos. La materialización de la modernidad requirió de un uso más intenso del crédito, pero es difícil explicar las razones que hubo detrás de esas compras, en particular si consideramos la brecha entre el deseo y las necesidades.⁵⁵

⁵² JOANNE ENTWISTLE, *El cuerpo y la moda, una visión sociológica*, Paidós, Barcelona 2002 (Paidós contextos), p. 13-16.

⁵³ GEORGE SIMMEL, *Filosofía de la moda*, Casimiro libros, Madrid, 2014, p. 31-38.

⁵⁴ STEPHEN BUNKER, *Creating Mexican Consumer Culture in the Age of Porfirio Díaz, 1876-1911*, tesis de doctorado, Universidad Cristiana de Texas, 2006, pp. 1-7.

⁵⁵ *Ibid.*, pp. 7-10.

Estos cambios, ligados a nuevos patrones de consumo terminaron por modificar las costumbres y la moralidad; el consumo sirvió de símbolo inequívoco de progreso y civilización, proclamada en la prensa. La cultura de la *gente decente* se identificaba con Europa y Norteamérica mientras que el resto de la población siguió los modelos tradicionales. Los anunciantes y grandes comerciantes se dieron cuenta de esta mezcla y la adoptaron para mantener una base más amplia de clientes.⁵⁶

Los esfuerzos por moldear una imagen personal de progreso son evidentes en los testimonios fotográficos, que respondían a una preocupación de diferenciación social, los valores del decoro y la vestimenta que se usa frente a la cámara fotográfica.⁵⁷ Las *tarjetas de visita* de fines del siglo XIX son retratos fotográficos que se elaboraban como obsequios para amistades, parientes y personas relevantes en la red social del retratado. En los álbumes de retratos se guarda un conjunto de relaciones significativas y una visión del mundo.⁵⁸ Al mismo tiempo el país y el gobierno se esforzaron por documentar el progreso en almanaques y guías de forasteros, en los que las casas de comercios tenían un papel preponderante. Como se verá en el capítulo III, los anuncios utilizaban a menudo la imagen del edificio, mostrado como orgullo de progreso y atractivo para el consumo.⁵⁹

a) La indumentaria masculina

Georg Simmel propuso que el mundo masculino tenía un carácter unificado, por lo cual el traje del varón prescindió de las variaciones rápidas de la moda, bajo el control de los sastres, bajo un concepto de sobriedad.⁶⁰ Para Anne Hollander esta visión moderna del traje masculino inició en los países protestantes a fines del

⁵⁶ *Ibid.*, pp. 10-13.

⁵⁷ PATRICIA MASSÉ ZENDEJAS, *La fotografía en la Ciudad de México en la segunda Mitad del siglo XIX (la compañía de Cruces y Campa)*, tesis de maestría en historia del arte, UNAM, 1993, pp. 76-109.

⁵⁸ SILVANA BERENICE VALENCIA PULIDO, *Álbumes de tarjetas de visita en la segunda mitad del siglo XIX en México como documento para la Historia Social*, tesis de maestría en ciencias sociales, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 2012, pp. 37-47.

⁵⁹ STEPHEN BUNKER, *op. cit.*, pp. 13 a18.

⁶⁰ GEORGE SIMMEL, *op. cit.*, pp. 45-54.

siglo XVII y en la Inglaterra del siglo XVIII la aristocracia se identificó cada vez más con la sobriedad de la clase media comercial y militar que estaba conquistando los mares y tierras del mundo. La difusión de este modelo en el siglo XIX partió de la ciudad de Londres, eje del comercio mundial de la moda masculina.⁶¹ Los sastres ingleses poseían una larga tradición y dominio del corte de prendas de lana, que combinaron hábilmente con el lino, cuero y el algodón proveniente de las colonias británicas. El caballero de la nueva época adquirió una fuerte personalidad, que intensificaba el efecto del gusto neoclásico y la ausencia de color enfatizaba las formas clásicas: era plenamente moderno.⁶²

En México, los varones pertenecientes a la elite usaban camisas con encaje, sombreros y bastón para asistir a saraos. El calzón fue sustituido por el pantalón, combinado con chupa o chaleco, casaca o frac. La camisa era considerada ropa interior, por lo que nunca se mostraba descubierta; se confeccionaba con bretaña (lienzo fino), estopilla (lienzo delgado como gasa) y cambray (lienzo suave). En la Ciudad de México había modistas franceses desde antes de la independencia, ubicados en la calle de Plateros. Entre las clases populares, la moda mestiza se nutrió de múltiples influencias (francesa, española, oriental e indígena), resultando en trajes originales que imitaban al de las élites.⁶³

Los hombres de clase alta utilizaban también numerosas prendas, como chaleco, corbatas, capa, guantes, reloj a la cintura, mientras que los arrieros vestían con camisas de manta de manga larga y pantalón ajustado. El sombrero era usado por toda la población masculina, con más de 30 modelos que servían como identificador social. Los rebozos y zarapes eran prendas para ocasiones especiales.⁶⁴ Los grandes almacenes comerciales, vedados a la mayoría de la población, también sirvieron como reforzadores de la ideología de aceptación.

⁶¹ ANNE HOLLANDER, *Sex and Suits, the Evolution of Modern Dress*, Nueva York, Kodansha, 1994, pp. 79-88.

⁶² *Ibid.*, pp. 92-101.

⁶³ JULIETA PÉREZ MONROY, "Modernidad y modas en la ciudad de México: de la basquiña al túnico, del calzón al pantalón", en *Historia de la vida cotidiana en México*, México, Conaculta, 2010, vol. IV, pp. 51-80.

⁶⁴ ANNE STAPLES, *Historia mínima de la vida cotidiana en México*, El Colegio de México, México, 2010 p. 140. p. 141.

Ante el lujo de *El Palacio de Hierro*, el *Centro Mercantil* o la joyería *La Esmeralda*, nada podía hacer una persona pobre. Los periódicos ignoran la indumentaria de la “pobrería”, en cambio publican anuncios que apelan a un poder de compra inaudito, ostentado por unos pocos. Tal vez uno de los vestuarios más lujosos era el de Ignacio de la Torre, yerno del general Porfirio Díaz, cuyo ostentoso guardarropa incluía trajes claros matinales, solemnes levitas *Prince Albert*, de tonos para cada ocasión; *smockings* y fracs para asistir a la ópera. José Juan Tablada señala también que De la Torre poseía una casaca roja para ir de cacería, trajes azules para viajar en yate, sombreros de todo tipo, calzones para jugar golf, un *clac* de seda ceremonial, los *derby* y sombreros altos color gris para asistir a eventos hípicas; además, numerosos zapatos, desde *pumps de soirée* hasta botas *chantilli* de equitación. El precio de estas prendas era elevado: camisas importadas \$4.50, camiseta de lana \$1.50, corbata de seda \$0.75, pero un *flux* con sombrero costaba \$24 pesos. Como se vio en el capítulo I, sección 1.2, apartado f), los salarios de un obrero de 20 centavos diarios no podrían comprar ninguno de estos productos, los \$25 pesos de un profesor no serían suficientes ni para un sombrero fino. Sólo los \$250 de un profesionalista o un burócrata de alto nivel podrían costear algunos de esos productos.

En la **figura 4** se muestra una tarjeta de visita, realizada en Orizaba hacia 1890. La postura del retratado y el escenario recuerdan los retratos de la la pintura académica, pero la fotografía permitió al individuo mostrarse de manera natural y serena, apoyado por una composición clásica e iluminación lateral difuminada. Por medio de la indumentaria se reforzaron valores como la sobriedad y el aplomo. La combinación de prendas de vestir remite a un ambiente rural, el chaleco evoca los usos de los profesionistas de la clase media y el pañuelo que sobresale del bolsillo del saco denota costumbres civilizadas de higiene. A su vez, la escenografía otorga hace referencia a un imaginario colectivo de orden. Si bien Orizaba era una ciudad de la provincia veracruzana, su contacto con la modernidad era equivalente al de las ciudades de Puebla y México, al ubicarse en la ruta del ferrocarril.



Figura 4. Retrato, positivo en abúmina, cartulina 10 x 15 cm. Al reverso, manuscrito: “Dedica al presen.” “Alfredo Gutiérrez” y un sello “Lucio Díaz, Orizaba”, restos de papel encolado color rojo. (colección del autor, adquirida en el bazar de antigüedades de la ciudad de Puebla).

El retratado apoya la cadera y la mano izquierda en la pilastra, tiene una pierna cruzada con el pie derecho también apoyado elevando el tacón sobre la pilastra y la punta en el suelo. La postura es de 3/4 y la cara girada hacia el frente con la mirada ligeramente desviada del objetivo de la cámara. El traje de tres piezas es de telas combinadas: el estrecho pantalón a rayas lleva una campana que cae sobre el zapato; el saco tiene botonadura alta de cuatro ojales. El sombrero, por su parte es de copa alta y lleva una banda de bordado en hilo metálico. La escenografía incluye un pilar adosado a una balaustrada, alfombra y un telón representando una estancia neoclásica.

Por la biografía del fotógrafo, se propone que esta foto fue tomada hacia 1890. Lucio Díaz tenía su local en la 1a. calle de Reforma, donde hacía retratos y vistas de la ciudad. Este estudio era relativamente modesto, comparado al de su hermano Ramón, quien conducía uno con utilería más lujosa. CLAUDIA NEGRETE ÁLVAREZ, “Orizaba y sus historias fotográficas”, en *Alquimia*, núm. 46, septiembre-diciembre, 2011, p. 6-19.

b) La indumentaria femenina

Anne Hollander propone que el traje femenino puede ser la expresión simbólica de los cambios cíclicos cortos coyunturales, mientras que el traje masculino, por su carácter más duradero durante el siglo XIX podría asociarse a los ciclos Kondratieff⁶⁵ y a la evolución de las políticas monetarias.⁶⁶ Moneda, industria, inversiones y comercio formaban una cadena que generó las condiciones para los cambios en la indumentaria. Por ello, los patrones de moda partían de los principales centros financieros y sedes de los imperios comerciales: Londres y París. En efecto, el modelo político inglés que se desarrolló en torno a la reina Victoria inició a mediados del siglo XIX con la invención de la tradición escocesa, la apertura del almacén Harrod's en Londres y la Gran Exposición Universal de Crystal Palace. El vestido femenino correspondiente a estos acontecimientos fue la falda acampanada en *tartán* (diseño a cuadros de origen escocés), la invención de tintes de anilina y el estampado de sedas. A fines de la década de 1870 las amplias faldas de mediados de siglo, soportadas con crinolinas, pasaron a enfatizar la parte posterior con el soporte de un polisón, que se elevó hacia la década de 1880 y se adornó con drapeados horizontales. La cintura se estrechó aún más con apretados corsés y un corpiño en forma de V. La comercialización de la máquina de coser (patentada desde 1846) impulsó la producción casera, permitiendo a las clases medias fabricar prendas exteriores en pequeños talleres sin necesidad de pruebas, haciendo más accesible los vestidos por la producción masiva de telas a menor costo. Desde 1863, en Estados Unidos se difundieron los

⁶⁵ Véase LUIS SANDOVAL RAMÍREZ, *Los ciclos económicos largos Kondratiev*, ponencia presentada en la IX jornadas de Economía Crítica, Madrid, España, UNAM. Instituto de Investigaciones Económicas, 2008, p. 2-5. Los ciclos Kondratiev son propios de los países hegemónicos, asociados a la sustitución de modelos productivos. El periodo de expansión económica parte de una revolución tecnológica con acumulación de capital y llega a su madurez en un lapso de 23 a 30 años antes de comenzar a declinar.

⁶⁶ MARCELO RESICO, *Introducción a la economía social de mercado*, Río de Janeiro, Fundación Konrad Adenauer Stiftung, Edición Latinoamericana, 2011, pp. 179-182. Resico apunta que el crecimiento económico presenta ciertas fluctuaciones periódicas de expansión y contracción. El ciclo de 45 a 60 años entre cada fase de expansión o recesión. Schumpeter lo nombró así en honor al economista Nikolai Kondratieff, aunque muchos economistas han criticado su veracidad, Wallerstein la ha tomado como base de sus investigaciones.

patrones de papel, comercializados por Ebenezer Butterick, que facilitaron la producción casera.⁶⁷

Esta forma de producción del traje femenino establece una relación dialéctica con la aparición del almacén comercial y los avances en el transporte en las ciudades: las exposiciones universales fomentaron el deseo de contar en un gran espacio con productos de diversas clases y encontraron en los capitales ingleses la posibilidad de hacerse realidad. En estos sitios las mujeres podían concurrir y curiosear solas para comprar prendas confeccionadas (mantones y chaquetones) y complementar con adornos y pasamanería de la sección de mercería, para actualizar un costoso vestido fabricado por un diseñador y elaborado en telas de colores inauditos hasta entonces, gracias a los colores sintéticos. En la última década del siglo XIX la forma de la falda enfatizó las líneas verticales por su corte *al bias*, se elevó la sisa y se abultaron los hombros con fruncidos y rellenos, manteniendo estrechas las muñecas. Al mismo tiempo surgía el *traje sastre*, nombre que alude a un traje deportivo de *tweed* que más tarde fuera elaborado con paño.⁶⁸ Véase el glosario.

En Europa, la alta burguesía demandaba algo más que un vestido hecho en máquina, por lo que a mediados del siglo XIX surgieron los primeros diseñadores de moda, algunos sastres lograron encumbrarse gracias a la clientela de las mujeres de los grandes empresarios de la industria, la banca y el comercio. Charles F. Worth es uno de los primeros diseñadores que convirtió su negocio en una empresa de gran calado entre 1870 y 1895.⁶⁹ Si bien las prendas del afamado modisto son un refinado producto artesanal, los modelos y su uso por la alta burguesía sirvieron para instaurar el sistema-moda que se ha descrito anteriormente. El culto a la personalidad y la individuación generaron la tensión necesaria para promover el uso abundante de telas, el resurgimiento de la

⁶⁷ MARINNE FOGG Y VALERIE STEELE, *Moda, la historia completa*, Barcelona, Blume, 2014, pp. 146-149.

⁶⁸ *Ibid.*, p. 149.

⁶⁹ *Ibid.*, pp. 172-174. Worth era de origen inglés, pero cuyo taller en París llamó la atención de la princesa Metternich, esposa del embajador austriaco en París. Para la emperatriz Eugenia, esposa de Napoleón III, sus diseños sirvieron para promover la industria textil francesa, que fascinó a la burguesía europea y más tarde a la estadounidense.

industria de la seda en Lyon, la proliferación de negocios de mercería, el perfeccionamiento de tejidos lujosos (como los de las casas Tassinari et Chatel, y J. Bachelard et Cie.), la aparición de la modelo de modas, algunos principios de estandarización y de prendas intercambiables. Sus competidores, como Jacques Doucet desde 1874 y Jeanne Paquin a partir de 1891 difundieron el estilo francés y lo internacionalizaron,⁷⁰ conformando el estilo que caracterizó a la *belle époque*.⁷¹ En México, las mujeres de alta clase social del siglo XIX vestían con sedas, encajes, telas estampadas, listones y espiguillas, además de utilizar maquillajes. El vestido de estas mujeres de elite se apegaba a los cánones de los modistos parisienses. En 1876 el gobierno encontró una oportunidad fiscal al gravar con impuestos los perfumes, jabones, cosméticos, pomadas y agua de azahar.⁷²

En octubre de 1886, los envíos de mercancías del extranjero a los comerciantes de la Ciudad de México eran: a) materias primas como algodón en rama, pelo de conejo, hilo de algodón, lana de alpaca y merino, chaquiras, plumas y cáñamo; b) materiales semi-elaborados para confección, como géneros de algodón, casimires de lana, terciopelo, puños de celuloide, pieles preparadas, resortes de algodón, Holanda de lino, flecos y encajes de seda, *plaid* de lana y algodón, cintas y dril de lino; c) vestimentas manufacturadas como zarapes de algodón, paraguas de seda, vestidos, ponchos de lana, pañuelos y mascadas, sombreros, calzoncillos, pasamanería, guantes, corbatas de seda y corsés; d) productos para decoración como alfombras de lana y jute, toallas, cortinas, flores artificiales y sobrecamas de seda; e) los envíos incluían accesorios como leoninas,

⁷⁰ *Ibid.*, p. 175.

⁷¹ La *belle époque* es un concepto idealizado de la época anterior a la Primera Guerra Mundial a partir de 1890, en que hubo intensos cambios sociales en Europa consecuencia de un nuevo momento de acumulación de capital, avances tecnológicos, laxitud moral, contención de los conflictos armados y máxima expansión de los imperios coloniales hasta 1914. AINHOA CAMPOS POSADA, *Breve historia de la Belle Époque*, Nowtilus, Madrid, 2017, p. 8-11.

⁷² ANNE STAPLES, *Historia mínima de la vida cotidiana en México*, El Colegio de México, México, 2010 p. 140.

aretes, pulseras, fistoles, y sortijas. Por otra parte también se importaban bienes de capital, como máquinas de coser.⁷³

Durante el verano de 1896, la damas de la alta sociedad de la Ciudad de México usaban vestidos confeccionados con *bengala* para el día, trajes con bordados en oro, sombrero de paja negra, adornado con moños de tafetán y diversas plumas de ave. Tanto los sombreros como los peinados de esos años imitaron modas antiguas, en particular los de la época del absolutismo. El emperifollado del sombrero se complementaba con el remate inferior de las mangas, que caía como un mantelete bordado de dos alas. En 1897, las mangas siguen el contorno de los brazos y las enaguas son amplias, para enfatizar la esbelta cintura, en ocasiones a fuerza de sacrificios y muchos adornos, complementada con capas de terciopelo, piel o paño. Los cuellos también eran ostentosos, elaborados con lana de astrakán o sedosa piel de chinchilla, aunque la parte más costosa del atuendo eran las alhajas: broches, alfileres, botones para puños, collares de perlas, salpiques de brillantes, cinturones adornados con amatistas y topacios, y peinetas de carey rematadas de brillantes.⁷⁴

En la **figura 5** se puede apreciar un vestido en tono claro, estampado con figuras fitomorfas. La cintura estrecha, frente recto y el polisón (abultamiento en la parte posterior de las caderas) con una cauda plisada le otorgan la silueta del último cuarto del siglo XIX. El encaje en el cuello y moño refuerzan su pertenencia al mundo femenino. En opinión de Martha Guajardo, los trajes femeninos del porfiriato mantuvieron cierta modestia y moderación, inspirada por la discreción en el vestir de Carmen Romero Rubio, esposa del presidente Porfirio Díaz. Sólo en ciertas ocasiones se derrochaba lujo, como en los bailes, donde incluso se utilizaron costosos disfraces.⁷⁵

⁷³ “Aduana de México”, en *El Siglo XIX*, 4 de octubre de 1886, p. 3.

⁷⁴ José Valadés, *op. cit.*, pp. 587-588.

⁷⁵ MARTHA GUAJARDO PEREDO, “La conservación y puesta en exhibición de un vestido del siglo XIX del Museo Nacional de las Intervenciones”, en Katia Perdigón Castañeda (coord.), *La conservación de los textiles en el INAH*, México, Instituto Nacional de Antropología e Historia, 2005, vol. I, p. 77.



Figura 5. Traje femenino, brocado de algodón beige con flores de color café y moño en tono durazno de tres piezas con polisión, ca. 1890. México: Secretaría de Cultura, Museo Nacional de Historia, INAH, exhibición museográfica del año 2014. Desconocemos la manufactura de este vestido, pero sería interesante descubrir si fue elaborado por una modista local o importado por alguna casa comercial

2.3 La estratificación social en la modernidad porfiriana

El ejercicio del poder de la clase dominante implicó el control de los espacios físicos, las actividades, los tiempos y también la simbolización de todos estos actos en objetos que reafirman el modo de producción en la vida cotidiana. Esta normatividad naturalizó la conducta en un sistema de valores promovidos por la clase dominante. El reforzamiento de la dominancia se realizó mediante mecanismos de exclusión espaciales, étnicos, económicos y se materializaba en el control del cuerpo humano.⁷⁶

a) Los mecanismos de control corporal

Durante la década 1880 la bacteriología promovió en México la idea de una cultura de la higiene, haciéndose abrumadora hacia finales de siglo XIX hasta formar parte de las políticas del Estado, preocupado por mantener los puertos y fronteras libres de epidemias para no interrumpir el tráfico mercantil.⁷⁷ El baño frecuente y el uso de determinadas vestimentas era tema de mucha atención, concomitante a la difusión y comercialización de numerosos productos para mantener la salud. La ventilación era un valor especialmente deseado, al igual que la ausencia de humedad. La ropa cumplía la función de proteger al organismo de las variaciones térmicas y debía usarse perfectamente limpio, ser permeable al aire y permitir la libertad de movimiento. Para preservar el calor, los médicos prescribían la lana, mientras que el lino favorecía el equilibrio de la temperatura, recomendando usar dos prendas de distintos materiales, blanca en el interior. No obstante, los cambios de ropa respondían más a las situaciones de etiqueta que debían afrontarse a lo

⁷⁶ LUCIANO GRUPPI, *El concepto de Hegemonía en Gramsci*, Ediciones de Cultura Popular, México, 1978, p. 89-134. En opinión de Gruppi Antonio Gramsci pensaba que cuando una clase logra unir la dominancia y la dirigencia (abarcando tanto estructura como superestructura), entonces alcanza la supremacía, que Gramsci denomina hegemonía.

⁷⁷ ANA MARÍA CARRILLO, "Economía, política y salud pública en el México porfiriano (1876-1910)", en *Historia, Ciências, Saúde –Manguinhos*, Río de Janeiro, vol. 9, 2002, p. 68-70. Desde 1841 había una clara preocupación del Estado por la higiene con la creación del Consejo Superior de Salubridad del Distrito Federal. Entre 1885 y 1914 fue dirigido por el doctor Eduardo Liceaga. El primer paso fue la recepción de los descubrimientos de la microbiología, luego la implementación de la inmunología y por último la imposición de una disciplina para enfrentar las enfermedades en todo el país. La base legal para estas acciones fue el Código Sanitario de 1891, en que se facultaba a las autoridades a vigilar la higiene privada y pública.

largo del día. En el último cuarto del siglo, el éxito de ventas de jabones y afeites estimuló al gobierno a gravar con impuestos estos productos.⁷⁸

La presencia social en la calle, atributo plenamente masculino, asociado a la actividad política, fue registrada en fragmentos literarios. José Juan Tablada, describiendo la Ciudad de México hacia 1891, menciona que la calle de Plateros se convirtió en un escaparate parisino, donde solía verse al duque Job, con una flor en el ojal, sombrero de seda y fumando un puro. Por sus calles también paseaba el catedrático Manuel Puga y Acal, mientras que el poeta Jesús Valenzuela aparecía con traje de charro, atuendo de gala de los hacendados. Los poetas alternaban con *dandies*, como el periodista Edmundo Rivera y Rico. También de pulcra vestidura y sombrero alto era Jesús M. Rábago, cronista del México mundano en el semanario *Las novedades*.⁷⁹ La apropiación de la calle expresó la característica de la clase dominante masculina; la casa quedaba reservada a la mujer, donde emplearía parte de su tiempo en la confección de sus propios vestidos. Sólo las damas ricas podían frecuentar las casas de los modistas franceses de la ciudad.⁸⁰

La sociedad oligárquica se basaba en una moral del honor, donde las posturas corporales designaban el papel dominante del hombre y el sumiso de la mujer, codificado en los manuales de urbanidad.⁸¹ En esta somatización inconsciente, los hombres también eran prisioneros de las representaciones dominantes. Obligados todos a presentarse y comportarse como *gente decente*, los miembros de la oligarquía encontraron en los almacenes comerciales la ocasión para mostrar y cultivar el deseo. El 2 de septiembre de 1899 se inauguró *El Centro Mercantil*, convocando una gran masa de curiosos ante el evento que

⁷⁸ CLAUDIA AGOSTINI, "Las delicias de la limpieza: la higiene en la ciudad de México", en Anne Staples, (coord.) *Historia de la vida cotidiana en México*, México, Conaculta-Fondo de Cultura Económica, vol. IV, 2005, pp. 563-597.

⁷⁹ RAFAEL PÉREZ GAY, "Tablada, incendiario y melancólico", *Nexos*, 1 abril 1987.

⁸⁰ STEPHEN BUNKER, *op. cit.*, p. 80-88 y 142-144.

⁸¹ VALENTINA TORRES SEPTIÉN, "Manuales de conducta, urbanidad y buenos modales durante el Porfiriato: notas sobre el comportamiento femenino", en Agostini, Claudia y Elisa Speckman, *Modernidad, tradición y alteridad: la ciudad de México en el cambio de siglo XIX-XX*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Históricas, 2001, pp. 271-290.

reuniría a las más altas personalidades. Presidida por el gobernador del Distrito Federal José de Landa y Escandón; José de Teresa y Miranda, presidente de la firma, Don Porfirio Díaz y su esposa Carmen Romero Rubio. En los días previos, la empresa repartió cupones a la gente pobre de manera gratuita para adquirir prendas, la primera de las cuales fue entregada por el *pater familia* de la nación, consistente en ropa elaborada con percal, la tela que sustituiría a la manta usada por los indios. El percal se convirtió en distintivo de la clase trabajadora civilizada, estableciendo una estricta jerarquía en el vestir.⁸²

Los materiales de las prendas de vestir servían de metáfora al racismo, reforzada por los hábitos de consumo. Los indios eran caracterizados por Manuel Gutiérrez Nájera como *calibanes*, seres faltos de higiene, consumidores de tortillas de maíz y vestidos con *calicot*, manta producida en las fábricas locales.⁸³ Las prendas costosas estaban reservadas a las mujeres de elite, representantes de la imagen pública de la familia y relegadas a un papel de espectadoras de los juegos de poder. En el sistema oligárquico y patriarcal, el papel de la mujer era central en el mercado matrimonial, no sólo como objeto simbólico sino como medio de intercambio. En esta lógica, las mujeres de la élite estaban destinadas a contribuir a la reproducción del capital simbólico de los hombres. Aquellas nacidas entre las familias “acomodadas” y “distinguidas” debían mantenerse a salvo de los arribistas. Rodeadas de amplios vestidos, encerradas en corsés, la cercanía que un pretendiente incómodo podía alcanzar era muy limitada.⁸⁴

⁸² STEPHEN BUNKER, *op. cit.*, pp. 170-174.

⁸³ JOSÉ LUIS MARTÍNEZ, “Gutiérrez Nájera ensayista y crítico”, *Historia Mexicana*, vol. 12, núm. 1, p. 73-87. Gutiérrez Nájera bautizó al protagonista de uno de sus poemas como “calicot”, humilde vendedor de cintas y gorros emigrado de España, véase Manuel Gutiérrez Nájera, *Poesías*, vol II., Librería de la viuda de Bouret, México 1905, pp. 56-59.

⁸⁴ RUBIN GAYLE, “El tráfico de mujeres: notas sobre la ‘economía política’ del sexo”, *Nueva antropología*, vol. VIII, núm. 30, noviembre 1986, pp. 98-118. Gayle propone que esto deriva de su condición de reserva de fuerza de trabajo en un sistema que otorga a las mujeres una condición auxiliar para reducir los costos sociales de la producción. Como sistema de parentesco, el matrimonio surge como un intercambio de regalos y es similar a una partida de ajedrez, por lo tanto conduce a una asimetría de género en la que la igualdad laboral resulta un tabú.

b) La modernidad en la ciudad finisecular

La modernidad: un valor difuso

Más que un periodo determinado, la modernidad es una condición cognoscitiva de aspiraciones. En su aspecto fenoménico, la modernidad es el valor supremo de la innovación y por tanto, un estado transitorio, ajeno a la temporalidad y a la periodización. No cabe proponer entonces un momento, ni siquiera un acontecimiento determinado para la inauguración de la modernidad; en tal caso estamos hablando de determinados mitos, asociados a la postura del presente, tales como el inicio del capitalismo o la revolución industrial en Europa.⁸⁵

Designamos moderno a un presente accesible y deseable, en contraste con el pasado que se contempla como algo consolidado y puede servir de antagonista. Federic Jameson afirma que “todo lo moderno es nuevo, pero no todo lo nuevo es moderno”⁸⁶ ya que la modernidad es una categoría narrativa –un tropo– surgida en Occidente a partir de una ruptura fundamental: la conciencia del sujeto pensante como punto de partida para la comprensión del mundo, que plantea Descartes. La modernidad radica en un cambio en la forma en que el sujeto construye el objeto; es decir, una nueva certeza acerca del mundo, a partir de la duda y no de la fe. Mediante este acto el sujeto representa los objetos para construir el sistemas de la modernidad.

El Estado moderno se conformó en torno a las ideas del individuo medio (ahora mezclado en la noción de ciudadano) y la sustitución de la fe por la razón (la consciencia cartesiana), que condujo a los modelos de pensamiento laico y al desarrollo de la ciencia moderna. Estas ideas configuraron en el pensamiento liberal-conservador, que defendía la propiedad privada y un orden impuesto. El relato político moderno pretende mostrar que la actuación de la clase dominante es natural y que los individuos requieren de instituciones que controlen la esfera privada y defiendan sus “derechos”. Este control se ejerce de manera explícita,

⁸⁵ FREDRIC JAMESON, *Una modernidad singular. Ensayo sobre la ontología del presente*. Barcelona, Gedisa, 2004, pp. 13-22.

⁸⁶ *Ibid.*, pp. 25-29.

mediante los aparatos gubernamentales represivos (ejército, policía y cárceles) o sutil, a través del sistema cultural (familia, escuelas y modas).⁸⁷

La modernidad porfiriana

Durante el siglo XIX la sociedad mexicana experimentó un proceso de secularización, desarticulación del antiguo régimen y formación de nuevos modelos normativos en torno al liberalismo. El nuevo estado enfatizaba el predominio de la esfera económica y la acción individualista frente a las concepciones tradicionalistas y providenciales aún vigentes en varios sectores sociales. Conforme se consolidó el régimen porfirista la Iglesia Católica retomó su liderazgo social mientras que la secularización avanzó en el espacio urbano, la educación formal, la prensa y los rituales cívicos.⁸⁸ Las nuevas formas de sociabilidad fortalecieron las instituciones de las que habla Jameson: los clubes liberales, formados por maestros, periodistas, abogados, médicos, farmacéuticos y literatos, muchos de ellos anticlericales pero creyentes y en ocasiones expresaban sus opiniones en la prensa. Su referente eran las virtudes cívicas de Benito Juárez aunque el discurso liberal estaba imbuido de metáforas religiosas. Los miembros más radicales solían denunciar comportamientos licenciosos y estafas de los sacerdotes católicos; ese sector tenía en alto valor la cultura anglosajona, la libertad de cultos y el progreso económico.⁸⁹

En el último cuarto del siglo XIX se ampliaron las industrias fabriles en el Valle de México, lo que impulsó la nueva urbanización de la ciudad, consistente en la convergencia de producción mecanizada, el transporte ferroviario, la concentración comercial y la centralización del poder político. Durante el Porfiriato se observa un cambio en el discurso moral acerca del empleo del tiempo: las élites urbanas impusieron su visión del tiempo, cuya regularidad ya era parte de las costumbres regidas por la iglesia siglos antes pero que, hacia la década de 1880, surgió la necesidad de darle uniformidad, debido a la llegada de los ferrocarriles.

⁸⁷ ARTURO PELLET LASTRA, *Teoría del Estado*, Buenos Aires, Abeledo-Perrot, 1999, pp. 40-41.

⁸⁸ NORA PÉREZ-RAYÓN, "Modernización y secularización. La ciudad de México en el Porfiriato (1876-1911)", *Fuentes Humanísticas*, núm. 31, p. 71-73.

⁸⁹ *Ibid.*, pp. 85-87.

Los comercios exaltaron la necesidad de la puntualidad, para lo cual el gobierno de la ciudad ordenó la colocación de los relojes públicos y se condenó la pereza como una enfermedad contagiosa que debía ser combatida.⁹⁰

El nuevo tiempo social operaba para todos los comercios, pero sobre todo para el gran almacén de novedades, depósito de las mercancías producidas con rigor en las fábricas por cuerpos controlados y máquinas insensibles al tiempo. El calendario y el reloj eran metáforas del progreso social e individual en el marco de la urbanización, al igual que lo eran el vapor y la electricidad. Al tiempo que la urbe y su periferia se enlazan con nuevos transportes, los trabajadores se movilizan y la precisión de los horarios se hace vital. Así, a partir de 1881 se instalaron en la ciudad relojes electromagnéticos, que lograron uniformar los horarios del comercio logrando así imponer el orden regularizado que anhelaba el régimen porfirista, gracias a que fueron conectados a un centro uniformador.⁹¹

La Junta de Obras Públicas propuso en 1882 que las torres de los relojes eran lugares propicios para colocar anuncios comerciales, quedando así rota la tradición de los antiguos toques de campana de las parroquias y procurando la concurrencia en las plazas públicas de la ciudad, divididas en tres categorías. En la primera estaban las plazas de La Alameda, Buenavista y el Hospicio de Mendigos, instalados en 1885. El centro regulador se localizó en el Ayuntamiento; en 1895 el número de relojes aumentó considerablemente en la ciudad y para 1898 ya había relojes en las nuevas colonias, como San Rafael. Por instrucciones del presidente del ayuntamiento, Sebastián Camacho, los relojes se colocaron en los lugares con mayor concentración comercial del centro de la ciudad y sitios de trabajo. Quedaba clara la relación entre el uso racional del tiempo, la producción y el intercambio.⁹² El cambio en las concepciones políticas y religiosas, el uso de nuevos espacios de socialización y una manera diferente de considerar el paso del

⁹⁰ LUIS ARTURO TORRES ROJO, *Los amos del tiempo, los artificiales vivientes y los sujetos de resistencia: relojes públicos de la ciudad de México 1861-1910*. Cuadernos Universitarios UABCS, Praxis, México, 2012, p. 9-13. Los cambios en el uso del tiempo en las sociedades permiten observar el ejercicio de ese poder difuso en actos concretos y principios de conducta, que al cabo de unas décadas destacan sobre los anteriores.

⁹¹ *Ibid.*, pp. 74-89.

⁹² *Ibid.*, pp. 90-97.

tiempo caracterizaban la modernidad del último cuarto del siglo XIX en la Ciudad de México. En la visión positivista, la instauración de la modernidad requería de excluir a ciertos grupos mediante espacios limitados de acción.

Los espacios de exclusión social

Los espectáculos públicos como las carreras de caballos servían de foro para el lucimiento de la moda de la elite. No contamos con testimonios fotográficos de estos eventos antes de 1910 pero el Hipódromo de Peralvillo, auspiciado por los hombres más destacados de la sociedad, atraía la atención por la concurrencia en las tribunas de distinguidas damas, que lucían vestidos de calle, *toilettes* (tocados) portando sombreros de ala ancha, de paño, capotas y lujosos vestidos sin que fueran molestadas por los *lagartijos* de Plateros.⁹³

A partir de 1890 la creciente presencia de extranjeros en la comunidad de la alta sociedad de la Ciudad de México introdujo costumbres nuevas, los alemanes importaron cerveza, que luego se servía en el jardín del Tívoli a la par del juego del billar y los bolos. Los vascos españoles promovieron la construcción de un frontón para jugar jai-alai, inaugurado en 1895; los ingleses trajeron el fútbol, el rugby, el polo, las regatas y el cricket cuya práctica fue seguida por mexicanos de altos recursos económicos; los estadounidenses fundaron el *Country Club* para la práctica del golf y el tenis. Otros deportes de destreza o fuerza como el box y el pugilismo se practicaron en clubes. Dentro de los teatros, los hombres usaban sombrero y fumaban durante las funciones, humo que se mezclaba con del orgullo de sentirse parte de la burguesía internacional. El consumo de tabaco, ya abundante y extendido también entre las mujeres, asombraba a los viajeros extranjeros.⁹⁴ En tanto, en la producción de cigarros participaban muchas mujeres

⁹³ MIGUEL ÁNGEL VÁZQUEZ MÉNDEZ, “Virtuosas, bellas y defectuosas”, en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. II, pp. 290 a 291, y ARTURO AGUILAR OCHOA, “De las carreras el alto goce”, en *Dimensión Antropológica*, vol. 50, septiembre-diciembre, 2010, pp. 185-203.

⁹⁴ WILLIAM BEEZLEY, “El estilo porfiriano: deportes y diversiones de fin de siglo”, en *Historia Mexicana*, vol. 33, núm. 2 (130) octubre-diciembre 1983, p. 265-269.

de bajos recursos económicos, lo que las mantenía fuera del hogar, en ocasiones durante largas jornadas de trabajo en las fábricas.⁹⁵

En 1895 se estableció otro hipódromo, llamado de Indianilla, en los terrenos de La Piedad, con un avanzado sistema de apuestas y un espacio cubierto para que las damas pudieran lucir mejor sus vestidos sin la molestia de los rayos del sol. En contraste, tiempo después se exigiría a los indios que llegaban a la ciudad usar sombreros de fieltro y pantalones para dar una apariencia “civilizada” pese a los rallos del sol.⁹⁶ Los toros eran un espectáculo permitido de nuevo en 1888, año en que el General Díaz ya estaba seguro de mantenerse en el poder, sin que se le acusara de barbarie.⁹⁷ En cambio, el uso de las bicicletas mostraba una aceptación pacífica de la tecnología, que pronto fue opacada por la presencia del automóvil, más acorde con los ideales de progreso tecnológico y la velocidad. Los deportes constituyeron “el estilo porfiriano de persuadir”.⁹⁸ La exclusión social estaba presente en todos los eventos y espectáculos públicos.

En este capítulo pudo constatar que la capacidad de compra de productos textiles y ropa manufacturada era muy limitado: la clase trabajadora sólo podía gastar una parte de sus ingresos. Los profesionistas, pequeños empresarios y empleados de alto rango daban un alto valor a los aspectos de prestigio: ropa y medios exteriores de vida, obligándolos a destinar un gasto mayor en esos rubros. Por último, la clase dominante, conformada por la alta burocracia, los propietarios de las grandes empresas y dueños de tierras fueron los únicos que tuvieron acceso a la moda. Los cambios en el vestir se originaron en los centros de poder en Occidente: Londres y París, desde donde se difundían los modelos de

⁹⁵ ANA MARÍA SALOMA GUTIÉRREZ, “Forjando la vida: dichas y desdichas de las obreras de las fábricas cigarreras del Porfiriato”, en *Dimensión Antropológica*, año 7, Volumen 18, enero-abril, 2000, p. 28-52.

⁹⁶ WILLIAM BEEZLEY, *op. cit.*, p. 276.

⁹⁷ *Ibid.*, p. 277. Beezley hace notar que el auge de los deportes coincide con la pacificación de la sociedad, que busca ahora sustitutos emocionales a la apatía, aunque los mexicanos ya contaban con el sangriento espectáculo de los toros. El caudillismo, representado simbólicamente en la corrida de toros, no coincidía con la primera etapa centralizadora de Díaz, pero a partir de 1888 “el nuevo patriarca estaba listo para volver a los despliegues rituales del paternalismo.”

⁹⁸ *Ibid.*, p. 280.

vestimenta. El traje masculino se conformó para un siglo de intensos cambios tecnológicos y movimientos de capital, y tomó una forma definida en el siglo XIX a cargo de sastres y comerciantes de ropa. Por su parte, la moda femenina de élite a fines siglo XIX reflejó el papel social de las mujeres en el sistema de propiedad patriarcal impuesto desde arriba. En este sistema, los valores predominantes eran la modernidad, la preponderancia masculina y el progreso, reflejado en la llegada de sofisticados productos manufacturados y materias primas para la confección de prendas de vestir. La tienda, por su cercanía a la calle fue un espacio donde el control social involucraba a todos los grupos sociales, tema que se expondrá en el siguiente capítulo.

Capítulo III

Los comerciantes de prendas de vestir en la Ciudad de México a fines del siglo XIX

En este capítulo se analizan los comercios en función de la oferta de productos, clasificados por magnitud, ubicación y formas de la competencia. En la primera parte se revisan dos gremios: sombrereros y sastres, luego el mosaico de comerciantes agrupados por su origen nacional y las instituciones que les permitieron establecer redes de negocios como los grupos de profesionales, clubes y lonjas, la formación de sociedades anónimas, empresas en sistema comanditario,¹ la reinversión de utilidades y la adaptación a las condiciones cambiantes del mercado de importaciones *versus* la fabricación local de mercancías. La segunda parte se analiza la competencia del comercio de textiles y prendas de vestir mediante la reconstrucción los espacios la Ciudad de México a fines del siglo XIX y que cuenta con un mapa complementario. En la tercera sección se analiza la cultura del consumo de esos productos mediante los anuncios publicitarios.

3.1 Los propietarios de tiendas y almacenes

En el giro de textiles y prendas de vestir de fines del siglo XIX en la Ciudad de México destacaban los sombrereros y sastres, artesanos que abrieron su taller para la venta de productos, estableciéndose en determinadas zonas de la ciudad. Otro sector son los intermediarios comerciales que tuvieron negocios de distinto

¹ FELIPE DE JESUS BELLO, GÓMEZ, *Sistema comanditario, inmigrantes y capacidad empresarial a fines del siglo XIX y principios del XX*, Puebla, Universidad de las Américas, abril de 2007, pp. 1-6. Para Felipe Bello, el sistema comanditario es una forma de organización en la que el empleado acumula la antigüedad y ahorros. En las empresas de inmigrantes esta compensación fue una transferencia sucesoria basada en la credibilidad dentro de un marco de elevada cohesión social.

tamaño, los más exitosos estuvieron estrechamente relacionadas con compañías de navegación, con fabricantes e invirtieron en otras ramas productivas, actividades agiotistas, hipotecarias y financieras.

a) Grupos de artesanos-comerciantes

Los sombrereros

Este grupo alcanzó gran notoriedad en el siglo XIX: las principales sombrererías se ubicaban en los portales de Mercaderes, el de Flores y en el de los Agustinos, muy cerca de la Plaza de la Constitución, negocios que pertenecieron a inmigrantes alemanes, españoles, franceses y suizos, algunos de los cuales dirigían talleres artesanales, de los que se trató en el capítulo II. Entre las décadas de 1840 y 1890 estos establecimientos desplazaron a una gran cantidad de negocios artesanales en varias zonas de la ciudad, se expandieron a la venta de ropa y se fortalecieron iniciando empresas financieras.²

En Portal de Mercaderes era el sitio donde se agrupaban varias sombrererías. Javier Zölly, (núm. 4 y 5) estaba asociado a la familia Ladwehr, en la década de 1880 el negocio se amplió a un gran taller de sombrerería. Otro negocio notable fue iniciado por Gerardo Warnholtz en el número 2 del mismo portal; hacia 1882 ya contaba con un considerable número de artesanos ocupados en la elaboración de obreros. Su hijo, Carlos Warnholtz se asociaría años después con la familia Tardán, negocio que subsiste hasta el presente.³ Por otra parte Federico Hesselbart tuvo sus negocios en el número 6 del Portal de Mercaderes y en el callejón de Bilbao número 2, también dedicado al préstamo para industrias y avío de minas. Los suizos Luis y Fernando Kubli instalaron en la década de 1860 la sombrerería del Portal de Agustinos número 2, aunque el primero regresó a

² MARIO TRUJILLO BOLIO, *Empresariado y manufactura textil en la Ciudad de México y su periferia: siglo XIX*, CIESAS, México, 2000, p.113-116.

³ CHANTAL TARDAN, "De Sonora a Yucatán se usan sombreros Tardan" en *Basques et Béarnais, Gaceta Raíces Francesas en México*, núm. 4, pp. 11-12. Charles Tardan, llegó a Veracruz en 1880 a los 18 años, proveniente de Pau, en los bajos Pirineos y se empleó como mesero en el café *El Cazador*, vecino a la sombrerería de F. Dallet *Al Sombrero Colorado*, de la que luego llegaría a ser socio. Con sus hermanos Auguste y Víctor crearon en 1899 Tardan Hermanos. En el siglo XX los sucesores y su sobrino Carlos establecerían un taller en la plaza de San Salvador el Verde.

Suiza con un capital considerable. Por otra parte, los alemanes Agustín F. Gutheil y Martín Leffman ampliaron sus negocios de sombreros a otras ramas del vestido y las transacciones crediticias en la década de 1860.⁴ Caso similar fueron Luis Borel y Honorat Pelletier, quienes iniciaron con sombrererías en los números 6 y 8 del Portal de Mercaderes y en la década de 1870 abrieron el almacén *El Eco de París*. El caso de la familia española Esause es notable, pues llegó a contar con 70 empleados; de igual manera, Mariano García Conde y Ramón López incursionaron en la sombrerería desde 1871 y emprendieron negocios de venta de textiles.⁵ Vendrel y Villenave surtían de sombreros y útiles de sombrerería a Th. Pelletier de *Al Sombrero Colorado*.⁶

Otros negocios de sombrerería del Portal de Mercaderes eran el de Celestino Audiffred, a la cabeza del *Eco de París*; Vicente Sánchez, en el núm. 1; J. Vignon, en el núm. 2; Zolly hermanos se había establecido en el Portal desde 1844, contaba con fábrica y vendía productos a comisión e importaciones. Luis Borel era propietario de la *Sombrerería Francesa* y de Modesto Márquez estaba en el número 7, quien obsequiaba un almanaque a sus clientes.⁷

En el cuadro 3 se muestran las sombrererías de la Ciudad de México a principios de la década de 1880. Puede observarse que algunos estaban ubicados en calles centrales como Vergara, Seminario, Refugio, Cadena y Coliseo, lo que les permitía mayor independencia del selecto grupo de Portal de Mercaderes, dominado por extranjeros.

⁴ BRIGIDA VON MENTZ, *et. al*, *Los pioneros del imperialismo alemán*, CIESAS, 1982 (Ediciones Casa Chata núm. 14), p. 107. Leffman y Gutheil son los sombreros que alcanzaron el más alto nivel de capitalización después de convertirse en agentes de las compañías de seguros sobre incendio de Hamburgo y Bremen. El despegue de su actividad financiera se dio a partir de su asociación con Sommer y Félix.

⁵ Mario Trujillo, *op. cit.*, pp. 117-120.

⁶ CARLOS MONTAURIOL, *Nomenclatura actual y antigua de las calles de la ciudad de México*, Portal del Coliseo Viejo, núm. 6, México, 1891, p. 108.

⁷ IRENEO PAZ Y JOSÉ MARÍA TORNEL, *Nueva Guía de México, año de 1882*, Imprenta de I. Paz, Escalerillas número 7, p. 841; JULIO POPPER FERRY, *Plano del perímetro central. Directorio comercial de la ciudad de México*, Litografía Debray, sucesores, México, año 1, 1ª edición [1883], y "Décimo almanaque" en *La Voz de México*, 4 de enero de 1888.

Cuadro 3
Sombrererías selectas en la Ciudad de México, 1882-1899

Propietario	Nombre comercial	Dirección
Ausencio Alfaro	—	1a de Santo Domingo núm. 10
Cayetano Alfaro	—	Puente de Jesús núm. 3
Pantaleón Alfaro*	—	1a de Relox núm. 4
Pablo Anaya	—	Mercado del Volador 86
Isidro Anizar	—	2a de Pila Seca núm. 2
Celestino Audiffred	—	Portal de Mercaderes s/n
Luis Borel	<i>Sombrerería Francesa</i>	Portal de Mercaderes 6
Donaciano Calo	—	Vergara 10
Salvador Corminas	<i>Sombrerería Española</i>	Coliseo Viejo 25
Daillet y comp.*	<i>El Castor</i>	Portal de Mercaderes 1
Felipe Cañizo	—	Vergara 18
A. Gómez*	<i>Gómez y Cía.</i>	Coliseo Viejo 25
Pedro Gil y Roca	<i>Sombrerería Madrileña</i>	Espíritu Santo, bajos del hotel Bazar
A. Dávalos	—	Seminario 9
J. Herrera	—	Portal de Agustinos 4
E. Jollives*	—	Coliseo Viejo 5
Landwer y Medina*	<i>El Conejo</i>	Portal de Mercaderes 5
Ignacio Mateos	—	Refugio 14
Mendieta y González Suc.*	—	Cadena 12
Modesto Márquez*	<i>Sombrerería Mexicana</i>	Portal de Mercaderes 7 y San Felipe de Jesús 16
D. Montes de Oca*	—	Universidad 52 y 55
Pellotier y comp.*	<i>Al Sombrero Colorado</i>	Portal de Mercaderes 4
Andrés Saldívar	—	1a. del Reloj núm. 2
Vicente Sánchez	—	Coliseo 12
G. Warnholtz*	<i>Warnholtz y Cía.</i>	Portal de Mercaderes 2
Zolly hermanos	<i>Zolly hermanos</i>	Portal de Mercaderes 3

Fuentes: IRENEO PAZ Y JOSÉ MARÍA TORNEL, *Nueva Guía de México, año de 1882*, México, Imprenta de I. Paz, Escalerillas número 7, p. 841; MANUEL CABALLERO, *Almanaque 1884-1885*, Nueva York, The Chas M. Green Printing Co., 1884, pp. 14-19; CARLOS MONTAURIOL, *Nomenclatura actual y antigua de las calles de la ciudad de México*, México, Portal del Coliseo Viejo, núm. 6, 1891, pp. 168-169; J. FIGUEROA DOMENECH, *Guía general descriptiva de la República Mexicana*, Barcelona, Ramón de S. N. Araluze, 1899, p. 742, y *La Libertad*, 5 de octubre de 1884.

Los sastres

En el capítulo II, 2.1, inciso a), se expuso cómo los sastres habían formado sociedades de ayuda mutua desde 1853 y la manera en que este gremio se fortaleció en las décadas siguientes. Algunos se convirtieron en propietarios y en ocasiones emprendieron grandes negocios. En la Ciudad de México, la sastrería de Mauro Fuentes en 1869 importaba telas impermeables llegadas de París y ofrecía descuentos por pago adelantado.⁸ En 1881 Celestino Hourcade se anunciaba primero como un profesor de corte, tres años después como un artista, quien además había recibido medallas de oro por su oficio, estableciendo la sastrería *La Nueva Era*, ubicada entre la perfumería de Mr. Olaverie y el *Hotel Inglés*.⁹ De manera semejante la *Sastrería Merino* promovía sus telas inglesas y francesas, además de trajes hechos para niños, con el valor agregado de atención en idioma inglés. Mauro Fuentes también enfatizaba la ventaja de sus productos importados y la ubicación de su sastrería en el Hotel Iturbide.¹⁰

Los grandes almacenes incorporaron departamentos de sastrería y modista, que en el caso de *El Palacio de Hierro* adquirieron mayor importancia para el negocio hacia fines de siglo.¹¹ No todos los sastres se asimilaron al sistema de los almacenes, las sastrerías de Armand Franck, J.F. Dreinhofer y Eugène Dubernard (3a de San Francisco núm. 1)¹² abrieron sus negocios en calles de gran prestigio como Espíritu Santo o Plateros, destinadas a atender a la clientela de alto poder adquisitivo. En 1882, Ireneo Paz registra 160 sastrerías con venta de ropa manufacturada y 74 sin expendio¹³, mientras que en 1899 Figueroa Domenech

⁸ EUGENIO MAILLEFERT, *Directorio del comercio de la República Mexicana 1869*, México, Imprenta Francisco Díaz de León, 1868, p. 196.

⁹ "Celestino Hourcade", *El Telégrafo*, 2 de agosto de 1881, p. 4, y "Sastrería la Nueva Era" *El Diario del Hogar*, 25 de mayo de 1884, p. 8.

¹⁰ MANUEL CABALLERO, *Almanaque 1884-1885*, The Chas M. Green Printing Co., Nueva York, 1884, pp. 21, 24.

¹¹ DENISE HELION, *Exposición permanente: anuncios y anunciantes en El Mundo Ilustrado*, INAH-UAM Azcapotzalco, México, 2008, p. 88.

¹² LUIS RENÉ EVERAERT DUBERNARD, "Eugène Dubernard Gasparu", en *Raíces Francesas en México*, núm. 8, septiembre de 2011, pp. 8-9.

¹³ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, pp. 837-840.

consigna 64 con expendio y 41 talleres de sastrería, número menor (o más selecto) al de otros directorios.¹⁴

Otros propietarios de sastrerías prominentes, que también vendían ropa manufacturada en 1882 eran Sevilla y Roa, en la primera calle de Plateros, quien estaría a cargo del departamento de corte en el almacén *La Industria Mexicana*,¹⁵ y Félix Coblentz en la 2a de Plateros 12. Dos profesionistas destacados de la sastrería eran Juan Chaveau en la 2a de Plateros 10 y Félix Coblentz en la 2a de Plateros 12. Hacia 1891 funcionaban las sastrerías de Edmond Marie, F. Maurel, Juan Chaveau, quien estrenaba local en la calle de San Francisco esquina Vergara núm. 6 y la casa de modas de E. Bayonne.¹⁶ Otras sastrerías destacadas de la Ciudad de México a fines del siglo XIX era las de Miguel García, Teófilo Vázquez Lino Ayala y Julio Mayer.¹⁷ García Mijares Hermanos tenía su clientela entre la comunidad española, a la que ofrecía las capas tradicionales, en la calle de Monterilla núm. 11.¹⁸ Un sastre que prosperó de manera notable fue Luis Sarre, quien había trabajado con Madaleno Gardety, a principios de la década de 1880 tenía su sastrería en Coliseo Viejo 26, esquina Espíritu Santo, decorada al estilo europeo.¹⁹ Sarre construyó luego la imponente casa en la calle de 5 de Mayo número 48, esquina callejón de la Cazuela, con local de la planta alta, donde llegó a elaborar trajes para el presidente Porfirio Díaz.²⁰ Este edificio subsiste hoy, como una muestra del patrimonio material del ramo de sastrería, aunque modificado para otros usos.

¹⁴ J. FIGUEROA DOMENECH, *Guía general descriptiva de la República Mexicana*, Barcelona, Ramón de S. N. Araluce, 1899, pp. 736-738. En línea: <<https://cd.dgb.uanl.mx/handle/201504211/779>>, consultado el 16 de abril de 2017.

¹⁵ "Almacenes de La Industria Mexicana", *El Tiempo*, 27 de septiembre de 1896, p. 3.

¹⁶ CARLOS MONTAURIOL, *Nomenclatura actual y antigua de las calles de la ciudad de México*, imprenta del autor, Portal de Coliseo Viejo, núm. 6, México, 1891, p. 142.

¹⁷ J. FIGUEROA DOMENECH, *op. cit.* pp. 736-737.

¹⁸ "Sastrería", *El Correo Español*, 27 de noviembre de 1895, p. 3.

¹⁹ "Luis Sarre", *El Nacional*, 1 de julio de 1880, p. 4.

²⁰ JUAN LATAPÍ SARRE, "La familia Sarre en México", en *Raíces Francesas en México*, núm. 8, septiembre de 2011, p. 14-17

b) Los empresarios agrupados por su nacionalidad

En la primera mitad del siglo XIX los residentes extranjeros en México no formaban un grupo homogéneo ni numeroso, pero durante el Porfiriato se formarán colonias con cierto grado de identidad de grupo.²¹ Pese a la insistencia de los gobiernos mexicanos de atraer colonos extranjeros al país (para poblar las zonas alejadas y no urbanizadas), durante la primera mitad del siglo XIX la postura del gobierno era de un oficialismo católico que desalentaba la inmigración de grupos protestantes. Los intentos por la tolerancia religiosa de los liberales, incluso de personajes de alto nivel en el gobierno mexicano, fueron infructuosos. En los tratados internacionales, muchas potencias extranjeras solicitaban protección especial para sus ciudadanos, dado el clima de intolerancia religiosa y la obligatoriedad de ser católico para nacionalizarse mexicano. Muchos inmigrantes prefirieron ir a otros países de la región, en particular a los Estados Unidos. La minoría criolla mexicana, con una óptica racista buscaba la llegada de europeos, con el fin de desplazar a los indios, pero estas intenciones se vieron frustradas cuando se consideraban los matrimonios, que no se realizaron debido a las diferencias religiosas. Fue hasta 1860 cuando se legitimó la tolerancia en esta materia, impulsándose notablemente la inmigración europea.²²

En la década de 1880 el tiempo de viaje trasatlántico entre los puertos de Galicia y la Habana se había reducido de 45 a 21 días y aparecieron empresas que asistían a los migrantes a trasladarse a América. Pero es el nuevo sistema económico mundial lo que impulsa la emigración: excedentes laborales y economías cada vez más interdependientes.²³ Durante el siglo XIX hubo un intenso debate en México sobre la conveniencia de abrir las fronteras al libre flujo de

²¹ MACRINA RABADÁN, *Propios y extraños. La presencia de los extranjeros en la vida de la ciudad de México, 1821-1860*, México, UAEM-Miguel Ángel Porrúa, 2006. Macrina Rabadán investigó la presencia de extranjeros durante la primera mitad del siglo, en el comercio, servicios y en el ámbito diplomático, transformaciones, problemática y revisa el concepto de extranjerización en las costumbres, el consumo y la moda de sus habitantes.

²² WALTHER L. BERNECKER, *Alemania y México en el siglo XIX*, México, Facultad de Filosofía y Letras-El Colegio de México-Servicio Alemán de Intercambio Académico, 2005, pp. 167 a 185.

²³ CARLOS HERRERO BERVERA, *Los empresarios mexicanos de origen vasco y desarrollo del capitalismo en México, 1880-1950*, México, UAM-Plaza y Valdés, 2004, pp. 18-22.

mercancías y limitar a los extranjeros el comercio al menudeo. Los ingresos por aranceles eran muy importantes para el sostenimiento del gobierno, pero el poderío de los capitales extranjeros hizo que a partir de la segunda mitad del siglo la economía mexicana estuviera determinada por fuerzas foráneas. Tanto las importaciones como el comercio al menudeo estaban en manos de españoles, franceses y norteamericanos; los ingleses controlaban la banca y los alemanes tenían una posición fuerte entre los artesanos. Por ello, en épocas de crisis mucha de la ira popular se dirigía a los extranjeros. También a nivel institucional preocupaba la presencia de inmigrantes: los estados y departamentos fueron los primeros en ejercer prohibiciones económicas y el gobierno central tuvo algunas iniciativas de tipo nacionalista.²⁴

Tanto en guías de forasteros, directorios comerciales y en el mapa de Julio Popper de 1883 destaca la presencia de apellidos galos, germanos, italianos o anglosajones en los principales comercios de la capital. Delia Salazar señala que en la segunda mitad del siglo XIX los inmigrantes llegaron a México de dos maneras: por invitación del gobierno mexicano para formar colonias agrícolas y de manera individual, libre, generalmente para hacer negocios en las ciudades, basándose en su profesión, oficio, pequeños capitales y diversos vínculos con personas de su nación de origen. La mayoría de los inmigrantes sólo pensaban residir temporalmente, por lo que tendieron a formar grupos más o menos cerrados, a los que se llamaron *colonias* (inmigrantes en sentido estricto). Acorde con el Padrón de 1882, estas colonias se componían de 3,718 personas, con 1,600 españoles, 1,000 franceses y seguidos de alemanes, británicos, italianos, suizos y belgas; unos 280 estadounidenses y algunos provenientes de Cuba o Canarias, territorios pertenecientes a España. En 1882 aumentó el número de italianos y estadounidenses llegados a puertos mexicanos. Salazar hace notar que las cifras aumentan si consideramos los cónyuges y descendientes, que en el caso de los franceses agregan 850 personas más.²⁵

²⁴ WALTER BERNECKER, *op. cit.*, p. 79 a 134.

²⁵ DELIA SALAZAR ANAYA, "Vivir mirando al exterior. Las colonias extranjeras en 1883-1884", en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. I, pp. 281 a 282.

Los empresarios ingleses

En el siglo XIX la superioridad naval británica dio ventaja al Reino Unido sobre el comercio en todo el orbe y en México tuvo además presencia en el eje comercial Ciudad de México-Veracruz. Los empresarios ingleses en México invirtieron principalmente en vías férreas y minería, siendo el más destacado Weetman Pearson, quien llegó a México como contratista de las obras del ferrocarril.²⁶ Para Paul Garner las habilidades gerenciales y organizacionales de Pearson encontraron un entorno político, legal y económico favorable a sus negocios, aprovechando las oportunidades que ofrecía el gobierno de Porfirio Díaz a la construcción de infraestructura. Su labor más destacada durante fines de siglo fue como intermediario financiero de los bancos ingleses.²⁷ Como puede apreciarse, los negocios de los británicos en México estaban más enfocados en infraestructura y finanzas. Además, este grupo era visto con admiración y recelo por los mexicanos y la prensa local, en particular la católica.²⁸

Los empresarios estadounidenses

Los estadounidenses llegaron a la Ciudad de México atraídos por el auge ferrocarrilero, que jugaba a su favor, aunque había algunos comerciantes como Francisco de Gress, propietario de la armería americana. Los recién llegados se establecían cerca de las calles de Gante y San Francisco o en las que rodean la Alameda y Buenavista.²⁹ Los estadounidenses presentes en el Porfiriato fueron empresarios e inversionistas que habían sido atraídos en la época del ministro Matías Romero, ya que después de la invasión estadounidense de 1847-48 había

²⁶ PRISCILLA CONNOLLY, "Weetman Dickinson Pearson: el contratista de don Porfirio", *Revista Universidad de México*, núm. 544, mayo de 1966, pp. 3-6.

²⁷ PAUL GARNER, *Leones británicos y águilas mexicanas. Negocios, política e imperio en la carrera de Weetman Pearson en México, 1889-1919*, FCE, El Colegio de México, Instituto Mora, El Colegio de San Luis, México, 2013, pp. 25-62. Weetman Pearson tuvo gran habilidad para seleccionar a sus colaboradores y emplear las estructuras sociales y políticas locales. Sus empresas prosperaron por una cuidadosa administración, conocimiento de los movimientos financieros internacionales y habilidad crediticia. Con esa experiencia incursionó como contratista en otras partes del mundo. Al cabo, el capital amasado lo llevó a incursionar en la política británica, encumbrándose hasta ser nombrado Lord Cowdray y continuar invirtiendo en empresas petroleras.

²⁸ DELIA SALAZAR, *op. cit.*, pp. 282 a 284.

²⁹ *Ibid.*, p. 284 a 285.

quedado una imagen negativa por su comportamiento abusivo, pero continuaron ingresando comerciantes, soldados y misioneros. Pero los más importantes estuvieron ligados a las grandes empresas agrícolas, extractivas y las finanzas. Entre los estratos medios destacan técnicos, empleados e ingenieros, quienes obtenían mejores salarios. Otros, estadounidenses, de menos recursos, atraídos por la supuesta prosperidad abrieron pequeños negocios (tiendas de alimentos y bebidas, y farmacias), algunos tenían talleres artesanales (ebanistas, carpinteros y zapateros), otros eran prófugos de la justicia, pero unos pocos se encumbraron en la más alta sociedad mexicana.³⁰

La colonia estadounidense era precedida por el embajador en turno, pero quienes alcanzaron mayores logros fueron quienes se relacionaron favorablemente con Porfirio Díaz, como el mayor Robert B. Gorsuch y el general John B. Frisbie, representantes del magnate ferrocarrilero Collins P. Huntington hasta su muerte en 1900.³¹ La opinión de los católicos era que el capital y la presencia norteamericana en el país era pernicioso. El estadounidense más destacado era Thomas Braniff, socio de una fábrica textil San Lorenzo en Orizaba, en colaboración con los *barcelonnettes*, pero que años antes había llegado contratado por la empresa Smith, Knight and Company, donde aprovechó su posición para vender artículos importados de contrabando.³² Los norteamericanos exigían numerosas garantías para sus inversiones, caso excepcional fue la compra del Banco Hipotecario de México bajo la dirección de H.B. Hollins & Cía.³³

Por otra parte, Sandra Kuntz identifica una notable alza en las importaciones desde Estados Unidos a partir de 1880, creciendo a la par de las importaciones de ese país en un 5% hasta 1892, logrando sustituir algunos productos europeos. Todo ello facilitado por las inversiones en ferrocarriles, que permitieron introducir maquinaria, más tarde bienes de consumo: textiles, vinos y artículos suntuarios.

³⁰ *Ibid*, p. 285 a 287.

³¹ WILLIAM SCHELL, *Integral Outsiders: The American Colony in Mexico City, 1876-1911*, Wilmington, DE, Scholarly Resources Inc., 2001, pp. 1-18.

³² CARMEN COLLADO, *La burguesía mexicana, el emporio Braniff y su participación política, 1865-1920*, Siglo XXI editores, México, 1987, p. 137.

³³ RALPH ROEDER, *Hacia el México moderno: Porfirio Díaz* (1973), Fondo de Cultura Económica, México, 2013, vol. I, pp. 425-449.

Para 1892 las importaciones de Estados Unidos ya constituían el 60% de las compras totales en el exterior, proporción que descendió al 44% en 1894.³⁴

La colonia española

Clara Lida señala que se conoce poco sobre la inmigración de españoles a México en la primera mitad del siglo XIX, y tras las expulsiones de peninsulares a fines de 1827, 1829 y 1833, hubo pocos incentivos para que aumentara el flujo de inmigrantes, que siempre fue modesto en lo cuantitativo y faltan estudios sobre la influyente Cámara de Comercio Española.³⁵ En la segunda mitad del siglo XIX, la excesiva parcelación de la tierra en España, que incrementó la densidad de la población campesina y la destrucción del artesanado por la naciente industria presionaron a que este flujo aumentara de manera considerable. Galicia, Asturias, Cantabria, el País Vasco, Cataluña y las islas Canarias fueron las regiones de donde más emigrantes salieron a América, formados principalmente por varones jóvenes.³⁶ Por su parte, México estableció relaciones diplomáticas con España en 1871, lo que facilitó el pago de la deuda externa con esa nación a través de tenedores de títulos, que mediante acuerdos particulares liberaron la presión diplomática y quedando resuelta en 1894. El acercamiento a la Península también movió la opinión pública en favor de contener el expansionismo norteamericano y dio inicio a proyectos hispano-americanistas. Aunque hubo algunos episodios de hispanofobia, el ambiente en México fue propicio a las inversiones, la solución de fricciones con la colonia española y el fortalecimiento de las élites dentro de la sociedad mexicana en una situación de privilegio.³⁷ Los recién llegados contaron con una red hispano-mexicana establecida enfocada en el comercio de abarrotes

³⁴ SANDRA KUNTZ, "Las oleadas de americanización en el comercio exterior de México, 1870-1948", *Secuencia*, 57, septiembre-diciembre 2003, p. 165-169.

³⁵ CLARA E. LIDA, "Los españoles en el México independiente: 1821-1950. Un estado de la cuestión", en *Historia Mexicana*, vol. LVI, núm. 2, 2006, p. 619-630.

³⁶ CARLOS HERRERO BERVERA, *Los empresarios mexicanos de origen vasco y desarrollo del capitalismo en México, 1880-1950*, México, UAM Iztapalapa-Plaza y Valdés, 2004, pp. 23-27.

³⁷ CLARA E. LIDA, *Una inmigración privilegiada. Comerciantes, empresarios y profesionales españoles en México en los siglos XIX y XX*, Madrid, Alianza Editorial (monografías 34), 1994, pp. 25-51.

y el agio, que les permitió desarrollarse con más facilidad, sumada a la asimilación de valores empresariales sólidos y su habilidad para ganar buena reputación dentro de su comunidad.³⁸

En el capítulo I se revisó la relación entre comercio e industria textil en el siglo XIX, en la que participaron varios empresarios *indianos*³⁹ como Antonio Basagoiti, Manuel Ibáñez, José Viadero, Portilla e hijos de la fábrica *San Idefonso* en las décadas de 1870 y 1880, que producían telas comunes y estampadas. Antonio Basagoiti fue de los miembros más prominentes de la colonia española⁴⁰ y con relaciones de negocios con la mayoría de los empresarios de origen vasco y navarro, pero también con los franceses. Otros destacados empresarios fueron los hermanos Remigio e Íñigo Noriega Laso (fábricas *Miraflores* y *San Antonio Abad*).⁴¹ Un prominente empresario fue Juan Antonio Béistegui, inversionista en las fábricas *La Colmena* y *La Abeja*, en los telares del Hospicio de Pobres, así como en la fábrica de lana, *San Idefonso* en Tlalnepantla.⁴² Los empresarios vascos fueron prominentes miembros de la colonia española y formaron enclaves en distintos puntos de la república, como por ejemplo, para la producción de algodón, su área de desarrollo fue la comarca de La Laguna, en Coahuila. En

³⁸ CLARA E. LIDA, "España y México: relaciones diplomáticas, negocios y finanzas en el porfiriato", en *Historia Mexicana*, vol. 48, núm. 4, abril-junio de 1999, pp. 719-730.

³⁹ *Indianos*: los emigrados de España a América, aunque no todos llegaron a tener éxito económico. Véase: Gallego Valdivielso, Julio, *Indianos: emigrantes que volvieron de América. La emigración del Norte de España a América en el siglo XIX*, Universidad de Cantabria, 2017. <<https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/12204>> consultado el 8 de marzo de 2019.

⁴⁰ JOSÉ LUIS GARCÍA RUIZ, *Antonio Basagoiti Arteta*, en *Los 100 empresarios españoles del siglo XX*, Eugenio Torres Villanueva (coord) y Gabriel Tortella (pr.), Madrid, 2000, p. 58. En 1869 se casó con la sobrina de Manuel Ibáñez Posada, Francisca Ruiz Ibáñez, cuyo tío Manuel Ibáñez era un importante empresario textil.

⁴¹ LUCÍA MARTÍNEZ MOCTEZUMA, "Íñigo Noriega Laso, Un empresario agrícola en México (1868-1913)", en Liehr, Reinhard (ed.), *Empresas y modernización en México desde las reformas borbónicas hasta el porfiriato*, Iberoamericana Vervuert, Madrid 2006, p. 149-181. Remigio e Íñigo Noriega Laso, propietarios de las fábricas *Miraflores* y *San Antonio Abad*, diversificaron sus inversiones en proyectos agrícolas en el Valle de México y la zona central del país, además obtuvieron la concesión de las vías de ferrocarril de Atlixco y Río Frío para conectar a la Ciudad de México con Puebla y Tlaxcala. Su fortuna llegó a más de siete millones de pesos invertidos en comercios y haciendas de tabaco.

⁴² ROSA MARÍA MEYER, "Los Béistegui, especuladores y mineros", en Cardoso, Ciro (coord.), *Formación y desarrollo de la burguesía en México, siglo XIX*, Siglo Veintiuno Editores, 1978, pp.108-139.

Veracruz los hijos de Bruno Zaldo, propietario de la fábrica *San Bruno*, almacenes de ropa y telas importadas expandieron sus negocios en esa región surtiendo a tiendas de la ciudad de México con productos que podían competir con los *barcelonnettes*.⁴³ En la industria textil José Goyarzu, Arzumendi, Manuel Escandón, Gregorio Mier y Terán, Juan Antonio Béistegui, Cayetano Rubio impusieron las reglas en la fabricación y el mercado de telas, controlando 65,000 husos a fines del siglo XIX.⁴⁴ Por otra parte, Santos López Letona, fue fundador de la fábrica *La Josefina* y la tienda de ropa y telas *La América*.⁴⁵

Caso especial es el empresario de origen poblano Luis Barroso Arias, accionista en la Compañía Industrial de Atlixco (CIASA) y propietario de la tienda *La Reforma del Comercio* (sedería, bonetería, confecciones y sombreros), en sociedad con el español Bernardo Rovés al frente del grupo de *El Nuevo Mundo*. Barroso también se asoció con Primitivo Pérez en la tienda *El Surtidor* para el comercio de artículos de lencería. Barroso estableció vínculos empresariales tanto con españoles como con franceses, tanto en el centro como en el norte del país.⁴⁶

⁴³ CARLOS HERRERO, *op. cit.*, pp. 71-81.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 81-85.

⁴⁵ SERGIO ROSAS SALAS Y MARÍA TERESA VENTURA RODRÍGUEZ, "Agua y tecnología en la industrialización de Tlaxcala. Las fábricas textiles La Tlaxcalteca y la Josefina", en Ramón Rivera Espinosa, Jorge Ramón Gómez Pérez (coord.), *Arqueología industrial y patrimonio*, México, Universidad Autónoma de Chapingo, 2018, pp. 70-83.

⁴⁶ EUNICE RUIZ ZAMUDIO, *Burguesía empresarial, 1880-1915: un empresario mexicano el caso de Luis Barroso Arias y socios*, tesis de licenciatura en Historia, UAM, 2006, p. 22-42. Luis Barroso casó con Josefina Corichi, de origen italiano.

Los empresarios franceses

La presencia francesa en México se remonta hasta el siglo XVIII aunque era poco visible por tratarse de profesionistas especializados.⁴⁷ En cambio, para la segunda mitad el siglo XIX, la colonia francesa en México llegó a ser la más importante en el comercio de telas y prendas de vestir, tanto por el número de sus miembros como por la magnitud de los comercios y almacenes departamentales. A los periódicos fundados tiempo atrás como *Le Trait d'Union* se sumó *La Colonia Française* en enero de 1883. Otros periódicos “incluían propaganda comercial y avisos varios, financiados por los principales comerciantes y representantes de marcas. En gran medida esos anuncios reflejaban la destacada actividad mercantil de cada colonia y el tipo de productos que mercadeaban en sus expendios.”⁴⁸

Entre los miembros de la colonia francesa destacaban Ernest Goupil, socio del almacén de ropa *La Sorpresa y Primavera Unidas*; Max Chauvet, fundador del almacén *El Importador*; Julio Labaide, propietario de la *Droguería La Profesa*, el banquero Pedro Martín, etc. Los cajones de ropa franceses se agrupaban en los portales de Las Flores, Diputación o Mercaderes, así como en Capuchinas y Monterilla, donde se encontraban las *Fábricas de Francia*, *El Gran Oriental* o *Al Puerto de Liverpool*, cerca de las cuales había sombrererías, sastrerías, casas de modas, joyerías, y lujosos restaurantes y hoteles. La gran cohesión de esta colonia se ve reflejada en las instituciones sociales, religiosas, educativas y deportivas que fundaron.⁴⁹

Basado en anuarios de 1892, publicados en Francia, Humberto Morales demuestra que el “imperialismo” de libre comercio a la francesa fue un proceso local y nacional de acumulación de capital. Para Morales, la prosperidad de los negocios de franceses se basó más en las redes de inserción social, cultural y política de la colonia residente que en los capitales y agentes exportadores, en un novedoso contexto de integración económica hacia adentro y hacia fuera, que

⁴⁷ JEAN MEYER, “Los franceses en México durante el siglo XIX”, en *Relaciones*, El Colegio de Michoacán, primavera 1980, pp. 5-54.

⁴⁸ MARIO TRUJILLO BOLIO, *Empresariado y manufactura textil en la Ciudad de México y su periferia: siglo XIX*, México, CIESAS, 2000, p. 289.

⁴⁹ *Ibid.*, pp. 288 a 292.

anticipa el modelo actual de mundialización, pero que difiere del modelo británico de las *free standing companies*.⁵⁰

Algunos franceses, en su mayoría provenientes de Alsacia, como Edouard Noetzlin, Hugo Scherer y Paul Cretenier (principales socios del Banco Nacional de México) procedían de familias judías europeas pero no eran practicantes religiosos y su desempeño social no era como judíos sino que se presentaban como franceses para lograr mayor aceptación entre la población mexicana. Cuando Hausser y Zivy, dueños de la joyería *La Esmeralda* decidieron regresar a Europa ésta fue adquirida por los hermanos Bloch, quienes además abrieron dos tiendas de alta costura. Aunque tras la guerra Franco-Prusiana Alsacia haya pasado a formar parte del Imperio Alemán desde 1871, los judíos de Alsacia emigrados a México siguieron identificándose con la cultura francesa.⁵¹

El caso de los barcelonnettes

El grupo de franceses más prominente fueron los *barcelonnettes*, provenientes de los Alpes marítimos, del valle de Ubaye, cercano a la frontera italiana, quienes llegaron a México en la primera mitad del siglo XIX. Javier Pérez-Siller advierte que el gentilicio *barcelonnettes* fue aplicado también a inmigrantes de otras regiones y demuestra, basado en los pasaportes y registros militares, que la emigración abarcó un periodo entre 1833 y 1915. El periodo más activo fue entre 1848 y 1889, con 886 personas, y de 611 personas entre 1890 y 1915, hasta el inicio de la Primera Guerra Mundial. El primer periodo estuvo marcado por el regreso exitoso a Barcelonnette de Eugène Caire y Alphonse Jauffred. Otros inmigrantes exitosos fueron las hermanas Fortoul, Élise y Virginia, provenientes de Jausiers, que instalaron una tienda de moda en la primera calle de Plateros en 1848. Estos primeros casos, sin embargo, no se comparan con la época de mayor

⁵⁰ HUMBERTO MORALES MORENO, "Los franceses en México: 1890-1910. Nueva revisión histórica (agentes comerciales, residentes e imperialismo informal)", en *Signos Históricos*, núm. 17, enero-junio, 2007, pp. 174-223. Las *free standing companies* eran empresas de responsabilidad limitada con negocios en ultramar, pero con oficinas pequeñas y autónomas en Londres (enfocada en la captación de capitales), diferentes de las casas comisionistas o de las filiales de empresas multinacionales.

⁵¹ CORINNE A. KRAUSE, *Los judíos en México*, México, Universidad Iberoamericana, Departamento de Historia, 1987, pp. 65-81.

auge, entre 1890 y 1910, cuando la demanda de fuerza de trabajo fue mayor y se extendió la red de los *barcelonnettes*, llegando a cerca de 1,600 individuos.⁵²

Con las fuentes consulares y los registros de franceses residentes en México, Pérez-Siller encuentra que algunos inmigrantes ya tenían experiencia en otros países, que un número importante provenían de los Alpes bajos y los Pirineos atlánticos, y otros seis departamentos que formaban dos tercios de la población francesa en México, pero que el resto provenía de todas las otras provincias. Esta región poseía una antigua tradición en la producción de lana, seda y de agentes viajeros con un alto nivel educativo.⁵³ A partir de la segunda mitad del siglo XIX se inició un cambio en la estructura de origen de los inmigrantes, de los Pirineos atlánticos, Burdeos, Paris, Alascia, Lorena, Borgoña y el Franco condado en 1849, se concentró en los Alpes bajos y Pirineos atlánticos entre 1886-1891. El autor subraya el olvido histórico que fomentó el mito de los *barcelonnettes*, dejando a un lado el origen de muchos franceses de otros poblados.⁵⁴ El 72% de estos inmigrantes se establecieron en la ciudad de México y el resto se distribuyeron en las regiones más prósperas del país: el corredor

⁵² JAVIER PÉREZ-SILLER, "De mitos y realidades: la emigración barcelonnette a México, 1845-1891", en Gamboa Ojea, Leticia (coord.), *Los barcelonnettes en México*. Miradas regionales, siglos XIX-XX, México, BUAP-ICS y H-UJED, 2009, pp. 103-120. La región de los Alpes es peculiar por las características sociales que derivan de su posición geográfica. Su lejanía de los grandes centros urbanos fortaleció su autonomía, privilegios y libertades. Dedicados a la manufactura de tejidos de lana y seda, los habitantes del valle de Ubaye, tenían un suelo pobre e inviernos severos, por lo que sus habitantes se dedicaron a la fabricación de hilos, cuerdas, telas y cobijas desde el siglo XVIII, además del cultivo de gusano de seda.

⁵³ *Ibid.* Javier Pérez-Siller aclara que la actividad comercial la realizaban durante el invierno, como vendedores itinerantes fuera de la región, llamados *colporteurs*. A mediados del siglo XIX, la competencia de las manufacturas mecanizadas los lanzó a emigrar al exterior, y en 1833 la desertificación precipitó la afluencia hacia México. Otro aspecto relevante es el alto nivel educativo de los habitantes del departamento de los Alpes bajos, abundante en instituciones educativas.

⁵⁴ *Ibid.*, pp. 120-130. Pérez-Siller analiza con detalle las localidades específicas de donde provenían los inmigrantes, concentrada en dos ciudades: Jausiers y Barcelonnette, pero también otros poblados de las márgenes del río Uvaye y otras localidades cercanas a los Alpes italianos, que tenían una tradición de emigración al Piamonte. Además, el autor elabora una tipología en la que encuentra una tendencia a emprender aventuras migratorias por la pertenencia a redes familiares. Del polo de Jausiers salen las familias Audiffred, Caire, Chaix y Planchu, a mediados del siglo XIX, y también los Laugier y los Leautaud. En cambio, en Barcelonnette la emigración es individualizada, tan sólo la familia Jaubert. De otras localidades destacan: los Lions de Bouzoliens; los Cottier de Les Angeliens; los Garnier de Serennes y los Signoret de Saint Paul.

Veracruz-Puebla, la región de Guadalajara-Morelia, el Bajío y Saltillo-Monterrey. Además de comerciantes, los franceses de los Alpes bajos tenían habilidades propias: la primera oleada fueron artesanos y en la segunda predominaron los profesionistas.⁵⁵

Las industrias de los *barcelonnettes* surgieron de la capacidad de este grupo para extender sus redes comerciales por todo el país, gracias a sus lazos étnicos, conectados con el eje Ciudad de México-Puebla-Veracruz-Saint Nazaire, haciendo de este grupo el más poderoso de todos, con relaciones de negocios con los mayoristas en Europa hasta la venta de menudeo en pequeñas localidades en México.⁵⁶ Aurora Gómez también enfatiza el alto nivel de capital humano de este grupo, enfocado a las industrias textiles (véase el capítulo I). Además, su cohesión étnica les permitió superar las limitaciones jurídicas y financieras que imperaban en México a mediados del siglo XIX, obteniendo casi de manera constante la recuperación de sus inversiones y el cumplimiento de sus contratos, ofreciendo trabajo a cerca de dos mil jóvenes franceses, con un sistema de aprendizaje continuo y ascenso por méritos. La perspectiva de convertirse en socios o regresar a Francia con sus ahorros fue un fuerte incentivo para la actuación de esta fuerza de trabajo.⁵⁷

En el cuadro 4 se observan once negocios de gran calado ubicados en la Ciudad de México. Los nombres de los propietarios corresponden a los nombres de los fundadores o accionistas mayoritarios. Nótese que la mayoría fueron creados en la década de 1880 y permanecieron por varias décadas, algunos subsisten hasta hoy.

⁵⁵ *Ibid.*, pp. 130-137. Ingenieros, mineros, molineros y modistas, como Cleotilde Leauteau, quien se estableció en Guadalajara.

⁵⁶ AURORA GÓMEZ GALVARRIATO, "Los *barcelonnettes* y la modernización de la comercialización y la producción de textiles en el Porfiriato", en Leticia Gamboa Ojeda, (coord.), *Los barcelonnettes en México, miradas regionales, siglos XIX-XX*, Puebla, BUAP, 2008, pp. 189-190.

⁵⁷ *Ibid.*, p. 190-196.

Cuadro 4
Principales negocios de *barcelonnettes* en la Ciudad de México, 1887-1897

Propietarios	Establecimiento	Fundación
Jean Baptiste Ebrard y Cía.	<i>Al Puerto de Liverpool</i>	1887
Joseph Olivier y Cía.	<i>La Ciudad de Londres</i>	1887
Mariano Bellon y sr. Burn	<i>Al Progreso</i>	1887
Joseph Tron y Cía.	<i>El Palacio de Hierro</i>	1888
Signoret, Honorat y Cía.	<i>El Puerto de Veracruz</i>	1888
Max Chauvet y Cía.	<i>El Importador</i>	s/f
<i>Ibid.</i>	<i>El Nuevo Mundo</i>	1889
Guerin y Cía.	<i>Paragüería Guerin</i>	1895
Alexandre Reynaud y Cía.	<i>Las Fábricas Universales</i>	1896
Sebastien Robert y Cía.	<i>La Valenciana</i>	s/f
<i>Ibid.</i>	<i>El Centro Mercantil</i>	1897

Fuentes: AURORA GÓMEZ GALVARRIATO, *op. cit.*, IRENEO PAZ Y MANUEL TORNEL, *Nueva Guía de México*, México, 1882; CARLOS MONTAURIOL, *Nomenclatura actual y antigua de las calles de la Ciudad de México, 1891* y JEAN PAUL MANUEL, "Al Progreso" en *Raíces francesas en México*, núm. 2, junio de 2007, p. 10.

Los negocios alemanes

En el caso de los inmigrantes alemanes éstos llegaron al país de manera individual, intensificando su número a partir de 1821, con una media anual de 1,500 personas. En la primera mitad del siglo los alemanes se desempeñaban como empleados de compañías mineras, pero entre 1830 y 1879 la mayoría eran comerciantes (61%), siendo en 1833 la segunda colonia extranjera después de los franceses (1,200 a 1,500). Otros alemanes destacaron en este periodo como artesanos. Entre 1848 y 1850 muchos comerciantes se encontraban en la ciudades portuarias o dirigiendo empresas e industrias de hilados de algodón, cerveza, papel, carros y seda. Hacia 1850 había alrededor de cincuenta casas comerciales. La mayoría de los residentes era de origen hanseático o prusiano. Este reducido grupo era de ideas liberales, Aunque había importantes diferencias de ingreso (desde banqueros hasta artesanos) la mayoría habitaba en las

ciudades como *residentes* temporales ya que la intención de la mayoría era hacer capital suficiente para regresar a Alemania.⁵⁸

En la primera mitad del siglo XIX la competencia entre las potencias había favorecido el abaratamiento de muchos productos, lo que benefició a los consumidores en México, aunque es difícil establecer los valores reales y volumen del comercio, entre otras razones por que entre el 50% y el 80% de las exportaciones de Estados Unidos eran productos europeos transportados a México (reexportaciones) por vía legal o mediante contrabando. Después de la Guerra de Reforma, el mercado mexicano mostró una tendencia a liberar las tarifas de importación. Los comerciantes alemanes destacaron como los agentes con mejor penetración en México desde 1844. El comercio alemán desplazó a los ingleses en México, quienes además de aceptar intermediarios, se beneficiaron del ejercicio de la banca, que daba más rendimientos en un momento en el que las innovaciones técnicas hicieron menos importante la función mediadora de las casas comerciales.⁵⁹

Walter Bernecker identifica los factores que permitieron el éxito comercial alemán en las décadas de 1840 a 1860: sensibilidad al mercado, conocimiento del idioma, capacidad de adaptación, maximización del rendimiento, tenacidad y moderación en sus necesidades y su formación profesional. La falta de apoyo militar en nuestro territorio impulsó a los alemanes a evitar negocios demasiado arriesgados o entrar de lleno en el negocio del agiotaje. Por otra parte, los comerciantes hamburgueses fueron capaces de surtir una amplia variedad de productos y abatir costos, lo que les permitió introducir productos franceses con más celeridad que el comercio directo con Francia, admitían lotes pequeños y compraban donde era más barato.⁶⁰

Los alemanes eran socios y empleados de almacenes, escritorios y otros negocios, por lo general de mercería, ferretería, tlapalería y maquinaria, que

⁵⁸ WALTHER L. BERNECKER, *Alemania y México en el siglo XIX*, México, Facultad de Filosofía y Letras-El Colegio de México-Servicio Alemán de Intercambio Académico, 2005, pp. 135- 165.

⁵⁹ *Ibid.*, p. 10-64.

⁶⁰ *Ibid.*

podían adquirir con mayor garantía en su metrópoli. Tal es el caso de Emilio Schmidt, E. Sengstack, Gustav Struck, Alfred Wissel, German Garths, Friederich Fribohn y Gustav Sommer. German Lane y August Diener tenían joyerías y relojerías, mientras que Heinrich Hillebran poseía una cristalería. A mediados del siglo XIX destacaban las tiendas de ropa llamadas *La Luz del Día* y *La Mina de Oro*, la primera iniciada con capitales de Antonio Meyer y T. Bahre, administrada por Carlos Haghenbeck y arrendada a la Compañía Leffmann y Gutheil.⁶¹

A mediados del siglo XIX muchos comerciantes alemanes se independizaron para hacer negocios en México o continuaron los negocios iniciados décadas antes por la Compañía Alemana de Indias en épocas de auge.⁶² Los recién llegados pasaban por un periodo de entrenamiento, y si ya contaban con experiencia podían acceder a sueldos y responsabilidades mayores, viviendo en la casa comercial con gastos pagados. Otro caso es el de pequeños comerciantes comisionistas de las grandes casas importadoras. Muchos lograron ahorrar lo suficiente para regresar a Alemania y continuar una vida más cómoda o invertirlo en negocios en México. La liquidez de estas empresas, derivada del crédito, permitió a los alemanes ingresar al agiotismo y asociarse en empresas mineras. Tal es el caso de la casa del cónsul Esteban Benecke y Cía., quien además obtuvo grandes ganancias por la venta de algodón estadounidense y más tarde como representante del Deutsche Bank en México. El caso más destacado es el de Carl

⁶¹ *Ibid.*, pp. 287 a 288, y Von Mentz, *op. cit.*, p. 474.

⁶² VON MENTZ, *et. al.*, *Los pioneros del Imperialismo alemán en México*, México, CIESAS, 1982 (Ediciones Casa Chata, núm. 14), pp. 90-101. La Compañía Alemana de Indias surgió en 1821 en el condado de Berg, del área del río Rin para contrarrestar la supremacía inglesa, como una asociación de comerciantes para abrir mercados en ultramar necesitadas de manufacturas, utilizando el puerto de Hamburgo. Desde 1823 se comenzó a enviar mercancías a Veracruz y Buenos Aires, con buenas utilidades para los productos de lino y otros productos, que impulsaron a abrir una agencia en la Ciudad de México, aunque no exenta de riesgos por la falta de una representación diplomática y falta de experiencia en empaque, procedimientos arancelarios y devoluciones. Entre 1825 y 1828, ante el exceso de envíos, un incendio en Veracruz y guerras, se entró en una crisis, superada primero en la década de 1830 por la actitud favorable de los gobiernos de Anastasio Bustamante y Lucas Alamán, y el apoyo del Banco de Prusia, fomentado desde Berlín. A partir de 1842 hay un nuevo auge: algunas casas también representan intereses ingleses, otras establecen asociaciones temporales entre socios capitalistas e "industriales" dedicados exclusivamente al ramo mercantil bajo estrictas reglas de comportamiento.

Haghenbeck, quien se introdujo en las redes familiares mexicanas casándose con Juliana San Román (y luego con su hermana Josefa), asociado con Teodoro Bagre y luego abriendo su negocio de ropa. Con estos capitales y el apoyo de Joseph Limantour se inició en los préstamos hipotecarios que le rindieron grandes ganancias (hasta el 24% de rédito), numerosas fincas y llegó a ser acreedor de grandes capitales. Una vez establecidas, los grandes beneficios de las empresas alemanas provenían de la especulación con deuda pública, recaudación de impuestos y ejecución de obras públicas.⁶³

En 1870 se había firmado el Tratado de Amistad, Comercio y Navegación entre México y Alemania que favorecía a esta nación y a los alemanes residentes en México, en 1872 se redujeron los aranceles en 12% y en 1882 se estableció otro tratado basado en los principios de nación más favorecida. En el primer año del tratado (1871) el comercio entre ambas naciones fue de cuatro millones de pesos y los alemanes importaron numerosas mercancías de otros países. En 1879 se institucionalizó una conexión directa entre Hamburgo y los puertos de Tampico, Veracruz y Progreso, lo que permitió la introducción de más productos alemanes como juguetes, armónicas, adornos y joyas, porcelana y vidrio, carruajes y muebles. Parte de las mercancías llegadas en barcos alemanes provenía de Inglaterra y otros países. Los comerciantes recibían un gran apoyo de la marina mercante alemana, pero muchos fungían como mediadores de otros países ya que, por ejemplo, los franceses conocían el gusto y aspecto que debían tener las mercancías.⁶⁴

En 1882 había entre 120 y 130 empresas comerciales, negocios bancarios y comisionistas, fábricas de tejidos, minas y empresas agrícolas, pero empezaron a resentir la competencia de los franceses, que los habían desplazado en la capital. Bernecker subraya que la supremacía alemana fue transitoria, debida al conflicto temporal entre México y las demás potencias extranjeras durante la República restaurada, con el arribo de mayor competencia, los alemanes se concentraron en la importación de ferretería. En la década de 1880 se registró un aumento de las

⁶³ *Ibid*, pp. 104-107.

⁶⁴ WALTER BERNEKER, *op. cit.*, pp. 65-67.

importaciones alemanas, lo que reflejaba el desarrollo de la industria: sedas del Rin, productos de acero de Solingen, artículos de decoración del sur de Alemania y la reducción de aranceles en la importación de artículos de hierro e instrumentos de labranza. Sin embargo, para 1895 este comercio sólo representaba un 10.7% del total de importaciones de México.⁶⁵

Un caso notable de empresarios alemanes es la firma Agustín Gutheil y Cía. que inició sus negocios en la sombrerería hasta reunir capital suficiente para dedicarse al agio.⁶⁶ En sociedad con Martín Leffman, la firma diversificó sus negocios, hacia 1881 importaba de mercería, ferretería, sedería y cristalería, destacando entre sus productos las máquinas de coser, ubicado en la calle de Monterilla núm. 2. La compañía refaccionó a fabricantes como José María Carballada de la fábrica de estampados ubicada en Belén de las Mochas. En una carta al ministro de Hacienda, Gutheil se jactaba de la capacidad de los comerciantes extranjeros para dar un movimiento continuo al capital y su papel como apoyo a los agricultores e industriales. En realidad, sus ganancias provenían de préstamos insolutos, cuya hipoteca le proporcionaron negocios rentables. El más notable fue la adquisición de deuda de la señora Luisa Ibarra, viuda de Zuloaga por los terrenos en La Laguna y la transformación de la villa de Torreón gracias a la confluencia de las líneas del Ferrocarril Internacional con el Central, punto clave para la producción y transportación de algodón. Finalmente, en 1885 al convertirse en consignatarios de la Compañía Mexicana Transatlántica en Veracruz, obtuvieron ganancias de todas las mercancías que ingresaban al país por ese puerto. Esta serie de comercios, alianzas y negocios financieros permitió a los socios extraer capital para regresar a Alemania y vivir en Hamburgo de sus rentas.⁶⁷

⁶⁵ *Ibid.*, pp. 6-75.

⁶⁶ EUGENIO MAILLEFERT, *op. cit.*, p. 188. En la década de 1860 estaba asociado a Leffman en la Droguería de la calle Bajos de Porta Coelli número 4, que también ofrecía seguros contra incendio, y una mercería en el Puerto de Veracruz.

⁶⁷ MARÍA DOLORES MORALES MARTÍNEZ, "Los comerciantes de las casas de banca de la ciudad de México, 1882-1890. La firma Agustín Gutheil y Cía.", en Rosa María Meyer y Delia Salazar (coord.), *Historias de Comerciantes*, México, INAH, Secretaría de Cultura, 2018, pp. 187-222.

A fines de la década de 1880 la casa bancaria Bleichröder emitió un conjunto de bonos para el gobierno mexicano por 10.5 millones de libras esterlinas y mantuvo cierta influencia en las finanzas del país. La sociedad mercantil, dedicada al flujo de ropa desde Hamburgo, Schultze y Cía, se asoció con la firma estadounidense Sturcke García Sucs., las cuales tenían como agencia de vapores Büsling y Cía. en Veracruz. Los alemanes establecieron este tipo de asociaciones de capital con instituciones norteamericanas,⁶⁸ pero en el futuro entrarían en rivalidad. En cambio, durante el Porfiriato, los alemanes mantuvieron importantes inversiones en el mercado de tierras, relacionados con las plantaciones de henequén, azúcar, chicle, tabaco y sobre todo, café. Los empresarios alemanes fueron muy activos en el Soconusco y la clave de su éxito fue su fuerte respaldo financiero. Desde esa época, los alemanes querían utilizar a México como instrumento anti-estadounidense, pero por otra parte temían enemistarse con Estados Unidos a causa de México.⁶⁹

Entre los comerciantes alemanes de origen judío destacan los hermanos Loeb, dueños de cristalerías y Julio Meyer, dueño de una tienda de ropa para caballeros e inventor de un cinturón que recibió patente. De igual manera, durante los inicios del régimen de Porfirio Díaz llegaron a México representantes de compañías mineras y de ferrocarriles de origen judío, como el húngaro Samuel Lederer, quien recibió una importante concesión minera. Simon Weil, originalmente dedicado a la platería abrió una tienda de sedas y casimires. Este grupo no era muy numeroso: entre 1877 y 1899 se tienen registrados sólo 78 mexicanos naturalizados de origen judío, 45 de ellos alemanes.⁷⁰

⁶⁸ CARMEN BLAZQUEZ DOMÍNGUEZ, "Compañías navieras en el puerto de Veracruz en tiempos del régimen Porfirista", *Sotavento*, núm. 11, 2002, p. 55.

⁶⁹ Walter Bernecker, *op. cit.*, p. 75-78.

⁷⁰ CORINNE KRAUSE, *op. cit.*, pp. 77-86. La comunidad de habla alemana contaba desde 1872 con el periódico de corte liberal y progresista *Germania*, publicado entre 1888 y 1894 dirigidos por el prominente científico Isidoro Epstein. Antecedente de éste fue el periódico *Vorwärts (1872-1876)*, y la revista para señoritas *El Eco de Ambos Mundos*. Otra importante publicación era *The Mexican Financier*, dirigida por Simon Levy. Algunos de estos comerciantes se anunciaron en el periódico de Francisco Rivas, *El sábado secreto*, dirigido a la comunidad judía.

En el Cuadro 5 se reseñan los empresarios más destacados que participaron en la creación y administración de empresas textiles y de prendas de vestir a fines del siglo XIX en la Ciudad de México, agrupados por nacionalidad tenemos 18 franceses, 8 españoles, 7 alemanes y un estadounidense, con esta muestra puede decirse que el liderazgo de mercado no era exclusivo de franceses, aunque éstos participaban de más de la mitad de los negocios.

Cuadro 5
Inmigrantes propietarios y socios de comercio de textiles y prendas de vestir en la Ciudad de México, 1869-1899

Propietario	Empresas o giros de comercio	Origen
Basagoiti, Antonio	<i>Fábrica San Ildefonso</i>	España
Béistegui, Juan Antonio	<i>Fábricas La Colmena, La Abeja y San Ildefonso</i>	España
Bellon, Mariano	<i>Al Progreso</i>	Francia
Benecke, Esteban	Algodón	Alemania
Borel, Luis	<i>Sombrerería Francesa</i>	Francia
Braniff, Thomas	<i>Fábrica textil San Lorenzo</i>	Estados Unidos
Chauvet, Max	<i>El Importador</i>	Francia
Chauvet, Max	<i>El Importador</i>	Francia
Cobian, Feliciano	<i>Fábrica San Fernando</i>	España
Coblentz, Benito	<i>Au Carnaval de Venise</i>	Francia
Ebrard, Jean Baptiste	<i>Al Puerto de Liverpool</i>	Francia
Fortolis, Ferdinand	<i>El Puerto de Liverpool</i>	Francia
Fourcade, M. Antonio	<i>La Sorpresa y Primavera Unidas</i>	Francia
Goupil, Ernest	<i>La Sorpresa y Primavera Unidas</i>	Francia
Goupil, Victor Joseph	<i>La Sorpresa y Primavera Unidas</i>	Francia
Guerin, M.	<i>Paragüería Guerin</i>	Francia
Gutheil, Agustin	Importaciones	Alemania
Haghenbeck, Carl	<i>La Luz del Día</i>	Alemania
Leffman, Martin	Importaciones	Alemania
López Letona, Santos	<i>Fábrica La Josefina y tienda La América</i>	España
Marnat, Paul	<i>Camisería Plateros</i>	Francia

Cuadro 5 , cont.

Propietario	Empresas o giros de comercio	Origen
Meyer, Antonio	<i>La Luz del Día</i>	Alemania
Meyer, Julio	<i>La Cosmopolita</i>	Alemania
Mugot, Mariette	<i>Casa de Modas</i>	Francia
Noriega Lazo, Íñigo	<i>Fábricas Miraflores y San Antonio Abad</i>	España
Noriega Lazo, Remigio	<i>Ibid.</i>	España
Olivier, Joseph	<i>La Ciudad de Londres</i>	Francia
Pérez, Primitivo	<i>El Surtidor</i>	España
Reynaud, Alexandre	<i>Las Fábricas Universales</i>	Francia
Robert, Sebastien	<i>La Valenciana, El Centro Mercantil</i>	Francia
Signoret, León	<i>El Puerto de Veracruz</i>	Francia
Tron, Joseph	<i>El Palacio de Hierro</i>	Francia
Weil, Simon	Sedas y casimires	Alemania
Zaldo, Bruno (hijos)	<i>Fábrica San Bruno</i>	España

Fuentes: AURORA GÓMEZ GALVARRIATO, *op. cit.*, IRENEO PAZ Y MANUEL TORNEL, *Nueva Guía de México*, México, 1882; CARLOS MONTAURIOL, *Nomenclatura actual y antigua de las calles de la Ciudad de México, 1891*; DELIA SALAZAR ANAYA, “Vivir mirando al exterior. Las colonias extranjeras en 1883- 1884”, en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. I, pp. 281 a 282; CARMEN COLLADO, *La burguesía mexicana, el emporio Braniff y su participación política, 1865-1920*, Siglo XXI editores, México, 1987; CLARA E. LIDA, *Una inmigración privilegiada. Comerciantes, empresarios y profesionales españoles en México en los siglos XIX y XX*, Madrid, Alianza Editorial (monografías 34), 1994; CARLOS HERRERO BERVERA, *Los empresarios mexicanos de origen vasco y desarrollo del capitalismo en México, 1880-1950*, México, UAM-Plaza y Valdés, 2004; WALTHER L. BERNECKER, *Alemania y México en el siglo XIX*, México, Facultad de Filosofía y Letras-El Colegio de México-Servicio Alemán de Intercambio Académico, 2005; JAVIER PÉREZ-SILLER, “De mitos y realidades: la emigración barcelonnette a México, 1845-1891”, en Gamboa Ojea, Leticia (coord.), *Los barcelonnettes en México. Miradas regionales, siglos XIX-XX*, México, BUAP-ICS y H-UJED, 2009.

c) Las redes sociales y las relaciones comerciales

En este apartado se analiza la reconstrucción de las organizaciones que permitían relacionarse a los empresarios y ampliar sus contactos de negocios en dos tipos: a) Formales, como el ayuntamiento de la Ciudad de México, las cámaras de comercio, los clubes y la lonja, y b) sitios de reunión informal como la ópera, los teatros, el hipódromo o las celebraciones cívicas podían ser óptimos para reforzar estos lazos. Los matrimonios entre familias fueron el medio de más largo alcance para unir fortunas o vincular linajes de comerciantes; aunque este aspecto requerirá un estudio futuro.

Ayuntamiento de la Ciudad de México y el Asilo Particular de Mendigos

En la década de 1880 disminuyó la participación de los militares en las actividades gubernamentales y aumentó la de empresarios y profesionistas, debido a la demanda de expertos en materias relacionadas con la expansión administrativa y el crecimiento urbano. La posición de regidor o síndico les daba la oportunidad de ampliar sus negocios o proyectarse en la política, y llevarlos a puestos en el gobierno Federal. También los ponía en estrecha relación con los hombres más acaudalados de la época, hacendados y financieros, como Pedro Rincón Gallardo o Guillermo de Landa y Escandón.⁷¹ En las comisiones del Ayuntamiento de la Ciudad de México de 1883 y 1884 participaron diversos profesionistas, empresarios, líderes obreros y comerciantes. Entre estos últimos se encuentran Francisco Cortina e Icaza (quien provenía de dos familias de gran fortuna en el siglo XVIII, ligadas al Consulado de la Ciudad de México)⁷² en Hacienda; Juan

⁷¹ ALICIA SALMERÓN, "¿Quién gobierna la ciudad? De los ediles del Ayuntamiento de México", en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. I, pp. 211 a 236.

⁷² Francisco Cortina e Icaza, nacido el 25 de junio de 1841, m. el 1 de febrero de 1915 fue Regidor de la Ciudad de México, Caballero de la Orden Ecuéstre del Santo Sepulcro de Jerusalén, Consejero del Banco Nacional de México y representante del gobierno como interventor de las emisiones de billetes del Banco de Londres y México, S.A. Casó en 1869 con Concepción Cuevas y Rubio, de sus nueve hijos sólo dos tuvieron sucesión: Guadalupe, y Concepción Cortina y Cuevas. RODRIGO-ALONSO LÓPEZ-PORTILLO Y LANCASTER-JONES, "Los Cortina", *Club Social México*, No. 9, Octubre 1991, p. 42-49.

Gutiérrez Solórzano⁷³ en Coches, Festividades y Fomento de Artesanos, así como Policía; Román S. Lascuráin en Hacienda (fallecido en 1909)⁷⁴; Francisco V. Noriega en Limpia, Alumbrado, Cárceles, así como en Mercados y Elecciones; por último Agustín Rovalo,⁷⁵ en Mercados.

El 9 de febrero de 1883 un grupo de vecinos y comerciantes del Portal de Mercaderes se dirigieron al gobernador del Distrito para solicitarle que se aseara el portal, por la presencia de dos mingitorios en mal estado y la gran cantidad de personas que los usan. La carta fue firmada por los negocios de sombrerería Dallet y Cía., E. Manuel y Cía., Antonio Carvajal y Cía., y por los comerciantes Zeferino Hernández, A. Audiffred y M. Márquez, exigiendo la remoción de los mingitorios. La insalubridad, los miasmas y el temor a las epidemias de tifo y cólera atemorizaban a la población de la ciudad, en particular se le temía al hacinamiento y las aglomeraciones.⁷⁶ Hacia 1898 encontramos algunos comerciantes entre la lista de regidores del Ayuntamiento, como Luis Gonzaga Lavie,⁷⁷ Juan Zolly (s sombrerero del Portal de Mercaderes), o Guillermo Portilla (de

⁷³ [Juan Gutiérrez Solórzano](#), nacido en 1831 - San Juan del Río, Querétaro, México. Sus padres fueron Juan Nepomuceno Gutiérrez y María de Jesús Solórzano. Casado el 29 de junio 1863, Parroquia de San Miguel Arcángel de la Ciudad de México, con Amada Álvarez Flores 1839. <<http://gw.geneanet.org>> consultado el 15 de marzo de 2018.

⁷⁴ [Román Sebastián Lascuráin Gómez-Valdés](#), nacido en 1845 en Veracruz. Sus padres fueron Ángel Gerardo Lascuráin Miranda 1809-1876 y María Consolación Gómez-Valdés Martínez-Alcalde 1821-1874. Se desposó el 21 de junio 1873 con Concepción Landa Escandón. Su hija María Concepción Lascuráin Landa 1877-1959 se casó el 12 de mayo 1900 con George T. Braniff Ricard 1874-1954. <<http://gw.geneanet.org>> consultado el 15 de marzo de 2018.

⁷⁵ [Agustín María Brígido Rovalo Irazabal](#), nacido el 28 de agosto 1837 en la Ciudad de México. Bautizado el 28 de agosto 1837 - Parroquia del Sagrario de la Ciudad de México, sus padres fueron Luis Rovalo Villodas †1858 y María del Pilar Irazabal Lobato n. 1807. Se casó el 21 de abril 1887 en la Parroquia del Sagrario de la Ciudad de México, con María del Refugio Flores Ganancia. <<http://gw.geneanet.org>> consultado el 15 de marzo de 2018.

⁷⁶ CRISTINA SACRISTÁN, "Enfermedades cosmopolitas e insalubridad" en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. II, p. 33.

⁷⁷ JULIO POPPER, *op. cit.* En 1883, la tienda de Luis G. Lavie era vecina de la de Uhink en la calle de Don Juan Manuel. María Sausi agrega que en 1878 Lavie había formado parte de la comisión para sustituir los derechos de portazgo y consumo con el 1% sobre toda operación mercantil. MARÍA JOSÉ SAUSI GARAVITO, *Breve historia de un longevo impuesto*, tesis de maestría en Historia, Instituto Mora, México, 1998, p. 87.

la fábrica San Ildefonso), destacando Francisco Cortina e Icaza, quien también participaba en la comisión de mercados.⁷⁸

Otros comerciantes y empresarios, contribuían más activamente en la solución de los problemas de la ciudad, como es el caso de Emilio Mävers, José V. del Collado y José Carballeda, este último propietario de la fábrica de estampados de Belén, quienes formaron parte de la Junta directiva del Asilo Particular de Mendigos. En la **figura 6**, una fotografía de Gove & North, de 1884, aparecen los miembros de la Junta, mostrando su indumentaria de género masculino de élite: sacos de solapa corta de botonadura sencilla o doble (largos), corbatas de moño cortas o *gazné*, casi todos de dos o tres piezas. Algunos llevan cadenas pendientes de algún ojal del chaleco.⁷⁹



Figura 6. “Junta directiva fundadora del Asilo Particular para Mendigos, establecida en México el 7 de septiembre de 1879” publicada en MARÍA DOLORES LORENZO DEL RÍO, “¿De quién son los pobres?”, en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. II, p. 46.

⁷⁸ *Ibid.*

⁷⁹ MARÍA DOLORES LORENZO DEL RÍO, “¿De quién son los pobres?”, en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, Instituto Mora, 2013, vol. II, p. 45 a 47.

Agrupaciones y cámaras de comercio

En 1873 Esteban Benecke, Angel García Lascuráin y Sebastián Camacho habían logrado que el presidente Lerdo de Tejada firmara un contrato para la Compañía Mexicana Limitada llamada “de los Catorce” en el marco de la lucha por concesiones para la construcción de vías de ferrocarril entre nacionales y extranjeros. Esta decisión presidencial no los favoreció, en parte por las declaraciones en contra de México que había hecho el general William Rosecrans de la compañía Union Contract y por las mejores condiciones que ofrecía la Compañía Mexicana para la construcción del Ferrocarril Interoceánico, alabada también por el ministro Manuel Romero Rubio. La empresa tampoco se formó pues los socios no pudieron reunir el capital necesario, sin embargo con ese antecedente contaron con el apoyo gubernamental para la creación de *Cámara Nacional de Comercio*.⁸⁰ Ésta fue fundada el 27 de agosto de 1874, en el edificio de la Lonja Mercantil,⁸¹ presidida por Esteban Benecke y cinco vocales propietarios: Angel G. de Lascuráin, Martín Castillo y Cos, Pedro Martín, Antonio Carvajal y Valentin Uhink.⁸² En 1884 se nombra a este último como presidente de la Cámara de Comercio de la Ciudad de México, sucedido por Luis G. Lavie⁸³ en 1895 y Enrique Tron en 1909.

Agentes de negocios

En los negocios con el exterior, los comerciantes contaban con representantes en las aduanas, principalmente en el puerto de Veracruz, donde despachaban mercancías a las principales casas de comercio. Los agentes solían enviar

⁸⁰ ARTURO ARNÁIZ Y FREG, “95 años de actividad, la fundación de la Cámara Nacional de Comercio”, en *XCV Aniversario de la Cámara de Comercio de la Ciudad de México*, México, CANACO, 1969, pp. 43-49.

⁸¹ Enrique Chávarri comenta que la Lonja Mexicana se ubicaba en el Portal de la Diputación, local que pasó a ser el cajón de *La Bella Jardinera*. ENRIQUE CHÁVARRI (JUVENAL), “Charla de los domingos”, *El Monitor Republicano*, 17 de agosto de 1884, p.1.

⁸² CARLOS MONTAURIOL, *op. cit.* En la década de 1880 Valentin Uhink era propietario de la ferretería Uhink y Cía. donde se vendían las máquinas de coser Howe y más tarde de *El Palacio de Cristal*, tienda de abarrotes.

⁸³ Erika Galán menciona que en 1884 Luis G. Lavie fue accionista del Banco Nacional de México y su esposa Dolores Sanz, heredó la casa de su padre Clemente Sanz que hoy es sede de este banco, ERIKA GALÁN AMARO, *op. cit.*, p. 131.

productos textiles importados a varios comerciantes y en ocasiones los mismos comerciantes eran agentes. En el **cuadro 5** se presenta un ejemplo de los envíos de estos agentes a través de la aduana de México como Bonne Struck, J. Olivier, García Wolf y Agustín Gutheil. Otros agentes eran Guillermo Bussing, Cos Castillo, A. Doussine, F. Formento, Francisco Ituarte, C.A. Martínez, P.G. Méndez, Porte Pettit, R.C. Ritter y Torre Fischer. En el capítulo II, 2.2, inciso b, se habló de cómo podemos clasificar estos productos. Aquí cabe destacar la capacidad de muchos residentes extranjeros para establecer relaciones comerciales que les permitían obtener mercancías importadas que les representaran ganancias, después de solventar los costos de transporte, importación y comisiones.

Cuadro 6
Agentes y casas comerciales, 1886*

Agente	Casa comercial	Productos
Bonne Struck	A sí mismos	Lienzo de algodón de color liso. Zarapes de lana y algodón estampados.
Bonne Struck	B. Arena y hermano	Bultos de algodón
Bussing, Guillermo	E. Sengstack	Bultos de hilaza de algodón trigueña. Tiras de algodón, seda para adornos de vestidos, tápalos de lana y algodón, hilaza colorada de algodón.
Bussing, Guillermo	Schultze	Cotelina de lana y algodón, género de algodón y pita labrado, género de algodón de color, bandas de lana y algodón labradas, tápalos de algodón.
Bussing, Guillermo	Schmidt y Bourjac	Tejidos de seda y algodón, lienzo y cortes de algodón, tejidos de lino, pelo de conejo y cintas de seda para sombreros, pieles preparadas y <i>plaids</i> de algodón.
Cos Castillo	R. Cardeña	Guarniciones de tiro finas y paraguas de seda.
Doussine, A.	S. Coblentz	Tejido fino
Doussine, A.	B. Rovés	Tejido de algodón blanco liso, resorte de algodón, alpaca de lana y algodón, casimir de lana y algodón, tejido de algodón para túnicas, pañuelos de algodón de color. Bandas de lana bordada, hilo de algodón en bolitas, tejido de algodón blanco liso. Alpaca de lino y algodón, holanda de lino y algodón de color. Zarapes de algodón de color liso, tejidos de seda, dril de lino.
Doussine, A.	Guérin	Vestidos para señora
Doussine, A.	Signoret y Bourjac	Zarzas de algodón de color. Tejidos de algodón
Doussine, A.	Levi Martin	Casimir de lana
Doussine, A.	Sucesores A. Julien	Ponchos de lana y algodón
Doussine, A.	Lefebvre	Hilo de algodón en carretes
Doussine, A.	Gassier y Reynaud (Fábricas de Francia)	Alfombra de lana tipe de rizo sin cortar.
Doussine, A.	Argentin Faudon	Toallas y pañuelos de algodón, recorte, terciopelo y tejidos de algodón, tejidos y holanda de lino. Alpaca de lana y algodón, astracán de lana y algodón, plaide de lana, casimir de lana y algodón y merino de lana cruzado.

Agentes y casas comerciales, 1886 -continuación

Doussine, A.	S. Coblenz	Tejido de lino blanco liso, camisetas, cuellos y puños de lino, cortinas, bastones, pañuelos y pecheras de lino, corbatas de seda, sobrecamas de seda y algodón, ropa hecha.
Doussine, A.	T. Anciaux	Sombreros de paja en corte, amazones de lienzo para sombreros, sombreros adornados para niños, punto de seda con abalorio, fleco y encaje de seda, chaquiras abrillantadas, plumas y flores artificiales.
Formento, F.	L. Lagarrigue	Aretes, pulseras, fistles, collares, leoninas, sortijas, cuellos y puños de celuloide.
Formento, F.	Rafael Salin	Calzoncillos de punto de media para bailarinas, cinta de seda con mezcla de lino.
García Wolff	García Wolff	Género de algodón, percales de algodón de color, dril de lino, cotí de algodón de color y pañuelos de algodón blanco.
Gutheil, Agustín	Agustin Gutheil	Máquinas de coser. Ropa hecha.
Gutheil, Agustín	Francisco García	Costales de cáñamo
Ituarte, Francisco	Llacurl Murga	Género de algodón blanco liso.
Martínez, C.A.	B. Arena y hermano	Algodón en rama
Méndez, P. G.	E. Ducastang	Pasamanería de lana y alfombra de lana aterciopelada.
Olivier, J.	A sí mismos	Calicó de algodón, casimir de lana, corbatas de seda, calcetines de algodón, género de algodón para cortinas, género de lino blanco, pañuelos de lino, hilo de algodón en carretes, servilletas de algodón de color. Alfombra de lana aterciopelada.
Olivier, J.	E. Bayonne	Sombreros de paja adornados, formas de sombreros, ropa hecha, guantes y zapatos de piel, corbatas de seda y algodón, mascadas de seda, pañuelos de lino, plumas para adornos y sombrillas de seda.
Porte-Petit	L.A. Comú	Casimir, lienzo de algodón, seda y lana, piqué de algodón con seda.
Ritter, R.C.	Izquierdo y Garibay	Corsés de algodón
Ritter, R.C.	Miguel Frenck	Ropa hecha.
Torre Fischer	Fourcade y Goupil (Sorpresa y Primavera Unidas)	<i>Franges</i> de seda y algodón, tul y encaje de seda, tejidos de lino y algodón. Ropa hecha. Alfombras de jute, de tripe aterciopelada y de rizo sin cortar. Casimir de lana, tejidos de lino y algodón cruzado, casinete de lana y algodón, servilletas de lino, tejido de lino crudo. Fichús de seda, pasamanería de algodón, cortes de peinadores y vestidos, poliones para señora, encarrujados de seda y algodón, corbatas de seda, sobrecamas de algodón y seda. Cortinas de guipuir de algodón.
Doussine, A.	Argentin Faudon	Toallas y pañuelos de algodón, recorte, terciopelo y tejidos de algodón, tejidos y holanda de lino. Alpaca de lana y algodón, astracán de lana y algodón, plaide de lana, casimir de lana y algodón y merino de lana cruzado.
Doussine, A.	S. Coblenz	Tejido de lino blanco liso, camisetas, cuellos y puños de lino, cortinas, bastones, pañuelos y pecheras de lino, corbatas de seda, sobrecamas de seda y algodón, ropa hecha.
Formento, F.	L. Lagarrigue	Aretes, pulseras, fistles, collares, leoninas, sortijas, cuellos y puños de celuloide.
Formento, F.	Rafael Salin	Calzoncillos de punto de media para bailarinas, cinta de seda con mezcla de lino.
García Wolff	García Wolff	Género de algodón, percales de algodón de color, dril de lino, cotí de algodón de color y pañuelos de algodón blanco.
Gutheil, Agustín	Agustin Gutheil	Máquinas de coser. Ropa hecha.

* Fuente: "Aduanas de México" en *El Siglo XIX*, 4 de octubre de 1886, p. 3.

Clubes sociales y celebraciones cívicas

Los miembros de la élite mexicana y algunos residentes prominentes se organizaron en el Jockey Club, los estadounidenses el American Club y la American Chamber of Commerce. Los británicos se agruparon en la ciudad de México en el Albion Club, creado en julio de 1883, encabezado por Edmond L'Anson. Los alemanes que obtenían buenas ganancias en sus negocios pudieron adscribirse al Club Alemán de la Piedad para organizar carreras de caballos, otros preferían la cacería. En julio de 1883 fundaron el *Deutsche Zeitung von Mexico* y organizaban suntuosos bailes.⁸⁴ En 1884 la costumbre de estos bailes llamaron la atención en los círculos del Jockey Club como algo digno de ser imitado.⁸⁵

El *Jockey Club* fue creado el 8 de junio de 1881 con 22 accionistas con el fin de organizar las actividades hípicas del hipódromo de Peralvillo, cercano a la estación del ferrocarril e inaugurado en 1882 para uso de los clubes Alemán, Francés y Militar.⁸⁶ Algunos de los socios fundadores fueron el General Manuel González, el presidente Porfirio Díaz; Manuel Romero Rubio, ministro de Gobernación; así como destacados hombres de negocios: Antonio Algara, Félix Cuevas, Tomás Braniff, Pablo Landa y Escandón, Eduardo Rincón Gallardo, Alberto Romero de Terreros, José Yves Limantour, Manuel de Iturbe, entre otros.⁸⁷

El *Círculo Francés* fue creado en 1870 en el número 6 de la calle de Plateros. La actividad más importante de la colonia francesa fue la celebración de la fiesta de la toma de la Bastilla con un primer banquete en el Tívoli de San Cosme el 14 de julio de 1880, un concierto y un baile en la antigua Lonja.⁸⁸ Esta celebración coincidía con la conmemoración de la entrada de Benito Juárez en la ciudad de México, lo que dio a esa fecha un doble significado liberal, celebrado

⁸⁴ DELIA SALAZAR ANAYA, "Vivir mirando al exterior. Las colonias extranjeras en 1883-1884", en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. I, p. 287-288.

⁸⁵ ENRIQUE CHÁVARRI, *op. cit.*, 9 de marzo de 1884, p.1.

⁸⁶ RICARDO GARIBAY, *et al.*, *Diccionario Porrúa de historia, biografía y geografía de México*, Volumen II, México, Editorial Porrúa, 1970, p. 1002.

⁸⁷ ARTURO AGUILAR OCHOA, "De las carreras el alto goce", en *Dimensión Antropológica*, vol. 50, septiembre-diciembre, 2010, pp. 185-203.

⁸⁸ *Ibid.*, 18 de julio de 1880, p. 1.

con un baile en el Casino Francés a partir de 1881.⁸⁹ Las colonias francesa y española participaban más activamente de la vida social de la ciudad, en teatros, bailes, celebraciones, tertulias científicas y literarias; en viajes de placer y actividades comerciales. La Cámara de Comercio Francesa se constituyó en 1883 y fue organizada por el ministro Gustave Coutouly, agrupando importadores de paños, bonetería, porcelanas y diversos artículos suntuarios.⁹⁰

Los antecedentes del *Casino Español* los encontramos en 1863, cuando los empresarios de la colonia española como José Toriello Guerra, Manuel Mendoza Cortina, Isidoro de la Torre y Carsi y Cayetano Rubio, Genaro Perogordo, Francisco Solís, Salvador de la Fuente y Niceto de Zamacois concretaron la idea de formar un centro de reunión social y de negocios. En sus primeros años esta agrupación ocupó antiguas casas señoriales, como la de los condes de Santiago y la de San Mateo Valparaíso. En 1883, siendo presidente Pedro Ramón Francisco Suinaga Elorza, el *Casino Español* cambió su sede a San Juan Letrán núm. 13. Durante la presidencia de Telésforo García de Roiz, en 1885 se mudó a la esquina de San Francisco y Coliseo (hoy llamada Casa Borda). Más tarde una nueva mudanza llevó la sede de la colonia española a los altos del Café Inglés, (Coliseo y primera de Independencia). El auge económico de los socios permitió que la agrupación contara con un local propio en 1895 con la compra del predio ubicado en la calle del Espíritu Santo número 1½, (hoy Isabel la Católica número 29), donde se encontraba el Hospital de Espíritu Santo y Nuestra Señora de los Remedios.⁹¹

Las celebraciones del día de la Independencia nacional eran propicias para convocar a todas las asociaciones de profesionistas y empresarios. El 2 de septiembre de 1883 se anunciaba la participación del círculo francés, el club

⁸⁹ JACQUES PAIRE, "La fiesta del 14 de julio" en *Raíces francesas en México*, núm. 2, junio de 2007, p. 15.

⁹⁰ DELIA SALAZAR, *op. cit.*, p. 284-288.

⁹¹ FÁTIMA PINEDA XOCHIPA, *El Casino Español en la Ciudad de México*, tesis de doctorado en Historia del Arte, Facultad de Filosofía y Letras, México, UNAM, 2010, pp. 24-38. Véase también ANA LÍA HERRERA-LASSO, "Una elite dentro de la elite: el Casino Español de México entre el porfiriato y la revolución (1875-1915)", en *Secuencia*, vol. 42, septiembre-diciembre 1998, pp. 177-206.

alemán, los estadounidenses, la sociedad italiana, el club inglés y el Albion Club. Las casas de comercio se adornaban con banderas nacionales y guirnaldas en las fachadas, para festejar el paso de la procesión cívica y festones de flores. Por la noche, los habitantes de la ciudad gozaban de una iluminación especial. En 1885 se agregó la imposición de condecoraciones en el Pabellón Morisco de la Alameda, que recordaba a los habitantes de la ciudad el éxito de la delegación comercial mexicana en Nueva Orleans. Desde el año anterior, el Círculo de Amigos del General Porfirio Díaz se reunía en privado la noche del 14 de septiembre para festejar el onomástico del presidente, que para 1887 tuvo lugar en la Avenida Patoni. Sin embargo, la coincidencia del aniversario nacional y la fiesta del presidente confluyeron en la década de 1890 en una celebración pública en la calzada de la Reforma, el paso del presidente bajo arcos triunfales, seguido de la felicitación de la oligarquía y el cuerpo diplomático en el Palacio Nacional el 15 de septiembre. En esos desfiles participaban Asociaciones de Obreros, empleados de la Obrería Mayor y sociedades mutualistas, funcionarios civiles y militares, clubes, gremios y colegios, integrando a las capas populares y medias de la ciudad de México con el conjunto social.⁹² Después de las celebraciones del día 16 se reanudaban las actividades en las centenarias calles de la ciudad.

⁹² ARNALDO MOYA GUTIÉRREZ, "Los festejos cívicos septembrinos durante el Porfiriato, 1877-1910", en Claudia Agostoni y Elisa Speckman (eds.), *Modernidad, tradición y alteridad. La ciudad de México en el cambio de siglo*, México, UNAM, 2001, pp. 58-66.

3.2 Las tiendas y almacenes en el espacio urbano de la Ciudad de México

Para Henri Lefebvre la producción del espacio no es menos real que la producción de las ideas o de los bienes económicos. El dominio del espacio es una actividad política que tiene que ver con el constante flujo de productos, mercancías y materias primas, desde un origen, un trayecto hasta una terminal; por ello, los espacios urbanos son los puntos fuertes de este sistema. En determinadas sociedades el espacio es un sector central en la economía, como en las sociedades terratenientes, mientras que para otras es sólo una especie de “polea de transmisión”, un medio para la generación de riqueza.⁹³ En el antiguo régimen las ciudades ya eran espacios de intercambio, pero en siglo XIX estos centros se relacionaron aún más, aumentó la escala, el control sobre sus extensiones con nuevas tecnologías y se acentuó su carácter político con la asignación de espacios dominantes y dominados.

Lefebvre propone que la reproducción de las relaciones de producción se efectúa por y en el espacio. Es decir, el espacio es el instrumento para la continuidad del sistema. El espacio está dominado por la propiedad, cuya geometría es susceptible de ser medida, contiene las relaciones sociales anteriores y futuras, y recurre a medios coercitivos para su control. El espacio es inmenso pero está profundamente fragmentado por la propiedad privada y atravesado por diversas estrategias contradictorias de apropiación. La complejidad de intereses que intervienen en la producción del espacio está vertida en la arquitectura, en el urbanismo y la planeación territorial.⁹⁴

Los nuevos espacios creados en la Ciudad de México a partir de las Leyes de Reforma respondieron a un ámbito secularizado, lo que significa “un proceso de separación de las distintas esferas de la vida social, el predominio de la racionalidad, el alejamiento de las preocupaciones espirituales y la privatización de lo religioso.”⁹⁵ La venta de propiedades pertenecientes a las corporaciones

⁹³ HENRI LEFEBVRE, “La producción del espacio”, en *Papers: revista de sociología*, Año 1974, núm. 3, p. 219-220.

⁹⁴ *Ibid.*, pp. 220-226.

⁹⁵ NORA PÉREZ-RAYÓN, “Modernización y secularización. La ciudad de México en el Porfiriato (1876-1911)”, *Fuentes Humanísticas*, núm. 31, p. 71.

religiosas permitió ampliar los espacios seculares, extendiendo la red productiva que comenzaba en una fábrica de Atizapán y terminaba en el almacén de novedades del centro de la ciudad. La apertura de nuevas calles permitió a los talleres fabriles de sombrereros, las casas de sastres y modistas contar con más espacio; los cajones de ropa que se convirtieron en almacenes departamentales. El siglo XIX el modelo de ciudad, definido desde el siglo XVI: plazas y manzanas cortadas perpendicularmente por calles rectas en torno a la Plaza Mayor fue modificado con la idea del *ensanchamiento* de las calles para mejorar la *circulación*, que pueden ser vistas como metáforas de la apertura a los circuitos comerciales internacionales y del sistema monetario.

Durante el siglo XIX la Ciudad de México experimentó un notable aumento de la población, que pasó de 125,000 habitantes en 1820 a cerca de 340,000 en 1900, lo que indica la magnitud del crecimiento del mercado de laboral y una escala mayor para las operaciones comerciales.⁹⁶ Entre 1830 y 1840 la Ciudad de México inició su papel como mercado de consumo, pero también de producción y distribución, una introducción amplia con poco acaparamiento y bastante dispersión.⁹⁷ Sin embargo, hasta la década de 1880, las crisis constantes favorecían el negocio de los prestamistas, el contrabando y el robo de artículos domésticos, en particular de plata. Como se vio en el apartado 1.4 la conexión con el Puerto de Veracruz fue clave en la expansión del comercio.

A fines del siglo XIX las autoridades mejoraron las condiciones de salud de ciudad de México, lo que permitió proporcionar un mejor nivel de vida, aumentar la población y generar un mercado mayor para los productos comerciales. En la década de 1880, se aumentó la dotación de agua por medio de pozos artesianos y la ampliación de la red de agua potable proveniente del norte y noroeste impulsó

⁹⁶ SECRETARÍA DE ECONOMÍA, *Estadísticas sociales del porfiriato, 1877-1910*, México, 1956, p. 9.

⁹⁷ JORGE SILVA RIQUER, "Mercado y comerciantes de la Ciudad de México, 1830-1840", ponencia presentada en Jalapa, Veracruz en 1998, p. 357-375.

la densificación de las colonias populares.⁹⁸ Como se expuso en el capítulo I, fábricas textiles aprovecharon las caídas de agua de algunos ríos del Valle de México para aprovechar su fuerza motriz, antes de la llegada de la electricidad, ubicados en las zonas altas como Contreras, Tlalnepantla, Tizapán, Chalco y Tlalpan. En el capítulo II se vio como muchos talleres artesanales ubicados cerca de la Plaza mayor fueron adquiridos por comerciantes para vender ropa y telas, desplazando a los trabajadores a la periferia. Los resultados de esta lucha por el espacio son el tema que se trata en esta sección.

Las leyes de desamortización y nacionalización significaron también la división de grandes unidades espaciales en lotes de menor tamaño, en algunos casos retomando los tramos de calles ya trazadas, regularizando la cuadrícula urbana. La activación de los predios como mercancía inició un nuevo negocio inmobiliario de corte pragmático, vinculadas a los servicios públicos, el control de la higiene, la expulsión a la periferia de actividades nocivas a los nuevos usos del suelo, como tintorerías, tenerías, pailas de jabón y pocilgas. En algunos casos, los espacios públicos fueron adornados con bancas, postes para iluminación y flores.⁹⁹ A partir de este modelo se analizará a continuación los espacios del comercio: la plaza central con sus dos soportales y las calles donde se encontraban los principales negocios de venta de telas y prendas de vestir.

En la **figura 2** (pág. 104), los comercios a los que se habla en este trabajo ocupan sólo una parte del IV cuartel, cercanos a la plaza mayor en 1886. En este punto se encontraban las estaciones de los tranvías que conducían a otras zonas habitacionales de la ciudad. Para la mayoría de los consumidores de la clase alta de ese momento, los negocios de lujo se encontraban dentro del perímetro de sus viviendas, pues en el plano sólo se aprecia algo de población en la colonia Santa María la Rivera en el sector VII y ninguna edificación a lo largo de Paseo de la Reforma ni la Calzada de Chapultepec.

⁹⁸ ERNESTO ARÉCHIGA CÓRDOBA, “El médico, el aguador y los acueductos: aprovisionamiento de aguas potables de la ciudad de México”, en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. II, p. 100 a 104.

⁹⁹ EULALIA RIBERA CARBO, “Imagen urbana, nación e identidad. Una historia de cambios y permanencias en el siglo XIX mexicano”, *Boletín americanista*, N°. 56, 2006, p. 206-211.

a) Los privilegios de la zona central

La Plaza Mayor de la Ciudad de México ha sido el eje central del comercio desde la época virreinal y funcionado como un espacio de poder eclesiástico, civil y comercial.¹⁰⁰ Las modalidades del comercio en la Plaza Mayor siguieron un proceso de transformación de varios siglos, en el que las relaciones de tipo señorial y las prácticas comerciales tradicionales fueron modificadas con la llegada de nuevos grupos sociales y modelos de producción. A fines del siglo XVIII este comercio fue desplazado a otras plazas: los vendedores de productos perecederos se mudaron a la Plaza del Volador, los del Baratillo al mercado de la Cruz del Factor y al Parián se llevó la venta de ultramarinos.

Con el invento y perfeccionamiento de la fotografía, a partir de 1840 contamos con testimonios de los espacios comerciales. Con la imagen de la Plaza Mayor, con el edificio del Parián, vecino del Portal de Mercaderes no sólo se inaugura la fotografía en México, sino una manera diferente de plasmar el entorno. Fernando Aguayo nos advierte que la fotografía, estaba limitada en sus inicios a exposiciones largas, grandes placas sensibles e imágenes invertidas. La fotografía de la **figura 7** ha revertido de manera intencional para poder observar el *Mercado del Parián* en su posición original, vecina del Portal de Mercaderes. La imagen fue tomada desde un plano superior, posiblemente la azotea del Portal de Flores.¹⁰¹

El Mercado Iturbide del barrio San Juan de la Penitencia, funcionaba desde principios de la década de 1850 para descentralizar los comercios de la Plaza Mayor, reemplazando al *tianguis* indígena que funcionaba desde el siglo XVIII.

¹⁰⁰ JORGE OLVERA RAMOS, *Los mercados de la plaza mayor de México*, México, Cal y arena, 2007, pp. 11-20. Entre los siglos XVI y XVIII, en la Plaza Mayor de la ciudad de México se asentaban tres tipos de mercados: el de bastimentos, conducido por los indígenas, el de artesanías y artículos usados llamado *Baratillo* y el de productos importados, denominado *cajones de madera*. En la plaza se mezclaban vendedores de diferente condición social y todo tipo de productos, característicos del antiguo régimen, basado en numerosas restricciones y monopolios. Sin embargo, muchas de estas disposiciones fueron sólo formalismos, superadas por prácticas consuetudinarias derivadas de la jerarquía social. En el mercado era reflejo de las diferencias sociales y de la actividad política. Su uso respondía a la confluencia de los intereses de la Corona, el Cabildo, el virrey y los comerciantes. El Ayuntamiento obtuvo importantes ingresos del comercio en la plaza, gracias a su ubicación estratégica y bien comunicada, además de la facilidad para el control y la vigilancia.

¹⁰¹ FERNANDO AGUAYO HERNÁNDEZ, "Imagen, fotografía y productores", en *Secuencia*, núm. 71, mayo-agosto, 2008, pp. 133-187.



Figura 7. LOUIS PRELIER, daguerrotipo, s.t., 1840, col. Gabriel Cromer, Museo Internacional de Fotografía y Cine, George Eastman House, Rochester, Nueva York, reprografía G. Romer y F. Osorio (detalle). El Mercado del Parián que se observa a la izquierda de esta imagen fue demolido en julio de 1843 por órdenes del presidente Antonio López de Santa Anna. Los argumentos a favor de la demolición eran que tras los saqueos del motín de 1828, los comercios de este mercado habían perdido el esplendor de antaño y que eran un obstáculo estético a la modernización de la Plaza Mayor. El presidente Santa Anna y un grupo de contratistas tenían interés en suprimir el Parián para promover la remodelación del Mercado del Volador, dirigida por José Rafael Oropeza y finalizado en 1844 con proyecto de Lorenzo de la Hidalga. Para entonces, los negocios de lujo se habían trasladado a las calles de Plateros (Madero), Monterilla (5 de febrero) y Flamencos (16 de septiembre). Los locatarios del mercado no fueron indemnizados, pero las reclamaciones de algunos de ellos se unieron a los argumentos por la invasión tripartita de 1862. JORGE OLVERA RAMOS, *Los mercados de la plaza mayor de México*, México, Cal y arena, 2007, p. 11-20.

Para la década de 1870 ya no era suficiente para el número de comerciantes, ya que también se vendía mercería y ropa, además fue necesario ampliar la acequia de Campo Florido para permitir la llegada de balsas con mercancías llamadas *trajineras*. En 1879 se reconstruyó el mercado, consolidando su zona de influencia en el rumbo del VI cuartel y proporcionando ingresos al ayuntamiento, segundo en importancia después de La Merced, ubicado al oriente.¹⁰²

Bajo la óptica del progreso, en la segunda mitad del siglo XIX, el espacio cercano a la Plaza Mayor fue dotado con los últimos adelantos de la tecnología: telégrafo, teléfono, electricidad y nuevos sistemas de transporte que permitirán el aumento del tráfico de personas y mercancías. Por ejemplo, la red telefónica abarcaba el rectángulo central de la ciudad con ramales hacia el norte y sur, con sólo una línea de oriente a poniente sobre el eje Tacuba-San Cosme. Fue así

¹⁰² MARIO BARBOSA CRUZ, “El mercado de San Juan y la descentralización del abasto en la ciudad de México”, en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. II, p. 109 a 123.

como las comunicaciones telefónicas se instalaron en el imaginario colectivo como uno de los símbolos del poder, al facilitar a los actores económicos beneficiados con una línea para expandir sus negocios.¹⁰³ En 1884 el escritor Juan de Dios Peza se refería al teléfono con asombro:

El teléfono, admirable secreto arrebatado a la electricidad, tan parecido a las fórmulas del espiritismo en sus evocaciones misteriosas y por lo mismo inciertas, ya es entre nosotros el rápido intermedio para anular la distancia, transmitiendo el sonido de la palabra. La concesión de nuestro gobierno en mayo último por seis años a Mr. Haines, representante de la Bell Telephone Co. fue seguida del establecimiento de centenares de alambres aéreos en todas las calles, en todas las direcciones, y a esta hora ya tiene en fácil comunicación todos los ministerios, todas las oficinas, todos los establecimientos, y todas las dependencias del Gobierno, y multitud de empresas particulares: impulsando y sirviendo de auxiliar a esta actividad a que despierta México, para abreviar la distancia y el tiempo.¹⁰⁴

Así como las líneas telefónicas beneficiaban a ciertos suscriptores, el alumbrado público fue un elemento tecnológico de diferenciación social que permitió la creación de fronteras internas en la ciudad (en combinación con el ferrocarril, la telefonía y la recolección de basura), servicios que reforzaron la distribución de los comercios. Andrés García anota que en 1884 la ciudad contaba con tres tipos de alumbrado: eléctrico en la zona central; uno de gas en las zonas aledañas, que iba en desuso, y el de aceite (a cargo de la firma de los Hermanos Aguirre), mucho más tenue en la periferia pobre. Aunque visto con desconfianza al principio, el alumbrado eléctrico daba una luz brillante que propició la continuidad de actividades por la noche, en particular las diversiones, la compra-venta, la circulación y la vida social de las clases superiores. La luz eléctrica favoreció la zona central, formando un rombo alargado de oriente a poniente, que se extendía por la Rivera de San Cosme. Los sitios favoritos de encuentro eran las plazas públicas, en particular la Alameda, intensamente iluminada. Durante el día se efectuaban un mayor número de intercambios entre las zonas de la ciudad, pero al

¹⁰³ VÍCTOR CUCHÍ ESPADA, "Historia de un altercado. La red telefónica y la lucha por el espacio urbano en la ciudad de México, 1883-1885", en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. II, p. 145 a 146.

¹⁰⁴ MANUEL CABALLERO (ed.) *Primer almanaque histórico, artístico y monumental para los años 1884 y 1885*, Nueva York, Chas M. Green Printing Co. 1884, p. 109.

caer la noche las clases sociales se hacían más nítidas. Por ello, algunos comerciantes donaron faroles al Ayuntamiento para instalarlos en las puertas de sus negocios o en las esquinas de sus casas, pero sólo si sus locales se encontraban cerca de la red de gas hidrógeno y luego de pagar el surtido de la energía a la Compañía Mexicana de Gas y Luz Eléctrica.¹⁰⁵

El transporte de mercancías en la Ciudad de México se dificultaba por la estrechez de algunos callejones y el número de transeúntes, por lo que la apertura de calles después de la guerra de Reforma, a costa de conventos y huertas, facilitó el tránsito.¹⁰⁶ Había varios sitios de coches de alquiler y pensiones de caballos y mulas. Las numerosas ordenanzas municipales que pretendían despejar los obstáculos, desaguar y sanear las calles muestran que éstas se encontraban en mal estado, llenas de baches y basura, en contraste con las refinadas residencias y lujo de algunas casas. En algunas calles se conservaron los negocios de antiguos gremios, se pretendió uniformar la nomenclatura y evitar a los vendedores ambulantes.¹⁰⁷ La antigua división en cuarteles de 1782 se mantuvo y permitió a los regidores vigilar de cerca de la población, con ayuda de los *guardacuarteles* y ayudantes por manzana, que además levantaron censos. Esta labor de espionaje hizo impopulares a los guardias, pero las autoridades buscaban con ello ejercer un mayor control sobre la población, en particular para conocer la situación de criados, vagabundos y población móvil. En el último cuarto del siglo XIX adquieren auge la asistencia a baños públicos, los deportes, el teatro, la música, el baile y la lectura, aunque algunas de estas actividades estaban fuera

¹⁰⁵ ANDRÉS GARCÍA LÁZARO, "Fronteras luminosas: el alumbrado público de la ciudad de México", en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, vol. II, p. 164.

¹⁰⁶ Véase MARÍA DOLORES MORALES MARTÍNEZ, "La nacionalización de los conventos y los cambios en los usos del suelo. Ciudad de México, 1861-1882", *Ensayos urbanos: la Ciudad de México en el siglo XIX*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Artes para el Diseño, México, 2011, p. 182-230, e IGNACIO ULLOA DEL RÍO, *Transformación de las calles virreinales por actividad comercial en la capital porfiriana*, México, Universidad Iberoamericana, 2018.

¹⁰⁷ Véase RANULFO DELGADO CASTAÑEDA, *Aproximación histórica al comercio ambulante en la ciudad de México*, tesis de licenciatura en economía, UNAM, 1993, y JORGE GARCÍA GUZMÁN, *Los vendedores ambulantes de la ciudad de México. Planteamiento para un modelo econométrico*, tesis de licenciatura en economía, UNAM, 2001, pp. 39-46.

del alcance de la mayor parte de la población.¹⁰⁸ A continuación se detallan los negocios ubicados en los tres soportales de la Plaza Mayor: el de Mercaderes en la parte sur-poniente, y los de la Diputación y de las Flores, en la parte sur.

El Portal de Mercaderes

El inicio de la calle de Plateros al poniente del Zócalo coincide con un importante espacio: el Portal de Mercaderes. Antonio García Cubas describe que en 1852 el ramo principal del portal eran las sombrererías, además de las alacenas de libros de don Antonio y Cristóbal de la Torre. Hacia 1888 se cambiaron las alacenas por aparadores modernos.¹⁰⁹

En 1891 permanecían en el Portal de Mercaderes la sombrerería de los hermanos Zolly en el núm. 3; la sombrerería *Al Conejo*, que contaba con su propia fábrica; Landwehr y Medina Sucesor también eran fabricantes de sombreros y recibieron un premio en la Exposición Universal de Nueva Orleans. Francisco Dallet, quien era dueño de *El Castor* había adquirido la antigua importadora de sombreros de Pelotier y comp., denominada *Al Sombrero Colorado*.¹¹⁰ En 1899 Carlos Tardán adquiere las sombrererías de Dallet e incorpora a sus hermanos Auguste y Víctor, fundando Tardán Hermanos, como se comentó antes.

En 1899 se encontraba en el núm. 1 del Portal de Mercaderes la sastrería de Fernando Hernández; en el núm. 7 la sombrerería de Modesto Márquez, sucesor de Othón Reinbeck, importador de los sombreros de Cristy Company de Inglaterra y de John B. Stetson de Estados Unidos. También distribuía sombreros para mujeres, sombreros *jaranos* para la indumentaria campestre, los *clak* para baile, sombreros de copa de pelo de castor o los tipo *calañés*.¹¹¹ Véase glosario.

¹⁰⁸ ANNE STAPLES, *op. cit.* p. 146 a 167.

¹⁰⁹ GABRIELA SANCHEZ REYES, "Tiendas, puestos y cajones en el portal de mercaderes de la ciudad de México", *Boletín de Monumentos Históricos*, tercera época, núm. 9, sep-dic. 2007, pp. 2-15.

¹¹⁰ CARLOS MONTAURIOL, *Nomenclatura actual y antigua de las calles de la ciudad de México*, Portal del Coliseo Viejo, núm. 6, México, 1891, varias páginas. <<https://tardan.com.mx/interiores/nosotros.php>> consultado el 2 de febrero de 2019.

¹¹¹ J. FIGUEROA DOMENECH, *Guía general descriptiva de la República Mexicana*. Ramón de S. N. Araluce, Imprenta Henrich y Cía., Barcelona, 1899, vol. I., p. 320.

Como se observa en el cuadro 6, la mayoría de los negocios del Portal de Mercaderes están relacionados con la industria del vestido o la decoración (sombrererías, sastrerías, camiserías, corsetería y galonería). Esto indica una cierta especialización del espacio y un alto valor otorgado a estos productos.

Cuadro 6
Comercios del Portal de Mercaderes, 1883

Local	Establecimiento	Propietarios
s/n	<i>La Ciudad de México</i>	S. Tellez y Cía.
1	<i>Sombrerería del Castor</i>	Francisco Dallet y Cía.
s/n	<i>La Fragata</i>	Celada y Hermanos
s/n	<i>Café del Cazador</i>	Minete [?]
s/n	<i>El sombrero Nacional</i>	Hernández Hnos.
2	Sombrerería	Gerardo Warnholtz y cía.
3	Fábrica de sombreros	Zolly Hermanos
4	<i>Al sombrero colorado</i>	Th. Pelotier y Cía.
s/n	Sombrerería <i>Al Conejo</i>	Medina Suc.
s/n	Sastrería y camisería <i>La Industrial</i>	—
s/n	Sastrería	Franc y Cía.
s/n	Cantina	Louis Buisson
7	<i>Sombrerería mexicana</i>	Modesto Márquez
s/n	Galonería	Antonio Carbajal
s/n	Cristalería <i>La Jalapeña</i>	Regal Lubert Masson y Cía.
s/n	Fábrica de corsés cajón <i>Las variedades</i>	M. Lions
8	<i>El Echo de Paris</i>	C. Audiffret (antes Borell y Cía.)

Fuentes: JULIO POPPER, *Plano del perímetro central de la Ciudad de México*, México, Litografía Debray, 1883 y GABRIELA SANCHEZ REYES, "Tiendas, puestos y cajones en el portal de mercaderes de la ciudad de México", *Boletín de Monumentos Históricos*, Tercera época, núm. 9, sep-dic. 2007, pp. 2-15. Conocemos los nombres de algunos propietarios de estos negocios gracias a que habían solicitado al Ayuntamiento pavimentar con piedra el piso del portal.



Figura 8. Lorenzo Becerril, Portal Mercaderes, ca. 1883, tarjeta postal, en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013, p. 34. Imagen tomada desde el plano superior del Ayuntamiento hacia el Poniente hacia media mañana. Se observa la arcada de los soportales, destacando los letreros de algunos negocios: los tres primeros arcos de la planta baja los ocupa *El Eco de Paris*, sombrerería, sedería y guantería de C. Audiffret; en los altos se anuncia la exposición permanente de la cristalería *La Jalapeña*, de Rigal Masson y Cía. y una fábrica de cigarros cuyas marcas penden en sendos letreros de gran tamaño. Adosadas a cada columna alcanzan a observarse varias alacenas con sus puertas abatibles. En los siguientes tres arcos se anuncia una *galonería* (listonería de uso militar y decorativo) y *tiraduría* (elaboración de alambres delgados de oro y plata) de A. Carvajal y Cía.; sobre ésta un letrero en fondo oscuro promociona una fotografía correspondiente al número 7., presumiblemente ubicada en los altos del inmueble. En seguida, tan sólo ocupando la mitad de un arco está el anuncio de la sombrerería de Modesto Márquez y el último letrero que puede distinguirse pertenece al negocio *Al Sombrero Colorado* de Th. Pellotier y Cía. Un aspecto que llama la atención es la poca cantidad de personas en la escena, más aún tratándose de la plaza principal; en primer plano sólo se ven cinco personas: junto al primer arco una persona sentada junto a su puesto de venta callejera, otras dos caminando en sentidos opuestos, una sentada al borde de la banqueta junto a un árbol y la quinta persona dentro del pequeño quiosco circular con techumbre blanca, frente a la galonería; hacia el fondo de la imagen hay un grupo de personas, de las que no puede determinarse su número. Véase glosario.

La imagen de la **figura 8** muestra el mismo espacio descrito en el cuadro precedente, pero nos permite comprender el aspecto del Portal de Mercaderes: compartimentado al frente, profundo en el interior y con aproximadamente 24 arcos, que sirven de apoyo a las alacenas (pequeños puestos semi-fijos contruidos en madera para la venta al menudeo y algunos puestos de comida). Algunos 18 negocios mencionados en el cuadro 6 ocuparon más de un espacio, en la medida de su importancia y volumen de mercancías. Además, es probable que algunos negocios dispusieran de un local en la planta baja y otro espacio en la parte superior para servir de bodega o taller.

El Portal de la Diputación

Este portal debe su nombre a la centenaria presencia del edificio del Ayuntamiento de la Ciudad de México, ubicado al sur, lado oeste de la Plaza Mayor.¹¹² En la década de 1880 se encontraban, en la esquina de Callejuela la tienda de Graille, Ollivier y Cía. llamada *Cajón del Sol*, dedicada a la venta de ropa, alfombras y tapetes. Hacia fines de siglo se ubica el almacén de ropa *La Bella Jardinera* de M. Franck y Cía. Sucesores, establecimiento de grandes proporciones que ocupó el espacio de la Lonja Mercantil.¹¹³

Portal de las Flores

Este antiguo portal, de la parte sur, lado este de la Plaza Mayor, fue uno de los centros de comercio más activos y vecino de la Plaza del Volador. Hacia 1891, en el número 2 se encontraba *Al Progreso*, tienda de Bellón Payon y Cía., que distribuía ropa tanto al mayoreo como al menudeo. En los números 3 y 4 se encontraba la tienda de ropa *La Valenciana* de Sebastien Robert y Cía., que contaba con representación en la Rue Richer 15, Paris. En los números 6 y 7 se localizaba *El Correo Francés*, almacén de ropa nacional e importada de Lambert, Reynaud y Cía. Finalmente, en los números 8 y 9 el Cajón de ropa *La Ciudad de México* de Donnadieu F. y Co.¹¹⁴

¹¹² JULIO POPPER FERRY, *Plano del perímetro central y directorio comercial de la Ciudad de México*, Litografía Debray, México, 1883.

¹¹³ J. FIGUEROA DOMENECH, *op. cit.*, p. 343. Pudo haber sustituido al *Cajón del Sol*.

¹¹⁴ CARLOS MONTAURIOL, *op. cit.* p. 60.

En 1897 el Ayuntamiento decretó la demolición de la esquina sur del Portal de Mercaderes para la construcción del edificio del *Centro Mercantil*. En el año 1900, en los edificios que rodean la Plaza Mayor había puestos de dulces, neverías y aguas frescas, pero tras el devastador incendio del cajón de ropa de *La Valenciana* el 4 de abril de 1906,¹¹⁵ se remodeló el Portal de las Flores con proyecto del arquitecto Nicolás Mariscal. Los regidores Guillermo de Landa y Escandón, Guillermo Heredia y Jesús Galindo y Villa presentaron propuestas para dar a la plaza un aspecto “colonial español”, proyectos que se llevaron a cabo a partir de la remodelación del edificio del Ayuntamiento bajo la dirección del arquitecto Manuel Gorozpe.¹¹⁶ En la década de 1890 *Al Progreso* comercializaba sedas, linos, *moarés*, percales, muselinas, terciopelos, etc. En sus aparadores mostraba modas importadas de la capital francesa y estaba enfocada en las mujeres de clase alta por la variedad y lujo de sus mercancías, distribuidas por Bellón y Cía.¹¹⁷

En la **figura 9** se puede observar el Portal de las Flores en 1884, similar en forma al de Mercaderes pero más modesto en su arquitectura, que además, está formado por edificios independientes integrados al soportal y sin un pretil común, ni fachada uniforme. Cabe destacar que en el año 1900 el almacén *Gran Cajón de la Valenciana* sufrió un primer incendio, de menor proporción, por el cual fue indemnizado el propietario del local Juan A. Béistegui. Esta persona remodeló el local con un sólido edificio de armazón de hierro, cemento y fachada de piedra de cantera en estilo neoclásico. El negocio se había formado con capitales proporcionados por Sebastián Robert, Pedro Chaix, Emilio Meyrand y Santiago Arrecherra.¹¹⁸

¹¹⁵ “Formidable incendio”, *El Imparcial*, 5 de abril de 1906, pp. 1 y 3.

¹¹⁶ GABRIELA SANCHEZ REYES, “Tiendas, puestos y cajones en el portal de mercaderes de la ciudad de México”, *Boletín de Monumentos Históricos*, Tercera época, Número: 9, sep-dic. 2007, p. 13.

¹¹⁷ FIGUEROA DOMENECH, *op. cit.* p. 257.

¹¹⁸ “Formidable incendio”, *op. cit.*



Figura 9. Anónimo, *Portal de las Flores*, ca. 1884. Mediateca INAH. La imagen fue tomada desde el Palacio Nacional, abarcando desde el repliegue de la calle donde inicia el soportal, es decir no muestra toda la cuadra. De izquierda a derecha se observa: la tienda de *Los Americanos* que perteneció a I. Gomez y Cía; en seguida *La Importadora*, vinatería de Andrés Trueba. El negocio con letrero oscuro es el *Cajón de la América*, ubicado en una casa de tres niveles y con un colegio para niñas en la parte superior. En este local se encontraba poco antes *El Correo Francés*. Sigue *Al Puerto de Barcelona* de García Wolff y Cía.; a continuación se encuentra el cajón *La Novedad* con sólo dos arcos, mientras que el siguiente negocio *El Gran Cajón de la Valenciana* ocupa cuatro de los arcos, que en ese momento era propiedad de A. Aubert; más adelante se encuentra *La Gran Bretaña*, de Valdés y Prida. El negocio ubicado al final, en la esquina de Callejuela no se distingue con claridad, aunque podría tratarse de *Las Fábricas de Francia*. Esta imagen muestra una ciudad que le pesan los años: recubrimientos deteriorados, dinteles caídos, y pavimentos desiguales, aunque la escena tiene cierta animación por la presencia de muchas personas y dos carruajes. Son notorias las alacenas, adosadas a las columnas del portal, algunas con hileras de mercancías, cubiertas improvisadas, otras rotas o sin montar. Lo único relativamente nuevo son los letreros de los negocios (ocupando dos hileras), las farolas y unos pocos árboles que no parecen prosperar.

b) Las principales calles del comercio de telas y prendas de vestir

Esta sección se muestra en orden alfabético y puede consultarse en los planos anexos para ubicar calles y establecimientos. Los negocios ubicados fuera del área central completan las listas de sederías, sastrerías y otros giros que forman parte de los barrios periféricos que se observan en la figura 2. La numeración y nombres de las calles que se manejan en este trabajo son las asentadas en las fuentes respectivas, entre 1882 y 1899. Todavía a fines del siglo XIX la numeración no era continua y era propia de cada calle, por lo que no corresponde con la serie actual.

Alcaicería¹¹⁹

Esta calle, que corre de norte a sur, detrás del Monte de Piedad, lindaba con los callejones de la Cazuela y la Olla, atravesaba Cinco de Mayo y continuaba en la calle de la Palma, como se le nombra hoy.¹²⁰ En la década de 1880, en el número 12 se encontraba la sedería de Manuel Echeverría y en la esquina con Plateros el expendio de víveres *Tienda del Borrego*, de Remigio Noriega.¹²¹

Balvanera

Calle con el nombre del convento de Nuestra Señora de Balvanera, devoción de los vascos (hoy llamada República de Uruguay). Estaba cercana al Mercado del Volador por lo que abundaban los puestos de comida. En el número 4 se encontraban las sastrerías de Envila, José y Reyes, Luciano, y en el 16 se ubicaba la paragüería de L. Donati L.¹²²

¹¹⁹ Nombre dado en Granada a la aduana de la seda, establecida por los árabes y que pasó a designar a los mercados donde se vendía seda cruda y otras mercaderías. *Diccionario de la RAE*: Del ár. hisp. *alqaysaríyya*, y este del lat. Caesarea 'propio del César', por levantarse tales edificios por privilegio imperial. Consultado el 19 de septiembre de 2017.

¹²⁰ Julio Popper, *op. cit.* y IRENEO PAZ Y MANUEL TORNEL, *Nueva guía de México*, México, Imprenta de Ireneo Paz, 1882. En esta y las citas siguientes de guías de forasteros y directorios la información proviene de varias páginas.

¹²¹ IRENEO PAZ Y MANUEL TORNEL, *op. cit.*. Remigio Noriega tuvo otros negocios e inversiones en las industrias cigarrera y textil.

¹²² JOSÉ MARÍA MARROQUI, *La Ciudad de México*, México, Tipografía La Europea, 1900, vol. I, p. 484-485. PAZ, IRENEO Y MANUEL TORNEL, *op. cit.*

Balvanera, rejas de

Calle paralela a la anterior, cercana a los locutorios de las monjas, sigue de Portacoeli y precede a la de la Merced. En el número 1 se encontraba el almacén de efectos nacionales de Alejandro Arenas.¹²³

Betlemitas, callejón de

Continuación de la calle de Gante hacia el norte (hoy llamada Filomeno Mata). En realidad no es demasiado estrecha y conducía a la capilla del Hospital de San Andrés¹²⁴ (hoy calle de Xicoténcatl).¹²⁵ Recibe su nombre por pasar a un lado de la capilla del Colegio de Betlemitas. Marroqui apunta que el precio de la casa marcada con el número 12 subió notablemente en cada compra-venta a mediados del siglo XIX, alcanzando un valor de \$60,000 pesos en 1860.¹²⁶ En la década de 1880, en el callejón de Betlemitas se encontraban las sastrerías de Benancia Roa y en el número 11 la sastrería de Andrés Cortés.¹²⁷

Cadena

Esta calle recibe su nombre del Oficial de Hacienda, Antonio Cadena, funcionario de fines del siglo XVI.¹²⁸ Cadena continuaba Capuchinas al oriente y Zuleta al poniente, hoy es una sección de Venustiano Carranza. En esta calle predominaban las ferreterías y algunos despachos de comisionistas. En la esquina del Colegio de Niñas había un pequeño jardín, uno de los pocos en la ciudad, al que miraba la oficina del Ferrocarril Nacional Mexicano y la Compañía Constructora Nacional Mexicana. Frente a éste el Club Alemán. En el número 16 se encontraba el almacén de importaciones de Pedro Peláez y en el 17 Sastrería

¹²³ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, p. 796.

¹²⁴ JUAN MANUEL RODRÍGUEZ MARTÍNEZ, *La Ley de Desamortización de 1856 y su repercusión económica en la Ciudad de México*, tesis de licenciatura, UAM Iztapalapa, México, 2007, p. 103. Rodríguez agrega que las propiedades del hospital proporcionaron un capital de 203,589 pesos durante la desamortización de 1856.

¹²⁵ JUANA GUTIÉRREZ HACES, *El Palacio de Comunicaciones*, Museo Nacional de Arte-Grupo Azabache, México, 1991, p. 67. En el lugar del Hospital de San Andrés, demolido en 1904, se construyó el edificio de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas.

¹²⁶ JOSE MA. MARROQUI, *op. cit.*, vol. I, pp. 565-568.

¹²⁷ Paz y Tornel, *op. cit.*, p. 838-839.

¹²⁸ JOSE MA. MARROQUI, *op. cit.* vol. I, pp. 8-13.

de Onofre Ávila.¹²⁹ El habitante más notable de esta calle fue el General Porfirio Díaz, cuya casa está marcada con el número 8, no lejos de ésta está la casa con número 23 (hoy 57) donde habitó el abogado Javier Cervantes hacia 1885.¹³⁰

Callejuela

Todavía en 1888 permanecía en esta calle una alacena de carnicería, alquilada al Ayuntamiento, era además la entrada de la cárcel y tenía cañería descubierta, lo que la hacía sucia y poco atractiva. Su nombre viene de que era muy angosta, pero por desembocar en la Plaza Mayor, justo entre los portales de Flores y de la Diputación tenía gran importancia comercial, lo que trajo un notable cambio.¹³¹ En las décadas de 1880 y 1890 se encontraba aquí, en el número 15, esquina con San Bernardo la tienda de ropa Ebrard J. B. y Cía., *Al Puerto de Liverpool*, gran almacén de ropa nacional e importada.¹³²

Capuchinas

El nombre viene del establecimiento del convento de monjas clarisas descalzas llamadas capuchinas a mediados del siglo XVII, exclaustradas en 1861; la calle continuaba en San Bernardo al oriente y Cadena al Poniente.¹³³ Hoy es un tramo de Venustiano Carranza, en 1882 Capuchinas concentraba algunos de los almacenes de importaciones más importantes de la ciudad como Nicolás de Teresa en el número 4, Shemidt y Borjian en el 5, los sucesores de Benecke en 7, y los de Bermejillo hermanos en el 10. Los negocios de efectos nacionales eran la tienda de paños de los hermanos Escandón, y la tienda de casimires de Portilla e hijos en el 13 y Jauretche y Cía. en el número 2.¹³⁴ En la esquina de Capuchinas y Monterilla estaba la tienda de ropa Rovés, B., y Cía. Sucs. *El Nuevo Mundo*. Siguiendo hacia el Poniente se encontraban también el almacén de Manuel

¹²⁹ JULIO POPPER, *op. cit.*

¹³⁰ GUILLERMO PORRAZ MUÑOZ, "La calle de la Cadena", en *Estudios de Historia Novohispana*, vol 5, núm. 5, año 1974, pp. 1-46.

¹³¹ Marroqui, *op. cit.* vol. II, pp. 36-38.

¹³² JULIO POPPER, *op. cit.* Montauriol, *op. cit.* p. 8. *Al Puerto de Liverpool* y otros negocios fueron demolidos en el siglo XX para abrir la calle de 20 de noviembre.

¹³³ JOSÉ MA. MARROQUI, *op. cit.*, vol. II, pp. 74-86. Hoy es un tramo de Venustiano Carranza, entre Cinco de febrero e Isabel la Católica.

¹³⁴ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, *passim*.

Ibáñez, quien vendía percales de la fábrica de San Fernando¹³⁵ y junto a éste la tienda de Fausto Sobrino.¹³⁶

Cinco de Mayo

Para abrir la calle de Cinco de Mayo, en 1861 fue preciso demoler la casa del Oratorio y Casa de Ejercicios de San Felipe Neri, edificio conocido como La Profesa y continuarlo por la antigua Alcaicería. Pese a lo céntrico de su ubicación, (la esquina noroeste de la Plaza Mayor), en sus primeros años tuvo muy poca animación, pues como en otras calles abiertas en antiguos edificios religiosos, pocas personas transitaban por ellas. Para continuar hasta Vergara fue necesario demoler el convento de Santa Clara y algunas casas particulares. Este último tramo vendido a precios muy bajos. El triunfo del ejército mexicano en Puebla fue la inspiración para darle ese nombre el mismo año de 1862, pero pasó por varias vicisitudes. Francisco Arbeu propuso sin éxito crear un pasaje comercial cubierto con cristales pero fue hasta 1881 cuando se continuaron las obras, ahora con la dificultad para derribar diez casas del lado sur, lo que implicaba un gasto considerable. El Ayuntamiento, presidido por Pedro Rincón Gallardo, consiguió un crédito del Nacional Monte de Piedad, convenciendo además a los dueños de los predios beneficiados del aumento del valor de sus propiedades. La inauguración se efectuó el 16 de septiembre de 1883: su perspectiva concluía en la elegante fachada del Teatro Nacional, tenía adoquines y banquetas de piedra de canteras de Guanajuato,¹³⁷ además tuvo una arboleda, novedad que dio a Cinco de Mayo un precedente para que se establecieran las mejores sastrerías de la ciudad que contaban con expendio. En el número 1 la sastrería de Agustín Martínez, en el 4 la de Pascual Márquez, en el 9 la del señor Antonio Parra y en otro punto de la calle s/n la sastrería de Antonio Peralta.¹³⁸

¹³⁵ GUSTAVO BECERRIL MONTERO, "La fábrica de hilados y tejidos de lana La Victoria", *Boletín de Monumentos Históricos*, INAH, núm. 25, mayo-agosto 2012, pp. 7-16. Aunque Ibáñez tenía una tienda de abarrotes y estuvo asociado a su cuñado Antonio Basagoiti hasta 1889 en las fábricas textiles de San Ildefonso y La Victoria. Esta última se ubicó a orillas del canal de La Viga, abasteciendo con sus productos al ejército mexicano.

¹³⁶ JULIO POPPER, *op. cit.*

¹³⁷ JOSÉ MA. MARROQUI, *op. cit.* v. II, pp. 108-114.

¹³⁸ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, pp. 887-889.

En la década de 1890 estaba en la esquina de Empedradillo y Cinco de mayo la tienda de ropa de Reynaud A. y Cía. llamada *El Pabellón Mercantil*, que comerciaba con telas, lencería, camisería y bonetería, tanto nacional como importada. En el número 48, esquina callejón de la Cazuela, con local en la planta baja, se encontraba la sastrería de Louis Sarre, cuya arquitectura aún puede admirarse.¹³⁹ A fines del siglo se ubica la sastrería *La nueva jardinera*, de Lino Ayala y Cía.¹⁴⁰

Coliseo Nuevo

Esta calle toma el nombre del teatro llamado Coliseo Nuevo o Teatro Principal.¹⁴¹ En la acera oriente tenía casas amplias y lujosas.¹⁴² En la década de 1880 se encontraba la *Zapatería Chacon* y Comp. y del mismo ramo la de Andrés Acevedo en el número 10. En el número 11 estaba la camisería de Manuel Carballeda, en el 11 1/2 la zapatería *La Elegante* de R. Manjarréz y Ca., y en el 12 la sombrerería de Vicente Sánchez. Había dos sastrerías: en el número 8, la de Julio Gallardo y la de Jesús R. Macan.¹⁴³

Coliseo Viejo

Continuación de Refugio hacia el Poniente. En la esquina que formaban Coliseo y Coliseo Viejo se encontraba la *Zapatería del Progreso*, local al que se trasladaría *La Bella Jardinera* que se encontraba en el Portal de la Diputación. En el 25

¹³⁹ JUAN LATAPÍ SARRE, "La familia Sarre en México", en *Raíces Francesas en México*, núm. 8, septiembre de 2011, pp.14-16.

¹⁴⁰ Figueroa Domenech, *op. cit.*, p. 274.

¹⁴¹ DEL VALLE ARIZPE, ARTEMIO, *Calle vieja, calle nueva* (1949), México, editorial Diana, 1980, pp. 348-349. Figueroa Doménech, *op. cit.*, p. 757. En la calle de Coliseo se encontraban los *Baños del Coliseo Nuevo*, establecidos por el general Vicente Filisola alrededor de 1848, llamados después *El Harem*, nombre tomado de la peluquería que ahí se encontraba.

¹⁴² *Ibid.*, pp. 383-421. En el número 7 de Coliseo Nuevo habitó María Josefa de la Peña y Azcárate, quien casó con el mariscal Aquiles Bazaine. En la acera Oriente estuvieron en la calle Coliseo el Hotel San Carlos, transformado en el Pasaje Iturbide.

¹⁴³ PAZ Y TORNEL, *op. cit.* pp. 887-889.

destacaba la Camisería J. M. Uriarte. En la década siguiente se estableció aquí la mercería de F. Latapí.¹⁴⁴

Don Juan Manuel

Continuación de la calle de Balvanera hacia el Poniente. Llegó a tener dos tramos al abrirse la calle de Ocampo y continuaba por San Agustín. Hoy lleva el nombre de República de Uruguay, dividida en dos partes por la avenida 20 de Noviembre. El nombre original viene del caballero Juan Manuel de Solórzano, caballero que habitó en esta calle en el siglo XVII.¹⁴⁵ Cercana a las tenerías y peleterías, en el número 4 estuvo el almacén de efectos extranjeros de Santiago Lohse y en el 12 la tienda de casimires de Levy y Martin. También se encontraba el almacén de Lavie y Cía. y en la esquina de Ocampo la ferretería de Uhink y Cía. donde se vendían las máquinas de coser Howe.¹⁴⁶ En 1891, en el número 23 de Juan Manuel se puede ubicar la tienda de ropa importada y accesorios de Degetau y Schmidt.¹⁴⁷

Empedradillo

La calle de Empedradillo corre entre la Catedral Metropolitana y el Nacional Monte de Piedad, tomando su nombre actual de esa institución. Hacia 1882, en la esquina que hace Empedradillo y Tacuba se estableció el almacén de importaciones *La Reforma del Comercio*, de Richaud y André. El tramo sur de la calle es parte de la Plaza Mayor, entre Cinco de Mayo y Plateros, donde se ubicaban sederías de primera clase, pertenecientes a diferentes dueños: en el número 2 *Al Ave del Paraíso*, de E. Passemard, Rodríguez de San Miguel, José Trujillo y en el número 3 la sedería de Antonio Pacheco.¹⁴⁸

¹⁴⁴ JULIO POPPER, *op. cit.*, *La Nueva Jardinera*, fue demolida para construir la sede del Banco de Londres, México y Sudamérica en 1913. Del Valle Arizpe, *op. cit.*, p. 288. Montauriol, *op. cit.*

¹⁴⁵ LUIS GONZÁLEZ OBREGÓN, *México Viejo*, Librería de la viuda de Bouret, México, 1900, p. 233-236. Juan Manuel Solórzano estuvo encargado de la Real Hacienda durante del gobierno del virrey marqués de Cadereyta y su vida dio origen a una siniestra leyenda.

¹⁴⁶ JULIO POPPER, *op. cit.*

¹⁴⁷ Montauriol, *op. cit.*

¹⁴⁸ Paz y Tornel, *op. cit.* y Julio Popper, *op. cit.*

Escalerillas

Esta calle ahora se llama República de Guatemala en el tramo que corre detrás del edificio de la Catedral. En la esquina con Santo Domingo se encontraba el almacén de ropa *La Explosión*, perteneciente a Carmona y Velázquez, frente a éste estaba un mercado de flores y los numerosos tranvías de vía ancha que circulaban en este punto la hacían una de las más concurridas de la ciudad. Escalerillas terminaba en la calle de Relox, esquina donde se encontraba el Hotel Central, establecido en lo que fue el Seminario.¹⁴⁹ Inicialmente no era considerada una calle y su nombre viene del hecho de que había unas escaleras para subir a la catedral, que con su hundimiento ya no fueron necesarias.¹⁵⁰

Espíritu Santo

Esta calle corresponde a la actual Isabel la Católica, entre Madero y 16 de Septiembre. Su nombre fue dado por el hospital y su capilla establecida en el año 1600 en lo que se llamaba la calle de Oidores. El antiguo hospital fue arrendado por el señor Chausal para instalar una escuela y donde en la década de 1840 Vicente García Torres abrió su imprenta en otra sección del inmueble, compartiéndolo con la Escuela de Medicina. En la década de 1860 todo se lotificó, vendiéndose a particulares y la capilla se utilizó para un amplio cajón de ropa, que no prosperó debido al celo de la gente a efectuar compras en un sitio antaño consagrado a la religión, y acabó como salón de patinar en los bailes de carnaval. Por lo que a sus habitantes se refiere, la calle del antiguo hospital era una de las más refinadas de la ciudad.¹⁵¹

La calle del Espíritu Santo estaba dedicada a proveer de artículos de vestir a los hombres de elite. En el número 1 se encontraba la prestigiada paragüería y guantería de Guerin y Cía. A principios de la década de 1880 había afamadas

¹⁴⁹ JULIO POPPER, *op. cit.*

¹⁵⁰ JOSÉ MA. MARROQUI, *op. cit.*, vol. II, pp. 337-338.

¹⁵¹ ARTEMIO DEL VALLE ARIZPE, *op. cit.*, p. 143-165. En el número 5 habitaba la señora Juana Calderón, hermana del coronel José Calderón, descendiente de los marqueses de Prado Alegre y casada con José María Iglesias en 1869. En el número 7, esquina con Refugio vivía la señora María Loreto de Vivanco, esposa de José Morán; en los números 8 y 9 habitaron los Condes de Miravalle. La señora Josefa Adalid vivía en la casona marcada con el número 2.

sastrerías: en el 1 1/2 la de Celestino Hourcade; en el 7 la sastrería de M. Courtine, en el 8 la de Berta Dambourgues, compartiendo dirección con E. Delavolaine y Teodoro Gougaud. En el número 9 se estableció la sastrería de Rafael Salen. Complemento de estos establecimientos era la camisería de Clara Toussaint, en el número 4 de Espíritu Santo y en el 9 la paragüería y guantería de Rafael Salin. Los almacenes de importaciones de esta calle pertenecieron a Pedro Córdoba y a Guerin y Cía.¹⁵² Hacia 1883, la calle de Espíritu Santo también era sede de la *Camisería de la Granja* y la *Zapatería del Bazar* de M. Pascal, vecinas del *Hotel de la Gran Sociedad* de la viuda de Goulet.¹⁵³

En la década de 1890, en el núm. 8, planta baja del hotel del Bazar, se abrió la sedería y listonería *La Bella Rosa*, de Fernando Manuel, cuyo expendio ofrecía sombreros, pañuelos, mascadas, confecciones, bonetería y accesorios. Además ofrecía los servicios de una modista proveniente de París.¹⁵⁴

En la esquina de Espíritu Santo y Refugio estuvo el *Hotel de la Gran Sociedad* con un concurrido café, que luego de ser adquirido por José de Teresa y Miranda se derribó para construir la nueva sede de la Casa Robert Böker en 1900.¹⁵⁵ Finalmente, todo el predio que fuera el Hospital del Espíritu Santo fue comprado por el *Casino Español* para inaugurar su sede en 1903.

Flamencos

El peculiar nombre de esta calle se refiere a unos comerciantes de origen flamenco establecidos en ella en la época virreinal y que formaba parte de la antigua calzada de Iztapalapa, que salía hacia el sur de la laguna de México. Su rasgo más notable es encontrarse justo frente a la Plaza del Volador.¹⁵⁶ El carácter de este sitio se refleja en el establecimiento de varias rebocerías: *El Cometa*, de García y Garro en el número 3; en el 4 la galonería de Antonio Carvajal; en el

¹⁵² PAZ Y TORNEL, *op. cit.*

¹⁵³ JULIO POPPER, *op. cit.*

¹⁵⁴ Montauriol, *op. cit.*, p. 110.

¹⁵⁵ ARTEMIO DEL VALLE ARIZPE, *op. cit.* pp. 203-214.

¹⁵⁶ JOSÉ MA. MARROQUI, *op. cit.*, vol. II, p. 457. Sobre el Mercado del Volador véase MANUEL RIVERA CAMBAS, *México pintoresco, artístico y monumental*, México, Editora Nacional, 1967, vol. I, p. 148.

número 6 Prado y compañía y la rebocería de Zeferino Torres, y en los números 20 y 21 la tienda de rebozos de Simón Coronado. También en Flamencos se ubicaba el cajón de ropa de Fernandez y Mijares. En 1883 se encontraban en Flamencos la mercería y sedería *La Constancia*, la rebocería *El Volador* y la mercería de Max A. Philipp y Cía.¹⁵⁷

Gante

Gante es otra de las calles abiertas en 1861 después de la nacionalización de bienes eclesiásticos, tomada de espacios que fueron parte del convento de San Francisco, corre hacia el sur después del callejón de Betlemitas y termina en Independencia (figura 10). El claustro franciscano, ocupado por la iglesia metodista fue una donación del comerciante alemán Esteban Benecke.¹⁵⁸ El repostero francés Deverdun invirtió su capital en la compra del desmantelado convento de San Francisco, vendiéndolo más tarde al empresario circense Chiarini y luego pasó a ser la Iglesia Metodista.¹⁵⁹ El nombre de la calle fue puesto en la memoria del insigne Fray Pedro de Gante y en el número 2 de esta calle se encontraba en la década de 1880 la sastrería de José Romero.¹⁶⁰

Independencia

Esta calle toma su nombre de un batallón que se estableció en ese sitio después de la demolición del convento de San Francisco. En su parte sur, se abrió en 1866 el Hotel Jardín, aprovechando la huerta del mismo convento.¹⁶¹ En el número 3 se encontraba la sastrería de Jorge Casillas y en el 23 la sastrería de Alejo Camargo.

Moneda

Esta calle, lindera de la antigua Casa de Moneda, convertida en Museo Nacional, continúa de la del Arzobispado luego de salir de la Plaza Mayor. En ella se encuentran notables sastrerías: en el número 3 la sastrería con expendio de

¹⁵⁷ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, JULIO POPPER, *op. cit.* y FIGUEROA DOMÉNECH, *op. cit.* p. 792. Todos los negocios de esta calle fueron demolidos para la construcción del Anexo del edificio del gobierno del Distrito Federal.

¹⁵⁸ JOSÉ MA. MARROQUI, *op. cit.*, vol. II, pp. 474-489.

¹⁵⁹ ARTEMIO DEL VALLE ARIZPE, *op. cit.*, p. 187-201.

¹⁶⁰ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*

¹⁶¹ ARTEMIO DEL VALLE ARIZPE, *op. cit.*, p. 465-481.



Figura 10. Calle de Gante, Waite Photo, ca. 1900. Archivo General de la Nación, Colección Fotográfica de Propiedad Artística y Literaria, Charles B. Waite, Ciudad de México, en *México: Un siglo en imágenes. 1900 - 2000*, [foto 67](#). En la imagen, tomada desde el norte, en la acera poniente, se aprecia el restaurante Palace, la empresa Transfer Co., la fachada de la Iglesia de la Trinidad del culto Metodista y dos edificios más. Hacia 1883 se ubicaba también una panadería, una pensión de caballos, la fábrica de camas y colchones de Pedro Gaudri, una camisería y el salón de billares de Iglesias y Cía. Julio Popper, *op. cit.*

Exiquio Gómez, en el 4 la de Antonio Franco, en el 6 la de Florentino Fernández y en el 8 el taller de José Beltrán.¹⁶²

Monterilla (primera de)

La calle de Monterilla es hoy la primera de Cinco de Febrero, parte de la Plaza Mayor y fue elegida para erigir los principales almacenes de fines del siglo XIX, algunos trasladados desde el cercano Portal de Flores. Destacan las casas de importaciones: en el número 2 el almacén de Fandon, Argentin y Cía., en el 4 el de Julio Albert; en los números 5 y 6 estaba el almacén *La Ciudad de Londres*, de Jauffred, Ollivier. Los cajones de ropa estaban en el número 8 propiedad de Foudant y Compañía y el otro de Signoret hermanos. En la prominente esquina con Tlapaleros, por mirar hacia la Plaza Mayor se ubicaba en 1883 *La Francia Marítima* de Meyran hermanos.

¹⁶² PAZ Y TORNEL, *op. cit.*

En la década de 1890, en el núm. 2 encontramos *El Gran Oriental*, que pertenecía a Faudon, Garcín y Cía., negocio dedicado al comercio de ropa, artículos de lujo, vinos y licores. Continuaba sus operaciones la sedería de Julio Albert y Cía., Sucesores, que también vendía pasamanería, ropa interior y sombreros. La sedería y listonería de A. Lavillette contaba con fábrica de corsés y sombreros, sedería, pasamanería, flores y encajes. En la esquina de Monterilla y San Bernardo se estableció *El Importador* tienda de ropa de Max Chauvet y Cía., cuyos productos era la ropa interior y exterior provenientes de la fábrica de tejidos de punto El Fénix.¹⁶³

Hacia 1899, en la esquina de Monterilla y Portal de la Diputación estaba el almacén *Las Novedades*, de Ailhaud hermanos. Esta empresa importaba de Europa lencería, sedería, bonetería, ropa hecha, paraguas, guantes, perfumes y camisas. Se especializaba en corsés para señoras y niñas, confecciones y productos para modistas.¹⁶⁴

Monterilla (segunda de)

En la década de 1880 se encontraban en la segunda calle de Monterilla, en el número 4 la rebocería de Manuel Bauche y en el 6 la sastrerías con expendio de Leopoldo Barroso.¹⁶⁵ En este tramo también se encontraban las sederías y mercerías *La Mina de Oro*, de G. Hulvershorn y Cía, distribuidores de la máquina de coser “Doméstica”. Frente a ésta, en la esquina de San Bernardo la mercería del *Gran Lavalle*, de A. Lefebvre.¹⁶⁶ La fábrica de corsés y sedería de A. Lavotée estaba en el número 9, casa donde habitó la Marquesa de Uluapa en el siglo XVIII.¹⁶⁷

El 1 de julio de 1893, en la esquina de Monterilla y Capuchinas, se inauguró con gran despliegue de publicidad el almacén *Al Puerto de Veracruz* de Signoret,

¹⁶³ CARLOS MONTAURIOL, *op. cit.* carátula interior.

¹⁶⁴ FIGUEROA DOMENECH, *op. cit.*

¹⁶⁵ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*

¹⁶⁶ JULIO POPPER, *op. cit.*

¹⁶⁷ PEDRO ROMERO DE TERREROS, “Una casa habitación del siglo XVIII”, en *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*, volumen I, número 4, 1939, pp. 64-66. Paz y Tornel, *op. cit.* Hoy la ocupa las oficinas y expendio de *Toallas La Josefina*.

Honorat y Cía. que ofrecía importaciones y ornamentos para iglesia, lencería, géneros de lata, algodón, paño, alfombras, paraguas e impermeables. También tenía un departamento especial de telas para vestidos de luto.¹⁶⁸

Ocampo

Nombre dado a esta calle en honor a Melchor Ocampo, iba de San Bernardo a Juan Manuel. A principios de la década de 1890, en el número 3 de Ocampo se encontraba la tienda de ropa de Levy y Martin, *El Cambio*, cuyas mercancías incluían paños, casimires, bonetería y paragüería, además funcionaba como agencia de seguros. Levy y Martin contaban con domicilio comercial en la Rue des Petites Ecuries 13, Paris.¹⁶⁹

Palma

La calle de la Palma se llamó Calle Real y corre de norte a sur paralela de la Plaza Mayor. En la década de 1840 se construyó en la esquina de Refugio el hotel *La Bella Unión*, con un lujoso restaurante en los bajos, construcción resistente a los terremotos diseñada por el ingeniero italiano José Bessoni, al cabo del tiempo el hotel se llamó *Hotel des Gaulois* y el restaurante mudó por *Fulcheri*, aún más lujoso. Más patriótico resultó el nuevo nombre de *Hotel Independencia*, que ahora ostenta bustos de perfil de los héroes de la emancipación patria, incluyendo Antonio López de Santa Anna.¹⁷⁰ Hacia la década de 1880 se podían adquirir lujosas prendas de vestir: en el número 1 de la calle de la Palma estaban las camiserías de Lorenzo Sabás, la de L. Sales; en el número 2 la afamada *Camisería Moderna* de la viuda de Ouvrard. Para la confección de trajes en el número 4 se ubicaba la sastrería con expendio de los Hermanos Rivas; en el número 6 el almacén de efectos extranjeros de José María del Río. En el número 11 también se encontraba la camisería de Felix B. Coblentz y Sucesores *La*

¹⁶⁸ “Hoy, apertura de los grandes almacenes de ropa” *El Tiempo*, 1 de julio de 1893, p. 4. Este edificio sustituyó al de *La Mina de Oro* de la década anterior.

¹⁶⁹ CARLOS MONTAURIOL, *op. cit.* Esta calle desapareció al ensancharse como 20 de noviembre.

¹⁷⁰ ARTEMIO DEL VALLE ARIZPE, *op. cit.* pp. 123-132. La calle debe su nombre actual a una palma que crecía en la esquina con Refugio, donde se encontraba la casa de Juan Rodríguez de Villafranca, que pasó a manos de Juan Lasala y cuya hija Juana tenía una palma en el jardín de la casa, demolida por un señor de apellido Hinojosa.

Ciudad de París, y en el 13 la camisería de Julián Andrés.¹⁷¹ En el número 32 se construyó el suntuoso edificio del *Círculo Francés*, diseñado por el arquitecto Lorenzo de la Hidalga.¹⁷²

En la planta baja del *Hotel de la Bella Unión*, se abrieron diversos negocios, entre ellos un expendio de camisas que ofrecía ropa hecha o a la medida, camisas, ropa interior y calzado.¹⁷³ En los bajos del mismo hotel se encontraba una mercería y sedería del mismo nombre que vendía artículos de lujo: joyería, accesorios, bolsas, artículos para viaje y barbería, decoración, juguetes, cuchillería y artefactos, tanto al mayoreo como al menudeo.¹⁷⁴

Parque del Conde

Esta calle, que continúa la de Jesús (hoy República del Salvador, entre Correo Mayor y Pino Suárez) a tres cuadras al sur de la Plaza Mayor. Recibe su nombre de un jardín perteneciente al conde de Santiago de Calimaya cuya suntuosa residencia, construida por el arquitecto Francisco Guerrero y Torres se encuentra en la esquina con la calle de la Plaza de Jesús. Las accesorias de la calle de Parque del Conde están relacionadas con el negocio de la peletería. En el número 11 se encontraba la sastrería Mariano Sánchez; en el 13, el taller de corte de Epifanio Sánchez y en el número 17 la zapatería *El Conejo*, del señor Agapito Moreno quien contaba con su propia curtiduría, con más de 400 operarios.¹⁷⁵

¹⁷¹ PAZ Y TORNEL, *op. cit.* Julio Popper, *op. cit.* La casa comercial más grande de la calle de la Palma eran los números 9, 10 y 11 de la ferretería Lohse y Cía. y en el 13 la mercería de Gutheil y Cía.

¹⁷² ARTEMIO DEL VALLE ARIZPE, *op. cit.* pp. 132-141. Valle Arizpe agrega que en esta calle habitaron personas notables: en el número 29 el general Lucio G. Osollo, involucrado en el pronunciamiento de Félix M. Zuloaga en 1858. En el número 35 el abogado Rafael Martínez de la Torre hasta 1876, año de su muerte, quien contribuyó al ensanche de la ciudad y la creación de fraccionamientos en el barrio de los Ángeles y Buenavista. Su fachada de tezontle ostenta un monograma de la Virgen y grabada la fecha de su construcción, 1763.

¹⁷³ "Las diez mil docenas", *El Siglo diez y nueve*, 2 de junio de 1873, p. 4. En el área de San Antonio Abad se establecieron los talleres de manufactura de ropa de este establecimiento.

¹⁷⁴ *El Ciudadano*, 1 de enero de 1882.

¹⁷⁵ JOSÉ MA. MARROQUI, *op. cit.*, vol. III, p. 133. PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, p. 840. FIGUEROA DOMÉNECH, *op. cit.*, pp. 307-309. Hacia 1886, en el Jardín del Conde funcionaba el hotel Humboldt, Debray Sucesores, *Plano general de indicación de la Ciudad de México*, 1886.

Plateros, primera de

Plateros es una de las calles que más adjetivos recibe de Manuel Rivera Cambas en su crónica *México pintoresco*. Como otras que se han descrito, esta calle experimentó cambios constantes a fines del siglo XIX. En 1883 había numerosos establecimientos comerciales, aparadores lujosos, correspondientes a grandes establecimientos que ofrecían telas a precios nunca vistos, que permitieron a las damas mudar los costosos mantos de encaje por modas francesas; conseguir un chal de crespón de la India y abanicos para ir a la ópera o la comedia, a las más acaudaladas cumplir sus lujos y usar trajes de colores caprichosos. Rivera añade que la gente pobre cambió el uso de los calzones de manta por pantalón y chaqueta o los hombres de clase media pudieron estrenar trajes para las fiestas de Jueves Santo. También mudaron los pregones de buhoneros ambulantes por servicios modernos como las peluquerías para rizarse el cabello.¹⁷⁶

El nombre de Plateros proviene de la orden del virrey marqués de Casafuerte de reunir al gremio del ramo de platería desde 1733. Para la década de 1880 la primera calle de Plateros ofrecía algunos de los más lujosos almacenes de la ciudad como la tienda de Sevilla y Roa en el número 3. Respecto a tiendas de importaciones, en el número 3 de Plateros estaba la de Wexel y De Gress y en el 4 la de A. Jacott. Al llegar a Palma destacaba el almacén *Sorpresa y Primavera Unidas* de Fourcade y Goupil. En esta ubicación tan relevante, también se encontraba la sastrería Mauro Puentes.¹⁷⁷ En el número 7 *La Parisien*, mercería y sedería de D. Zivy. Estos negocios convivían con relojerías, artículos de escritorio, cristalerías y joyerías de la calle de Plateros.¹⁷⁸

En la década de 1890 hallamos, en el número 1 *La Ciudad de Bruselas*, de Pérez y Jauffred, que comerciaba alfombras, tapetes, cortinas y géneros para muebles; también vendía camisas inglesas, pasamanería, telas para vestidos,

¹⁷⁶ MANUEL RIVERA CAMBAS, *México pintoresco artístico y monumental*, México, Imprenta de la Reforma, 1883, vol. III, pp. 198-202.

¹⁷⁷ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*

¹⁷⁸ JULIO POPPER, *op. cit.* Una década después *La Parisien* cambió de ramo a la cristalería, FIGUEROA DOMENECH, *op. cit.*, p. 265.

alemaniscos y bramantes de lino.¹⁷⁹ La tienda de ropa *El Surtidor* de Laborde, Wartenweiler y Cía. la cual ofrecía una gran variedad de sedería, telas, sombreros, lencería y bonetería, casimires, alfombras, tapetes y cortinas. Por otra parte, en la *Sorpresa y Primavera Unidas* se encontraban muebles, tapetes, confecciones, sombreros, sedería, así como telas de seda y lana. En la esquina de Plateros y Alcaicería (llamada por un tiempo Sur 5 núm. 212) estuvo la tienda de ropa de *Weil y Cía.* En el número 12 la sedería y listonería de F. Sanchez, F. y Cía. Además, en el almacén *Al Zafiro* se vendían listonería, plumas, botones y sombreros, negocio administrado por Signoret, Honnorat y Cía. hasta 1887.¹⁸⁰

Al llegar el fin del siglo XIX se establecieron tres negocios dignos de mención: la *Camisería Plateros* de Paul Marnat en el número 2, casa importadora y de confecciones de cuellos, puños, camisas y corbatas, además de guantes, pañuelos, paraguas, bastones y botonaduras. Sus talleres contaban con máquinas de vapor y surtían a dos terceras partes de los comercios del ramo.¹⁸¹ En el número 1 se encontraba *La Suiza*, sedería y listonería de Deuchler y Kern. Este lujoso establecimiento comerciaba con encajes, tiras bordadas, artículos de pasamanería, cintas y listones. También vendía rebozos de seda de alta calidad, al mayoreo y menudeo. Véase la figura 11.

¹⁷⁹ CARLOS MONTAURIOL, *op. cit.* p. 40, y *El Tiempo*, julio de 1891.

¹⁸⁰ ERIKA GALÁN AMARO, *Estrategias y redes de los empresarios textiles de Compañía Industrial de Orizaba, S.A.*, tesis de doctorado en Historia, Universidad Veracruzana, México, 2010, p. 84. Montauriol, *op. cit.*

¹⁸¹ FIGUEROA DOMENECH, *op. cit.*, pp. 272-274.



Figura 11. Sedería y listonería *La Suiza*, Figueroa Domenech, *op. cit.*, 1899, p. 263. Este edificio alberga hoy el Museo Mexicano del Diseño (MUMEDI).

Por último, el almacén *El Surtidor*, pasó a ser propiedad de Primitivo Pérez y Cía. ofrecía un gran surtido de mercancías de lujo y contaba con un local muy espacioso. Se encontraba dividido en tres departamentos: 1) alfombras, con cerca de 5,000 piezas, además de brocados para cortinas, *bousets*, felpas, cretonas, brocateles; telas parca muebles y cortinas, bastones, galerías, *soras*, flecos, etc., además de tapetes orientales y persas, 2) uno de sedería y confecciones y 3) un departamento de telas.¹⁸²

Plateros, segunda de

La segunda calle de Plateros iba de Alcaicería a Espíritu Santo (hoy Francisco I. Madero entre Palma e Isabel la Católica). En la década de 1880 en esta calle se encontraba el almacén de efectos extranjeros de E. Delarue; las zapaterías de Adela Dedmer en el número 6 y la de Felipe Flores en el 7. Las sastrería con expendio de Jean Chaveau, en el número 10 y la de Félix Coblentz (quien vendía ropa hecha y a la medida) en el 12. Estos negocios dedicados a la vestimenta masculina encontraban su equivalente en los talleres de modistas, como la de

¹⁸² *Ibid.*, pp. 258-263.

Clara Toussaint en el número 4, llamada *Aux Modes Parisiennes* y la casa de Madame Anciaux en el 10. Complemento de estos negocios era la fábrica de corsés de Hortensia Lesbros en el número 5 y las sederías de Eugenio Allard y G. Passemard en el 9. Otro prestigiado negocio era la camisería de Benito Coblentz *La Ciudad de París*, ubicado en la esquina de la 2a. de Plateros y Palma. En el número 8 estaba la paragüería y guantería *La Favorita* de Lagrave y comp. Este negocio continuaba operando en la década de 1890, y ofrecía a su clientela bonetería, camisas, artículos de viaje y boquillas. En la esquina con Alcaicería (también llamada 2a. de Palma) se estableció la casa de modas de R. Rangel del Campillo, llamada *Le Paris Charmante*. Finalmente, en el número 9 se encontraba la paragüería, bonetería, camisería de M. Guerin y A. Gastinel que también vendía paraguas, guantes, pañuelos, mascadas, lencería, sedería y zapatos.¹⁸³

Plaza del Volador

La Plaza del Volador, ubicada frente a la antigua universidad, fue tomada en arrendamiento por la ciudad desde 1789, construyéndose cajones de madera para los expendios, reconstruidos en 1843 con mayor lujo, pero sufrió un incendio en 1870. Tras su reconstrucción se le dio mayor solidez y se consideraron normas de higiene, con locales más amplios que su predecesora, aunque menos estética. Rivera Cambas observa que la mayor parte del mercado estaba ocupado por rebocerías, puestos de mantas, maicerías y ferreterías, pero en el exterior abundaban los puestos de comida, obstruyendo la fluidez del tránsito.¹⁸⁴ En el mercado se encontraban: la Mercería del Sol de Izquierdo y Garibay; la Mercería de Gutheil y Ca.;¹⁸⁵ la rebocería de A. Rullo, ubicada en los locales 13 y 15. Las “alacenas de géneros” correspondían a Josefa Aguilera en el 45, Cástulo González en el 67, a Trinidad Muñoz el 94; Luz Castro en el 96 y la de Antonio Riva Palacio en el 100 y 101.¹⁸⁶

¹⁸³ JULIO POPPER, *op. cit.*, CARLOS MONTAURIOL, *op. cit.*, MANUEL CABALLERO, *op. cit.*, p. 19

¹⁸⁴ RIVERA CAMBAS, *op. cit.*, pp. 144-156.

¹⁸⁵ JULIO POPPER, *op. cit.*

¹⁸⁶ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*

Portacoeli, bajos de

Esta calle heredó la tradición de las tenerías y peleteros de la época colonial pero que fueron expulsadas a la periferia.¹⁸⁷ En el número 1 se encontraba la rebocería de A. Coria, justo junto a *La Palestina*, tienda dedicada a los productos nacionales de J.R. Ortiz, seguida de la *Mercería del Norte*, de Lapagesse y Bert.¹⁸⁸ En la misma calle se encontraban las zapaterías *El Botín Rosa* y el almacén de pieles y calzado de J. Ma. Nájera.¹⁸⁹

Portal de Agustinos/Tlapaleros

Esta calle partía de la Plaza mayor y tenía soportales de distintas alturas que proporcionaban sombra y protección para la lluvia (hoy primera de 16 de septiembre).¹⁹⁰ Cabe señalar que el nombre del portal sólo se refería a la acera norte, pues el lado sur llevaba el nombre de Tlapaleros. En la esquina con Monterilla destacaba el flamante negocio de Meyran Hermanos, *La Francia Marítima*. Hacia 1883 a la mitad de la calle del Portal de Agustinos estaba la sastrería llamada *Al Profeta*. En el número 4 la Sombrerería de J. Herrera y en el 5 la sastrería con expendio de F. Druelle. Al abrirse la calle de Lerdo, Tlapaleros se dividió en dos partes; la que llegaba hasta Espíritu Santo se le llamó Refugio.¹⁹¹

En 1895 se acordó derribar el portal de los Agustinos, por lo que se indemnizó a la propietaria, la señora Dolores Miranda viuda de Teresa por la cantidad de \$1,279,688 pesos, que representaron un jugoso negocio. Con esa

¹⁸⁷ RIBERA CARBÓ, *op. cit.*, pp. 206-211.

¹⁸⁸ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, p. 836. JULIO POPPER, *op. cit.*

¹⁸⁹ Al respecto del Colegio de Porta Coeli Rivera Cambas dice: “en aquellos muros que hoy encierran efectos de comercio o indiferentes habitaciones de la ciudad, se concentró un día el deseo de expansión intelectual y el indiciente amor al saber; nuevas ideas, trayendo en pos nueva organización social, pasaron sobre las aulas y los libros.” Ribera Cambas, *op. cit.*, p. 207

¹⁹⁰ ARTEMIO DEL VALLE ARIZPE, *Calle vieja, calle nueva* (1949), México, Editorial Diana, 1980, pp. 41-61. A mediados del siglo XIX en este lugar se estableció el puesto de baratijas y dulces de los hermanos Antonio y Cristóbal de la Torre, con una alacena de puros y cigarros donde corrían chismes y noticias. La librería de la viuda de Bouret, la cristalería *La Jalapeña* de Rigal y Masson, en el número 3 la librería del editor José María Andrade, centro de reunión de escritores y eruditos que convocaron memorables tertulias. También se hallaba ahí, al menos desde 1844, la ferretería de Agustín Lohse, puestos de libros usados o confiscados a los conventos junto a puestos de guisos, fiambres y dulces, cercanos al animado Café del Sur.

¹⁹¹ *Ibid.*, p. 60. Julio Popper, *op. cit.* y Paz Tornel, *op. cit.*

suma fue posible sustituir el portal por el *Centro Mercantil*, obra del ingeniero Daniel Garza.¹⁹² A fines de la década de 1890, en Tlapaleros número 20 estaba la camisería *La Rambla*, de los españoles Francisco Santos y Manuel Fernández, quienes pronto ganaron prestigio en el ramo.

Portal del Águila de Oro

s/n Camisería de Felipe C. Rubio.

Portillo de San Diego¹⁹³ (fuera del área central)

Número 2, sedería de Luis Urruchi.

Profesa (también llamada 3a. de San Francisco)

Hoy avenida Francisco I. Madero, entre Isabel la Católica y Bolívar. El nombre se refiere al templo de la Compañía de Jesús donde profesaban los jesuitas y que se encuentra en la esquina con San José el Real. Aquí estaba la sastrería de E. Dubernard, la casa de modas *La Reina de las Flores*, la pasamanería y listonería *El Capricho* de G. Passemard y en el número 5 la zapatería de Francisco Trejo.¹⁹⁴

Puente de Correo Mayor

Esta calle (hoy llamada solamente Correo Mayor) toma su nombre de un oficial real de las postas que vivió en ella y corría entre Balvanera y Meleros.¹⁹⁵ En esta calle se ubicaba la sastrería de Benigno López en el número 8, y la sedería de Soledad Loza en el 10.

Puente de Jesús

Continuación hacia el sur de los Bajos de Portacoeli (hoy tercer tramo de Pino Suárez). En esta calle se encontraba el *Cajón del Cibolo*, y en el número 3 la sombrerería de Cayetano Alfaro y en el 4 la sastrería de Lorenzo García.¹⁹⁶

¹⁹² ARTEMIO DEL VALLE ARIZPE, *op. cit.*, pp. 61-64.

¹⁹³ Hoy es un tramo de Puente de Alvarado, borrado por la ampliación de Paseo de la Reforma, véase figura 2.

¹⁹⁴ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, y Julio Popper, *op. cit.* El italiano P. Micolo tenía la *Peluquería del Buen Tono* en la esquina de Profesa y Espíritu Santo, frente al templo de La Profesa.

¹⁹⁵ JOSÉ MA. MARROQUI, *op. cit.*, vol. III, p. 210. El autor propone como nombre del funcionario del siglo XVII a Pedro Díez de la Barrera.

¹⁹⁶ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, JULIO POPPER, *op. cit.* y *Plano General de Indicación de la Ciudad de México*, publicado por Debray Sucesores, México 1886.

Puente de la Mariscalá (fuera del área central)

Corría frente a la casa de la Mariscalá de Castilla (hoy Eje Central). En el número 1 estaba la sastrería de Antonio Delgado.¹⁹⁷

Puente de Palacio (fuera del área central)

En esta calle estaba en el número 1 la sedería de Carlos Padilla, en el 10 el almacén de efectos nacionales de Feliciano Rodríguez y la rebocería de L. Hurtado Espinosa. A fines del siglo XIX, en Puente de Palacio se estableció la rebocería *El Vapor*, negocio de los hermanos García Álvarez, fabricaba rebozos y zarapes en un taller que empleaba a varias familias. En sus productos utilizaba hilos y tejidos del país como hilo planchado, hilazas inglesas y seda importada.¹⁹⁸

Puente de Peredo (fuera del área central)

En el número 2 se encontraba la sastrería de Severiano Castañeda.¹⁹⁹

Puente de San Francisco

La sastrería de Apolonio Mota estaba en el número 5 del Puente de San Francisco.²⁰⁰

Puente del Espíritu Santo

Como se ha mencionado en capítulos anteriores, la implantación de la modernidad incluía desde bancos hasta máquinas de coser. En la calle de Puente del Espíritu Santo (hoy el tramo de Isabel la Católica, entre 16 de septiembre y Venustiano Carranza) se ubicaba la antigua casa de los condes de Jaral de Berrio, donde se estableció el Banco Franco-Egipcio en 1881 (luego Banco Nacional Mexicano), justo frente a la que fue la primera sede del almacén de efectos extranjeros Robert Böker y Cía.²⁰¹ En la esquina de Espíritu Santo y Coliseo estuvo la primera sastrería de Luis Sarre, cerca de ésta estaban la sedería de Auvray y Co., en el número 3 la sedería de A. Ricard, y en el número 12 la modista E. Butlner.²⁰² A

¹⁹⁷ *Ibid.*

¹⁹⁸ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, y FIGUEROA DOMENECH, *op. cit.*, p. 290.

¹⁹⁹ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*

²⁰⁰ *Ibid.* Nótese que esta es una de las calles que rodeaba el convento de Santa Isabel.

²⁰¹ ARTEMIO DEL VALLE ARIZPE, *op. cit.*, pp. 187-201, JULIO POPPER, *op. cit.*

²⁰² PAZ Y TORNEL, *op. cit.* y JULIO POPPER, *op. cit.*

principios de la década de 1990, en el número 7 estuvo la sastrería de Edmond Marie, quien contaba con patente.²⁰³

Refugio

Refugio era el nombre dado a calle que continuaba el Portal de los Agustinos hacia Coliseo Viejo (hoy 16 de Septiembre, entre Palma e Isabel la Católica). En ese sitio se encontraba la armería de Julio Limantour, padre del ministro de Hacienda y debe su nombre a la venta de frutas en la época colonial.²⁰⁴ Esta calle tenía en la década de 1880 zapaterías, sastrerías y almacenes de importaciones. Entre las zapaterías destacan, en el número 12 la de Jesús Díaz y en el 15 la de Luis Portron. En el número 14 se encontraba la sombrerería de Ignacio Mateos y en el 16 la sastrería de Cayetano Moctezuma. Los almacenes del número 19 pertenecían a Alfredo Jacot y otro local a Marcial Pezaña.²⁰⁵ Además en la calle de Refugio se encontraba *El Eco de la Moda*, de Valdés y González, cerca de la *Sombrerería Española* de S. Corominas.²⁰⁶ Hacia 1891, en el número 12 estaba la paragüería, bonetería y camisería *El Pasaje*, de Prado y Godoy, que comerciaba artículos importados de París, Londres, Viena, Bruselas, Génova y Barcelona. En el número 18 se encontraba la paragüería, bonetería, camisería *El Trocadero* de F. Heurtin.²⁰⁷ En la década de 1890 destacó la camisería *La Gran Vía*, de los señores Rouco y Zarauza distribuidor de corbatas, paraguas de seda, guantes de cabritilla y objetos de bisutería y que también vendía el perfume de la marca Roger y Gallet. Francisco Santos y Manuel Fernández, tenían la sucursal de su camisería *La Importadora* en Refugio 14.²⁰⁸

²⁰³ CARLOS MONTAURIOL, *op. cit.*, p. 88.

²⁰⁴ ARTEMIO DEL VALLE ARIZPE, *op. cit.*, pp. 143-147. La armería se traspasó a C. Morel con el nombre de *Armería Americana*. El nombre de Refugio viene de que eran propiedad del hospital del Espíritu Santo, otorgado por el Ayuntamiento en 1612.

²⁰⁵ PAZ Y TORNEL, *op. cit.* p. 88.

²⁰⁶ JULIO POPPER, *op. cit.*

²⁰⁷ CARLOS MONTAURIOL, *op. cit.*

²⁰⁸ FIGUEROA DOMENECH, *op. cit.*, pp. 278-279.

San Agustín

Esta calle es hoy República de Uruguay, entre Isabel la Católica y Cinco de Febrero. Recibió su nombre del convento y templo de la Orden de San Agustín, del que hacia 1880 sólo se conservaba el último convertido en la Biblioteca Nacional.²⁰⁹ En esta calle había varios almacenes de importaciones: en el número 6 Wissel y Cía., en el 7 Sengstack y Cía., en el número 10 estaba el de Bonne Struck y Cía. y en el mismo ramo el almacén de Wettemayer y Wincher en el número 15. Los negocios dedicados al vestido eran la sastrería de Juan Beck en el número 16 y en la letra B la sastrería de Sebastián Osorio. En la esquina de San Agustín y Monterilla estaba la sastrería de la Viuda de Cussac y en el 17 la zapatería de Manuel Segura.²¹⁰

San Agustín, bajos de

Continuación de Monterilla hacia el sur (hoy Cinco de febrero), en el número 4 se encontraba la sastrería de Juan C. Pérez.²¹¹

San Bernardo

La calle de San Bernardo corre justo una cuadra al sur de la Plaza Mayor, por su centralidad fue rumbo privilegiado del comercio. Toma su nombre del convento de monjas de San Bernardo y es continuación de Capuchinas al poniente y de Rejas de Balvanera al oriente (hoy es parte de Venustiano Carranza). Se comunicaba con la Plaza Mayor por Callejuela.²¹² En la década de 1880, en el número 1 se ubicaba la rebocería de Miguel U. González. Otras rebocerías que se encontraban en San Bernardo eran: Monterde y hermano en el número 2 1/4 y Eduardo Téllez en el 14. Destaca, en el número 18 el cajón de ropa de Barreda y Compañía. En contraste, los almacenes de importaciones eran: en el número 3 el de J. M. De Prida; en el 9 el almacén de Carlos Nosti y en el 18 la *Corsetería Francesa*.

En San Bernardo estaban los grandes almacenes: en la esquina con Callejuela, del lado Oriente, *Al Puerto de Liverpool* de Ebrard y Cía, y en la

²⁰⁹ JULIO POPPER, *op. cit.*

²¹⁰ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*

²¹¹ *Ibid.*, p. 837-840.

²¹² JOSÉ MA. MARROQUI, *op. cit.*, vol. I, p. 615.

esquina Poniente, *El Palacio de Hierro*.²¹³ Por su ubicación, el precio de la propiedad en la calle San Bernardo se elevó considerablemente a fines del siglo XIX: en 1887 Antonio Proal adquirió las casas número 16 y 17 a Juan de la Fuente por la cantidad de 80,000 pesos y al año siguiente la casa estaba valuada en 85,000. En 1888, cuando la sociedad formada por José, Julio y Enrique Tron, José Leautaud y Damián Proal, almacén *Las Fábricas de Francia* (ubicado en Portal de Flores y Callejuela) decidió ampliar el negocio se compró la casa de Antonio Proal. Al inicio de la década de 1890 se demolió esa casa y encargaron al arquitecto Lorenzo de la Hidalga un ambicioso proyecto para un gran edificio de cuatro pisos con almacenes anexos. Las grandes piezas de hierro necesarias para esta magna obra se compraron en Francia resultaron idóneas para contar con espacios interiores más amplios, por lo que fue necesario modificar el proyecto de De la Hidalga, con la supervisión del ingeniero Pieron. Después de tres años de obra, el edificio, ahora llamado *Almacenes del Palacio de Hierro*, fue concluido en 1891 y tenía 23 metros de altura, destacando sobre los demás de la ciudad.²¹⁴

San Francisco (primera de)

El dominio comercial de la Ciudad de México fue reforzado mediante imágenes que la presentaban como una capital en pleno progreso.²¹⁵ *El Atlas pintoresco e histórico de los Estados Unidos Mexicanos*, preparado desde 1881 por el ingeniero Antonio García Cubas sirvió como documento de presentación de la nación mexicana ante la Exposición internacional de Nuevo Orleans en 1884. La obra pretende ser un compendio gráfico de todo el país, pero en ella destaca la presencia de la Ciudad de México, con una cuidadosa selección de datos e

²¹³ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, y JULIO POPPER, *op. cit.*

²¹⁴ JOSÉ MA. MARROQUI, *op. cit.*, vol. I, pp. 615-620. En el número 18 de San Bernardo estuvo el *Estanco de los Cordobanes*, donde se conservaban los libros de contabilidad del Ayuntamiento, atacados por las llamas del incendio de 1692, la casa fue vendida a Miguel Buch en 1856. La leyenda o anécdota del nombre *Palacio de Hierro* atribuida al asombro del público por su estructura metálica fue una genial estrategia de mercadotecnia.

²¹⁵ EULALIA RIBERA CARBÓ, "Imagen urbana, nación e identidad. Una historia de cambios y permanencias en el siglo XIX mexicano", *Boletín americanista*, Universidad de Barcelona, 2006, p. 203.

imágenes pertinentes para mostrarla como una urbe moderna.²¹⁶

La **figura 12** es un dibujo de la calle de San Francisco en la que se observan una farola, una docena de toldos, que señalan negocios ubicados en la acera sur de la calle y el empedrado de la misma, con numerosas personas transitando por ella. El dibujo es pequeño, pero se puede apreciar la esquina de la nueva calle de Gante; el dibujo no detalla letreros o nombres, pero destaca la cúpula del crucero del Templo Grande y una torre (que pudo haber pertenecido a la capilla de Aránzazu). Los últimos toldos, al fondo de la calle pertenecen a negocios ubicados en lo que fue la capilla de la Tercera Orden y la celda del capellán, que habían sido vendidas en 1861.²¹⁷



Figura 12. Vista de la calle de San Francisco. Antonio García Cubas, *Atlas pintoresco e histórico de los Estados Unidos Mexicanos*, México, 1881.

En la década de 1880 las dos calles de San Francisco tenían una clara vocación comercial, abarcando un floreciente sector de la ciudad, desde el Callejón de Santa Clara hasta el Callejón de la Condesa de Miravalle. En la primera de San Francisco se encontraban la sastrería de M. Fuentes, la zapatería de M. Gradt y la casa de modas de Madame Droutt. En los bajos del Hotel Iturbide se encontraba una sastrería como parte de los servicios del elegante hospedaje abierto en 1855.²¹⁸

San Francisco (segunda de)

En la 2ª de San Francisco, en 1883 se encontraban la sastrería de J. Delorme, la *Camisería de París* de A. Molton y la mercería de A. Lavillette. En la acera sur el salón *Las Modas Elegantes* de Hortensia Banck, la sastrería y camisería de

²¹⁶ MARÍA ESTHER PÉREZ SALAS, "La versión oficial de México para el exterior", *op. cit.*, p. 255 a 273.

²¹⁷ MARIO RAMÓN CAMPOS REBOLLO, *La casa de los franciscanos en la ciudad de México*, Sociocultur, México, 1986, pp. 53 a 71.

²¹⁸ EUGENIO MAILLEFERT, *Directorio comercial de la República Mexicana para 1869*, México, Imprenta de Francisco Díaz de León y Santiago White, 1868, p. 194. El hotel se instaló en la antigua casa de los condes de Jaral de Berrio, después Palacio de Iturbide, que tuvo casa de diligencias. Rivera Cambas, *op. cit.*, pp. 227-230. Julio Popper, *op. cit.*

Argumosa y Carriles, en el núm. 7 la sastrería de Merino y Co., y la distribuidora de papel tapiz de F. Vaugier.²¹⁹

Para la década de 1890 las calles de San Francisco eran la sede de la casa de modas *Al Jockey Club* de E. Bayonne, que ofrecía materiales importados de su casa en Rue Richer 50, París. En el número 6, esquina Vergara se encontraba la sastrería de Juan Chaveau, (que antes estuviera en la 2a. de Plateros número 10) y la bonetería *Fashionable*, de C. y J. Meyer.²²⁰

San Hipólito (fuera del área central)

Ubicada frente al antiguo hospital de dementes, como parte del curso de la antigua calzada de Tlacopan. En este lugar se encontraba la zapatería de Ocharte y Avila.²²¹

San Ildefonso (fuera del área central)

La calle de San Ildefonso corría a espaldas del colegio jesuita del mismo nombre, convertido en la Preparatoria. En el número 6 1/2 se encontraba la sastrería de Sixto Durán.²²²

San José el Real

Esta calle corre de norte a sur, entre Profesa y Tacuba (hoy Isabel la Católica), continuación de Espíritu Santo. En esta céntrica calle estaban las sastrerías de Miguel García y la de J. P. Debouis en el número 2.²²³

San Juan de Dios

Esta calle era el lado norte del Parque de la Alameda. Aquí se registra, en el número 4 la zapatería de Jesús G. Núñez.²²⁴

²¹⁹ JULIO POPPER, *op. cit.* y Manuel Caballero, *op. cit.*, p. 21.

²²⁰ CARLOS MONTAURIOL, *op. cit.* y FIGUEROA DOMÉNECH, *op. cit.*, p. 288.

²²¹ H. AYUNTAMIENTO Y GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL, *Plano General de Indicación de la Ciudad de México*, Debray Sucesores, México 1886. PAZ Y TORNEL, *op. cit.*

²²² *Ibid.*, ambos.

²²³ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, p. 839 y JULIO POPPER, *op. cit.*

²²⁴ H. AYUNTAMIENTO Y GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL, *Plano General...* PAZ Y TORNEL, *op. cit.* Véase la figura 2.

Santa Clara

En el número 20 de la calle de Santa Clara se estableció una fábrica de prendas de vestir, que en 1869 comercializaba estas manufacturas empleando telas finas importadas como casimir, seda, satín, dril o paño.²²⁵ En el número 18 1/2 la sastrería H. Gámez, en el número 20 la sastrería con expendio de Simón Lara, en el 21 la Galería de ropa hecha de J. Adalid Cerón e hijo, y en el 23 la de Esteban Rivero. La casa de modas de Adela Montebello estaba en el número 12. Las zapaterías de la calle de Santa Clara eran la del número 16 de Mocito Villafuerte, en el 19 la de Pichardo y comp. En el número 21 estaba la zapatería de Lorenzo Rangel.²²⁶

Santa Inés (fuera del área central)

Al oriente de la calle de Moneda iniciaba Santa Inés, junto al convento del mismo nombre. Ahí se encontraba la sastrería de Trinidad Luna.²²⁷

Santa Isabel

Avenida ubicada frente al antiguo convento de Santa Isabel, continuación de San Juan de Letrán hacia el norte. El convento fue dividido y en el número 6 se instaló el comercio de pasamanería de J. Pouyol. También era notable la fábrica de sedas de J. Vignon.²²⁸

Santo Domingo

Esta calle, que partía de la Plaza Mayor hoy se denomina República de Brasil. En la primera de Santo Domingo, número 2 estaba la sastrería camisería y bonetería de F. Maurel, denominada *El Cambio Mercantil*. En otro punto de la calle se encontraba la camisería de Francisco Mangard.²²⁹ Hoy subsisten negocios de camiserías y trajes para celebraciones en esta calle.

²²⁵ *Revista Universal*, 6 de enero de 1869, p. 4.

²²⁶ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, pp. 850-851.

²²⁷ *Ibid.*

²²⁸ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, p. 819; JOSÉ MA MARROQUI, *op. cit.*, vol. III, pp. 20-22. En este predio se ubica hoy el Palacio de Bellas Artes.

²²⁹ PAZ Y TORNEL, *op. cit.* p. 309.

Santo Domingo, sepulcros de (fuera del área central)

Tres cuadras al norte de la calle de Santo Domingo, estaba la de Sepulcros de Santo Domingo, que iniciaba frente a la aduana, corría a un costado de la iglesia de los dominicos y llegaba hasta el Rumbo de Santa Catarina. En esta calle se encontraban las sastrerías de Ignacio Gómez y el negocio de sastrería de los hermanos Rojas. Dos sastrerías con expendio eran, en el número 1 la de J. M. Carmona y en el 3 la de Epigmenio González. Otro negocio, que complementaba los anteriores de esta zona de la ciudad era la sedería de Marina G. Arriola en el número 7.²³⁰

Seminario

Seminario era otra de las extensiones de la Plaza Mayor que corría a un costado del atrio de la Catedral y el edificio del Seminario. En 1883 el licenciado Juan Mateos reclamó la posesión de unos locales en la planta baja y el entresuelo del Colegio de Infantes, pero la propiedad pasó al señor Antonio Gutiérrez. En los bajos de este antiguo anexo de la catedral se abrieron la zapatería *La bota bronceada* de Diego León y el negocio de F. Dávalos y Hnos., *La Botita de Moda*.²³¹ En el número 9 se encontraba la sombrerería de A. Dávalos.²³²

Tacuba

La calle de Tacuba fue sede de ricas casas nobiliarias del virreinato y en el siglo XIX tuvo vecinos notables como el arquitecto Guillermo Heredia, el abogado Ignacio Vallarta, el poeta Manuel Gutiérrez Nájera, Manuel Romero Rubio, Vicente

²³⁰ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, p. 840. H. AYUNTAMIENTO Y GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL, *Plano General...*

²³¹ GABRIELA SANCHEZ REYES, "Origen y desarrollo de la Plaza del Seminario. Ciudad de México", *Boletín de Monumentos Históricos*, Tercera época, núm. 17, sep-dic. 2009, p. 34-39. En este edificio se instalaron las oficinas del consulado de Estados Unidos. En 1886, después de la edificación de un jardín, donado por el circo Orrin, se estableció un kiosco para albergar un mercado de libros. Al lado derecho de la fonda de Muñoz Fernández se estableció el *Café del Ecuador*, de don Gaspar Leyte para clientela de escasos recursos y en los altos se hallaba un salón amplio que era sede del *Teatro América*. A un lado se encontraba una tienda de ultramarinos del ciudadano español Quintín Gutiérrez y hacia la calle de Escalerillas se encontraba la fonda de *Las Choles*, especializada en antojitos y guisos. Junto a la fonda estaba la imprenta de Evaristo Puertas y la cantina, restaurante y billares *La gran sociedad*.

²³² PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, p. 841.

Riva Palacio, Justo Sierra, la cantante Angela Peralta o el erudito Luis García Pimentel. Continuaba la calle de Escalerillas y heredó su traza de la antigua Calzada de Tlacopan prehispánica. En la década de 1880 se encontraba en el número 11 la camisería de M. Nieto de la Parra,, y en el 22 el almacén de efectos extranjeros de Leandro Fortuño. En los números 15 y 16 se encontraba la zapatería *El Botín Turco*, de A. Cigales.²³³ Hacia 1891 en los números 11 y 12, aún se encontraba *La Reforma del Comercio*, tienda de ropa de Richaud y Aubert, Cía. que vendía al mayoreo y menudeo.²³⁴

Tercera Orden de San Agustín

Al sur de la calle del Angel, corría la calle de la Tercera Orden de San Agustín (hoy Isabel la Católica, entre Uruguay y Salvador). En el número 1 estaba la sastrería de Lázaro Cecua; en el número 2, esquina Tiburcio, el almacén de efectos nacionales de F. Aruzmendi, y junto a éste el negocio de Francisco M. Prida, uno de los accionistas del Banco Mercantil Mexicano.²³⁵

Tiburcio

Tiburcio era la continuación de San Agustín hacia el oriente, entre Angel y Damas. En esta calle se encontraba, en el número 25 la sastrería de M. Montes de Oca.²³⁶

Vergara

La calle de Vergara corría de sur a norte, entre San Francisco y Santa Clara. Tomó su nombre del acaudalado Antonio Urrutia de Vergara en el siglo XVII, donde a fines del siglo XIX había una casa de baños.²³⁷ En la década de 1880 esta calle estaba dedicada casi exclusivamente al negocio del calzado: Gerardo Gott, Anselmo Ordoñez, Agustín Velázquez, Chacón y comp., Alejandro Méndez, Gómez hermanos, Canuto Cigales, Carlos Guadarrama, José Gil, Medina, la zapatería *El Pie de la Sílfi* de Pedro Ordóñez, *El Botín Ruso*, de Jesús González

²³³ ARTEMIO DEL VALLE ARIZPE, *Por la vieja calzada de Tlacopan* (1954), México, editorial Diana, 1980, pp. 249-407. Paz y Tornel, *op. cit.* Julio Popper, *op. cit.*

²³⁴ CARLOS MONTAURIOL, *op. cit.*, p. 73. En el mapa de Julio Popper aparece como Richaud y André.

²³⁵ JULIO POPPER, *op. cit.*

²³⁶ *Ibid.* y PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, pp. 838-840.

²³⁷ JOSÉ MA. MARROQUI, *op. cit.* vol. III, p. 723.

y la zapatería de Miguel Gradt. En la esquina con 5 de Mayo estaba la zapatería de Sobrino y García llamada *La Elegancia*, justo frente al Teatro Nacional; del mismo propietario era *La Imperial*, en Vergara 11, bajos del teatro. En la esquina de Vergara y San Francisco se estableció la sedería y mercería de A. Lavillet, y en el número 10 estaba la sombrerería de Donaciano Calo.²³⁸

A fines de la década de 1890 quedó registrada en Vergara número 1 la fábrica de calzado *Los Asturianos*, de Rubio Hermanos. En la esquina con Cinco de Mayo estaba instalada la fábrica de calzado *La Elegante Industrial* de Manuel Romano Tamés. El número 5 correspondía a la fábrica de calzado *La Asturiana* de Wenceslao Suárez. Finalmente, el almacén de calzado *El Botín Azul*, de Arcadio Arellano en el número 9, una de las más grandes de esta calle.²³⁹

Victoria

En 1883, en el número 11 se encontraba la zapatería de Guadalupe Romero y en la letra E el negocio de Ramón Castellanos, del mismo ramo.²⁴⁰

c) Los rumbos del comercio de la ciudad

A partir de la revisión, calle por calle, de los negocios dedicados a la venta de productos textiles y de prendas de vestir, pudo observarse que las sombrererías tuvieron un lugar central en el Portal de Mercaderes, frente a la plaza central y otro en la calle de Refugio, cercanas a los grandes almacenes. Las sastrerías muestran una mayor dispersión, que podría corresponder a negocios que servían a vecinos de distintos rumbos de la ciudad o fueron domicilios particulares con su propio taller de sastrería. Para la década de 1890, algunas de las sastrerías más prominentes eligieron Cinco de Mayo, Espíritu Santo, cerca de otros negocios de lujo; de manera similar, los salones de modistas siguieron el eje de Plateros y San Francisco aunque su número era menor que el de los sastres. En estrecha

²³⁸ JULIO POPPER, *op. cit.*, Paz y Tornel, *op. cit.* y Caballero, *op. cit.*, p. 18.

²³⁹ FIGUEROA DOMENECH, *op. cit.*

²⁴⁰ PAZ Y TORNEL, *op. cit.*, p. 851. Esta calle continuaba la calle de Ortega hacia el oriente, después de cruzar la calzada de San Juan de Letrán.

relación con éstos, las camiserías se distribuyeron en las cuadras al oeste de la plaza (véase los planos anexos).

Las sederías también se ubicaron al frente de la plaza del Zócalo, justo al comienzo de Plateros, lo que indica el alto costo de las mercancías que ofrecían a la venta; otras tiendas de telas finas y fábricas de corsés eran vecinas de los grandes almacenes. Estos últimos se ubicaban al sur de la plaza principal en los portales de la Diputación y de las Flores, y marcadamente en las calles de Capuchinas, Monterilla y San Bernardo, probablemente en relación a la fábrica San Antonio Abad y las calzadas que llevaban al sur del valle, donde se ubicaban otras fábricas textiles. Las principales zapaterías se agruparon en los alrededores del Teatro Nacional, sobre la calle de Vergara, otras buscaron ubicaciones más alejadas, pero llenando espacios lejanos a sus competidores. Aunque las zapaterías usan una materia prima distinta a los textiles, su asociación funcional y su ámbito comercial son afines a las prendas de vestir. Esto se refleja en la distribución de las zapaterías en el espacio citadino, que se articula con algunas sastrerías, tal vez como una lógica funcional entre calzado y confección, favorable a las ventas.

Las rebocerías y las mercerías se ubicaban en de los alrededores del Mercado del Volador, al sureste del Zócalo. Las primeras eran negocios relacionados con talleres familiares del ámbito tradicional y las mercerías implicaban un surtido amplio de productos de coste menor. Otro tipo de “mercerías” son las que derivan de las importaciones de ferretería, la mayoría en manos de alemanes, vecinos de la calle de Palma, distribuidores de máquinas de coser. Por su ubicación y en buena medida por su giro, las tiendas de paños, casimires y ropa hecha pueden asimilarse a los almacenes de departamentos. Pocos expendios se dedicaban exclusivamente a la venta de ropa hecha, como corsés, sedas o camisas. Algunos de estos negocios contaban con talleres fabriles en la ciudad. Por último, las paragueterías y guanterías son un caso especial de accesorios relacionados con las prendas de vestir que se distribuían con otros productos.

3.3 La empresa comercial y la competencia

Como se vio en el capítulo anterior, durante varios siglos, las prácticas comerciales en la ciudad de México se realizaron en tiendas ubicadas en los pisos bajos de las viviendas, en puestos semifijos llamados *alacenas* o en pequeños locales, que en el caso del comercio de tejidos eran llamados *cajones de ropa*. También había un mercado, edificio construido para albergar comercios de varios ramos, constituido por locales de alquiler en el interior y puestos en el exterior.²⁴¹ En Europa, durante la década de 1830 aparecieron en París los *magasin de nouveautés*, que instalaron mostradores con vitrina de exhibición.²⁴² La gran innovación fue el almacén por departamentos, cuyo modelo de negocios consiste en la venta de grandes volúmenes con márgenes de utilidad reducidos a precios fijos. Para el gobierno porfirista estos edificios simbolizaban la entrada de México en la modernidad y sus prácticas fueron recibidas con entusiasmo no sólo por la élite, sino también por los sectores medios.²⁴³

Los almacenes parisinos y la cultura francesa fueron en este momento el modelo mundial a seguir. Como se mencionó en el apartado 1 del capítulo III, los propietarios de estos negocios como Tron, Ebrard, Foudon, Proal, Ollivier, Reynaud, Signoret, Donnadiou, Robert, Veyan, entre otros, procedentes del poblado alpino de Barcelonnette, fueron los introductores de esta nueva modalidad. Desde principios del siglo XVIII, ese grupo étnico había desplazado los excedentes de lana en su región mediante la venta itinerante (Arnaud, 1898),

²⁴¹ GABRIELA SANCHEZ REYES, "Tiendas, puestos y cajones en el portal de mercaderes de la ciudad de México", *Boletín de Monumentos Históricos*, Tercera época, Número: 9, sep-dic. 2007, pp. 2-15.

²⁴² MICHAEL MILLER, *The Bon Marche: Bourgeois Culture and the Department Store, 1869-1920*, Princeton, NJ, Princeton University Press, 1981, pp. 165-189.

²⁴³ STEVEN B. BUNKER, "Transatlantic Retailing. The Franco-Mexican Business Model of Fin-de-siècle Department Stores in Mexico City", *Journal of Historical Research in Marketing*. Vol. 2, núm. 1, pp. 41-44. Bunker combina en este estudio aspectos económicos, sociales y culturales, incluyendo aquéllos de la vida cotidiana; su hipótesis central: la diversidad, y adaptabilidad de los métodos comerciales de los grandes almacenes, ligados a un crecimiento vertical, crearon un modelo pionero y único en el mundo.

realizada a crédito por agentes de sexo masculino.²⁴⁴ Al llegar el siglo XIX el gusto por la ropa de algodón arruinó este comercio, obligando a la búsqueda de mercados foráneos. Bunker identifica dos grandes estrategias: los “conquistadores comerciales” que llegaron con capital para invertir, y las “redes de emprendedores” que actuaban en conjunto para comerciar en sociedades carentes de estructuras bancarias y gobiernos fuertes, basando su éxito en habilidades personales y un sistema de relevos solidarios basados en identidad étnica. Una vez consolidados los negocios comerciales de los *barcelonnettes*, sus capitales se invirtieron a la banca, textiles, cerveza, cigarros, papel y fabricación de dinamita.²⁴⁵

Parte del éxito se debió a que los grandes almacenes de la Ciudad de México no sólo vendían productos importados para los compradores de alto poder adquisitivo; los *barcelonnettes* buscaron también el mercado de las clases populares para desplazar los productos de sus fábricas, en una estrategia de integración vertical, asegurando así un abastecimiento continuo y adaptable de bajo costo. La guerra civil norteamericana y la intervención francesa fueron catalizadores de su crecimiento, al recibir importantes pedidos de uniformes militares, incluso de las tropas liberales, que les permitió la modernización de su maquinaria. En la década de 1880 los *barcelonnettes* pudieron abrir nuevas fábricas y comprar algunas ya existentes, consolidando su posición en el mercado mediante alianzas políticas con J. Yves Limantour y Eduard Noetzlin. Varios almacenes proclamaban en su publicidad el origen local de las mercancías, como garantía de precio y calidad, dirigida al consumidor medio. En sus fábricas, los franceses produjeron percal y otras manufacturas textiles baratas; *El Palacio de Hierro* tenía su propio departamento de diseño en las cercanías de la ciudad. Bunker identifica al menos cuatro niveles de comercialización de textiles y la novedosa introducción de versiones económicas de modelos franceses. Esta

²⁴⁴ JAVIER PÉREZ-SILLER, “Una contribución a la modernidad, la comunidad francesa en la Ciudad de México”, p. 19. <<http://www.mexicofrancia.org/articulos/p7.pdf>> consultado el 12 de diciembre de 2018.

²⁴⁵ STEPHEN BUNKER, *op. cit.*, pp. 44 a 46.

estrategia permitirá a los almacenes adaptarse a las variaciones en el consumo y enfrentar las devaluaciones de la plata.²⁴⁶

Este exitoso modelo comercial también se basaba en una creciente capitalización de las empresas, diversificación de las mercancías, prácticas de venta, publicidad y distribución nacional, y la incorporación de nuevas tecnologías, como el teléfono.²⁴⁷ Todas estas innovaciones permitieron crear una atmósfera de compra especial y la fuerza de ventas de agentes viajeros extendió la fama de los almacenes al norte del país, incorporando anuncios en periódicos de circulación nacional. La experiencia de décadas en el mercado mexicano y la construcción de almacenes monumentales por los más prestigiados ingenieros y arquitectos (Gustave Eiffel, Miguel Ángel de Quevedo, Georges Debrie o Daniel Garza) diseñados específicamente para su función comercial permitieron abrir grandes espacios interiores y enormes ventanales. Otro aspecto relevante es la práctica paternalista hacia los empleados (la mayoría de sexo masculino), algunos de origen francés. Por último, los almacenes promovieron la construcción de una cultura de la vida privada y se adaptaron al ritmo de la vida del país, en horarios y días festivos, pero aprovechando éstos para impulsar sus ventas (la más importante alrededor del cumpleaños del general Díaz, el 15 de septiembre) y la organización de eventos sociales. Los almacenes tuvieron un fuerte impacto en la vida urbana, al extenderse sobre los predios vecinos, completando la transformación de una “ciudad conventual” en una comercial. En lo económico, los almacenes tuvieron que adaptarse a la costumbre muy arraigada de la compra a crédito, mecanismo que dominaba en el siglo XIX, apoyado en las casas de empeño.²⁴⁸

²⁴⁶ STEPHEN BUNKER, *op. cit.*, pp. 46 a 50.

²⁴⁷ VÍCTOR CUCHÍ ESPADA, *Una economía de tiempo y dinero... Ciudadanos y mercado en la ciudad de México durante el Porfiriato, 1881-1911*, México, Ediciones ¡Uníos!, 2006, pp. 19-117. El autor señala que el servicio telefónico fue aceptado en las empresas y despachos de los comerciantes, hombres de negocios y profesionistas mucho antes que en el hogar. El costo de suscripción en 1883 era de \$5 pesos mensuales. Fue promovido como una herramienta para ahorrar tiempo y dinero. En 1891 figuran como abonados sólo seis grandes almacenes y ningún negocio pequeño.

²⁴⁸ STEPHEN BUNKER, *op. cit.*, pp. 244 y 263.

a) Los productos²⁴⁹

Entre marzo y diciembre de 1883 los productos importados eran franges de seda y algodón con abalorio, tul y encaje de seda con abalorio, tejidos de lino y algodón enviados por agentes a las casas comerciales de México como Ritter, Guillermo Busing, J. Olivier, Torre Fischer, Varela, H.D. Watermeyer, Cos Castillo, Porte-Petit, Vendrell, A. Gutheil, C.A. Martínez, F. Formento, J. Olivier, Bonne Struck, A. Doussine, Francisco Ituarte, P.G Méndez y García Wolff.²⁵⁰

Las casas que comercializaban productos textiles en 1883 eran Fourcade y Goupil, L.A. Comú, E. Sengstack, Schmidt y Bourjac, Max Chauvet, J. Jauretche, H.D. Watermeyer, R. Cardeña, J. Jauretche, A. Aubert, A. Lavillete, P. Lagrave, Agustin Gutheil, Rafael Salin, J. Olivier, E. Bayonne, Bonne Struck, S. Coblentz, B. Rovés, Guerin, Signoret y Bourjac, Levi Martin, los sucesores de A. Julien, Gassier y Reynaud, Argentin Faudon, T. Anciaux, Llacurl Murga, E. Ducastang y García Wolff.²⁵¹ Entre los productos comercializados por Ignacio Garibay y Compañía destacan:

- Ropa manufacturada: pantalones, chaquetas, sacos y flux de casimir,²⁵² chalecos piqué y de casimir; corsés, polisones, camisetas y calzoncillos de punto, cuellos y puños bordados, medias para señora, pañuelos labrados, sombreros adornados para señoras y niños, pantalones y sacos de dril; vestidos, calcetines (véase el glosario).
- Productos de algodón: géneros, casimires, calicó, percal, cotelina, géneros de pita labrada, plaids, franges, géneros blancos y de color, tápalos, pasamanería, fichas, pañuelos, muselina calada, hilo planchado, piqué (con seda), pelerinas

²⁴⁹ Muchos productos se nombran en el idioma original, como es costumbre en la jerga de los textiles. Véase el glosario, en algunos casos hay nombres dados por los comerciantes o marcas, indicados entre comillas.

²⁵⁰ "Aduanas", *El Siglo Diez y Nueve*, 7 de febrero de 1883, p. 2, 14 de julio de 1883, p. 3, y 4 de octubre de 1886, p. 3.

²⁵¹ *Ibid.*

²⁵² En México se llama *casimir* al paño de lana tipo cachemir, que originalmente era de pelo de cabra.

y fichús, zarapes, resorte, alpaca de algodón, ponchos de algodón, cotí de color.²⁵³

- Productos de lana: casimires, cotelina, casinetes, estambre, pañuelos, merino, patelots, popelina, zarapes, alpaca de lana, ponchos de lana.
- Productos de seda: géneros, forros para sobretodos de ratine, franges, cintas, tul y encaje, pelerinas y fichús, corbatas, paraguas.
- Productos de lino: servilletas, dril, puños.
- Cuero y pieles: pelo de conejo, pieles preparadas, guantes, redondeles de cuero.
- Decoración: alfombras de jute, de tripe aterciopelada y de rizo cortado y sin cortar, géneros de algodón para cortinas, sobrecamas de seda y algodón,
- Sombreros de paja.
- Otros productos: brin de cáñamo, costales, chaquiras abrillantadas, plumas y flores artificiales.

En 1893 *Al Puerto de Veracruz* ofrecía: lencería, géneros de lana y algodón, paño, alfombras, paraguas e impermeables. La tienda de Signoret, Honnorat y Cía. introdujeron el “lawn-tennis” asargado, las flanelettes afelpadas, muselinas de lana, paño “amazona”, casimir cheviotte, rasos, crespón, challies y satin. En las telas destacan también el crespón mosqueado, nansooks rasos, bengalinas y calicot; géneros negros para lutos, tela de Vichy, tussor chino de seda, echarpes, blonda española, crepeline y pongué imprimé, serpentina tramada de seda y lana; tafetanes glaseados y foulards. En prendas manufacturadas *Al Puerto de Veracruz* vendía calcetines y medias sin costura, medias popotillo, paño y satiné negro de Louviers, velos para religiosa; medias sin costura “Pina Penotti”, enaguas, faille y polonaise para fondos, camisas y corbatas para hombre; capotas y ropones (a los que se daba especial énfasis). *Al Puerto de Veracruz* también vendía alfombras, colchas y otros artículos para decoración.²⁵⁴

²⁵³ “Atención. Ropa hecha”, *El Tiempo*, 19 de noviembre de 1885, p. 4.

²⁵⁴ “Hoy, apertura de los nuevos y grandes almacenes”, *El Tiempo*, 1 de julio de 1893; p. 4, 27 de julio de 1893, p. 4; y 24 de diciembre de 1893, p. 3.

En 1893 *El Palacio de Hierro* comercializaba cachemires escoceses, sultana de seda de imitación, chalis, turquise y cachemir de lana, género “victoria”, telas de seda, surahs tornasoles, foulards glacés y soie fuller. También ofrecían telas negras para vestidos, lanas, cachemirs “Henriette” y “Boreal”, franelas y telas corrientes. Entre otros productos contaban con toallas, cretonas, juvie, broché mongol de seda, géneros negros para luto y medio luto, alemanisco, toallas, juegos de manteles y servilletas; blondas y encajes. Este almacén importaba telas como peruvienne peluchée, cachemir “Turenne” y “Champs Elisées”, franelas de Bengale, glacé de Vienne, casimir cheviotte y Tanger; moscowite y crespón inglés; cretonas de Alsacia, bombacé de color, diagonal de lana. Entre las prendas manufacturadas que vendía *El Palacio de Hierro* en 1893 destacan los sombreros ingleses, sacos y corbatas para caballeros, camisas, blusas, chaly y seda “Loie Fiiler”; guantes de ante para oficiales, trajes y sombreros para niños; chales de Vigogne y de franela; camisones, enaguas, matinées, chache-corsets, batas y medias de seda o algodón; echarpes y ropones; salidas de baile de lana con bordados y listones. De los productos de decoración, *El Palacio de Hierro* comercializaba tapices, alfombras de tripe, bruxelles, moqueta de alta lana, brocados y cobertores.²⁵⁵

La *Corsetería Francesa* distribuía con corsés sobre medida, fajas higiénicas, espalderas para enderezar y otros productos de bonetería.²⁵⁶

b) Los precios

Como antecedente se puede mencionar que un pantalón de casimir costaba en 1869 entre \$5 y \$11 pesos, mientras que un saco de casimir francés entre \$16 y \$20; un sobretodo de paño de castor \$26 y un traje completo se vendía entre \$22 y \$40.²⁵⁷

²⁵⁵ “Grandes Almacenes El Palacio de Hierro”, *El Tiempo*, junio; 13 de agosto de 1893, p. 3; 24 de diciembre de 1893, p. 3. *El Correo Español*, 14 de julio de 1893, p. 3.

²⁵⁶ “Corsetería Francesa” *El Tiempo*, 16 de julio de 1893, p. 4.

²⁵⁷ “Atención. Fábrica de ropa hecha”, *Revista Universal*, 6 de enero de 1869, p. 4.

Década 1870

En 1873, en el almacén *Las Diez Mil Docenas* tenemos que un pantalón de casimir *del país* que cuesta \$2.75 y un saco del mismo material \$5.00.²⁵⁸

En 1876 el almacén *La Explosión* vendía pantalones de casimir importado entre \$2.25 hasta \$9.00; sacos entre \$4.25 y 5.50; sobretodos entre \$10 y \$20; camisas de lienzo entre \$0.75 y \$1.50.²⁵⁹

Década 1890

Las telas que comercializaba *El Palacio de Hierro* en 1893 eran: cachemira entre \$1.00 y \$2.50 la vara, batistas de lino de 25 centavos, "cachemir milán" *broche soie* a \$2.25 pesos la vara; por otra parte, un corte de cachemira de invierno costaba \$20.

Los precios de los productos en *Al Puerto de Veracruz* oscilaban entre la tela de Vichy de 15 centavos la vara al *tussor* de China de seda pura de \$1.75 la vara; franela con dibujos entre 0.31 y \$1.25. De los productos confeccionados de alto costo puede mencionarse los sombreros marineros para niños de \$3.50; sombreros de fieltro de \$8.00, corbatas de 37 centavos. Un producto de alto costo eran los abrigos de \$26 y las visitas de terciopelo de \$55.²⁶⁰

c) La tienda, espacio de orden y progreso

A partir de un conjunto de grabados, pinturas y fotografías de fines del siglo XIX se pueden apreciar cambios ocurridos en los espacios comerciales de la ciudad. A inicios de la década de 1840 el pintor Pedro Gualdi, dibuja con detalle la ubicación de las plazas, calles, ventanas y puertas en los edificios, cercanos a las iglesias y antiguos conventos en una pintura panorámica (figura 13). En esta imagen se pueden observar los espacios con puerta a la calle, que se conocen con el nombre de *accesorias*. En el siglo XVIII las *accesorias* servían como cocheras, pajares, caballerizas propias o viviendas de alquiler. El espacio habitacional incluía el zaguán y la escalera a nivel de la calle y un entresuelo llamado *altito* o *tapanco*

²⁵⁸ "Las diez mil docenas", *El Siglo diez y nueve*, 2 de junio de 1873, p. 4.

²⁵⁹ "La Explosión" *El Centro Mercantil, semanario del Correo del Comercio*, 6 de marzo de 1876, p. 4.

²⁶⁰ "Al Puerto de Veracruz", *El Tiempo*, 17 de agosto de 1893, p. 4.

con una pequeña sala, recámara y cocina. Este modelo de vivienda entresolada se consolidó en el siglo XVII en la medida que aumentaba la población y la actividad artesanal; en la época borbónica algunos bajos de las casas alquilados como vivienda se combinaban con una actividad productiva: tienda, taller o bodegón, utilizados para alojar negocios como herrería, mesón, cerería, chocolatería o barbería, entre muchas otras, cuyo número dependía del tamaño de la casa, beneficiando a los propietarios del inmueble con los ingresos de la renta. No sólo las casas particulares tenían accesorias, también los hospitales, conventos, colegios y edificios públicos obtenían recursos con el alquiler. En el caso de las tiendas ubicadas en las esquinas, dedicadas al comercio, recibían el nombre de *cacahuaterías* o *pulperías*. En estos casos y cuando el espacio tenía sólo función comercial, el *tapanco* servía de bodega.²⁶¹



Figura 13. Pedro Gualdi, *Panorámica de la Ciudad de México*, ca. 1841, óleo sobre tela, col. Franz Mayer (sección inferior izquierda del cuadro). En la pintura puede observarse la cúpula de la Iglesia de San Agustín y la nave del presbiterio en la penumbra, y en perspectiva la esquina de las calles del Ángel con Arco de San Agustín (hoy Isabel la Católica esquina República del Salvador). Las casas que se distinguen en la imagen tienen dos niveles: la que está en el primer plano tiene mayor altura, un dintel amplio, cornisa, pretil y balcones con puertas de dos hojas; la segunda muestra una tienda en la esquina, con un letrero colocado en forma de marquesina de color verde olivo con rótulos ilegibles y entradas por ambas calles. Este edificio tiene un juego de puertas y ventanas bajas; en dos de los balcones superiores penden cortinas decoradas con bandas perimetrales de color rojo que descansan sobre los balcones. Al fondo se observa una bandera o letrero de color rojo que cuelga de un mástil horizontal. En esta porción del cuadro aparecen dos personas con vestimenta masculina portando sombrero y tres mujeres cubiertas con rebozos.

²⁶¹ GABRIELA SANCHEZ REYES, “La accesoria: una tipología de la arquitectura virreinal en la ciudad de México”, *Boletín de monumentos históricos*, núm. 35, septiembre-diciembre, 2015, pp. 135-148. En algunos casos, en la accesoria se preparaban alimentos para la venta, cuyos fogones alertaron a las autoridades virreinales. De igual manera, se revisó que no tuvieran materiales flamables como vigas de madera, cera, aceite o brea, y limitar el uso de fuentes de incendio. Sanchez Reyes encontró que las viviendas podían alojar hasta ocho personas y ordenanzas que procuraban que las accesorias contaran con un albañal. En el caso de las accesorias del Colegio de Vizcaínas se les llamó “de taza y plato”

En el siglo XIX se edificaron espacios comerciales con proyectos arquitectónicos basados en el repertorio neoclásico en la arquitectura, como puede observarse en esta imagen de la calle de Plateros:



Figura 14. Anónimo, *Primera calle de Plateros*, positivo sobre albúmina, ca. 1880. col. Felipe Teixidor. 20.3 x 25.4 cm. Sinafo-INAH.

La imagen está tomada a nivel de la calle, desde la acera norte de la calle de Plateros. Calle de tradición colonial de objetos suntuarios y gran centralidad en la ciudad, que corre desde la Plaza Mayor hacia el templo de la Profesa, donde cambiaba de nombre.²⁶² La imagen enfatiza la perspectiva poniente y fue tomada cerca del medio día, cuando se contaba con buena iluminación. En la composición predomina la arquitectura sobre las personas, salvo un hombre casi en primer plano, el resto se funde en el horizonte. Este personaje lleva un atuendo masculino de zapatos de tacón alto, pantalón amplio, chaqueta y sombrero de ala media y copa alta, característico de la década de 1880 (figura 14-a). Tres personas más asoman de un negocio (solo una es mujer, quien lleva un vestido oscuro) y el resto se distribuyen por la



Figura 14-a

²⁶² FERNANDO CURIEL, *Paseando por Plateros*, Secretaría de Educación Pública, México, 1982, p. 12.

calle, sumando unas seis personas en total, que visten camisas (figura 14-b).

El único personaje que aparece en los edificios es un caballero que permanece de pie sobre el balcón corrido del segundo nivel del edificio del fondo de la calle. Su sombrero es de copa y su traje claro, lo que lo distingue de los demás y denota una clase social más alta (figura 14-c). En primer plano, del lado izquierdo, aparece el número 10 y 11 corresponde a dos tiendas: la relojería de E. Sommer en la planta alta y la joyería *La Parisiense* a nivel de la calle, que también era mercería y sedería.²⁶³



Figura 14-b



Figura 14-c

En la fachada de estos dos negocios, los escaparates y anuncios en color oscuro, con rótulos escritos en blanco o dorado, destacan sobre el material color claro de los edificios. La tipografía del anuncio de la relojería de E. Sommer muestra rasgos de letras llamadas egipcias (de gruesos patines), mientras que el de *La Parisiense* está dibujada con un rótulo más ligero y decorativo. Los aparadores cuentan con vitrinas y marcos decorados, posiblemente elaborados en madera barnizada y rótulos en lámina metálica. Los negocios contiguos, más al fondo forman parte de otro edificio, también neoclásico y corren paralelos a sus dos niveles con una sola marquesina para varios letreros y accesorias (algunas correspondientes a los citados negocios). Además, en el balcón del primer piso hay una banderola con los nombres de ambos establecimientos, que podía ser visto lateralmente. Los aparadores responden a la necesidad de una acrecentada competencia de la sociedad moderna, en la que las relaciones sociales son menos personales y la vinculación comercial apela a la intermediación visual. El aparador sirve de caja de deseos para fascinar al transeúnte con los cambios de la moda. La tensión de novedades y el consumo de las clases dominantes más proclives a la individuación. Es probable que esta fotografía haya sido encargada por los dueños de los locales Sommer y Zivy, aunque en estos casos suelen aparecer los

²⁶³ JULIO POPPER, *op. cit.* Los negocios contiguos eran la relojería de Martin Schaffer, la listonería de Mariano Palacio *Al Zafiro*, la Joyería *El Mosaico*, *La Camelia* y *Al Cambio*, paragüería de Bertrand Sucesores.

empleados en la puerta de su comercio. El estilo de los edificios, popular durante el siglo XIX es semejante a los diseños de Francisco Somera y Eusebio De la Hidalga, portadores de prestigio. Estos edificios sustituyeron las vetustas casonas que se observan en la pintura de Gualdi, cambio que se inició desde la aplicación de las Leyes de Reforma posterior a la restauración de la República. En 1881 los hermanos Zivy y el suizo Joseph Hauser adquirieron 25 acciones del Banco Nacional Mexicano.²⁶⁴

La construcción del edificio de *El Palacio de Hierro* duró tres años, con proyecto del arquitecto Ignacio de la Hidalga y fue inaugurado con gran éxito el 1 de julio de 1891 (figura 15). El edificio, construido con la novedosa técnica de estructura de hierro fue cubierto con dos tipos de piedra: granito y piedra de cantera, el patio con columnas de piedra y otros soportes de hierro. La doble fachada le daba mayor presencia, aunque una de ellas daba al callejón, restando algo de visibilidad. Con la supervisión de Mr. Perion, al centro de las fachada, se hicieron crujías de hierro. En el pretil de la azotea se colocaron dos letreros con letras doradas en relieve con el nombre de la tienda y tres astas para banderas en los ángulos exteriores del edificio, que ostentaron las banderas mexicana y francesa. Otro letrero, con el nombre de J. Tron y Cía. se colocó sobre las ventanas del primer nivel y en la esquina un medallón con iniciales del propietario y la fecha de 1891. Para anunciar la apertura, en los días previos se pasearon por las calles carruajes con el nombre del almacén y el día de la inauguración fue necesaria la intervención de la policía para controlar el acceso a un elevado número de personas. Un selecto número de invitados fue admitido en los pisos superiores donde se les ofreció vino y pastelillos.²⁶⁵

Dos años después de la inauguración de *El Palacio de Hierro*, la publicidad empleaba un grabado (figura 15), con el fin de aislar la figura del edificio y con un

²⁶⁴ LEONOR LUDLOW, "El Banco Nacional Mexicano y el Banco Mercantil Mexicano, radiografía social de sus primeros accionistas, 1881-1882", en *Historia Mexicana*, vol. 39, núm. 4, abril-junio, 1990, p. 1020.

²⁶⁵ JOSÉ MARÍA MARROQUI, *La Ciudad de México*, Tipografía La Europea, México, 1900, vol. I p. 619-620. Ignacio de la Hidalga era hijo del arquitecto Lorenzo de la Hidalga. Véase BERTHA PATRICIA MARTINEZ GUTIERREZ, *El palacio de hierro: arranque de la modernidad arquitectónica en la Ciudad de México*, Tesis de Maestría en Historia del Arte-UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, 2005.

estilo tradicional. El autor del siguiente grabado también es Posada: en esta imagen, el artista eligió como punto de observación el edificio donde estaba la tienda de A.G. Gutheil esquina con Ocampo, en un ángulo más cerrado que la fotografía anterior. Posada enfatiza la perspectiva del edificio, aislado de sus vecinos, sin mostrar la estrechez de la callejuela, con los toldos desplegados y diversas personas en la acera de la calle: siete hombres y ocho mujeres. Cerca de la esquina una pareja de mujeres se dirigen hacia el interior de la

puerta principal y ambas visten prendas similares, de color claro. Siete de las personas representadas en el dibujo se asoman por los aparadores, otras caminan. Posada dibuja un caballero con frac, mirando de frente y una dama con vestido oscuro de espaldas. Un detalle importante del grabado es el único carruaje, de color negro, que a diferencia de la fotografía anterior no es de pasajeros sino un transporte de carga de la empresa, con las iniciales J.T. y Cía. (Joseph Tron) en la parte posterior. Por último, el grabado incluye las banderas que no aparecían en la foto, dos tricolores en los lados y una central con el nombre del almacén.

En figura 16 también aparece el edificio del gran cajón de ropa ***Al Puerto de Liverpool***, establecido en San Bernardo en Callejuela, fue fundado en 1847 por Jean Baptiste Ebrard y Ferdinand Fortolis exhibe un claro contraste con el edificio anterior, por sus menores dimensiones, arquitectura del siglo XVIII. En esta fotografía sobresalen los letreros “Gran almacén de ropa”, en letras capitulares, sobre las ventanas del primer piso en letras claras sobre fondo oscuro y en relieve. Los toldos ocultan los aparadores de la calle de San Bernardo, pero junto a éstos se encuentra una puerta sobre la que se observa un letrero con el rótulo



Figura 15. Posada [José Guadalupe], Grandes almacenes de El Palacio de Hierro, *El Tiempo*, 29 de octubre de 1893, p. 3.

“Despacho”. Este rasgo denota una función separada del almacén y sus oficinas. También son notorios los carruajes o calesas con sus caballos, cercanas a las aceras de los edificios descritos: una frente a *Al Puerto de Liverpool*, tres frente a *El Palacio de Hierro* (una de ellas de manera ligeramente diagonal, por lo que pudiera estar maniobrando) y una tercera frente al negocio de la talabartería de M. Aguilar. Por último cabe señalar que en la imagen se perciben las vías de tranvía de vía ancha que corría por San Bernardo.²⁶⁶

En el momento de la toma la luz del sol es casi cenital, por lo que pudo haberse realizado a fines de julio o principios de agosto, entre 1891 y 1900. La toma de la foto se realizó

desde la esquina sureste, de San Bernardo y Ocampo, en el edificio del almacén de abarrotes *La Ciudad de México*, de A. Monterde y Cía., desde un segundo nivel, sin que pueda saberse si era la azotea o una ventana del mismo.²⁶⁷

El edificio de De la Hidalga para *El Palacio de Hierro* había marcado un cambio relevante en la arquitectura de espacios comerciales, ya que no se estaba reutilizando un inmueble antiguo sino que en todos sus detalles fue creado para favorecer la venta de productos al público: grandes ventanales para lograr mayor iluminación y departamentos interiores en una superficie de más de mil metros



Figura 16. Anónimo, *Almacenes del El Palacio de Hierro S.A. y Al Puerto de Liverpool*, ca. 1900. En soporte secundario: “Ignacio de la Hidalga. Arquitecto e ingeniero civil”, Col. Felipe Teixidor, Mediateca INAH.

²⁶⁶ JULIO POPPER, *op. cit.*

²⁶⁷ *Ibid.* Este edificio fue sustituido por otro de estilo neoclásico y que fue demolido en 1934 para abrir la avenida 20 de noviembre.

cuadrados. Esto fue posible gracias a la mencionada estructura de hierro (acero en realidad), que reflejaba la tecnología pero también una forma de construcción moderna desde la edificación del Crystal Palace de Londres en 1851 que aplicada a los almacenes comerciales permitió exhibir una gran cantidad de mercancías. El exterior del edificio conjuga el racionalismo de Henri Labrouste con soluciones de la arquitectura de la Escuela de Chicago, caracterizado por la ventanas de hierro agrupadas en módulos de tres claros. Los vanos del edificio van disminuyendo su altura desde el primero hasta el cuarto piso, que tiene ventanas de tamaño más reducido, destinadas a las habitaciones de los empleados.²⁶⁸

Al Puerto de Veracruz siguió la misma estrategia de mostrar un grabado del edificio de su establecimiento, elemento clave de la publicidad de los almacenes de departamentos, ya que la inversión en la edificación era un activo de gran valor para la empresa, incluso antes que las mercancías mismas. El grabado de Posada para *Al Puerto de Veracruz* es más pequeño que sus competidores y más recargado en su decoración (figura 17). La marquesina que lo circunda tiene gran volumen y elaboradas cornisas; al centro sobresale una cartela oval con el letrero “Gran almacén de ropa” y debajo las palabras lencería, sedería y novedades. Los dinteles de las ventanas, todas iguales, tienen una profusa ornamentación foral. Todo el edificio enfatiza la esquina y en el tercer nivel se proyecta a mayor altura la techumbre de plano inclinado, rematada por una barandilla y un asta bandera, todo remitiendo a la arquitectura parisina. En este caso la tienda se ubicaba sobre la calle de

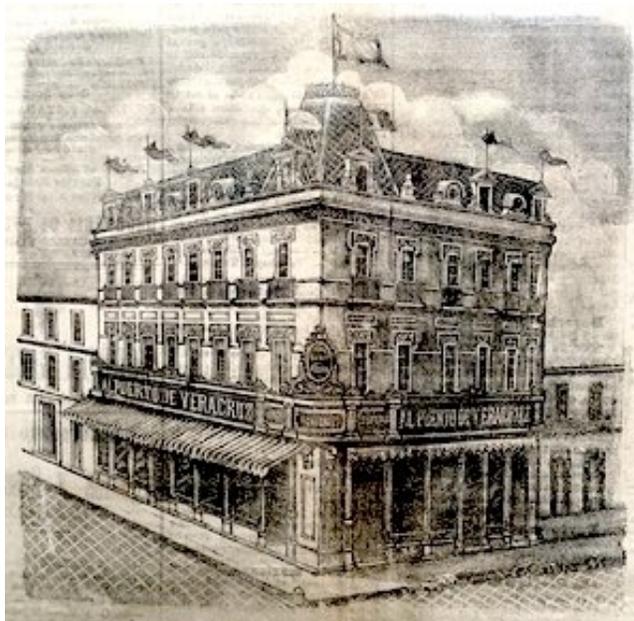


Figura 17. Posada, M. “Al Puerto de Veracruz”, *El Tiempo*, 1º de julio de 1893, p. 4.

sobresale una cartela oval con el letrero “Gran almacén de ropa” y debajo las palabras lencería, sedería y novedades. Los dinteles de las ventanas, todas iguales, tienen una profusa ornamentación foral. Todo el edificio enfatiza la esquina y en el tercer nivel se proyecta a mayor altura la techumbre de plano inclinado, rematada por una barandilla y un asta bandera, todo remitiendo a la arquitectura parisina. En este caso la tienda se ubicaba sobre la calle de

²⁶⁸ BERTA PATRICIA MARTÍNEZ, *op. cit.*, pp. 48-76.

Monterilla número 1, esquina San Bernardo (hoy Cinco de Febrero y Venustiano Carranza) despliega una arquitectura más tradicional y alineada con el repertorio francés, cuyo rasgo más destacado es el tejado con mansardas y lucarnas.

Las imágenes del fin de siglo

Las imágenes del año 1899 que publica J. Figueroa Doménech fueron tomadas por Spauding Sucesor D.S. quien además vendía piezas arqueológicas y Alfred Briquet, quien había tomado fotos de la fábrica de cigarros *El Buen Tono* hacia 1891.²⁶⁹ En los testimonios fotográficos que se verán a continuación aparecen también los empleados y dueños de los establecimientos, mostradores, mercancías y talleres. Otros posibles colaboradores (destacados en la guía misma) fueron: Torres Hermanos, Wolfenstein Sucesores, y el estudio de Maya-Sciandra y la Compañía Industrial Fotográfica, empresa de esa época, dedicada a la fotografía comercial.²⁷⁰

²⁶⁹ ALEJANDRA PADILLA POLA, *Briquet en México*, citado por Thelma Camacho Morfín, *Los álbumes de "El Buen Tono", fotografía y catolicismo social*, México 1894-1909. Alfred Saint-Ange Briquet colaboró con Ernest Pugibet en la documentación fotográfica de la fábrica, algunas de estas fotos se usaron para ilustrar la guía de Figueroa Doménech de 1899. Briquet nació en París el 30 de diciembre de 1833 y se trasladó a México en la década de 1870, trabajando como fotógrafo para la Compañía Limitada del Ferrocarril Mexicano y la Compañía Marítima Transatlántica. En 1889, se estableció definitivamente en México, elaborando fotografías hasta 1910, entre las que destacan las de la ciudad de Pachuca. Desde el periodo que vivió en París había entablado amistad con Julio Michaud, quien luego promovió la edición de *México pintoresco y artístico*. Su relación con Pugibet pudo haberse dado mediante José Yves Limantour. Murió en 1926.

²⁷⁰ FIGUEROA DOMÉNECH, *op. cit.*, pp. 315 y 685-687.

La rebocería *El Vapor*, perteneciente a los Hermanos García Álvarez se ubicaba en la calle de Puente de Palacio número 10, fabricaba zarapes y rebozos de hilo planchado, hilazas inglesas, seda y otros materiales (figuras 18 y 19).

Figura 18. Fachada de la Rebocería Al Vapor, Figueroa Domenech, *op cit.* p. 290, 1899. En esta fotografía del exterior del establecimiento aparecen nueve personas, de izquierda a derecha: un hombre de complexión gruesa, pantalón oscuro y chaqueta clara, de pie y cercano a la puerta izquierda del establecimiento. Junto a éste un hombre vestido de traje junto a una niña con vestido blanco y sombrero. En la puerta central, recargado en la jamba un joven de estatura baja cercano a otra niña que está sentada en el pórtico, y al centro de la puerta un hombre con pantalón claro y saco oscuro. En la puerta derecha están dos hombres, uno recargado en la jamba con traje gris y sombrero de carrete; el otro porta un traje oscuro. Finalmente, en primer plano



un hombre con indumentaria indígena de manta, con capa y sombrero de color claro; al hombro lleva objetos, posiblemente canastos. Todas las personas miran a la cámara. Los letreros del establecimiento están rotulados sobre una marquesina oscura y otros pintados en la pared que flanquea un ventanal del primer piso, en uno de ellos se describe que casa de los García Álvarez fue fundada en 1872 por Rodríguez y Cía.; el número del establecimiento, de gran tamaño, se repite en los dinteles de las puertas. En la puerta izquierda penden una docena de rebozos un zarape y media docena de fajas.

La presencia de las personas en la fotografía mirando a la cámara habla de una sesión preparada y donde pudieron haber estado presentes tanto los propietarios, los dependientes, clientes y transeúntes casuales. Es probable que la persona de sombrero de carrete sea uno de los dueños.

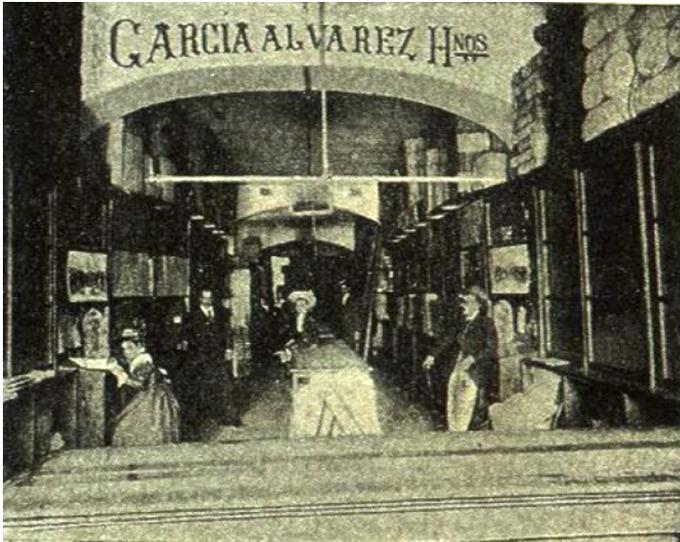


Figura 19. *Interior de la Rebocería Al Vapor*, Figueroa Domenech, *op cit.* p. 290, 1899. La imagen del interior está tomada con perspectiva hacia el fondo del establecimiento, que aparece como un largo salón cuyo techo está sostenido por tres gruesos arcos rebajados; en el primero está rotulado el nombre de los propietarios. En ambas paredes hay muebles de dos cuerpos: el inferior con cajoneras y el superior con estanterías; sobre éstos se apilan bultos que casi llegan hasta el techo del salón, que se estrecha ligeramente. En primer plano aparece un elemento horizontal que bien podría ser el mostrador de la tienda y a lo largo de ésta dos mesas centradas. En la fotografía aparecen siete personas. En el primer plano, a la derecha, un caballero de traje con bastón y a la izquierda una dama con vestido, cuello blanco y gorro o cofia pequeña, sentada e inclinada hacia el aparador. Las personas al fondo que alcanzan a distinguirse son hombres de traje, de pie.

El Surtidor se ubicaba en la Primera calle de Plateros, número 3, pertenecía Primitivo Pérez. Se trata de un almacén con departamentos especializados: alfombras y tapices, cristalería, sedería y confecciones (Figuras 20 y 21).



Figura 20. Salón interior de *El surtidor*. Figueroa Doménech, *op. cit.*, p. 259. En esta imagen se observan cuatro hombres, vestidos de traje oscuro y uno más, de traje claro fuera del mostrador. En la imagen se aprecia que los mostradores se componen de una caja cubierta con cristal que permite exhibir algunas mercancías, mientras que las paredes del establecimiento tienen estanterías, resguardado grandes cilindros de textiles estampados, posiblemente alfombras y en otra estantería, mejor iluminada numerosas piezas de tela. En el pasillo del interior se aprecian cajas y sombrillas colocadas en conjuntos. Alcanza a apreciarse que esta parte de la tienda está en un patio, cuyo balcón perimetral corre en el primer piso con un tragaluz y lámparas que penden del nivel superior. Por el letrero sabemos que se trata del departamento de *varilleros* (designación de los buhoneros o vendedores de baratijas).

Primitivo Pérez estuvo asociado con Barroso en la tienda *El Surtidor* para el comercio de artículos de lencería.²⁷¹ En 1887 *El Surtidor* vendía casimires ingleses y franceses; corbatas, bastones, cobertores, ponchos, juegos de manteles y servilletas, sombreros para señora, visitas, abanicos, corsés, adornos de avalorio, salidas de teatro, adornos e incluso vinos. Las alfombras de producción nacional provenían de la fábrica San Ildefonso y los casimires de El Águila.²⁷²

²⁷¹ EUNICE RUIZ ZAMUDIO, *Burguesía empresarial, 1880-1915: un empresario mexicano el caso de Luis Barroso Arias y socios*, tesis de licenciatura en Historia, Universidad Autónoma Metropolitana, 2006, pp. 22-42.

²⁷² "El Surtidor" *El Tiempo*, 25 de noviembre de 1887, p. 4.



Figura 21. Sedería y confecciones de El Surtidor. Figueroa Doménech, *op. cit.*, p. 259.

Después de ser remodelado *El Surtidor* abrió el 1 de diciembre de 1889. Para este año se informa que los propietarios eran Wartenweiler y Salvador Laborde. El almacén ofrecía de manera predominante productos importados europeos: telas de lana, seda, lino y algodón; confecciones, cobertores, mantelería, servicios de mesa, lencería y bonetería; alfombras, y cortinas; chales y mantillas; de la mercería destacan los listones, encajes y tiras bordadas; para niños ofrecían muñecas, sombreros y paraguas pequeños; pasamanerías, albums, abanicos y libros de misa; guantes de seda, cabritilla y piel de Suecia; un rubro especial eran las “Conchas y Lupes” para el año nuevo, así como los artículos para modistas.²⁷³

²⁷³ “Aviso interesante”, *El Tiempo*, 12 de diciembre de 1889, p. 4.

La Camisería Plateros era un negocio perteneciente a Paul Marnat, quien logró sustituir importaciones estableciendo un taller en la planta superior de la tienda. En el expendio, ubicado en el número 2 de la 2a. calle de Plateros, ofrecía también guantes, pañuelos, paraguas, bastones, corbatas y botonaduras. También vendía bonetería francesa e inglesa (figura 22).²⁷⁴



Figura 22. Camisería Plateros. Figueroa Doménech, *op. cit.*, p. 272. En la imagen puede observarse que el establecimiento contaba con cuatro grandes aparadores y dos puertas; al centro de éstos, sobre la puerta se rotuló el nombre del propietario P. Marnat. El recubrimiento en color oscuro de la planta baja es característico de estos negocios de lujo y el arreglo de los aparadores muestra un orden muy estricto. Las plantas superiores, destinadas a los talleres también permiten anunciar el negocio con un gran rótulo pintado en la pared, cuyo edificio era una construcción del siglo XVIII pero con suficiente altura para que el letrero destacara a la distancia.

En la *Camisería Plateros* se vendían camisas con guarnición de lino desde un peso 50 centavos, a lo que podía agregarse un cuello postizo de lino de 25 centavos.²⁷⁵ El taller de la Camisería Plateros también confeccionaba puños y cuellos para las camisas (figuras 23 y 24). Figueroa Doménech informa que este negocio cubría una tercera parte del mercado nacional.²⁷⁶ Por las imágenes puede calcularse que hacia 1899 los talleres empleaban alrededor de 35 personas y la tienda tendría una docena más. En la década de 1890, la competencia directa de Paul Marnat eran las camiserías de H. Polak, la Camisería *La Ciudad de París* de

²⁷⁴ CARLOS MONTAURIOL, *op. cit.*, p. 94.

²⁷⁵ FIGUEROA DOMÉNECH, *op. cit.*, p. 274.

²⁷⁶ *Ibid.*

F. Coblentz ambas en Plateros, y algo más lejanas la de L. Salles en la calle de Palma y *La Rambla*, en Tlapaleros y *La Importadora*, en Refugio de Santos y Fernández.²⁷⁷

Figura 23. Camisería Plateros, taller mecánico, Figueroa Doménech, *op. cit.*, p. 273, arriba. En la imagen se observan, en primer plano tres operarios: dos varones y una mujer y a la izquierda otro más cercano a una máquina. Al fondo hay cinco personas que no alcanzan a distinguirse con claridad, sumando nueve en total. Las máquinas están conectadas a poleas con bandas giratorias pendiendo de barras metálicas sujetadas a los muros. También hay mesas grandes donde se ven los materiales para la confección.

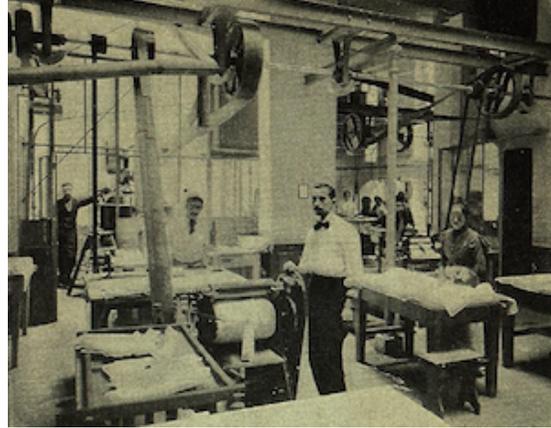


Figura 24. Camisería Plateros taller de costuras. Figueroa Doménech, *op. cit.* p. 273, abajo. En esta imagen se observa una habitación con mesas donde están laborando más de veinte operarias frente a máquinas de coser, la mayoría están sentadas en bancos y sillas. Algunas voltean a la cámara; la que está en primer plano viste una blusa a rayas y una falda estampada de color oscuro. Todas las costureras llevan el cabello recogido y ropa de distintos tonos. El salón está iluminado por abundante luz solar que entra por dos ventanas de lado izquierdo, presumiblemente son las que daban a la calle de Plateros. El fotógrafo inclinó ligeramente la cámara, alterando el horizonte mientras que las costureras mantienen una postura rígida, sin mirar a la cámara, excepto una.

²⁷⁷ HUMBERTO MORALES MORENO, “Los franceses en México: 1890-1910. Nueva revisión histórica (agentes comerciales, residentes e imperialismo informal)”, *Signos Históricos*, núm. 17, enero-junio, 2007, 174-223, p. 199.

La Nueva Jardinera, sastrería de Lino Ayala y Cía., Cinco de mayo núm. 6. Como medio para darse a conocer colocaba anuncios en periódicos de unas pocas líneas, recomendando sus servicios. El señor Ayala contaba con personas que laboraban en su establecimiento, que aunque de dimensiones y presentación modesta. La sastrería se encontraba cerca del Teatro Nacional, frente a la zapatería *La Elegancia*, lo que le daba una ubicación privilegiada.

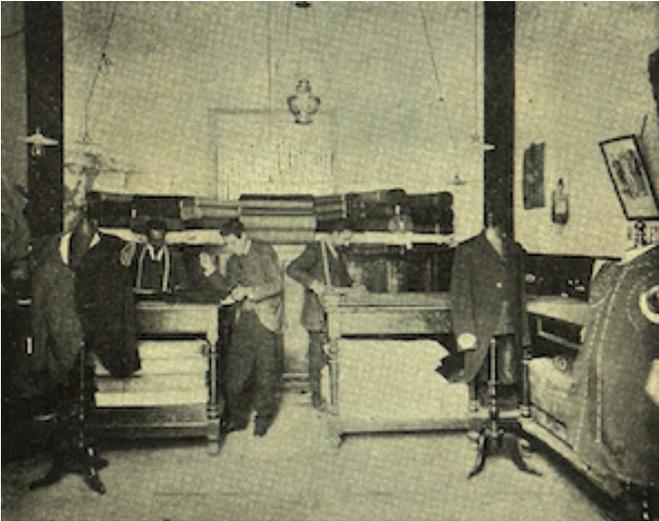


Figura 25. La Nueva Jardinera. Figueroa Doménech, *op. cit.*, p. 274. En esta imagen se aprecian tres personas laborando en el oficio de sastre: dos de ellos llevan cinta métrica al cuello, el tercero, colocado al centro de la foto está en actitud de coser con hilo y aguja mientras que el de la derecha corta con unas tijeras grandes. En este establecimiento no se ofrecían trabajos a crédito, advertido el público con el letrero “No se fía” y tal afirmación concuerda con lo pequeño del local, en el cual sólo se ven tres mesas de trabajo y un mueble sobre el cual se apilan rollos de paños y al fondo cajas pequeñas. También hay en la imagen tres figurines con trabajos en proceso y uno mostrando líneas de corte. Del techo penden cuatro lámparas de luz eléctrica y un quinqué grande. Sobre la pared del lado derecho hay tres cuadros, en uno de ellos se distingue la silueta de una dama y en otro, enmarcado, un dibujo con tres caballeros modelando sus trajes. El conjunto muestra una constante de conjuntos de tres elementos en una distribución desigual.

En 1899 *Fashionable* era un negocio de perteneciente a C. y J. Meyer, ubicado en el número 12 de la segunda calle de San Francisco, cerca de la esquina con el callejón del Espíritu Santo que comerciaba con camisas, ropa interior, pañuelos, mascaradas, guantes, cuellos y puños, corbatas, prendedores, carteras, boquillas, paraguas y bastones, además de confeccionar camisas a la medida.²⁷⁸ Los Meyer importaban productos de Europa y Estados Unidos, y se dirigían a un público de habla inglesa.



Figura 26. Fashionable, Figueroa Doménech, *op. cit.*, p. 288. En esta imagen se muestra un salón bastante profundo con cinco personas todas posando frente a la cámara, cuyo punto de fuga está ligeramente sobre el horizonte de visión de éstas. En el primer plano hay un mostrador con vitrina de vidrio conteniendo diversas mercancías, en tres grupos, detrás de éste dos hombres: el de la izquierda viste traje color claro, corbata de moño y usa barba corta, blanco de unos 40 años, posa sus manos sobre el mostrador; junto a éste, a la derecha uno más joven de traje oscuro, y piel morena con rasgos mestizos que también descansa sus manos sobre la orilla del mostrador. En segundo plano otros dos hombres de traje oscuro (uno lleva sombrero de bombín) también de edad media, con bigote y al fondo otra persona con traje oscuro. El espacio parece estar formado por tres salones unidos por pórticos anchos y en el fondo hay una ventana que ilumina con intensidad la parte trasera del establecimiento. Las paredes del primer salón están cubiertas por estanterías repletas de cajas pequeñas, una mesa al centro con cajas encima y cuatro lámparas pendientes del techo; el segundo salón también tiene una estantería similar y el tercero no se aprecia completamente. Un letrero con el nombre de los propietarios ocupa la parte superior de la imagen. Todo el conjunto muestra un orden estricto y esmerada pulcritud.

²⁷⁸ FIGUEROA DOMÉNECH, *op. cit.*, p. 288 y “Fashionable” *The Mexican Herald*, 2 de julio de 1898, p.8.

Por los rasgos físicos del hombre en primer plano de la foto, podemos pensar que se trata de Julio Meyer o su hermano, ambos de origen judío.²⁷⁹ Llama la atención el joven que también está en el mostrador, que por su porte, posición e indumentaria podría ser hijo del propietario o un empleado con mayor rango que los otros tres.

La zapatería **Los Asturianos** pertenecía a los hermanos Rubio, ubicada en la calle de Vergara número 1, contaba con teléfono y apartado postal para surtir pedidos al menudeo y mayoreo con materiales importados. No obstante que era un local pequeño contaba con una buena ubicación en la ciudad.



Figura 27. Los Asturianos, Figueroa Doménech, *op. cit.*, p. 292. En esta imagen se incluyen tanto a los dependientes o dueños del establecimiento como a dos clientes, un hombre y una mujer. En primer plano se ven dos aparadores, simétricos, redondeados al frente y como el resto del mobiliario está acabado con molduras doradas y diversos elementos decorativos sobre fondo claro. En esta área los dependientes muestran zapatos a los clientes, todos vestidos de traje y la clienta lleva un vestido estampado. Al fondo, después de traspasar un umbral se observa un salón poco iluminado con muebles y estantería.

²⁷⁹ CORINNE KRAUSE, *Los judíos en México*, Universidad Iberoamericana, 1987, p. 76-77 Krause apunta que Julio Meyer fue el inventor de un nuevo tipo de cinturón para pantalones y más tarde sostén de la comunidad judía. En 1898 su negocio, llamado *La Cosmopolita* se encontraba en el número 12 de la primera calle de San Francisco.

La **Sombrerería Mexicana**, se ubicaba en el céntrico Portal de Mercaderes, número 7. Sus actividades incluían la venta de periódicos, bebidas, cigarrillos, fósforos, dulces, juguetes, billetes de lotería y manufacturas locales. Todo tipo de personas transitaban por este soportal, que fue renovado para la construcción del *Centro Mercantil*. Décadas antes, en este mismo local estuvieron varios negocios y talleres de fabricación de sombreros. La *Sombrerería Mexicana* fue fundada por Modesto Márquez y hacia 1898 pertenecía a Otón Reinbeck.



Figura 28. Sombrerería Mexicana, Figueroa Doménech, *Guía general descriptiva de la República Mexicana*, p. 320. En esta imagen puede apreciarse un hombre vistiendo traje claro y sombrero, posando en el quicio de una de las puertas del establecimiento, que parece ocupar dos locales que compartían el mismo número una década antes.²⁸⁰ Al lado derecho de la imagen se agrupan seis personas, una de ellas en movimiento, lo que hace pensar que era transeúntes y empleados de la tienda, vestidos de maneras diferentes: dos de ellos con sombreros del país y el resto con modas europeas. Los cuatro aparadores del establecimiento cubren la altura completa y están finamente elaborados con molduras, herrería, vidrios rotulados y se unen a las hojas de las puertas, por lo que es muy probable que fueran de madera. En la parte superior hay dos rótulos con los nombres de los propietarios nuevo y antiguo, y un gran número 7 en la columna divisoria. Al interior, en la penumbra se distingue una persona más, un suntuoso candelabro y parte de los aparadores del local. Todos estos elementos remiten a un sitio lujoso y céntrico pero que enfrentaba fuerte competencia de sus vecinos (véase el apartado sobre el Portal de Mercaderes del capítulo III, 2).

²⁸⁰ JULIO POPPER, *op. cit.*

La Sombrerería Mexicana importaba productos de la casa inglesa Cristy Co. Ltd. y de la estadounidense John Stetson Co., vendía sombreros para señoras, pero se especializaba en sombreros del país llamados *jaranos*, utilizados en las faenas campiranas.²⁸¹

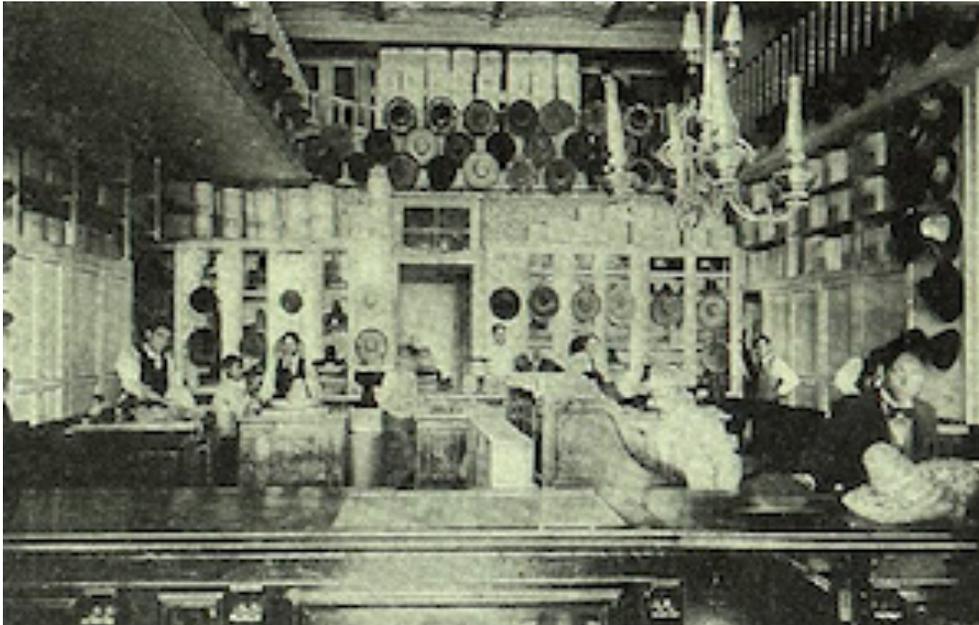


Figura 29. Interior de la **Sombrerería Mexicana**, Figueroa Doménech, *Guía general descriptiva de la República Mexicana*, p. 321. Esta imagen puede ligarse con la anterior pues los detalles que aparecían en penumbra ahora se pueden observar con claridad: un robusto aparador con caja de vidrio y compuerta en primer plano; al frente un dependiente mostrando un sombrero de paja de ala ancha y copa alta, en el centro del salón siete personas, entre las que destaca un niño, cinco hombres sin saco, mostrando el chaleco y la camisa ubicados entre las mesas y las estanterías del fondo, y uno más sentado frente a un escritorio, de traje claro. El local interior cuenta con dos niveles, en el inferior hay estanterías con puertas, algunas abiertas y en otras se observan alrededor de 30 tipos de sombreros, la mayoría de ala ancha, probablemente del país, así como cajas cilíndricas; el piso superior es un pasillo con balaustrada y tiene un conjunto de cajas apiladas, también cilíndricas. El conjunto muestra gran abundancia de mercancías y orden en su colocación.

²⁸¹ FIGUEROA DOMÉNECH, *op. cit.*, p. 321.

A la Bella Jardinera, almacén de ropa de M. Franck y Cía. estuvo ubicado en el Portal de la Diputación (es probable que este local haya estado ocupado en la década de 1880 por el Gran Cajón del Sol, de J. Ollivier y Cía.) y había iniciado sus operaciones a fines de 1883.²⁸² Era un almacén de departamentos de dimensiones considerables en el que se vendía ropa manufacturada para hombres y mujeres.²⁸³ Algunos de sus productos eran los fluses, camisas de franela, vestidos, batas para caballeros, confecciones para señoras y sombreros de lujo. Un rasgo notorio es que, en la década de 1880 esta tienda también tenía establecimientos en, Lima, Callao, Iquique y Arequipa aunque la casa matriz es la famosa tienda en París del mismo nombre, además el personal en la tienda de México hablaba inglés.²⁸⁴



Figura 30. Almacenes de **A la Bella Jardinera**, Figueroa Doménech, *op. cit.*, p. 343. En esta imagen puede apreciarse una de las alas del interior del almacén que exhibe varios tipos de sombreros de ala corta, lencería, corsés y ropa manufacturada. Detrás del largo mostrador están tres dependientes y al frente algunas sillas de tipo Thonet con respaldo de mimbre. Un figurín sirve de muestra para un vestido de dama de dos piezas y sobre las columnas penden adornos florales.

²⁸² “La Bella Jardinera”, *The Two Republics*, 14 de diciembre de 1883, p. 3.

²⁸³ FIGUEROA DOMÉNECH, *op. cit.*, p. 343.

²⁸⁴ “A la Bella Jardinera”, *El Nacional*, 20 de diciembre de 1883, p. 4. En París, la tienda *À la Belle Jardinière* fue creada por Pierre Parissot en 1824, como una de las primeras en vender ropa confeccionada a precio fijo. Hacia 1856 Parissot abre otras tiendas en Lyon, Marsella, Angers y Nantes, constituyendo una sociedad anónima en comandita simple con un capital de tres millones de francos. A la muerte de Parissot en 1861 asumió la dirección Charles Bassand y la razón social cambió a Bassand, Bigome et Cie. Su gran almacén, de más de 3,000 m² se ubicó frente al Pont-Neuf a orillas del río Sena. Esta tienda dejó de funcionar en la década de 1970. Véase *Archives Nationales du Monde du Travail* <<http://www.archivesnationales.culture.gouv.fr/camt/>> en *liste alphabétique*, consultado el 27 de marzo de 2018. El nombre de *Bella Jardinera* es un apelativo popular para una *madonna* de Rafael Sanzio que se encuentra en el museo del Louvre.



Figura 31. Almacenes interiores de **A la Bella Jardinera**, Figueroa Doménech, *op. cit.*, p. 344, arriba. Otra ala del establecimiento, mucho más austera, tiene dos mostradores de gran longitud. En esta sección hay nueve personas, algunas detrás y otras frente a los mostradores, todos hombres vestidos de traje. Destaca el primero por recargarse de manera informal con los codos sobre el mostrador, con cierta displicencia, el resto se mantienen erguidos y mirando a la cámara; sólo el del fondo no lleva saco. El mostrador de la izquierda tiene diversas mercancías desplegadas, al parecer paños de tela, mientras que el derecho tiene sobre la pared una gran estantería de piso a techo con numerosas cajas guardadas todas en forma compacta. El recinto tiene cuatro columnas auxiliares, al parecer de hierro y una lámpara cubierta con tela en primer plano. En el fondo se observa parte de la arquitectura del edificio, con fuertes columnas de base cuadrada, con dinteles, otras redondas de estilo neoclásico y arcos de soporte.



Figura 32. Almacenes interiores de **A la Bella Jardinera**, Figueroa Doménech, *op. cit.*, p 345. Esta imagen muestra el centro del almacén, donde se encuentran seis dependientes, recargados sobre las mesas con mercancías. El que está al frente posa su brazo derecho con confianza sobre una pila de ropa y usa bigote amplio. También hay un conjunto de personas en el fondo que no se distinguen del todo. Todos son hombres vestidos de traje de tres piezas, de tez clara. En esta sección predomina la ropa manufacturada, al parecer trajes y pantalones de tonos diversos, apilados en montones sobre mesas de madera con cajones y por debajo espacios con cajas. El salón está iluminado por un tragaluz del lado izquierdo y el techo sostenido por columnas de capitel sencillo.

Como se mencionó al reseñar los negocios del Portal de las Flores, Sebastian Robert y sus socios invirtieron las ganancias del cajón de *La Valenciana* en la creación del **Centro Mercantil**, que llegó a ser uno de los mayores edificios de la zona central. Poseía tres fachadas: la central era achaflanada, lo que le permitía dominar la esquina suroeste de la Plaza Mayor, ubicada en la calle Refugio (hoy 16 de Septiembre) esquina con Monterilla (Cinco de febrero).²⁸⁵ Poseía varios locales en la planta baja, que continuaban los arcos del soportal del Portal de Mercaderes pero sin arcos, en su lugar los dinteles eran planos debido a su soporte de traveses de acero. En una porción de la esquina inferior se anunciaba el almacén *El Nuevo Mundo* y en el segundo piso la Compañía de Construcción y Préstamos. En el tercer nivel, como remate de las pilastras había esculturas de leones. Construido con piedra de cantera clara, exhibe columnas estriadas de grandes dimensiones, balaustradas de piedra, barandales *historiados* (es decir,



Figura 33. Centro Mercantil, “Casa Palacio de D. José de Teresa, en la calle Refugio”, ca. 1900, en Figueroa Doménech, *op. cit.*, p. 97.

²⁸⁵ FIGUEROA DOMÉNECH, *op. cit.*, p. 96.

con grabados indicando la fecha de inicio de 1896 y término, 1897). En las cornisas del *frontis* principal hay dos esculturas representando la Industria y el Comercio (fundidas por T. Carandente), cariátides portando jarrones e incrustaciones de cabezas de león en bronce, de cuyas narices penden argollas. El tercer nivel muestra ventanas enmarcadas con arcos de medio punto en series de dos sobre la plaza y de tres en el chaflán. El remate tenía hileras de mosaico de colores, dos asta-banderas y un reloj, adornado con cornucopias, relieves de frutos y flores.²⁸⁶

En la imagen se pueden ver dos tranvías llevados por mulas, uno en color claro y otro oscuro, a punto de dar la vuelta sobre la calle de Refugio (antes llamado Portal de Tlapaleros). En primer plano se aprecian algunas personas, tres de las cuales visten ropas femeninas y dos de ellas llevan a menores de la mano. En una de las mujeres se aprecia bien el reboso de color oscuro que cae sobre las enaguas claras. Así mismo se observan los postes del alumbrado sobre la banqueta de la plaza. El ecléctico conjunto evoca elementos de la antigüedad clásica, cuya referencia celebra los negocios de la familia de José De Teresa y Miranda, y donde luego se ubicaría *El Centro Mercantil* a partir del año 1900. Su interior consta de veintitrés almacenes, cien despachos con alumbrado eléctrico alimentado con dos dinamos de 150 caballos de fuerza cada uno, una de las instalaciones más importante de la ciudad, que permiten además mover dos imponentes elevadores, además de agua corriente, buzones de correo, estación telegráfica y telefónica.²⁸⁷

d) La tienda, espacio del trabajo y la interacción social

Como se mencionó en el apartado anterior, el conjunto de imágenes que fueron publicadas en 1899 por Figueroa Doménech ofrecen una gran uniformidad en el tratamiento, iluminación, encuadre: en su mayoría buscaron la simetría y lograr la sensación de profundidad, para dar un mayor realce a los espacios.

²⁸⁶ ARTEMIO DEL VALLE ARIZPE, *Calle vieja, calle nueva*, Diana, México, 1980, p. 61-64. El Centro Mercantil era apodado "la velería", por las numerosas columnas estriadas de su fachada, profusamente decorada, obra del ingeniero Daniel Garza.

²⁸⁷ *Ibid.*, p. 96.

Invariablemente incluyeron personas, ubicadas cerca de puertas, mostradores o mesas de trabajo. Es clara la intención de hacer una apología de la laboriosidad, dedicación, seriedad y constancia de los empleados o los propietarios de los establecimientos, aunque no es fácil distinguirlos. Respecto a los locales, las fotografías denotan la prosperidad, abundancia y pulcritud, de los interiores. Entendidas en su conjunto, las imágenes de los establecimientos comerciales son productos *preparados* pero que no podemos descalificar como documentos históricos.²⁸⁸ Esto es, a través de ellas podemos acercarnos a los ideales morales y estéticos de los comerciantes de la capital del país, en la pequeña empresa o el taller industrial unido al expendio de productos cuyo éxito radicaba en ubicaciones privilegiadas, la utilización de espacios antiguos renovados para ofrecer una imagen moderna o, en el caso de los grandes almacenes, la construcción de complejos edificios cuyos espacios respondían a una cuidada racionalidad.

Hacia finales de siglo, los avances técnicos en la impresión de imágenes fotográficas en esta publicación respondía a un deseo consciente de hacerlos notables, dejar testimonio fiel de los espacios comerciales. En las imágenes de estos comercios hay una moralidad implícita: la afirmación de que el acto de compra es legítimo por que hay personas serias y profesionales que introducen en la sociedad productos nobles, refinados y adecuados al imaginario colectivo. Los salones, plenos de mercancías son presentados por personas portadoras de prestigio, por sus apellidos y presentación. El asistente llevaba una idea previa, sembrada en la memoria desde su exposición a los anuncios publicitarios. En suma, se trata de la conjunción del ideal positivista de ordenar, clasificar y racionalizar, unido al ideal de progreso, presentado en las maquinarias, edificaciones y discursos que acompañan las imágenes.

²⁸⁸ PETER BURKE, *Visto, no visto, el uso de la Imagen como documento histórico*, Barcelona, Crítica, 2001, pp. 25-41.

e) Los anuncios publicitarios

Los anuncios publicitarios aparecidos en los diarios de la capital se agrupaban en páginas seleccionadas, por lo general hacia el final del ejemplar. En algunos periódicos esta sección era contigua a lo que llamamos anuncios clasificados y consistía en fracciones de una o más columnas. Las empresas más importantes insertaban anuncios de mayor tamaño e incluían alguna viñeta, pero la mayoría sólo consistían en diseños tipográficos. A continuación se muestra una selección de anuncios de estas casas comerciales, destacadas en negritas.



Figura 34

En el anuncio de la **Camisería Elegante** de Silvano y Benito Coblentz resalta el nombre de los propietarios en mayúsculas, la dirección en letras delineadas y otros productos a la venta en el establecimiento en tipos Caslon.²⁸⁹ El título de “camisería elegante” se resalta con letras capitulares al inicio y final de la línea y fue parado en un tipo Bodoni, propio de la corriente neoclásica. La viñeta resalta en el centro de la composición, apoyando el mensaje que repite la dirección y el giro, de manera redundante.

Los anuncios tenían un aspecto diferentes dependiendo de la publicación donde aparecía. Tal es el caso de la publicidad del expendio de la **Fábrica de**

²⁸⁹ Figura 34. “Camisería Elegante”, *El Siglo XIX*, del 1 de febrero de 1883, p. 4, Biblioteca Manuel Lerdo de Tejada (BMLT en lo sucesivo). Henri Caslon diseñó esta tipografía a mediados de la década de 1840 incorporando rasgos curvos y que llamó tipo *Jónico*. PHILLIP B. MEGGS, *Historia del diseño gráfico*, Trillas, México, 1991, p.177-179. Esta nueva manera de usar los tipos de imprenta respondió a necesidades publicitarias.

casimires Zempoala Celaya.²⁹⁰ En este caso los editores utilizaron gran contraste en la elección de los tipos, logrando un efecto dramático (egipcias y Bodoni)²⁹¹, mientras que el anuncio publicado en el *Trait D'Union* el 29 de mayo del mismo año utiliza menos variaciones tipográficas, obteniendo un efecto más equilibrado.



Figura 35

El anuncio del almacén de **A la Bella Jardinera**, que ocupa media plana del periódico es notable por su tamaño. El cuerpo del anuncio contiene varios mensajes, colocados en simetría bilateral, resaltando el nombre de la tienda, ubicación, giro y dos productos a la venta más llamativos, reforzados por el resto del texto. Destaca el servicio en idioma inglés, el departamento de sastrería y su especialización en ropa para hombres y niños.²⁹²

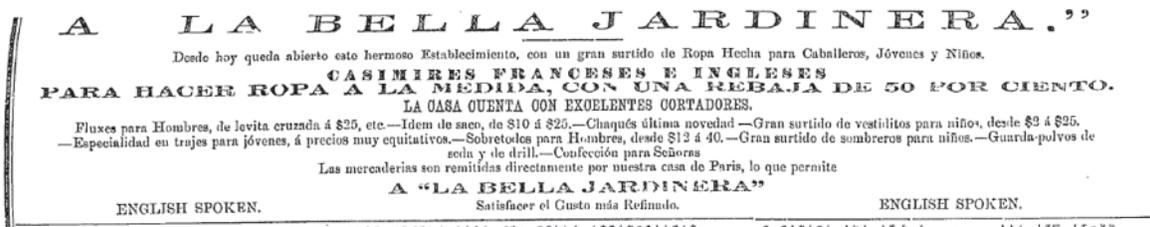


Figura 36

²⁹⁰ Figura 35. "Casimires" *El Siglo XIX* el 18 de enero de 1883, p. 4, BMLT.

²⁹¹ Los tipos "egipcios" son aquellas tipografías de gruesos patines, rasgos gruesos y grosor uniforme, diseñadas en Inglaterra en la segunda década del siglo XIX por Vincent Figgins y Robert Thorne. Meggs, B., *Historia del diseño gráfico*, Trillas, México, 1991, p. 178

²⁹² Figura 36. *El Nacional*, del 20 de diciembre de 1883, HNDM. Aquí se muestra reducido y se colocó de manera vertical en el periódico.

Otro anuncio de la misma tienda permite al lector informarse sobre precios, productos de temporada y constatar la importancia del establecimiento, por su céntrica ubicación y variedad de productos. Llama la atención el nombre de la tienda, de corte romántico y la mención de sucursales de la empresa en Europa y Sudamérica.²⁹³

A LA BELLA JARDINERA.
PORTAL DE LA DIPUTACION,
 JUNTO AL AYUNTAMIENTO.
 MEXICO.—PARIS.—LIMA.—CALLAO.—IQUIQUE.—AREQUIPA.

ROPA HECHA Y ROPA A LA MEDIDA
 El Establecimiento más espacioso de toda la República.

La ropa hecha de esta casa se distingue por la elegancia del corte y por la finura y delicadeza del trabajo en todos sus detalles.

FLUSES
DESDE \$10 HASTA \$50.

Surtido de paños y casimires franceses é ingleses para ropa á la medida, tan elegantes como baratos.—Excelentes cortadores están al servicio de

LA BELLA JARDINERA.

Telas para sastres por mayor y menor, de inagotable variedad y gusto.
 Vestidos para niños de 3 á 10 años, á precios sin rival.
 Batas de mañana para Caballeros.
 Confecciones para Señoras.
 Sombreros elegantes para niños, á \$1.

CAMISAS DE FRANELA.

Figura 37

²⁹³ Figura 37. “A la Bella Jardinera” *El Nacional*, 18 de diciembre de 1883, p. 4, BMLT.

Anuncios más pequeños se limitan a presentar la información básica: nombre de la empresa, actividad, productos y ubicación de la tienda. Este es el caso del anuncio de **La Confección**.²⁹⁴



Figura 38

El *Almanaque para los años 1884 y 1885* es una publicación extraordinaria por su alcance y contenido. Contiene anuncios de toda la República y logró colocar anunciantes industriales de los Estados Unidos. En el ramo de ropa, sombrerería y sastrería los anunciantes de la Ciudad de México fueron Clara Toussaint, F. Coblentz, Mauro Fuentes, Guerin y Cía., Manuel Ibañez, Merino y Cía., Modesto Marquez, Viuda de Goribar-Levy Martin, y Zolly Hermanos.²⁹⁵

El anuncio del almacén de **Manuel Ibañez** en apareció, en la “Revista Histórica y Política” del almanaque de Manuel Caballero en un cuarto de página. Esta publicación contaba con gran variedad y calidad de tipografías; en el anuncio se utilizan fuentes Garamond y Egipcias en distintos puntajes y variantes, obteniendo un conjunto armónico de simetría estricta. Estos elementos expresan seriedad y denotan una inversión importante en pertenecer a un grupo selecto de anunciantes. Como se ha mencionado, los vínculos entre

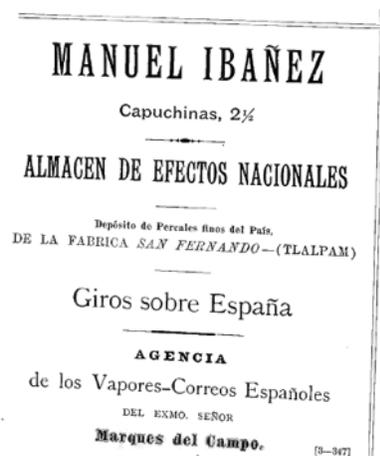


Figura 39

²⁹⁴ Figura 38. “La Confección” *El Diario del Hogar*, el 25 de mayo de 1884, p. 8, BMLT.

²⁹⁵ Figura 39. MANUEL CABALLERO (ed.), *Primer almanaque histórico, artístico y monumental para los años 1884 y 1885*, Chas M. Green Printing Co., Nueva York, p. 14.

empresas navieras, fábricas textiles y casas de comercio sirve en este caso de soporte del negocio y otorga prestigio al anunciante.²⁹⁶

Muchos negocios del giro de ropa hecha se ubicaban en la Plaza Mayor o en las cercanías, como es el caso de almacén de la calle de Tacuba **La Exactitud**.²⁹⁷ Las pequeñas viñetas en forma de mano apuntando con dedo índice tenían poder de atracción hacia las frases publicitarias más relevantes para el anunciante: las ofertas que sirven de “gancho” para el negocio. No obstante, empresas de gran importancia publicaban anuncios compuestos sólo con texto.

La fuerte presencia de marca de **Al Jockey Club** le permitía anunciarse en determinada época del año, en este caso la temporada de frío, enfatizando la ubicación de la tienda, enumerando los productos de los que calculaba obtener mayores ganancias, recordar a sus clientes los servicios adicionales de confección, envío de mercancías, que se hablaba inglés y se incitaba a gastar determinada suma a cambio de un “obsequio” (figura 41).²⁹⁸ Uno de los argumentos de venta de **Al Jockey Club** para promover sus importaciones era la mención del viaje a París de la señora Bayonne, quien personalmente traía los artículos promovidos.

Algunas casas comerciales recién establecidas colocaban en la prensa anuncios más modestos, pero

4 El Monitor

LA EXACTITUD!

24, CALLE DE TACUBA NÚM. 24.
ALMACEN DE ROPA HECHA.
BUENO Y BARATO.

Este nuevo establecimiento ofrece al público un magnifico y variado surtido de ropa hecha, á precios sumamente cómodos.

Pantalones casimir de San Ildefonso, de 74 á 86 centímetros de entrepierna 17 reales.
Pantalones id., id., de 74 á 86 centímetros de entrepierna, para montar, y aleton ancho \$ 2 25 cs.

Saco chaqueta idem, idem	\$ 3 50
Saco idem, idem	4 25
Chalecos	1 25
Chaquetas con adornos de Astrackam	5 50
Id. id. id. de rivete ancho	6 00
Id. de Astrackam	9 00
Sacos de casimir inglés	3 50
Chalecos id. id.	1 50
Pantalones id. id.	1 75
Capas	5 00

¡¡ Doceña de Pantalones de casimir de San Ildefonso, \$ 23 !!

Trajes de todos tamaños para niños. Camisas. Calzoncillos.
Pantalones y blusas azules para los artesanos.

!!! TRAJES PARA HOMBRE, \$ 5 50 !!!

Muchas ventajas en las ventas al por mayor.

Figura 40

²⁹⁶ *Ibid*, p. 18.

²⁹⁷ Figura 40. “La Exactitud”, *El Monitor, Diario del Pueblo*, 23 de agosto de 1885, p. 4. HNDM.

²⁹⁸ Figura 41. “Estación de invierno”, *El Tiempo*, 17 de octubre de 1885, p. 4, BMLT.

en su discurso emulaban a negocios como *Al Jockey Club* diciendo que “su construcción será tan elegante como las principales casas de la capital”, como es el caso del establecimiento de **ropa hecha** de Ignacio Garibay de Avenida Juárez número 4 con productos para un público masculino.²⁹⁹

Otros negocios, hacían mayor énfasis en los productos dirigidos a un público femenino. En el año de 1885, Benito Coblentz anuncia la apertura de otro establecimiento, ubicado en la prestigiosa avenida Plateros con el sugerente nombre en francés de ***Au Carnaval de Venise*** y el argumento de importar empleados parisinos para atender a las señoras en su lujoso salón especial.³⁰⁰

Anunciar el nombre de los dueños y socios de los

¡ATENCIÓN!
Ropa hecha.

En este acreditado establecimiento situado en la 1ª Avenida Juárez n.º 4, (contigua á la del Puente de San Francisco) se participa al público haberse confeccionado un buen surtido de ropa propia para la estación, y de una baratura sorprendente, según se puede ver por los siguientes precios:

- Pantalon buen casimir del país, 15 reales.
- Pantalon mejor casimir gran tamaño, 2 pesos y 17 reales.
- Chaqueta casimir San Ildefonso, 3 pesos 4 reales.
- Sacos igual casimir, 4 pesos.
- Chalecos casimir, 1 peso 12 centavos.
- Chalecos piqué blanco boton concha, 1 peso 25 centavos.
- Pantalones casimir francés pura lana, 7 y 8 pesos.
- Pantalon muy buen satiné, 7 y 8 pesos.
- Chalecos igual casimir, 2 pesos 50 centavos.
- Flux rico casimir francés, á la medida, de 20 á 35 pesos.
- Flux de paño, levita cruzada, 25 á 40 pesos.
- Sobretodo buen ratiné, á la medida, de 12 á 22 pesos, y todo forrado de seda á 30 pesos.

Se hace notar al público que su construcción será tan elegante como la de las principales casas de la capital.

Ignacio Garibay y Comp.
509—12a—4

Figura 42

“AU CARNAVAL DE VENISE.”
BENITO COBLENTZ.

MEXICO.—NUM. 9.—Segunda calle de Plateros.—NUM. 9.—MEXICO.

El que suscribe tiene la honra de participar al público y á sus numerosos amigos que acaba de establecer una nueva casa en esta capital, cuya apertura se verificará el día 16 del presente mes, dedicándose con especialidad al ramo de

CAMISERIA, MODAS Y CONFECCIONES PARA SEÑORAS.

Al efecto tiene el gusto de anunciar que próximamente llegará de Paris el personal necesario al referido giro, siendo su mejor recomendación el haber trabajado en las afamadas casas de WORTH y LAFFERRIERE.

No habiendo por lo tanto omitido sacrificio alguno para que mi nuevo establecimiento sea el único en su género, espero como ántes merecer la confianza de mis favorecedores.

SALON ESPECIAL PARA SEÑORAS.
Inmenso surtido de efectos de gusto y lujo.

B. COBLENTZ.

Figura 43

²⁹⁹ Figura 42. “¡Atención!” *El Tiempo*, 30 de octubre de 1885, p.4, BMLT.

³⁰⁰ Figura 43. “Au Carnaval de Venise”, *El Tiempo*, 19 de diciembre de 1885, p. 4, BMLT.

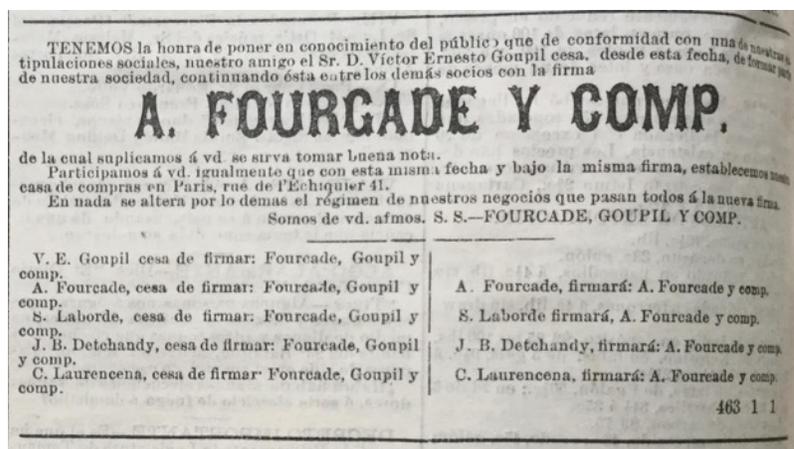


Figura 44

establecimientos era un aspecto muy importante de la imagen pública de la empresa. Cuando el señor Víctor E. Goupil se separó de la sociedad con **A. Fourcade**, aprovechó la ocasión para reforzar su presencia como comerciante y anunciar el negocio.³⁰¹

El nombre de la sociedad se muestra en una tipografía con bordes en cuña, similares al trabajo en hierro y su correspondiente solidez. Dicha publicación utilizó tipos similares para anunciar otros establecimientos, como es el caso del almacén **La Exposición** donde también se vendía ropa para montar a caballo, y no es de extrañar su ubicación, cerca de una de las avenidas más transitadas por carruajes que se dirigían hacia las garitas de salida hacia el antiguo camino a Veracruz.³⁰²



Figura 45

³⁰¹ Figura 44. "A. Fourcade y Comp.", *El Monitor Republicano* el 8 de julio de 1886, p. 4, BMLT.

³⁰² Figura 45. "La Exposición", *El Monitor Republicano* el 16 de septiembre de 1886, p.4, BMLT.

Esta tienda, con una clientela masculina que también estaba interesada en adquirir carruajes (como los que ofrecía la casa de Robert Böker en la calle de Betlemitas), manufacturas de cuero, vinos, maquinaria, tabaco y artículos similares. Anuncios de este tipo, junto a las compañías trasatlánticas se ubicaban en la esquina superior derecha de la última página del periódico, visible ante otras personas cuando era leída.

Los anuncios muestran cómo algunos negocios, operados por mujeres y dedicados a la sastrería incursionaron en la venta de productos importados, tal es el caso de las casas de las señoras Toussaint, Chesneau o Paulina Delafontaine, cuya casa de modas se denominó *El Lujo*.³⁰³

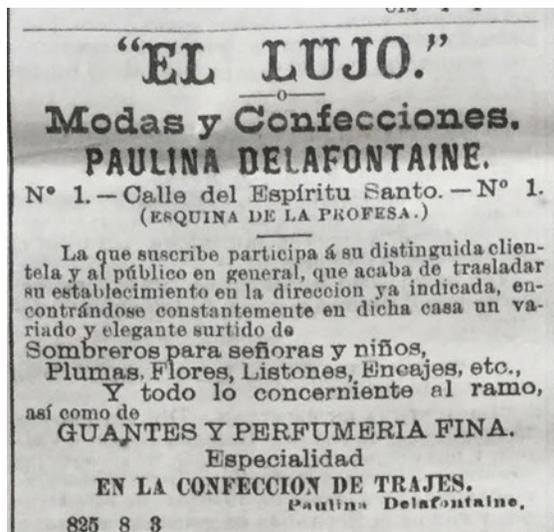


Figura 46

El periódico *El Monitor Republicano* contaba con un surtido considerable de tipos de imprenta, con lo que sus anuncios adquieren aspectos más diferenciados. En el siglo XIX se desarrollaron una gran cantidad de tipos ornamentales, como el que utiliza el almacén *El Vestuario*, de A. Montes de Oca, cuya inserción tiene gran contraste y recurre a frases llamativas encaminadas a atraer clientela de otras regiones del país.³⁰⁴

Las publicaciones de este periodo recibían numerosas contribuciones de los farmacéuticos, por lo que sus páginas están llenas de anuncios de emplastos, jarabes, píldoras para enfermedades secretas, tinturas maravillosas, soluciones anti-nerviosas, remedios para la sífilis, granos de salud, extractos compuestos, perlas, etc. La preocupación por la seguridad unida a la venta de prendas de vestir es una combinación poco frecuente. Esta la casa de A. Levy y Martin, quien al mismo tiempo anunciaba su compañía de seguros contra incendio, de gran interés

³⁰³ Figura 46. "El Lujo", *El Monitor Republicano* el 17 de noviembre de 1886, p.4, BMLT.

³⁰⁴ Figura 47. "El Vestuario", *El Monitor Republicano*, 23 octubre de 1886, p. 4, BMLT.



Figura 47

a los comerciantes.³⁰⁵ Por otra parte *La Suiza* siguió promoviendo vestidos, abrigos, tejidos de punto, sombreros, medias y mercería para aderezar vestidos de baile, además de géneros de lana. Muy similar a esta casa, J. Flores Gonzalez y Cía. abrió la nueva casa *El Buen Gusto* que sucedió a la antigua casa Guerin, en el número 1 de la primera calle de Espíritu Santo. Este nuevo negocio ofrecía bonetería, camisería, artículos de piel importados de Rusia, sombreros, guantes y ropa para niños.³⁰⁶



Figura 48

³⁰⁵ “Almacenes de A. Levy y Martin” *El Tiempo*, 25 de agosto de 1887, p. 4, BMLT.

³⁰⁶ Figura 48. “El Buen Gusto”, *El Tiempo*, 22 de octubre de 1887, p. 4, BMLT.

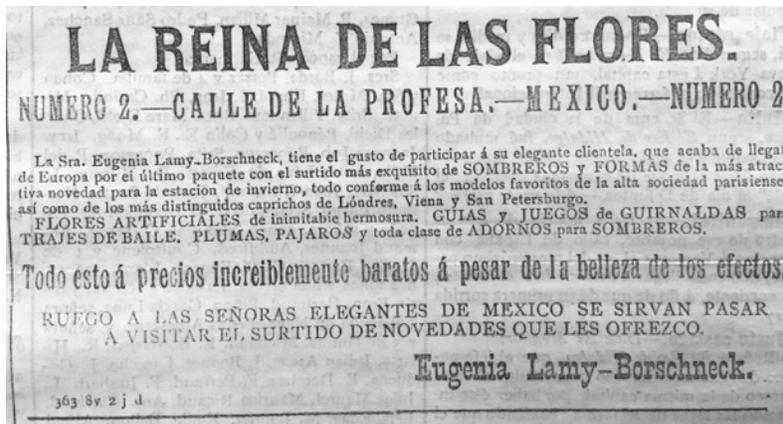


Figura 49

En la misma dirección de *El Buen Gusto* se encontraba *El Lujo* de Paulina Delafontaine, que ya se ha mencionado, pero con una oferta mayor de trajes para baile, sombreros y accesorios, sin faltar perfumes y corsés, productos promovidos bajo los adjetivos de *lujo* y *buen gusto* que se utilizan con frecuencia en publicidad. Otra fusión de empresarias de origen galo para atender al género femenino es el caso del negocio **Modes Parisiennes** de Ana Chesneay quien en 1887 se proclama sucesora de Clara Toussaint en la casa de la 2^a de Plateros núm. 4.³⁰⁷ Este negocio destaca por la venta de pasamanería y sombreros importados por E. Lebailly. También dedicado a los sombreros, el almacén *La Reina de las Flores*,



Figura 50

³⁰⁷ Figura 50. “Modes Parisiennes”, *El Tiempo*, 9 de noviembre de 1887, p. 4, BMLT.

ofrecía materiales exóticos y formas caprichosas para sombreros: guirnaldas, plumas, e incluso aves completas para aderezar esta prenda de gran demanda.³⁰⁸

Podemos observar que muchos anuncios seguían una pauta publicitaria basada en posición de la página e iteración de la inserción pagada por algunas claves que aparecían al calce del espacio. Determinados almacenes publicaban repetidas veces el mismo anuncio, colocando una pequeña clave en la inserción.

A la par de la producción local, los almacenes parisinos más famosos como *Au Bon Marché* insertaban anuncios³⁰⁹ o perfumes ingleses de Atkinson y franceses, como L.T. Piver³¹⁰ se anunciaban en los periódicos nacionales, estimulando aún más el deseo de viajar en los vapores que hacían las rutas a El Havre o Saint Lazare. De manera simultánea los fabricantes nacionales abrían depósitos, como el caso de la Fábrica San Pedro de Toluca, de Eduardo Téllez, que abrió un expendio llamado **La Perla** para la venta de alfombras, bayetas, casimires, ponchos y zarapes, productos de lana a la venta en la calle de San Bernardo número 18 (con el mismo nombre pero en el negocio de productos de joyería de lujo y relojes se encontraba en el número 14 de la 1ª de Plateros). Estas fábricas publicaban anuncios en formato pequeño, pero siguiendo las convenciones tipográficas de variaciones de peso, tamaño, tipo y caja.³¹¹

Las carreras del Jockey Club anunciaban premios de hasta \$1,000 pesos, con lo cual podían comprarse cuatro pasajes de primera categoría en primera clase de Veracruz a Liverpool o El Havre. Mientras el premio mayor de la lotería de 1889 otorgaba \$30,000 pesos. Para las damas que no podían viajar, podían solicitar la hechura de un vestido con las señoritas



Figura 51

³⁰⁸ “La Reina de las Flores”, *El Tiempo*, 10 de noviembre de 1887, p. 4, BMLT.

³⁰⁹ “Bon Marché”, *La Voz de México*, 7 de julio de 1888, p. 4, BMLT.

³¹⁰ *Diario del Hogar*, 1 de junio de 1888, p. 4, BMLT.

³¹¹ Figura 51. “La Perla”, *El Tiempo*, 18 de agosto de 1888, p. 4, BMLT. Otro afamado negocio también llamado *La Perla* era una joyería de Diener y Rothacker.

Lachette³¹² en los bajos del Hotel Guillow, o en la **Casa de modas de Mademoiselle Mugot** en la flamante esquina de San Francisco y Vergara.³¹³



Figura 52

Los comercios se interesaban en promover novedades para desplazar las mercancías que habían adquirido, tal vez a crédito en Francia. Para mantener la atención *El Tiempo* proclamaba que ciertos colores estaban de moda en Europa en el verano de 1889: “El color verde se impone en todo, en los sombreros, en los abanicos, en los menores adornos, en la caja de guantes, en el *sachet* perfumado, en los *bibelots*... acompañados de hojas profusas de los más espléndidos tonos.”³¹⁴ A pesar del alud de modas europeas, el rebozo tradicional mantenía su reinado en la capital mexicana, para lo cual podía acudir a **El Incendio**, cuya publicidad incluye un grabado con una mujer a caballo, con sombrero del país y un vistoso rebozo (figura 53).³¹⁵

³¹² “Las últimas modas”, *El Tiempo*, 26 de octubre de 1888, p. 4, BMLT.

³¹³ Figura 52. “Gran Casa de Modas”, *El Tiempo*, 11 de agosto de 1889, p. 7, BMLT.

³¹⁴ “Color de moda”, *El Tiempo*, 29 de agosto de 1889, p. 3.

³¹⁵ Figura 53. “El Incendio”, *El Tiempo*, 12 de septiembre de 1889, p. 3, BMLT.



Figura 53

Estos sombreros podían llevar galones de plata y estaban a su venta en la **Sombrerería Mexicana de Modesto Márquez**, (figura 54) del Portal de Mercaderes. El argumento de venta de esta casa se basaba en premios otorgados a la calidad de sus productos y el anuncio utiliza un refinado diseño con líneas curvas, rótulos en posición vertical, ilustraciones y viñetas.³¹⁶

La fabricación de prendas en talleres y hogares de clase alta requería de máquinas de coser cuya importación estuvo a cargo de los comerciantes que contaban con el capital suficiente para la importación de estos equipos y su publicidad requería de la presentación visual del producto con todo detalle.³¹⁷



Figura 54

³¹⁶ Figura 54. “Oportunidad”, *El Tiempo*, 3 de octubre de 1889, p. 4, BMLT.

³¹⁷ SINUHÉ LUCAS LANDGRAVE, “Las máquinas de coser y sus aportes en la sociedad mexicana de la segunda mitad del siglo XIX y de la primera del XX: un estudio de cultura material industrial”, *Boletín de Monumentos Históricos*, Tercera época, núm. 31, mayo-agosto de 2014.

Uhink y Compañía ofrecía artículos para modistas, complemento adecuado para las máquinas de coser para taller de Elías Howe (figura 55).³¹⁸

Ese año de 1889 algunas tiendas fueron remodeladas, así lo hicieron *Al Jockey Club* y *El Surtidor*, ambas en la calle de Plateros. En el anuncio de *El Surtidor*, se aprovecha el mayor movimiento comercial previo a las celebraciones de aniversarios para “Conchas” y “Lupes”.³¹⁹

En los periódicos publicados en idioma inglés y francés, se elaboraban anuncios en esas lenguas o en español. En *The Two Republics* predominaban los anuncios de herramientas, máquinas, seguros, hospedajes y transportes. El almacén *A la Bella Jardinera* utilizó ese medio publicitario, probablemente para dirigirse a los lectores extranjeros. Junto a esta publicidad se anunciaban también los sastres Armand Franck y J.F. Dreinhofer. Por otra parte, el diario *Le Trait*



Figura 55



Figura 56

³¹⁸ Figura 55. “Calle Don Juan Manuel núm. 22”, *El Tiempo*, 20 de octubre de 1889, p. 7, BMLT.

³¹⁹ *El Tiempo*, 29 de noviembre de 1889, p. 4, BMLT.

d'Union incluye en su sección comercial anuncios de compañías de vapores franceses, españoles y alemanes, lo que indica que era un diario apreciado por un amplio espectro de lectores. En esta publicación destaca la casa **Guérin y Cie.**, que basaba sus argumentos de venta en la antigüedad del establecimiento, la importación directa, surtido de productos y taller de confecciones. Además de sus artículos para confección también ofrecía rapé importado.³²⁰

PARIS } **Guérin & Cie.** } MEXICO
Rue Meslay 41 } } 2° de Plateros 9

CASA ESTABLECIDA EN 1848.

Ventas por mayor y menor. — Importación directa.

Salones de Exposición permanente en los allos. — Gran Taller de Modas, Confecciones y Donas. — Inmense surtido de efectos de gusto y fantasía. — Bonetería, Paraguitería, Lencería, Guantería. — Sombreros para señoras, niñas y niños. — Artículos de viaje. — Confecciones de hule. — Abrigos de estambre y de lana de todas clases.

Artículos de Zapatería.

RESORTES, PIELS, CINTAS, ALFILERILLO, BETUN.

— RAPÉ FRANCÉS. —

Figura 57

La publicación del nuevo código de comercio en 1889 impuso nuevas reglas a los negocios, sociedades, transportación y compra venta de productos. La aparición del gran almacén moderno, cuyo surtido de mercancías tendía a ser universal, su arquitectura bajo un diseño que privilegiaba lo espectacular, un personal dedicado, precios fijos y vistosos anuncios publicitarios fue obra en la Ciudad de México de **El Palacio de Hierro**, almacén que inició sus operaciones el 1° de julio de 1891 (figura 58). La apertura de esta empresa representa un cambio en los negocios, con un nuevo liderazgo. Es por ello que la publicidad otorga tanta importancia a la representación del edificio: con suntuosa fachada, cuatro niveles para la exhibición de productos y un quinto para los empleados. El nuevo almacén contaba con alrededor de quince divisiones o departamentos especializados y especial atención a los productos de vestir, textiles y otras manufacturas. No se trataba sólo

³²⁰ Figura 57. "Gérin & Cie.", *Trait d'Union*, 12 junio de 1889, p. 4, HNDM.

ALMACENES DEL PALACIO DE HIERRO

GRAN SURTIDO
—DE—

Paragitería, camisería,
Guantería, lencería,
Perfumería, bonetería.
Muebles finos y de fantasía.
Artículos para viajes.
Bronces y porcelanas.
Juguetes.
Confecciones para niños.
Encajes, listones, etc.
Mercería, Sedería.
Artículos de Baccarat,
& & &



GRAN SURTIDO
—DE—

Pañuelos y Mascaradas.
Generos blancos de algodón.
Generos blancos de lino.
Telas de algodón, color.
Telas para Forros.
Cortinas y Vinos.
Tapetes, Chales y Plaid.
Pisos y Cesterías.

Generos fantasía para vestidos, Telas de Seda.
TELAS PARA MUEBLES Y TAPICERIA.
ALFOMBRAS,
TAPETES Y HULES.
MANTELERIA, TOALLAS.
ARTICULOS DEL PAIS.
& & &

ABIERTOS AL PUBLICO EL DIA PRIMERO DE JULIO DE 1891.

Figura 58

de una tienda de artículos importados, pues también se anuncian productos nacionales.³²¹

En la publicidad ya no se mencionan a los propietarios (por tratarse de una sociedad anónima), el nombre impreso en una peculiar tipografía ornamental que denota tornillos en su dibujo, refuerza el nombre de la empresa, consistente en tres palabras: *almacenes*, *palacio* y *hierro*. La palabra *palacio* remite a los valores de la aristocracia, mientras que *hierro* denota fortaleza y orgullo de *lo material* y la tecnología del siglo XIX para la construcción de las embarcaciones, ferrocarriles y edificios modernos.

En 1891 por primera vez en el periódico *El Tiempo* se publicaba un anuncio con una imagen fotográfica. La novedosa imagen permite ver la esquina del edificio, apreciar su relación con la calle, los transeúntes, los edificios de negocios vecinos (cuya arquitectura colonial y menor tamaño refuerzan el poderío de la nueva

³²¹ Figura 58. “Almacenes del Palacio de Hierro”, *El Tiempo*, 7 de junio de 1891, p. 3, BMLT.

empresa). Este tipo de imagen, consistente en escalas de grises resulta contundente y de gran realismo, tomada a pleno día para permitir su reconocimiento inmediato en el entorno urbano. Por último, la fecha de apertura destaca tanto como el nombre del negocio, otorgando un sentido de temporalidad que contrasta con otros negocios ya reseñados, cuya estrategia aludía a valores tradicionales, antigüedad y cierta especialización. El nuevo anuncio abarca media plana del periódico y con abundante espacio en blanco, márgenes y variaciones tipográficas: tipos Bodoni, egipcios y *sans serif*. Su disposición es simétrica, formando un marco de texto alrededor de la imagen, redundando en ella como motivo central.

El establecimiento de ***Al Puerto de Veracruz*** por Signoret y Honorat, inaugurado el 1º de julio de 1893 (figura 59) fue el inicio de la competencia entre los grandes almacenes modernos. Sus estrategias fueron similares a *El Palacio de Hierro*,



HOY

APERTURA
DE LOS NUEVOS Y GRANDES ALMACENES
DE ROPA

Situados en el elegante edificio construido en la esquina de la
Segunda DE LA MONTERILLA Y CAPUCHINAS.

AL PUERTO DE VERACRUZ
Signoret, Honorat et Cie.

En este acreditado Establecimiento se encuentra constantemente un inmenso y variado surtido de efectos de
**LENCERIA, GENEROS DE SEDA, LANA Y ALGODON. PAÑO, ALFOMBRAS, PARAGUAS, IMPERMEABLES,
Y TODA CLASE DE GENEROS DE LUJO,
MEDIO LUJO Y CORRIENTES.**

**Departamento especial de géneros para luto y medio luto.
PERFUMERIA, CONFECCIONES, ARTICULOS de FANTASIA.**

Especialidad en Ornamentos para Iglesia.

SURTIDO RENOVADO CADA QUINCE DIAS ESCOGIDO EN LAS PRINCIPALES FABRICAS DE EUROPA.

VENTAS POR MAYOR Y MENOR. MERCANCIAS ENTREGADAS A DOMICILIO EN LA CAPITAL.

Invitamos al público á visitar nuestro nuevo Establecimiento. **PRECIOS FIJOS.** Invitamos al público á visitar nuestro nuevo Establecimiento.

Figura 59

pero destaca el uso de la imagen, que mantuvo el tradicional grabado. No obstante el empleo de la imagen del edificio es igual de efectiva como punto de atracción, en esta ocasión en el lado izquierdo del anuncio. En el discurso tipográfico se refuerza la oferta de gran variedad de productos cuyo rango varía desde productos de decoración, ropa y telas para ocasiones de luto que, junto a los ornamentos de iglesia, denotan una clientela tradicional y conservadora.³²² Las estrategias de venta de los almacenes fue enviar mensajes cada mes con los productos a promover, frases publicitarias, precios, o incluso, en el caso de *Al Puerto de Veracruz*, enumerar cada uno de sus nueve departamentos, siete de los cuales eran artículos para la vestimenta. *El Palacio de Hierro* anunciaba artículos para mesa, sombreros para niños y telas en distintos colores.

Un competidor de estos grandes almacenes era el *Gran Cajón de la Valenciana* de Sebastian Robert, quien dirigió su campaña publicitaria a las familias y como argumento de prestigio el que su casa se surtía de un establecimiento propio ubicado en la Rue Richer, núm. 15 en París, desde donde mensualmente se enviaban por vapor paquetes con productos de última moda. Pero tal vez la mayor ventaja competitiva de esta empresa fue su ubicación en el Portal de las Flores, en la Plaza Mayor.³²³

En 1893 P. Domecq estableció *La Confiance*, un nuevo competidor en la calle de Plateros, cuya gama de productos estaba en la camisería, las telas de lana y la ropa interior, en particular para hombres.³²⁴



Figura 60

³²² Figura 59. "Hoy. Apertura", *El Tiempo*, 1 de julio de 1893 p. 4 y 26 de noviembre de 1893, p. 4, BMLT.

³²³ "La Valenciana", *El Tiempo*, 28 de septiembre de 1893, p. 3, BMLT.

³²⁴ Figura 60. "La Confiance", *El Tiempo*, 7 de septiembre de 1893, p. 4, BMLT.

Sin renunciar al tono grandilocuente, las campañas de mantenimiento de marca de *El Palacio de Hierro* recurrieron también a la imagen grabada del edificio en anuncios aparecidos poco después de la apertura y anuncios sin imagen, donde la variación consistía en dar énfasis a ofertas de la temporada: ropa interior y guantes; cobertores y ponchos; enaguas y trajes. La política de precios fijos permitía a estas grandes empresas el control de sus ventas y evitar fraudes de los empleados; *El Palacio de Hierro* siempre advertía a los clientes que esos precios no tenían competencia.³²⁵ También *Al Puerto de Veracruz* otorgó importancia al tema de los precios, anunciando en los diarios una decena de productos etiquetados y con descuentos, en su mayoría prendas de vestir, entre ellos capotas, chales, géneros de lana, sábanas de lienzo de algodón, franelas y corbatas.³²⁶

A mediados de 1895 se observan varios anuncios de corsés, entre ellos los promovidos con gran lujo de espacio publicitario por *Al Jockey Club*.³²⁷ Por otra parte, la fábrica parisina Legrain anunciaba sus productos utilizando un grabado, enfatizando la marca y su origen.³²⁸

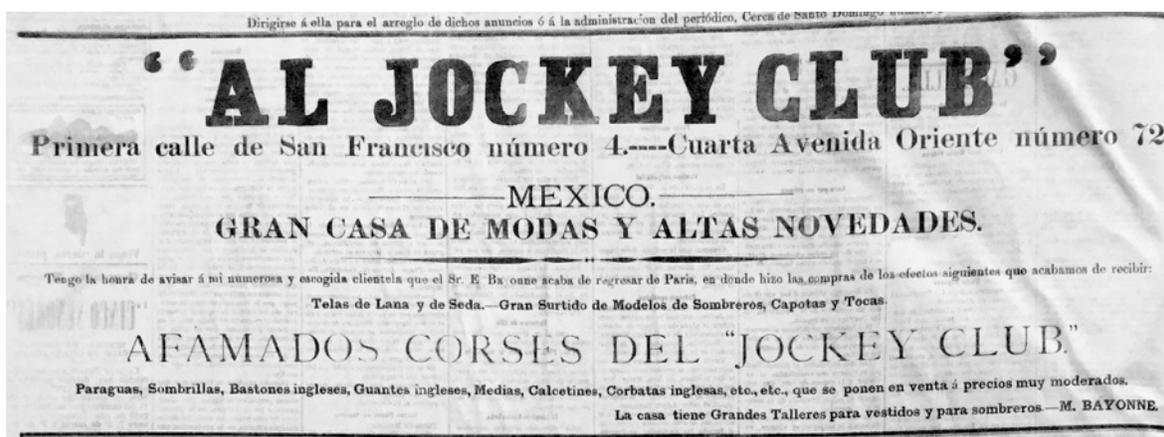


Figura 61

³²⁵ "Almacenes de El Palacio de Hierro", *El Tiempo*, 8 de marzo de 1894, p. 3, BMLT.

³²⁶ "Almacenes Al Puerto de Veracruz" *El Tiempo*, 2 de octubre de 1893, p. 4, BMLT.

³²⁷ Figura 61. "Al Jockey Club", *El Tiempo*, 3 de julio de 1895, p. 4, BMLT.

³²⁸ "Fábrica de corsés", *El Diario del Hogar*, 7 de noviembre de 1895, p. 4, HDM.

La campaña publicitaria de 1893 de la **Corsetería Francesa**, se basa en la ubicación envidiable junto a *El Palacio de Hierro* y en servicios especiales: composturas y hasta toma de medidas a domicilio.³²⁹



Figura 62

Los anuncios de establecimientos de telas, tejidos y prendas de vestir que aquí se presentan, que abarcan de 1883 a 1895 utilizan de manera preferente la simetría bilateral para desarrollar el contenido del anuncio, el contraste tipográfico para llamar la atención hacia el nombre del establecimiento, o del propietario. En segundo término se destaca alguna característica relevante como la ubicación, determinada oferta o servicio, su antigüedad o especialidad. En un tercer nivel las descripciones de productos, precios, distribuidores o el alcance geográfico de sus ventas. El juego de letras mayúsculas o minúsculas sirve como un diferenciador

³²⁹ Figura 62. “Corsetería Francesa”, *El Tiempo*, 15 de octubre de 1893, p. 4, BMLT.



Figura 63

entre elementos de la misma categoría, así como el énfasis mediante letras negritas, tamaños y tipos. Muchos anuncios tienen formas rectangulares, en formato horizontal o vertical y en algunos casos con formatos muy alargados y posiciones laterales para llamar la atención al lector. Estos anuncios, aparecidos en la prensa nacional y en almanaques utilizaron la imagen grabada en algunas ocasiones, como la apertura de los grandes almacenes, publicados en gran formato y profusión de detalles.

En el directorio comercial de Figueroa Doménech de 1899 los sastres se anunciaban en los listados alfabéticos, destacando el establecimiento de los hermanos Maurel, que combinaba la sastrería y la ropa manufacturada en un sólo establecimiento. A diferencia de otros sastres, éste utilizaba una razón social, ***El Cambio Mercantil***, la cual hace referencia directa al tipo de comercio de fin de siglo: seguro de sí mismo y basado en afirmaciones rotundas sobre sus productos y servicios.³³⁰

³³⁰ Figura 63. Figueroa Doménech, *op. cit.*, p. 737.

En el cuadro 7 se puede observar que los nombres de los negocios aparecidos en la década de 1890 sugieren ideas relacionadas con el cambio, el progreso y la novedad. Otros negocios continuaron refiriéndose a ciudades o lugares famosos de Europa y algunos a Oriente. Cuatro de ellas usan razones sociales de sociedades anónimas con los nombres de los propietarios y tres tiendas utilizan palabras en idiomas extranjeros. Véase el plano Anexo 2.

Cuadro 7
Tiendas de ropa y textiles establecidas en la década de 1890 en la Ciudad de México

Nombre	Giro	Nombre	Giro
Al Jockey Club	Modas	Juan Chauveau	Sastrería
Al Progreso	Ropa	Julio Mayer	Sastrería
Al Puerto de Veracruz	Almacén	La Asturiana	Zapatería
Camisería Plateros	Ropa	La Bella Rosa	Sedería y listonería
Carlos Tardán	Sombrerería	La Ciudad de Bruselas	Almacén
Corsetería Francesa	Ropa	<i>La Confiance</i>	Ropa
Degatiau y Schmidt	Ropa	La Elegante Industrial	Zapatería
Eduardo Maire	Sastrería	La Gran Vía	Camisería
El Botín Azul	Zapatería	La Importadora	Camisería
El Botín Turco	Zapatería	La Nueva Jardinera	Sastrería
El Cambio	Ropa	La Rambla	Camisería
El Cambio Mercantil	Ropa	La Reforma del Comercio	Ropa
El Centro Mercantil	Almacén	La Suiza	Sedería y listonería
El Gran Oriental	Almacén	Las Novedades	Almacén
El Importador	Ropa	<i>Le Paris Charmande</i>	Modas
El Pabellón Mercantil	Ropa	Los Asturianos	Zapatería
El Palacio de Hierro	Almacén	Luis Sarre	Sastrería
El Pasaje	Bonetería	M. Guérin	Almacén
El Surtidor	Almacén	Miguel García	Sastrería
El Trocadero	Zapatería	Sanchez F. y Cía.	Sedería y listonería
El Vapor	Rebocería	Teófilo Vázquez	Sastrería
F. Maurel	Sastrería	Weil y Cía.	Ropa
<i>Fashionable</i>	Sastrería		

La competencia entre los grandes almacenes comerciales se reforzó con la creación de marcas comerciales de las telas y camisas producidas en las fábricas nacionales, organizadas en conglomerados de almacenes de un grupo de propietarios. CIDOSA, patentó nombres en francés para sus telas. Otras manufacturas adoptaron figuras de animales en las etiquetas de sus productos: oso, león, colibrí y mariposa para *Río Blanco*; *La Compañía Industrial de Atlixco* utilizaba el venado en sus etiquetas; *La Hormiga* un caballo con una herradura; *San Antonio Abad* el toro, mientras que *Veyan, Jean y Cía.* recurrieron a un grabado de pavo real en su imagen.³³¹

En este capítulo se han revisado las formas de competencia de los negocios de textiles y prendas de vestir de la Ciudad de México a fines del siglo XIX. Como lo observó George Simmel (apartado 2.2 del capítulo II), el crecimiento industrial y de la población, unido a la concentración de capital promovió una mayor competencia. Grupos que antaño se agrupaban en gremios continuaron especializándose, agregando productos manufacturados en talleres dentro de la ciudad y otros traídos de regiones lejanas del país o importados. En este momento aún dominaban la escena los sastres, sombrereros y modistas, que diseñaban las prendas con las telas de su establecimiento o las adquiridas en tiendas especializadas (sederías y almacenes), pero también con productos de las mercerías y tiendas de máquinas de coser.

En el caso de la Ciudad de México, en este periodo se observa un aumento en el número de inmigrantes profesionistas o inversionistas que ampliaron notablemente la oferta de productos, promoviéndolos en publicaciones periódicas o guías de forasteros. Estos empresarios formaron “colonias” o grupos por origen nacional pero cada uno tuvo estrategias sociales distintas de arraigo o segregación de la comunidad local. Los grupos más activos en la industria y el comercio establecieron empresas en comandita, con lo cual reprodujeron su modelo social y acrecentaron sus capitales. Los llamados *barcelonnettes* fueron el más característico y que tuvo una fuerte tendencia a invertir en el ramo textil,

³³¹ ERIKA GALÁN, *op. cit.*, p. 190-196.

desplazando a los comerciantes alemanes que habían sido pioneros en la primera mitad del siglo. Estos negocios se presentaban con una imagen de orden y progreso tanto en su organización como en algunos de sus nombres comerciales.

Los comerciantes más importantes, de distintos orígenes se agruparon en asociaciones formales e informales que les otorgaron mayor fortaleza gracias a la expansión de sus redes sociales. De igual manera los comerciantes de determinados giros se agruparon en zonas de la ciudad a los que los compradores identificaban como rumbos de comercio. En la década de 1890 el cambio más significativo en la distribución espacial de la Ciudad de México fue la construcción de los grandes almacenes departamentales, ubicados casi exclusivamente en un punto muy cercano a la Plaza Mayor y los portales de Mercaderes y de Flores.

Conclusiones

Al inicio de este trabajo se planteó la hipótesis de que los cambios políticos y sociales que comenzaron en la década de 1860 fincaron la base de nuevas formas de la propiedad, otros usos del espacio urbano y una ampliación de la actividad comercial en la Ciudad de México. En la década de 1870, este modelo se encaminó hacia una economía exportadora, la extensión de la red ferroviaria y mayor inversión extranjera, promovida por el gobierno. En el último tercio del siglo XIX, el aumento de la población, la concentración urbana y el crecimiento de las clases medias urbanas formaron un mercado más amplio de consumidores de productos, algunos de ellos transportados de otras regiones. La acumulación de capitales del comercio y la agricultura de exportación permitió a un grupo reducido de capitalistas nacionales invertir en nuevas industrias textiles. El despegue económico de las décadas de 1880 y 1890 incorporó a la economía mexicana al juego internacional de comercio y flujo de capitales, pero generó diversos desequilibrios entre regiones y grupos sociales, bajo un sistema fiscal regresivo, falta de crédito y concentración de la riqueza.

Las presiones sobre los precios de los productos importados (por la depreciación de la plata), en particular los textiles de algodón, impulsaron la producción local y nacional de esa materia prima, hilo y manufacturas. Los comerciantes encontraron la oportunidad para iniciar empresas fabriles que reforzaban la imagen de “productos nacionales” y los alejaban del peligro de las multas que amenazaban a los importadores. Durante el siglo XIX, México quedó dentro de la esfera de los países *intermedios* de la economía-mundo Occidental y las periferias, con un cierto desarrollo del mercado interno pero desempeñando un papel modesto en el mercado internacional por estar expuesto a fuertes presiones externas. Los comercios en las grandes ciudades son el punto de inflexión entre la nueva producción en masa y los consumidores, en un ambiente de creciente secularización.

Conclusiones

Los comerciantes como sector influyente

En este trabajo se comprobó que, a fines del siglo XIX, un grupo selecto de comerciantes adquirieron mayor presencia en la economía y la cultura: su crecimiento corrió paralelo a la creación de instituciones de crédito por los grupos que alcanzaron una capitalización suficiente para convertirse en accionistas. En la década de 1880 fueron también promotores del nuevo modelo económico por su carácter de empresarios-industriales: en la medida en que se activaba el comercio el país ganó en recaudación y dio confianza de los inversionistas; de hecho, la construcción de ferrocarriles y los cabildeos a favor del comercio en los Estados Unidos tuvieron como fondo la búsqueda de una mayor legitimidad del régimen. Otro aspecto que resalta es la capacidad de los inmigrantes europeos para adaptarse y tener éxito en las particulares circunstancias del país: en principio por su capacidad de organización y acumulación de capital. Luego, cuando la devaluación de la plata redujo el margen de ganancia de productos importados y abrió el mercado a manufacturas locales, enfocaron sus inversiones en la industria. Este cambio también fue posible por el ensanchamiento de la infraestructura promovido desde el gobierno y los cambios tecnológicos en torno al uso de la electricidad y la máquina de vapor. No obstante, el “progreso” sólo fue disfrutado por un determinado número de personas, capaces de consumir productos suntuarios en ciertos establecimientos comerciales. En estrecha relación con este fenómeno continuaba la centralización política del régimen, manifestado en la supresión de las alcabalas, una mayor vigilancia en las aduanas y las concesiones para la importación de maquinaria para la industria textil.

De igual manera, fue posible constatar que la producción de hilo, telas y estampados, así como de ropa manufacturada adquirió una creciente importancia, por su fácil transporte y almacenamiento, que les otorgaba mayor valor agregado que a los productos perecederos. La industria textil del valle de México había tenido un fuerte crecimiento entre 1850 y 1870, en particular la de lana y algodón: la transición del taller a la fábrica se basó en mayores inversiones de capital, el desplazamiento de artesanos a la periferia de la ciudad y el cambio en las relaciones de trabajo, al convertirse en asalariado, el artesano perdió su

Conclusiones

calificación a causa de la automatización de las grandes fábricas. Después de 1880, la consolidación de la economía mexicana permitió a un selecto grupo de comerciantes, la mayoría de origen francés, invertir en esta industria y expandir los comercios para el desplazamiento de la mercancía en las tiendas de su propiedad. El valle de México fue un lugar ideal para iniciar esta ampliación de los negocios, por el acceso a las fuentes de agua, caminos y mano de obra cercanas a los centros de consumo. Las instalaciones fabriles y comerciales locales se sumaron al intenso crecimiento de los grandes centros fabriles de Orizaba y Puebla, ubicados en la ruta internacional. Todo ello permitió, en la década de 1890, la proliferación de negocios y la aparición de los almacenes departamentales, donde se comercializaban productos locales e importados, esta últimos transportados por vía marítima y ferrocarril. Finalmente, la promoción de ventas se dirigía a las clases media y alta, con mayor poder de compra.

Una de las hipótesis iniciales fue que la competencia traería una mayor especialización y diferenciación. En este trabajo se observó que en el último cuarto del siglo XIX, las mercancías finas de importación y los productos de manufactura local, ya tenían su distribución a través de negocios especializados, ubicados en la zona central de la ciudad. La costumbre de vender un tipo productos en determinadas calles permitió encontrar ciertos *rumbos del comercio*: zapaterías, rebocerías, sederías, etc. También fue el periodo de auge de la ropa manufacturada, llamada *ropa hecha*, vendida en almacenes que fueron creciendo en tamaño y complejidad. Por otra parte, la introducción de las máquinas de coser favoreció la confección casera, la modernización de los talleres de manufactura de ropa y la proliferación de camiserías, sastrerías y sombrererías. La compra de máquinas, telas y productos accesorios generó un eslabonamiento entre los negocios de ferretería, mercería y sedería. A su vez, estos negocios buscaron expandir su capacidad distribución nacional, más evidente en el caso de la venta foránea de máquinas de coser y el envío ropa manufacturada a otras zonas del país por almacenes como *La Ciudad de Londres*.

No obstante, pudo constatarse que la capacidad de compra de productos textiles y ropa manufacturada era muy limitado: la clase trabajadora sólo podía

Conclusiones

gastar una décima parte de sus ingresos, los sectores medios hasta un 23%. Este sector llegó a formar una cuarta parte de la población de la Ciudad de México y junto a la clase dominante, siendo éstos los únicos lectores de periódicos y anuncios comerciales. Por ello sólo es posible hablar de un *sistema de moda* en el marco de la clase dominante: los grandes cambios en el vestir se originaron en los centros de poder en Occidente: Londres y París. Por otra parte, al relacionar los ciclos económicos y los cambios de la moda no se pudo establecer una relación directa. El traje masculino se conformó para un siglo de intensos cambios tecnológicos y movimientos de capital, con cambios que son perceptibles sólo al cabo de varias décadas (coincidentes con alteraciones de los modelos monetarios). Por su parte, la moda femenina de élite a fines siglo XIX reflejaba claramente el papel social de las mujeres en el sistema de propiedad patriarcal. La moda del corsé puede mirarse como un método de sumisión del cuerpo, dentro de un rígido sistema de restricciones sociales impuestas desde arriba.

En las guías de forasteros, mapas comerciales y publicaciones periódicas de fines del siglo XIX en la Ciudad de México se comprobó que los comerciantes abrieron negocios para la venta de camisas, sombreros y zapatos, algunos de ellos bajo el esquema de expendio-taller. Estas pequeñas empresas se basaron en la especialización y las relaciones familiares. Ciertos negocios promovieron sus apellidos y marcas, anunciándose como los propietarios de talleres fabriles, destacando la ubicación de sus locales, en ocasiones lujosos. A su vez, los empleados de sastrerías y trabajadores de los talleres de fabricación de sombreros se organizaron en sociedades mutualistas. En el futuro se requerirá un estudio basado en la metodología de redes para comprender mejor la organización de los comerciantes de la Ciudad de México.

A lo largo de este trabajo pudo observarse el surgimiento de un nuevo sector de la clase dominante, con características diferentes a las generaciones anteriores a la Reforma: los comerciantes, propietarios de centros de producción y nexos con el comercio internacional, contaron con clubes, lonjas y finalmente formaron cámaras de comercio. La oligarquía mexicana que se había gestado a lo largo del siglo XIX, se caracterizaba por su poco dinamismo, es decir, por su dependencia

Conclusiones

de la renta de la tierra y un sistema social que favorecía las ganancias a emprendedores llegados de Europa. En muchos casos las grandes fortunas se amasaron por la usura y el contrabando, pero limpiaron su nombre y dieron lustre a su plata mediante alianzas matrimoniales que permitían aumentar su poder, bajo un sistema patriarcal. En cambio, las empresas de fines del siglo, que se regían bajo el sistema comanditario aseguraron la continuidad de la inversión por varias generaciones y acumularon el capital suficiente para ligar comercios e industrias del ramo textil. Fue así como esta clase social transitó hacia un sistema capitalista gerencial basado en la oportunidad y las inversiones diferenciadas.

A partir de la historiografía sobre el comercio sabemos que la Ciudad de México fue un caso especial de concentración económica, por ser el centro de operaciones de las grandes casas comerciales, representantes internacionales y nodo de redistribución. Los comercios de prendas de vestir y productos textiles ocuparon espacios selectos de la capital del país, donde a fines del siglo XIX se comerciaba con un creciente número de telas, ropa manufacturada, calzado, accesorios, materias primas y servicios. Estos comercios permitieron desplazar manufacturas producidas en la periferia del valle de México, traer por ferrocarril productos del Puerto de Veracruz, distribuyéndose por distintos rumbos y calles. Algunos de los negocios más prominentes se instalaron lo más cerca posible a la Plaza Mayor, en las calles que irradiaban de ésta o se ubicaban en una zona inmediata de varias cuadras. La Ciudad de México comenzó a integrarse al mercado nacional mediante la red ferroviaria y recuperó su lugar en el mundo Atlántico, convirtiéndose en un punto destacado de la red internacional de negocios, aunque más como centro de consumo que de exportación de manufacturas.

Los espacios del comercio

Con base en los planteamientos de Henri Lefebvre pudo observarse que las casas comerciales ubicadas en los edificios construidos durante el régimen virreinal sufrieron un cambio en el uso del espacio, promovido por las Leyes de Reforma, cuando se recurrió a métodos radicales como la demolición de conventos para activar zonas bajo una nueva racionalidad. Estos cambios en la propiedad

Conclusiones

reflejaron también un cambio en el paradigma de la economía: de un sistema fijo de renta a uno muy dinámico de compra-venta, que generó altos porcentajes de ganancia. La modernización en la propiedad corrió paralela al fortalecimiento de las finanzas: los grandes comerciantes participaron en la creación de sociedades de inversión con capitales surgidos de varios ramos, desde los abarrotos hasta la venta de ropa manufacturada.

Queda pendiente comprobar si la distribución de algunos ramos del comercio siguió las ubicaciones de los antiguos gremios o en las cercanías de los talleres virreinales, y cómo se dio ese proceso en la primera mitad del siglo XIX. También falta comprobar de manera empírica desplazamiento de talleres y pequeños negocios hacia la periferia. En la publicación de imágenes del interior de los comercios se observa una moralidad implícita en la pulcritud de empleados y propietarios. La presentación ordenada de las mercancías concuerdan con ideal positivista de clasificar y racionalizar, unido al ideal de progreso. Pero será necesario revisar cómo estas imágenes reforzaron el poder de los propietarios, el control las relaciones de género y el mantenimiento de la jerarquía en la sociedad finisecular.

A inicios de la década de 1890 los grandes almacenes departamentales crearon espacios inéditos. Para lograrlo fusionaron varias propiedades menores. Los almacenes como *El Palacio de Hierro* no sólo sobresalían del perfil de la ciudad por sus dimensiones sino que también cambiaron el sistema de circulación de las personas al interior de la tienda. Por otra parte, los socios controlaban los canales de distribución de algunos productos fabricados en Francia, los cuales, después de surcar el Atlántico, tenían su punto fuerte en la Ciudad de México. Una investigación más exhaustiva permitirá determinar si las ganancias retornaron a su origen convertidos en capital monetario. Lo que sí pudo constatarse es que el aumento del movimiento comercial sólo fue posible por el incremento en la capacidad de carga de los barcos, muchos impulsados por vapor. Sin embargo, las compañías navieras inglesas, alemanas, francesas, españolas y norteamericanas fueron las beneficiadas por el aumento de los movimientos de

Conclusiones

altura; las pocas embarcaciones con bandera nacional siguieron navegando por las vías de cabotaje, no exentas de competencia.

La modernidad, como era antes

En este trabajo fue posible observar cómo fue conformándose la *modernidad* bajo la óptica del régimen porfiriano. Así, por ejemplo: la creación de la avenida Cinco de Mayo fue un cambio más radical y representativo, que implicó una transformación espacial y de contenido simbólico, generados desde el grupo dominante. Por otra parte, los nombres de las calles, acuñados siglos atrás muestran que el espacio es el ámbito para la continuidad del sistema, reflejo de una larga cadena de relaciones sociales. A través de la obra de los cronistas como José María Marroqui o Artemio de Valle Arizpe se pudo observar la tensión entre los comercios y los propietarios de cada calle. A fines del siglo XIX, los comerciantes de la Ciudad de México promovieron una nueva configuración de su geometría, ensanchando y dando continuidad a calles y avenidas, que mediante la publicación de planos, guías y crónicas, adquirió mayor un valor agregado a sus negocios. Esas obras muestran que el espacio urbano estaba profundamente fragmentado por la propiedad privada, y a su vez jerarquizada en formas de propiedad y renta.

Otro aspecto que fue posible evocar fue la manera en que operaba el tiempo social en torno al proceso de compra. Para la clase alta éste comenzaba en el *cajón de ropa* y terminaba en el *almacén de novedades*, lugares donde se adquirían las mercancías producidas bajo el rigor de horarios extenuantes y las máquinas estruendosas de las fábricas. La tiranía de las telas y del brillo de los vestidos servía de metáfora de la separación racial, invariable en los hábitos de consumo: *calicó* para los pobres y *satín* anunciados en la prensa. Los esbeltos palacios de hierro y los emplomados de cristal magnificaron el cambio en las concepciones políticas y religiosas; se convirtieron en nuevos espacios del placer y una manera diferente de bautizar las cosas, características de la “modernidad” porfiriana. Nombres románticos o exóticos como *El Eco de la Moda*, o *El botín turco*; evocaciones gálicas: *La Francia Marítima*, *El Trocadero* o sitios reservados para las damas, como las casas de modas de madame Droutt o mademoiselle

Conclusiones

Mugot. Estos fueron los pocos ámbitos de sociabilidad para las mujeres de alta sociedad, el resto de las calles y plazas, clubes, casas de baños y barberías pertenecía a los varones.

En efecto, los propietarios de los comercios de textiles y prendas de vestir eran mayoritariamente hombres de negocios cuyos privilegios fueron bien distintos: la formación de sociedades anónimas, las agrupaciones de profesionistas o las lujosas oficinas industriales. La lista abarca todos los ramos del comercio y quedan por investigar algunos como el farmacéutico, alimenticio, muebles y decoración o ferretería, que tienen mayor presencia en las fuentes hemerográficas. El directorio de los negocios de la Ciudad de México a fines del siglo XIX abunda en nombres de extranjeros, que décadas antes no formaban un grupo homogéneo ni numeroso, pero durante el porfiriato formaron notables colonias. Junto a la rancia aristocracia mexicana, los recién llegados alcanzaron pronto su lugar en la sociedad, pero con una tendencia a repatriar capitales, en algunos casos con grandes réditos. A bordo de barcos y trenes, el viaje trasatlántico duraba a lo mucho unas semanas, al cabo de las cuales se llegaba a la ciudad de los palacios, donde se instalaron cerca de cuatro mil familias europeas, muchas dedicadas al comercio. Las colonias más numerosas eran la española y la francesa, de la que el grupo proveniente del poblado francés de Barcelonnette forjó un mito que sirvió de dínamo social para alimentar el complejo industrial y comercial más conspicuo de la época, con una docena de grandes almacenes en la capital del país y réplicas de sus nombres en las principales capitales del interior. Otros ocultaron su origen judío en la procedencia nacional pero todos mostraron distintos grados de adaptación o habilidad para establecer relaciones de negocios, evitando mezclar su vida particular con la sociedad receptora. Las grandes instituciones como el Ayuntamiento o el Asilo Particular de Mendigos se componían, en su mayoría, de comerciantes de la antigua sociedad criolla conservadora. Las nuevas instituciones, surgidas en tiempos de crisis como el Banco Nacional de México o la Cámara de Comercio de la Ciudad de México fueron fruto de una nueva mixtura, en la que predominaban extranjeros residentes, muchos de ellos propietarios de fábricas textiles y negocios de importaciones.

Conclusiones

La competencia de los negocios de textiles y prendas de vestir en la Ciudad de México a fines del siglo XIX involucró una nueva relación con la calle, con los negocios contiguos, la búsqueda de espacios prominentes como esquinas, plazas, teatros, soportales o la creación de lugares inéditos para la compra-venta: el gran almacén de departamentos. Los nombres de los establecimientos jugaron un papel relevante en la intención del comprador, los cuales evocaban una imagen romántica y amable del negocio. La arquitectura de las tiendas afirmaba el *ethos* del comprador, ya que eran lugares mejor iluminados, ordenados y limpios que abundaban en reforzamientos positivos: el propietario-experto garantiza la honorabilidad del establecimiento y la impecable presentación de los empleados concuerda con el carácter aséptico, controlado y formal que caracterizó al régimen positivista. La tienda se convirtió así en la confirmación de una forma de dominio y el acto de compra confirmaba, cada día, la garantía del orden y el progreso.

Archivos

Biblioteca Miguel Lerdo de Tejada, Secretaría de Hacienda, México (BMLT).

Hemeroteca Nacional Digital de México, UNAM, <<http://www.hndm.unam.mx>> (HNDM)

Hemerografía

El Correo Español

El Siglo Diez y Nueve

El Diario del Hogar

El Nacional

El Monitor Republicano

El Tiempo

La Patria

La Voz de México

Trait d'Union

Revista Universal

The Mexican Herald

El Centro Mercantil, semanario del Correo del Comercio

Cartografía

H. AYUNTAMIENTO Y GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL, *Plano General de Indicación de la Ciudad de México*, Debray Sucesores, México 1886.

POPPER FERRY, JULIO, *Plano del perímetro central. Directorio comercial de la ciudad de México*, Litografía Debray, suc. México, [1883]. "Al señor ministro de gobernación, Carlos Díez Gutiérrez, testimonio de consideración y respeto", año 1, 1ª edición [1883]. En Mapoteca M. Orozco y Berra, México, D.F, varilla OYB-DF02, núm 915OYB-725-b escala 1:710, medidas: 23 x 32 cm.; varilla OYB-DF02, núm 915OYB-725-a escala 1:710, medidas: 65 x 91 cm. También en David Rumsey Historical Map Collection, <www.davidrumsey.com> consultado el 19 de enero de 2017.

Fuentes

CABALLERO, MANUEL (ed.) *Primer almanaque histórico, artístico y monumental para los años 1884 y 1885*, Nueva York, Chas M. Green Printing Co. 1884.

FIGUEROA DOMENECH, J., *Guía general descriptiva de la República Mexicana. Historia, Geografía, Estadística, etc. Con triple directorio del comercio y la industria, autoridades, oficinas públicas, abogados, médicos, hacendados, correos, telégrafos y ferrocarriles*, Barcelona, Ramón de S. N. Araluce, 1899.

MAILLEFERT, EUGENIO, *Directorio del Comercio de la República Mexicana para el año de 1869*, México, Imprenta de Francisco Díaz de León y Santiago White, 1868.

MONTAURIOL, Carlos, *Nomenclatura actual y antigua de las calles de la ciudad de México*, México, Portal del Coliseo Viejo, núm. 6, 1891.

PAZ, IRENEO Y JOSÉ MARÍA TORNEL, *Nueva Guía de México, en inglés francés y castellano, con instrucciones y noticias para viajeros y hombres de negocios*, México, Imprenta de I. Paz, Escalerillas número 7, 1882.

Bibliografía

- AGUAYO HERNÁNDEZ, FERNANDO, "Imagen, fotografía y productores", en *Secuencia*, núm. 71, mayo-agosto, 2008.
- AGOSTINI, CLAUDIA, "Las delicias de la limpieza: la higiene en la ciudad de México", en Anne Staples, (coord.) *Historia de la vida cotidiana en México*, México, Conaculta-Fondo de Cultura Económica, vol. IV, 2005.
- AGOSTONI, CLAUDIA y ELISA SPECKMAN (eds.), *Modernidad, tradición y alteridad. La ciudad de México en el cambio de siglo*, México, UNAM, 2001.
- AGUILAR OCHOA, ARTURO, "De las carreras el alto goce", en *Dimensión Antropológica*, vol. 50, septiembre-diciembre, 2010.
- ANSALDI, WALDO, "¿Clase social o categoría política? una propuesta para conceptualizar el término oligarquía en América Latina", *Anales*, N°. 7-8, 2004-2005.
- ARNÁIZ Y FREG, ARTURO, "95 años de actividad, la fundación de la Cámara Nacional de Comercio", en *XCV Aniversario de la Cámara de Comercio de la Ciudad de México*, México, CANACO, 1969.
- BARBOSA CRUZ, MARIO, "Rumbos de comercio en las calles: fragmentación espacial en la ciudad de México a comienzos del siglo XX". *Scripta Nova*, vol. X, núm. 218 agosto de 2006.
- BECERRIL MONTERO, GUSTAVO, "El obrador y fábrica de textiles de San Antonio Abad (1843-1901)", *Boletín de Monumentos Históricos*, INAH, núm. 9, enero-abril 2007.
- _____, "La fábrica de hilados y tejidos de lana La Victoria", *Boletín de Monumentos Históricos*, INAH, núm. 25, mayo-agosto 2012.
- _____, "San Ildefonso, transformaciones y permanencias en una fábrica de tejidos de lana, 1849-1895", *Boletín de Monumentos Históricos*, INAH, núm. 5, septiembre-diciembre 2005.
- BEEZLEY, WILLIAM, "El Estilo Porfiriano: deportes y diversiones de fin de siglo", en *Historia Mexicana*, Vol. 33, Núm. 2 (130) octubre-diciembre 1983.
- BELLO GÓMEZ, FELIPE, "Emigración a México y capacidad empresarial a fines del siglo XIX", en *Secuencia*, Revista de historia y ciencias sociales, núm. 68, mayo-agosto, Instituto Mora, 2007.
- _____, *Sistema comanditario, inmigrantes y capacidad empresarial a fines del siglo XIX y principios del XX*, Universidad de las Américas-Puebla, abril de 2007.
- BERMAN, MARSHALL, *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*, Buenos Aires, Siglo XXI, 1989.
- BERNECKER WALTHER L., *Alemania y México en el siglo XIX*, México, UNAM Facultad de Filosofía y Letras-El Colegio de México-Servicio Alemán de Intercambio Académico, traducción de Herzonía Yañez, 2005.
- _____, *Contrabando, ilegalidad y corrupción en el México del siglo XIX*, México, Universidad Iberoamericana, traducción de Manuel Emilio Waelti, 1994.
- BLAZQUEZ DOMÍNGUEZ, CARMEN, "Compañías navieras en el puerto de Veracruz en tiempos del régimen Porfirista", *Sotavento. Revista de Historia, Sociedad y Cultura*, Instituto de Investigaciones Histórico-Sociales, Universidad Veracruzana, núm. 11, 2002.
- BOURDIEU, PIERRE, *La dominación masculina*, Barcelona, Anagrama, 2000.
- BOY, JAIME, *Diccionario teórico, práctico, histórico y geográfico de comercio*, Barcelona, Imprenta de Valentín Torras, 1840.
- BRAUDEL, FERNAND, *La dinámica del capitalismo*, México, Fondo de Cultura Económica, (Breviarios núm. 427), 1986.

- BUNKER, STEVEN BLAIR, "Transatlantic retailing The Franco-Mexican Business Model of fin-de-siècle Department Stores in Mexico City", en *Journal of Historical Research in Marketing* Vol. 2 No. 1, 2010.
- _____, *Creating Mexican Consumer Culture in the Age of Porfirio Díaz, 1876-1911*, Thesis (Ph.D.), Texas Christian University, 2006.
- CABALLERO, MANUEL (ed.) *Primer almanaque histórico, artístico y monumental para los años 1884 y 1885*, Nueva York, Chas M. Green Printing Co., 1884.
- CAMACHO MORFÍN, THELMA, *Los álbumes de "El Buen Tono", fotografía y catolicismo social, México 1894-1909*, México, Instituto Mora, 2002..
- CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, *Comercios centenarios*, México, CANACO DF, 1990.
- CAMARENA OCAMPO, MARIO, *Jornaleros, tejedores y obreros: historia social de los trabajadores textiles de San Ángel (1850-1930)*, México, Plaza y Valdés, 2001.
- CAMERON, RONDO, *Historia económica mundial. Desde el paleolítico hasta el presente*, 2ª edición, (Colección Alianza Universidad Textos, 134.), Madrid, Alianza Editorial, 1997.
- CAMPOS POSADA, AINHOA, *Breve historia de la Belle Époque*, Madrid, Nowtilus, 2017.
- CANUDAS, ENRIQUE, *Las venas de plata en la historia de México, síntesis de historia económica. Siglo XIX*, vol. III, México, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco-Editorial Utopía, 2005.
- CARDOSO, CIRO, (coord.), *Formación y desarrollo de la burguesía en México*, México, Siglo Veintiuno editores, 1987.
- _____, *et. al., La clase obrera en la historia de México: de la dictadura porfirista a los tiempos libertarios*, vol. 3, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales, Siglo XXI, 1980.
- _____, (coord.), *México en el siglo XIX, 1821-1910, historia económica y de la estructura social*, México, Nueva Imagen, 1990.
- CARMAGNANI, MARCELLO, *La grande illusione delle oligarchie, Stato e società in America Latina (1850-1930)*, Torino, Loescher editore, 1981.
- CARRILLO, ANA MARÍA, "Economía, política y salud pública en el México porfiriano (1876-1910)", en *Historia, Ciências, Saúde –Manguinhos*, Río de Janeiro, vol. 9, 2002.
- CERUTTI, MARIO, "Investigación regional y estudios sobre empresarios en México (1849-1920)", en María Eugenia Romero (coord.), *Historia y Economía, un nuevo diálogo*, México, UNAM, Facultad de Economía, 1996.
- _____, *Historia de las grandes empresas en México, 1850-1930*, México, UANL y FCE, 1997.
- COLLADO, CARMEN (coord), *La burguesía mexicana: el emporio Braniff y su participación política, 1865-1920*, México, Siglo XXI, 1987.
- _____, *Miradas recurrentes: la Ciudad de México en los siglos XIX y XX*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Instituto Mora, 2004.
- CONNOLLY, PRISCILLA, "Weetman Dickinson Pearson: el contratista de don Porfirio", *Revista Universidad de México*, núm. 544, mayo de 1966.
- COSÍO VILLEGAS, DANIEL, *Historia moderna de México*, México, Hermes, (2ª ed.) 1965.
- CUCHÍ ESPADA, VÍCTOR, *Una economía de tiempo y dinero... ciudadanos y mercado en la ciudad de México durante el Porfiriato, 1881-1911*, México, Ediciones ¡Uníos!, 2006.
- CURIEL, FERNANDO, *Paseando por Plateros*, SEP-M, (Colección. memoria y olvido: imágenes de México, núm. 3), México, Casillas Editores, 1982.

- DE GORTARI RABIELA, HIRA, "El empleo en la Ciudad de México a fines del siglo XIX. Una discusión", en *Secuencia*, núm 3, sep-dic 1985.
- DE ITA, LOURDES (coord.), *Organización del Espacio en el México Colonial: Puertos, Ciudades y Caminos*, México, Instituto de Investigaciones Históricas, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo-CONACYT, 2012.
- DEL VALLE ARIZPE, ARTEMIO, *Calle vieja, calle nueva* (1949), México, Editorial Diana, 1980.
- _____, *Por la vieja calzada de Tlacopan* (1954), México, Editorial Diana, 1980.
- ELIAS, NORBERT, *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*, México, Fondo de Cultura Económica, segunda edición, 1989.
- ENRIQUEZ, EDUARDO, "Evaristo Madero E., testamento", en *Historia Mexicana*, vol. 35, núm. 2, octubre-diciembre, de 1985.
- ENTWISTLE, JOANNE, *El cuerpo y la moda, una visión sociológica*, Barcelona, Paidós, 2002 (col. Contextos).
- EVERAERT DUBERNARD, LUIS RENÉ, "Eugène Dubernard Gasparu", en *Raíces Francesas en México*, núm. 8, septiembre de 2011.
- FIELDHOUSE, DAVID K., *Economía e Imperio. La expansión de Europa, 1830 -1914*. México, Siglo veintiuno editores, 2ª edición, (Serie historia económica mundial), 1978.
- FIGUEROA DOMENECH, J., *Guía general descriptiva de la República Mexicana. Historia, Geografía, Estadística, etc. Con triple directorio del comercio y la industria, autoridades, oficinas públicas, abogados, médicos, hacendados, correos, telégrafos y ferrocarriles*, Barcelona, Ramón de S. N. Araluce, 1899. En línea <<https://cd.dgb.uanl.mx/handle/201504211/779>>
- FOGG, MARINNE Y VÉLERIE STEELE, *Moda, la historia completa*, Barcelona, Blume, 2014.
- FOWLER, WILLIAM (coord.), *Gobernantes mexicanos*, México, Fondo de Cultura Económica, 2008.
- FROST, CECILIA, *El Trabajo y los trabajadores en la historia de México*, México, El Colegio de México, 1979.
- GALÁN AMARO, ERIKA, *Estrategias y redes de los empresarios textiles de la Compañía Industrial de Orizaba, S.A., 1889-1930*, tesis de doctorado en Historia y Estudios Regionales, Universidad Veracruzana, 2010.
- GAMBOA OJEDA, LETICIA, *Los barcelonnettes en México: miradas regionales, siglos XIX y XX*, Puebla, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, 2008.
- GARCÍA CORZO, REBECA VANESA, *Entramados de la seda en México a fines del siglo XIX y principios del XX*, tesis de doctorado en Historia, Universidad de Oviedo, 2012.
- GARIBAY, RICARDO, *et al., Diccionario Porrúa de historia, biografía y geografía de México*, México, Editorial Porrúa, 1970.
- GARNER, PAUL, *Leones británicos y águilas mexicanas: negocios, política e imperio en la carrera de Weetman Pearson en México, 1889-19019*, México, Fondo de Cultura Económica, 2013.
- GAYLE, RUBIN, "El tráfico de mujeres: notas sobre la 'economía política' del sexo", *Nueva antropología*, vol. VIII, núm. 30, noviembre 1986.
- GAYÓN CÓRDOVA, MARÍA, *Condiciones de vida y de trabajo en la Ciudad de México en el siglo XIX*, México, Dirección de Estudios Históricos, INAH, 1988.
- GEERTZ, CLIFFORD, *La interpretación de las culturas*, Barcelona, Gedisa, 2003.
- GÓMEZ-GALVARRIATO, AURORA, *La industria textil en México*, Morelia, El Colegio de Michoacán, 1999.

- _____ “Industrialización, empresas y trabajadores industriales, del Porfiriato a la Revolución: la nueva historiografía”, en *Historia Mexicana*, LII, marzo de 2003.
- _____ “The Mexican Cotton Textile Industry: An Overview”, *Documentos de trabajo*, número 438, México, Centro de Investigación y Docencia Económicas, diciembre de 2008.
- GONZÁLEZ, MARÍA DEL REFUGIO, “Comercio y Comerciantes en México en el siglo XIX”, *Anuario Mexicano de Historia del Derecho*, México, IJ-UNAM, 1990.
- GONZÁLEZ OREA, TAYRA, *Métodos de financiamiento agrícola en México: el caso de la firma bancaria Bermejillo y Compañía, 1848-1860*, tesis de maestría en Historia, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2008.
- GONZALBO AIZPURU, PILAR, (ed.), *Historia de la vida cotidiana en México*, México, Conaculta-FCE-El Colegio de México, 2010.
- GRUPPI, LUCIANO, *El concepto de Hegemonía en Gramsci*, México, Ediciones de Cultura Popular, 1978.
- GUTIÉRREZ HACES, JUANA, *El Palacio de Comunicaciones*, México, Museo Nacional de Arte-Grupo Azabache, 1991.
- HABER, STEPHEN (ed.), *Crony Capitalism and Economic Growth in Latin America*, Stanford, Hoover Press, 2002.
- HEFFER, JEAN Y WILLIAM SHERMAN, *De las revoluciones a los imperialismos, 1815-1914*, Madrid, Akal, 1989.
- HELLION, DENISE, *Exposición permanente: anuncios y anunciantes en El Mundo Ilustrado*, México, Instituto Nacional de Antropología e Historia-Universidad Autónoma Metropolitana, 2008.
- HERRERA DE LA FUENTE, CARMEN, *Un siglo de Singer en México*, México, Singer Mexicana, S.A. de C.V., 1987.
- HERRERA LASSO, ANA LÍA, “Una elite dentro de la elite: El Casino Español en México, entre el porfiriato y la revolución (1875-1915)”, en *Secuencia* núm. 42, septiembre-diciembre 1998.
- HERRERO BERVERA, CARLOS, *Los empresarios mexicanos de origen vasco y el desarrollo del capitalismo en México, 1880-1950*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Plaza y Valdes, 2004.
- HOBSBAWM, ERIC, *La Era del Imperio, 1875-1914*, Barcelona, Paidós-Crítica, 2007.
- _____ “La crisis del capitalismo: una perspectiva histórica” en *Cuadernos Políticos*, núm. 11, enero-marzo 1977.
- HOLLANDER, ANNE, *Sex and Suits, the Evolution of Modern Dress*, New York, Kodansha, 1994.
- INEGI, *Estadísticas Sociales del Porfiriato, 1877-1910*, México, Dirección General de Estadística, 1956.
- ILLADES, CARLOS, “Organización y formas de resistencia artesanales: los sastres de la Ciudad de México, 1864-1873”, en Alicia Hernández Chávez y Manuel Miño Grijalva, (coord), *Cincuenta años de historia en México*, México, El Colegio de México, 1991.
- JAMESON, FREDRIC, *Una modernidad singular. Ensayo sobre la ontología del presente*, Barcelona, Gedisa, 2004.
- KATZ, FRIEDRICH, *La servidumbre agraria en México en la época porfiriana*, México, Secretaría de Educación Pública, 1976 (col. SEP-Setentas No. 303).
- KEREMITSIS, DAWN, *La industria textil mexicana*, México, Secretaría de Educación Pública, 1973 (col. SEP Setentas, núm. 67).
- KRAUSE, CORINNE A., *Los judíos en México*, México, Universidad Iberoamericana, Departamento de Historia, 1987.

- KUNTZ FICKER, SANDRA, *Historia Económica General de México*, Zamora, El Colegio de Michoacán-UAM, 1996.
- _____. *El comercio exterior de México en la era del capitalismo liberal, 1870-1929*, México, El Colegio de México, 2007.
- _____. “La mayor empresa privada del porfiriato. El Ferrocarril Central Mexicano (1880-1907)”, en Carlos Marichal y Mario Cerutti (comps.) *Historia de las grandes empresas en México, 1850-1930*, México, Fondo de Cultura Económica, 1997.
- _____. “Mercado interno y vinculación con el exterior: el papel de los ferrocarriles en la economía Porfiriato”, en *Historia Mexicana*, XLV, 1, 1995.
- _____. “Las oleadas de americanización en el comercio exterior de México, 1870-1948”, *Secuencia*, 57, septiembre-diciembre 2003.
- KUNZ, SANDRA Y HORST PIETSCHMANN (ed.), *México y la economía atlántica. Siglos XVIII-XIX*, México, El Colegio de México, 2006.
- LAJOUS VARGAS, ROBERTA, *Historia mínima de las relaciones exteriores de México (1821-2000)*, México, El Colegio de México, 2012.
- LATAPÍ SARRE, JUAN, “La familia Sarre en México”, en *Raíces Francesas en México*, núm. 8, septiembre de 2011.
- LEAL, JUAN FELIPE, *La burguesía y el Estado mexicano*, México, Ediciones El Caballito, 1979.
- LEFEBVRE, HENRI, “La producción del espacio”, en *Papers: revista de sociología*, año 1974, núm. 3.
- LIDA, CLARA E., “España y México: relaciones diplomáticas, negocios y finanzas en el porfiriato”, en *Historia Mexicana*, vol. 48, núm. 4, abril-junio de 1999.
- _____. “Los españoles en el México independiente: 1821-1950. Un estado de la cuestión”, en *Historia Mexicana*, vol. LVI, núm. 2, 2006.
- LIDA, CLARA EUGENIA (comp.), *Una inmigración privilegiada. Comerciantes, empresarios y profesionales españoles en México en los siglos XIX y XX*, Madrid, Alianza Editorial (col. Alianza América), 1994.
- LIEHR, REINHARD (ed.), *Empresas y modernización en México desde las reformas borbónicas hasta el porfiriato*, Madrid, Iberoamericana Vervuert, 2006.
- LÓPEZ-PORTILLO Y LANCASTER-JONES, RODRIGO ALONSO, “Los Cortina”, *Club Social México*, No. 9, Octubre 1991.
- LORENZO, MARÍA DOLORES, “Negociaciones para la modernización urbana: la demolición del mercado del Parián en la ciudad de México, 1843”, *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*, núm. 38, julio-diciembre 2009.
- LUCAS LANDGRAVE, SINUHÉ, “Las máquinas de coser y sus aportes en la sociedad mexicana de la segunda mitad del siglo XIX y de la primera del XX: un estudio de cultura material industrial”, en *Boletín de monumentos históricos*, tercera época, núm. 31, mayo-agosto de 2014.
- LUDLOW, LEONOR. “El Banco Nacional Mexicano y el Banco Mercantil Mexicano, radiografía social de sus primeros accionistas, 1881-1882”, en *Historia Mexicana*, vol. 39, núm. 4, abril-junio, 1990.
- MAILLEFERT, EUGENIO, *Directorio del Comercio de la República Mexicana para el año de 1869*, México, Imprenta de Francisco Díaz de León y Santiago White, 1868.
- MANUEL, JEAN PAUL “Al Progreso” en *Raíces francesas en México*, núm. 2, junio de 2007.
- MARTINEZ GUTIERREZ, BERTHA PATRICIA, *El palacio de hierro: arranque de la modernidad arquitectónica en la Ciudad de México*, tesis de maestría en Historia del Arte, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2005.

- MARTÍNEZ, JOSÉ MARÍA “Un duque en la corte del Rey Burgués: positivismo y porfirismo en Manuel Gutiérrez Nájera”, *Bulletin of Spanish Studies*, vol. LXXXIV, núm. 2, 2007.
- MARROQUI, JOSÉ MARÍA, *La Ciudad de México*, México, Tipografía La Europea, 1900.
- MASSÉ ZENDEJAS, PATRICIA, *La fotografía en la Ciudad de México en al segunda Mitad del siglo XIX (la compañía de Cruces y Campa)*, tesis de maestría en historia del arte, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 1993.
- MEGGS, PHILLIP B., *Historia del diseño gráfico*, México, Trillas, 1991.
- MEYER, JEAN, “Los franceses en México durante el siglo XIX”, en *Relaciones*, Morelia, El Colegio de Michoacán, primavera 1980 (traducción de Pastora Rodríguez Aviñoá).
- MEYER COSÍO, ROSA MARÍA Y DELIA SALAZAR (coord.), *Historias de Comerciantes*, México, INAH, Secretaría de Cultura, colección Historia, serie Logos, 2018.
- MEYER COSÍO, ROSA MARÍA, *Identidad y prácticas de los grupos de poder en México, s. XVIII al XIX*, México, Conaculta INAH, 1999.
- MILLER, MICHAEL, *The Bon Marche: Bourgeois Culture and the Department Store, 1869-1920*, Princeton, Princeton University Press, 1981.
- MONTAURIOL, Carlos, *Nomenclatura actual y antigua de las calles de la ciudad de México*, México, Portal del Coliseo Viejo, núm. 6, 1891.
- MONTELLANO BALLESTEROS, FRANCISCO D., *C. B. Waite, profesión fotógrafo*, tesis de licenciatura en Historia, UNAM, 1989.
- MORALES MARTÍNEZ, MARÍA DOLORES, *Ensayos urbanos: la Ciudad de México en el siglo XIX*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Artes para el Diseño, 2011.
- MORALES MORENO, HUMBERTO, “La industria textil mexicana en el ciclo de las exportaciones latinoamericanas: 1880-1930. Política fiscal y de fomento en la encrucijada de la revolución”, *H-industri@* año 3- núm. 5, segundo semestre de 2009.
- MORALES MORENO, HUMBERTO, “Los franceses en México: 1890-1910. Nueva revisión histórica (agentes comerciales, residentes e imperialismo informal)”, *Signos Históricos*, Núm. 17, enero-junio, 2007.
- MUSSACHIO, ALDO, “La reforma monetaria de 1905: un estudio de las condiciones internacionales que contribuyeron a la adopción del patrón oro en México”, *Secuencia*, núm. 52, enero-abril de 2002.
- NEAL, LARRY Y RONDO CAMERON, *Historia económica mundial*, Madrid, Alianza Editorial, 2014.
- NEGRETE ÁLVAREZ, CLAUDIA, “Orizaba y sus historias fotográficas”, en *Alquimia*, núm. 46, septiembre-diciembre, 2011.
- NÚÑEZ GARCÍA, SILVIA, Y GUILLERMO ZERMEÑO PADILLA, *Estados Unidos. Documentos de su historia política III*, México, Instituto de Investigaciones José María Luis Mora, 1988.
- OLVERA RAMOS, JORGE, *Los mercados de la plaza mayor de México*, México, Cal y arena, 2007.
- OSORIO, JAIME, *Fundamentos del análisis social. La realidad social y su conocimiento*, México, Fondo de Cultura Económica, 2001.
- PAIRE, JACQUES, “La fiesta del 14 de julio” en *Raíces francesas en México*, núm. 2, junio de 2007.
- PAZ, IRENEO Y JOSÉ MARÍA TORNEL, *Nueva Guía de México, en inglés francés y castellano, con instrucciones y noticias para viajeros y hombres de negocios*, México, Imprenta de I. Paz, Escalerillas número 7, 1882.

- PELLET LASTRA, ARTURO, *Teoría del Estado*, Buenos Aires, Abeledo-Perrot, 1999.
- PÉREZ RAYÓN, NORA, “Modernización y secularización. La ciudad de México en el Porfiriato (1876-1911)”, en *Fuentes humanísticas*, ITESM, núm. 31.
- PÉREZ SILLER JAVIER Y CHANTAL CRAMAUSSEL, (coord.), *México Francia: memoria de una sensibilidad común, siglos XIX-XX*, Puebla, ICSyH-Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, 2004, vol. II.
- PÉREZ SILLER, JAVIER, *Una contribución a la modernidad. La comunidad francesa de la Ciudad de México*, Puebla, México Francia: presencia, influencia, sensibilidad, ICSyH-Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, 2006.
- PERDIGÓN CASTAÑEDA, KATIA (coord.) *La conservación de los textiles en el INAH*, México, Instituto Nacional de Antropología e Historia, 2005.
- PINEDA XOCHIPA, FÁTIMA, *El Casino Español en la Ciudad de México*, tesis de doctorado en Historia del Arte, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México, 2010.
- PORRAZ MUÑOZ, GUILLERMO, “La calle de la Cadena”, en *Estudios de Historia Novohispana*, vol 5, núm. 5, 1974.
- QUIROZ, ENRIQUETA, “Vivir de un salario: el costo del consumo doméstico” en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, vol. I, México, Instituto Mora, 2013.
- RAMÍREZ VILLALOBOS, ESTELA, “El desarrollo del capitalismo en México en la segunda mitad del siglo XIX”, *Economía Informa*, núm. 374, mayo-junio, 2012.
- RANGEL CONTLA, JOSÉ CALIXTO, *La pequeña burguesía en la sociedad mexicana, 1895 a 1960*, México, UNAM, 1972.
- RESICO, MARCELO, *Introducción a la economía social de mercado*, Río de Janeiro, Fundación Konrad Adenauer Stiftung, Edición Latinoamericana, 2011.
- RIBERA CARBO, EULALIA, “Imagen urbana, nación e identidad. Una historia de cambios y permanencias en el siglo XIX mexicano”, *Boletín americanista*, N° 56, 2006.
- RIGUZZI, PAOLO, “México y la economía internacional, 1860-1930”, en Kunz, Sandra, *Historia económica general de México*, México, El Colegio de México, Secretaría de Economía, 2010.
- RIVERA CAMBAS, MANUEL, *México pintoresco artístico y monumental: vistas, descripción, anécdotas y episodios de los lugares más notables de la capital y de los estados...*, México, Imprenta de la Reforma, 1883.
- RODRÍGUEZ MARTÍNEZ, JUAN MANUEL, *La Ley de Desamortización de 1856 y su repercusión económica en la Ciudad de México*, tesis de licenciatura, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, 2007.
- ROEDER, RALPH, *Hacia el México moderno: Porfirio Díaz (1973)*, México, Fondo de Cultura Económica, 2013.
- ROMERO DE TERREROS, PEDRO, “Una casa habitación del siglo XVIII”, en *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*, volumen I, número 4, 1939.
- ROSAS SALAS, FRANCISCO, “Agua e industria en Puebla. El establecimiento de la fábrica textil La Covadonga, 1889-1897”, en *Relaciones*, núm. 136, otoño 2013.
- RIVERA ESPINOSA, RAMÓN y JORGE RAMÓN GÓMEZ PÉREZ (coord.), *Arqueología industrial y patrimonio*, Texcoco, Universidad Autónoma de Chapingo, 2018.
- ROMERO IBARRA, MARÍA EUGENIA, “La historia empresarial”, en *Historia Mexicana*, vol. LII, núm. 3, enero-marzo, 2003, pp. 806-829.

- ROMERO, MATÍAS, *La promoción de las relaciones comerciales entre México y los Estados Unidos de América*, México, Banco Nacional de Comercio Exterior, 1961 (colección de documentos para la historia del comercio exterior de México).
- ROSENZWEIG, FERNANDO, "El comercio exterior", en Cosío Villegas, Daniel *Historia moderna de México*, México, 2ª ed. Hermes, 1965, vol. VII.
- RUIZ CALDERÓN, ANA PAOLA, *La indumentaria civil femenina en México durante el porfiriato: estilos, materiales, técnicas y significado: las colecciones del Museo Nacional de Historia y del Museo Soumaya*, tesis de maestría en Estudios de Arte, Universidad Iberoamericana, 2010.
- _____, *El desarrollo económico de México de 1877 a 1911*, en *El trimestre económico*, México, Fondo de Cultura Económica, vol. 32, núm. 1127, 1965.
- RUIZ ZAMUDIO, EUNICE, *Burguesía empresarial, 1880-1915: un empresario mexicano el caso de Luis Barroso Arias y socios*, tesis de licenciatura en Historia, dir. Luz María Uhthoff López, Universidad Autónoma Metropolitana, 2006.
- SALAZAR ANAYA, DELIA, "Vivir mirando al exterior. Las colonias extranjeras en 1883-1884", en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, vol. I, México, Instituto Mora, México, 2013.
- SALMERÓN, ALICIA y FERNANDO AGUAYO, *Instantáneas de la ciudad de México, un álbum de 1883-1884*, México, Instituto Mora, 2013 (dos tomos).
- SALOMA GUTIÉRREZ, ANA MARÍA, "Forjando la vida: dichas y desdichas de las obreras de las fábricas cigarreras del Porfiriato", en *Dimensión Antropológica*, año 7, Volumen 18, enero-abril, 2000.
- SANCHEZ REYEZ, GABRIELA, "Origen y desarrollo de la Plaza del Seminario. Ciudad de México", *Boletín de Monumentos Históricos*, Tercera época, núm. 17, sep-dic. 2009.
- _____, "Tiendas, puestos y cajones en el Portal de Mercaderes", *Boletín de Monumentos Históricos*, Tercera época, núm. 9, sep-dic. 2007.
- SANCHEZ RUIZ, GERARDO G., "Epidemias, obras de saneamiento y precursores del urbanismo: La ciudad de México rumbo al primer centenario" en *Secuencia*, núm. 78, diciembre 2010.
- SANDOVAL RAMÍREZ, LUIS, *Los ciclos económicos largos Kondratiev*, ponencia presentada en la IX jornadas de Economía Crítica, Madrid, España, UNAM, Instituto de Investigaciones Económicas, 2008.
- SAUSI GARAVITO, MARÍA JOSÉ, *Breve historia de un longevo impuesto*, tesis de maestría en Historia, Instituto Mora, México, 1998.
- SOLARES ROBLES, LAURA, "El bandidaje en el Estado de México durante el primer gobierno de Mariano Riva Palacio (1849-1852)", en *Secuencia*, 45, septiembre-diciembre, 1999.
- SECRETARÍA DE ECONOMÍA Y PROMÉXICO, *100 empresas, cien años*, México, Brandelier S.A. de C.V., 2010.
- SCHORMAN, ROB, "Ready or Not: Custom-Made Ideals and Ready-Made Clothes in Late 19th Century America", en *American Culture*, vol. 19, núm. 4, invierno de 1996.
- SCHTEINGART, MARTHA (coord.), *Espacio y vivienda en la ciudad de México*, México, El Colegio de México, 1991.
- SILVA RIQUELME, JORGE, "El mercado regional de la ciudad de México", en *Los mercados regionales de México, siglos XVIII y XIX*, México, Conaculta-Instituto Mora, 2003.
- _____, "Mercado y comerciantes de la ciudad de México, 1830-1840", ponencia en Jalapa, Veracruz 1998.

- SIMMEL, GEORGE, *Filosofía de la moda*, Madrid, Casimiro libros, 2014.
- SOBERANIS, ALBERTO, *et. al.*, *La industria textil en México, 1840-1900*, México, Celanese Mexicana, 1988.
- STAPLES, ANNE, *Historia mínima de la vida cotidiana*, México, El Colegio de México, Instituto Mora, 2010.
- TARDAN, CHANTAL, “De Sonora a Yucatán se usan sombreros Tardan” en *Basques et Béarnais, Gaceta Raíces Francesas en México*, núm. 4.
- TEITELBAUM, VANESA Y FLORENCIA GUTIÉRREZ, “Sociedades de artesanos y poder público. Ciudad de México, segunda mitad del siglo XIX”, en *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*, núm. 36, julio-diciembre 2008.
- TENORIO TRILLO, MAURICIO, *Artilugio de la nación moderna. México en las exposiciones universales, 1880-1930*, México, Fondo de Cultura Económica, 1998.
- THOMPSON, EDWARD P., *Tradición, revuelta y consciencia de clase. Estudios sobre la crisis de la sociedad preindustrial*, Barcelona, Crítica, 1979.
- TORRES ROJO, LUIS ARTURO, *Los amos del tiempo, los artificiales vivientes y los sujetos de resistencia: relojes públicos de la ciudad de México 1861-1910*, México, Cuadernos Universitarios UABCS, Praxis, 2012.
- TORRES VILLANUEVA, EUGENIO (coord) y GABRIEL TORTELLA (pr.), *Los 100 empresarios españoles del siglo XX*, Madrid, LID Editorial Empresarial, 2000.
- TRUJILLO BOLIO, MARIO. *El Golfo de México en la centuria decimonónica*, México, CIESAS, Cámara de Diputados LIX Legislatura, Miguel Angel Porrúa, 2005.
- _____. *Empresariado y manufactura textil en la Ciudad de México y su periferia: siglo XIX*, México, CIESAS, 2000.
- VALADÉS, JOSÉ C., *El Porfirismo, historia de un régimen*, México, Fondo de Cultura Económica, 2015.
- VALENCIA PULIDO, SILVANA BERENICE, *Álbumes de tarjetas de visita en la segunda mitad del siglo XIX en México como documento para la Historia Social*, tesis de maestría en ciencias sociales, Pachuca, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 2012.
- VALVERDE AMBRIZ, ISMAEL D., “Lucas Alamán empresario. Fundación y desarrollo de la fábrica de Hilados de Cocolapan, Orizaba, Veracruz, 1837-1842”, en *Boletín de monumentos históricos INAH*, Tercera época, núm 33, enero-abril, 2015.
- VILAR, PIERRE, *Oro y moneda en la historia (1450-1920)*, Barcelona, Ariel, segunda edición, 1972.
- VILLEGAS REVUELTAS, SILVESTRE, “Expansión del comercio mundial y estrategias de fomento al comercio durante el gobierno de Manuel González, 1880-1884”, en *Estudios de Historia moderna y contemporánea de México*, núm. 29, enero-junio, 2005.
- VALVERDE AMBRIZ, ISMAEL D., “Lucas Alamán empresario. Fundación y desarrollo de la Fábrica de Hilados Cocolapan, Orizaba, Veracruz, 1837-1842”, *Boletín de Monumentos Históricos*, 3a. época, núm. 33, enero-abril 2015.
- VON MENTZ, *et. al.*, *Los pioneros del Imperialismo alemán en México*, México, CIESAS, 1982 (Ediciones Casa Chata, núm. 14).

Glosario de términos textiles y prendas de vestir en el siglo XIX

Nombre	Otros idiomas	Descripción	Usos
Astrakán		Consta de un tejido de basamento, compuesto generalmente de urdimbre y trama de algodón y una urdimbre de pelo mohair o lana, cuyas bastas se cortan como el terciopelo para formar un pelo muy largo, brillante y rizado, dando al tejido un aspecto parecido a la piel importado de Astrakán, obtenida de corderos neonatos sacrificados y cuyo pelo presenta un rizado característico. Este tejido fue inventado en 1817 por Antonio Fesanet, fabricante de Nimes.	Confección
Alemanisco		Se le llamaba a una tela muy fina, labrada, de origen alemán, genero fuerte de hilo o algodón. Presenta la superficie desigual debido a los hilos alternados que cruzan los de la trama, dándole una textura en relieve.	Pañuelos, servilletas, manteles.
Bengala		Tela de tapicería a rallas gruesas.	Tapicería
Blonda		Tejido de encaje de bolillos, realizado en hilo de seda. Las primeras blondas se fabricaban con seda en su color natural, o <i>blonde</i> , que en francés significa rubio, refiriéndose al color blanco amarillento de la seda sin teñir; más adelante se realizaron en seda teñida de negro. La blonda es muy similar al encaje diferenciándose de él, por en la finura de los hilos, —se emplea seda en lugar de lino— y en que el bordado de flores con hilo suave y grueso hace que el dibujo quede realzado. El centro más importante de producción de blondas en España es Almagro.	Cuellos, puños y, sobre todo, mantillas.
Bombací	Bombasí	Tela gruesa y algo burda de algodón, afelpada por una de sus caras; se utiliza principalmente para prendas de abrigo y prendas de vestir corrientes.	Ropa para bebé
Brocado	Broché	Tela bordada antiguamente con hilos metálicos, formando dibujos con motivos florales, arabescos, etc. Se teje utilizando tecnología de estampado Jacquard. El distintivo diseño Jacquard se suplementa con hilos de color o metálicos. Puede ser de un color o tejido en colores brillantes. Encontramos brocados de algodón o seda.	Prendas formales de mujer, colchas, vestidos de época y en ornamentos de iglesias.
Bramante	Twine	Cordel muy fino hecho de cáñamo.	Cocina: para atar alimentos
Brocatel		Tela gruesa mediana, recamada de flores o figuras salientes. Desde la aparición del telar de Jacquard, el brocatel se fabrica en telar mecánico. Se parece al brocado en la sensación de bordado de realce —debido a la urdimbre superpuesta en raso—, pero se diferencia en los materiales; el brocatel se realiza con fibras más populares como el lino, el algodón o la seda salvaje.	Tapices, cobertores, cortinas.
Brin		Cordel	Tapicería
Bruxelles		Diseño ornamental en relieve en terciopelo brillante.	Tapicería
Cache corset		Corset interior	Prenda
Cachemir	Casimir	Tejido de lana suave, airoso y ligero con un brillo apagado y bordado parcialmente, formado por una trama de tres capas de tejido de sarga. Está hecho con estambre fino y generalmente está impreso. El nombre deriva de la lana de cachemir, del pelo de debajo con el que se fabricaba originalmente este tipo de tela.	Vestidos de mujer, chales y bufandas.
CALAÑES		Sombrero tradicional fabricado en el municipio de Calañas, en la provincia de Huelva (Andalucía, España). En ocasiones se le denomina sombrero castoreño, por estar confeccionado con fieltro realizado con pelo de castor o similar. Se trata de un sombrero de copa cónica baja y ala vuelta hacia arriba formando un canuto, con una guarnición en la punta de la copa y en un lado del ala. Su horma pequeña que se ajusta con una cinta y se lleva inclinado hacia un lado de la cabeza.	Más que práctico es un sombrero decorativo.

Glosario

Calicó		Tela algodonosa poco densa, lisa y de peso medio hecha en tela de lino, la mayor parte de veces con hilaza de tamaño medio. Llega al mercado de muchas formas, incluido estampada. Se usa en vestidos, delantales, banderas o con fines decorativos económicos.	Confección
Casinetes		Tela de inferior calidad que el cachemir.	Confección
Challies		Tela ligera tejida de origen indio que combinaba dos fibras, originalmente algodón y seda. Se comenzó a fabricar en Norwich, hacia 1832, con diseños tejidos o estampados en terminado brillante. El término deriva de la palabra anglo-india <i>shallee</i> que significa suave.	Confección
Cheviot	Cheviotte	Tejido de lana elástico, de peso medio, con una superficie ligeramente brillante; es algo rígido e incluso afilado al tacto. Tiene una apariencia brillante por su tejido de sarga (normalmente quebrado) que forma su estampado <i>Herringbone</i> (tejido de espiga) característico. Está hecho con hebras medias-finas cardadas o hilaza. El nombre viene de la oveja de Cheviot, de cuya lana se produce el tejido.	Confección
Chinchilla		Pelo de un roedor silvestre.	Prendas
CHUPA		Prenda de vestir que cubría el tronco, con mangas ajustadas y cuatro faldillas. Chaqueta corta.	Prenda
CLAC		Sombrero de copa alta o de tres picos que se puede plegar.	Prenda
Cotelina		Pana	Confección
Cotí		Tela fuerte de algodón	Cubiertas de colchones y almohadas.
Crespón		Del crespado o crespado. Tejido de seda, fabricado por primera vez en Bolonia, caracterizado por presentar una superficie arrugada y mate, debido a la poca densidad de urdimbre y trama, y principalmente a la elevada torsión de la trama o de la trama y urdimbre a la vez, tejiendo tafetán.	Confección
Cretona		Tejido algodonoso, pesado y grueso hecho de hebras finas-medianas en tela de lino, con una superficie moderadamente granulada. Normalmente está impreso.	Almohadillado protector, en camisas y vestidos económicos.
Damasco		Tejido de seda, de color unido (muchas veces tintado en pieza) pero caracterizado por el efecto de los dibujos Jacquard llamados adamascados, o sea, producidos por el mismo ligamento (sarga o raso) pesado en unos puntos y ligero en otros, o bien raso para conseguir el efecto de brillo en los dibujos y otro ligamento distinto en el fondo.	Tapicería
Drapeado		Disposición o dibujo de los pliegues de una tela o un paño.	Terminado
Dril		Tela firme de algodón, similar a la mezclilla. Con líneas de refuerzo más cercanas y planas que la gabardina.	Ropa de trabajo y pantalones de bajo coste.
ECHARPE		Bufanda	Prenda
Espiguilla		Tira de tela estrecha o fleco con picos.	Guarniciones
Etofé		Tejido ligero de seda o lana.	Confección
Felpa		Tela, generalmente de algodón, de textura absorbente y tacto suave, que forma pequeños anillos de hilo torcido que sobresalen por una o ambas caras; se utiliza sobre todo para toallas, trapos de limpieza y prendas de ropa cálidas. La felpa de seda es aterciopelada.	Confeccionar peluches.
FICHÚ		Capa de tres piezas de encaje o muselina para dama, atada al frente o cruzada. Se trata de una variación de la pelerina (capa con caída en triángulo hacia el frente).	Prenda
Fieltro		Fibras de lana dispuestas en todas direcciones y adheridas entre sí por la propiedad que tiene la misma y algunos pelos en fieltarse. Presenta el aspecto de paño, algunas veces de más de 1cm de espesor, y se obtiene por frotamiento con presión, humedad y calor. Los sombreros de fieltro se fabrican con pelo de conejo, de castor y, frecuentemente, de <i>puncha</i> (desperdicio del peinado de la lana).	Filtros, martillos y sordinas de los pianos, amortiguadores, topes elásticos.

Glosario

Faille		Un tejido suave, ligero tejido que tiene una textura acanalada y originalmente hecha de seda	Confección
Franges		Flecos	Confección
FOULARD		Nombre francés para el pañuelo de seda de Lyon conocido como mascada, empleado para cubrir la cabeza o bufanda ligera.	Prenda
Galones		Tejidos fuertes y estrechos, elaborados con hilo de oro y plata para guarnecer vestidos y uniformes militares, muebles y sombreros. Los galones de algodón se usan para adornar vestidos de criados, cocheros y lacayos de librea.	Uniformes, vestidos, decoración
Glacé		Tejido de seda con cierto aspecto mate y con ligamento tafetán, caracterizado por el ruido de papel que produce al manipularlo, tintado en hilo.	Vestidos, adornos
Godet		Pieza triangular de tela que se mete en la costura para darle forma acampanada y más volumen a la prenda.	Faldas, mangas
JARANO		Sombrero de fieltro, rígido, de color blanco o tono claro, de ala ancha y copa baja. Suele llevar un cordón y remate de borlas.	Faenas campiranas
Jute	Yute	Fibra vegetal del <i>Corchorus Capsularis</i> es una planta tropical. Junto con el algodón, son las dos fibras naturales más utilizadas a nivel mundial.	Tapicería
Lienzo		Tela de lino, cáñamo o algodón, generalmente fuerte y recia.	Confección
Merino		Tejido hecho con lana merina (carneros y ovejas finas) que forma un cordoncillo fino.	Confección
MIRIÑAQUE		Falda rígida completa acampanada que debe su volumen a una estructura de capas de enaguas.	Prenda
Moaré		Tela que ofrece un aspecto de ondas de agua por la yuxtaposición de dos tramas que producen un efecto óptico de un patrón ondulado y lustroso. Por lo común elaborado en seda.	Superficies de vestidos finos y decoración
Moqueta		Tela gruesa con pelo de lana o alguna fibra similar y trama de cáñamo u otro material flexible.	Cubrir suelos o tapizar paredes
Muselina		Tejido fino y rígido elaborado con seda, poco tupido, ligero, traslúcido y de tacto suave. Tiene un acabado crespado. Del árabe "muceli" de Mussul, ciudad de Irak.	Confección
Nansook		Propiamente <i>Nainsook</i> , tela fina de algodón tipo muselina en lo transparente de origen indio. La tela francesa tiene un terminado rugoso.	Ropa infantil y lencería
Organdí		Tela liviana de algodón semi-transparente. Fabricada con hebras de alta torsión, buena rigidez temporal que se consigue con aprestos o rigidez permanente conseguida con químicos. Alto porcentaje de encogimiento salvo que sea tratada.	Confección
Pana		Del latín "pannus" (pañó). Es el terciopelo por trama. Consta de una urdimbre y una trama que forman el tejido de basamento y otra trama cuyas bastas se cortan para formar el pelo. La pana puede ser lisa, abordonada o labrada. Después de extraer el tejido del telar, se cortan las bastas, se cepilla, se tiñe, tunde, etc.	Trajes, chaquetas, prendas y decoración.
Paño		Tejido de lana cardada, ligamento tafetán o sarga batavia, muy batanado, tintado en pieza, perchado por el haz y tundido para igualar el pelo. El fieltro y perchado son tan intensos que no es posible distinguir los hilos, dándole el aspecto de una piel con pelo corto, tupido y suave.	Vestidos, abrigos, billares, mesas de juego.
PATELOT	Pelisse	Saco corto, con o sin capa, a menudo decorada con pieles o fruncidos de seda o satín a los lados. Después de 1825 se utilizó sólo como prenda para interiores.	Prenda
Plaid		Tela a cuadros utilizada en las bufandas escocesas con un patrón característico para cada etnia. También se refiere a una prenda terminada con ese material.	Confección o prenda
PELERINA		Capa corta de tejido de punto, también llamada esclavina.	Prenda
Percal		Del persa "percala" (tela ligera). Tejido de algodón, algo parecido a la cretona, pero de mejor calidad, más fino y de mayor densidad, con ligamento tafetán blanqueado. Tejido en pieza o más generalmente estampado y aprestado con cierto brillo. Se usa para vestidos, camisas y otras aplicaciones.	Réplicas de las prendas antes de emplear el tejido definitivo.

Glosario

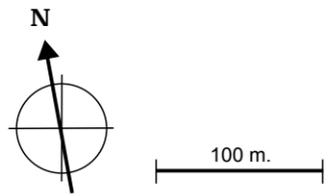
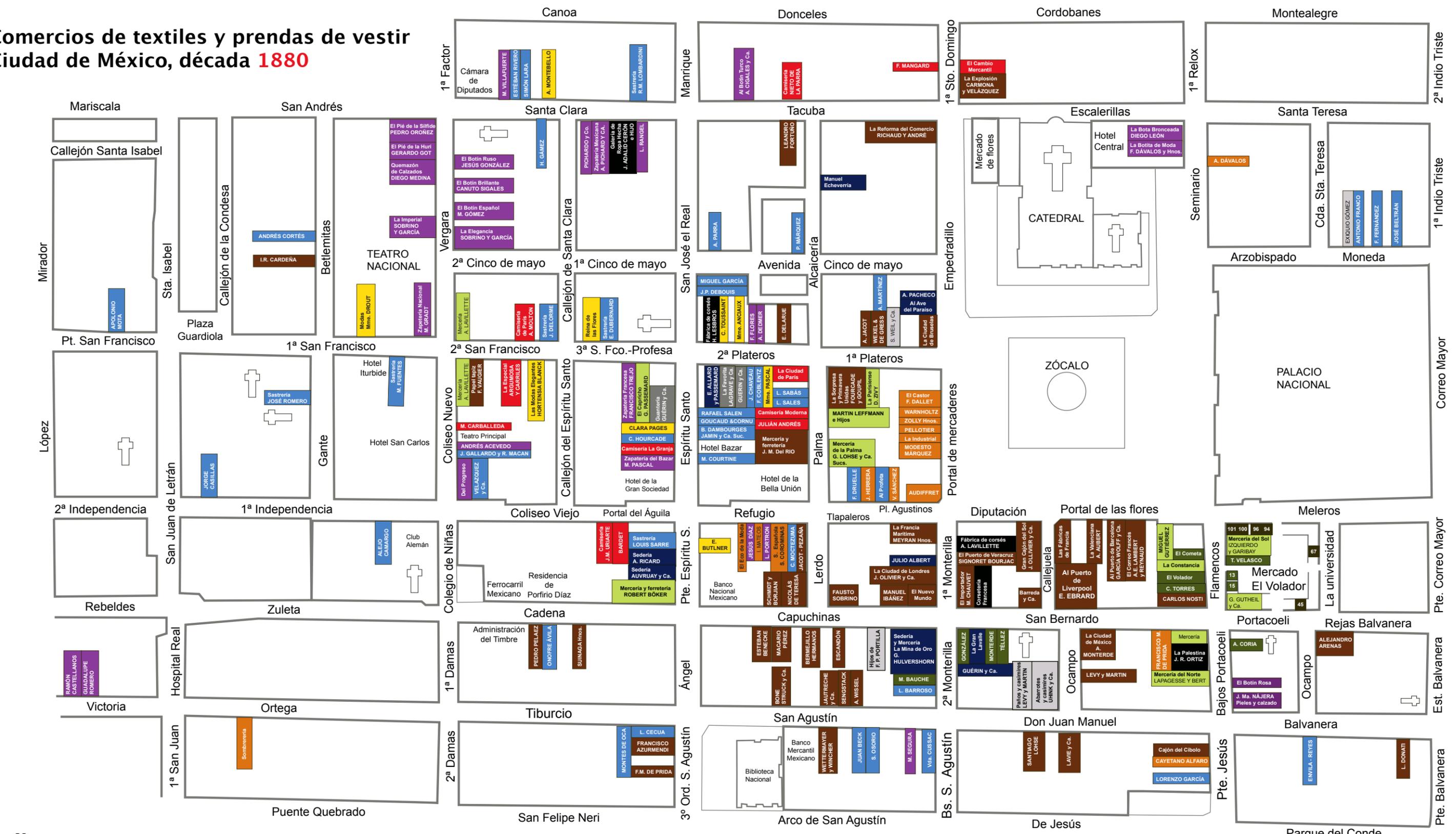
Piqué	Marcella	Método de tejido del algodón que da lugar a una tela rígida y con texturas semejante a la sarga, formando dibujos geométricos (nido de abejas) o de canutillo continuo (pique de canutillo) en relieve.	Vestidos de niño, adornos.
POLISÓN		Armazón atado a la cintura bajo un par de enaguas para que abultasen los vestidos por detrás, pero cayendo rectos por delante.	Vestidos de mujer
Popelina	Poplin	Tejido empleado originalmente para fines litúrgicos que adquiere su nombre del "pope", sacerdote de la Iglesia Greco-Ortodoxa. Antiguamente, el popelio se fabricaba en algodón peinado, mercerizado y ligamento de tafetán.	Confección
Raso		Tela de seda, o con urdimbre de seda o algodón mercerizado y con trama de otros materiales de superficie lisa y lustrosa.	Decoración, forrería y vestidos de novia.
Ratine		Tisú de seda. Tela de lana entrefina delgada y con granillo.	Confección
SACOLEVITA		Levita corta	Prenda
Sarga	Tweed	Lana de diversas cualidades de apariencia voluminosa y fuerte. El tweed es impermeable, de textura calada, con frecuencia se crea un patrón característico en forma de espina de pescado, originariamente tejido a mano en los hogares escoceses. Cuando un ligamento es de tafetán se denomina <i>donegal</i> .	Prendas exteriores chaquetas, faldas, etc.
Satén	Sateen	Algodón o lino brillante. El de alta calidad es mercerizado para obtener brillo nítido.	Confección
Satín		También llamado Raso. Tela suave, usualmente presenta una cara lustrosa y la otra deslucida. Se fabrica en diversos colores, pesos, calidades y rigidez.	Confección
Soie		Seda en francés	Confección, tapicería
Tafetán		Del persa "taftah" (hilar), "tafteh" (brillante). Tejido espeso de hilo fino, ligeramente tieso, que tiene un tacto crujiente como la seda.	Vestidos de noche, abrigos.
Terciopelo		Tejido cuyo haz está cubierto de pelo relativamente corto. Tupido y perpendicular a la superficie del tejido. También puede alternar pelo y bucle formando dibujos. Su aspecto puede ser liso, abordonado y labrado.	Confección y tapicería
Tisús		Tejido de seda con hilos metálicos que pasan del haz al envés. Tejiendo dibujos "Jacquard" y algunas veces simplemente bordados.	Ornamentos de iglesia, prendas de gran vestir
Tripe		Felpa de lana o esparto aterciopelada con pelo más largo que el terciopelo.	Tapicería
Tul		Malla muy fina, ligera y delicada. Apareció mediados de siglo XVIII en Tullé (Francia) con la fabricación manual de tules, derivados del encaje de bolillos. Hoy en día se obtienen unos telares especiales para Tul (bobinet) y en telar Rashel y Ketten, existiendo diversas modalidades.	Corsetería, adornos, velos de novia, mantillas, etc.
Tussor		Tejido grueso y resistente de seda en color crudo de origen indio, obtenido de los capullos de <i>Antheraea paphia</i> .	Tapicería
Vichy, tela de		Tela de algodón a cuadros.	Ropa de niños, manteles
Vigoñe	Vicuña	Tela de altísimo costo obtenida de una especie de mamífero artiodáctilo de la familia de los camélidos y del grupo de los camélidos sudamericanos que vive en el altiplano andino.	Confección de alto costo
ZARAGOZANA		Capa larga muy tradicional en España	Prenda
ZARAPE		Manta de lana o algodón, generalmente con franjas de colores vivos y a veces con una abertura en el centro para la cabeza, que se usa como abrigo y cae a lo largo del cuerpo.	Prenda

Glosario

Fuentes: ERIKA GUANGASIG, Tipos de telas. MARIE FOGG, *Moda: toda la historia*, Blume, Barcelona 2014. RIBES Y CASALS, *Diccionario textil* <<https://telas.com/glosario-textil/glosario-textil-de-la-a-a-la-c/>> consultado el 19 de agosto de 2017. JOSÉ GUITART BESANGÉ, *Ars Sarscinato: tratado enciclopédico de sastrería*, [1907] Sociedad Anónima de Industrias Gráficas, Barcelona, 2006. Diccionarios Collins, Oxford. JAIME BOY, *Diccionario teórico, práctico, histórico y geográfico de comercio*, imprenta de Valentin Torras, Barcelona, 1840. JILL CONDRA (ed.), *The Greenwood Encyclopedia of Clothing Through World History*, Greenwood Press, Londres, 2008. FUNDEU BBVA, *Glosario de la moda*. Aurelio de los Reyes, *¿No queda huella de ni memoria? Semblanza iconográfica de una familia*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Estéticas, 2002.

Comercios de textiles y prendas de vestir

Ciudad de México, década 1880

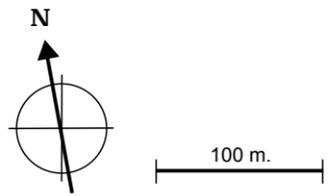


Fuentes: Julio Popper Ferry, *Plano del perímetro central de la Ciudad de México*, Litografía Debray, México, 1883. Carlos Montauriol, *Nomenclatura actual y antigua de las calles de la ciudad de México*, Portal del Coliseo Viejo, núm. 6, México, 1891. J. Figueroa Domenech, *Guía general descriptiva de la República Mexicana*, Ramón de S. N. Araluce, Imprenta Henrich y Cía., Barcelona, 1899. Ireneo Paz y Manuel Tornel, *Nueva guía de México*, Imprenta de Ireneo Paz, México, 1882. José María Marroquí, *La Ciudad de México*, Tipografía La Europea, México, 1900.

- Sombrierería
- Camisería y bonetería
- Sedería
- Paños y casimires
- Sastrería
- Almacén
- Modista
- Ropa hecha - corsés
- Mercería
- Zapaterías
- Rebojería
- Paragüería - guantería

Comercios de textiles y prendas de vestir

Ciudad de México, década 1890



Fuentes: Julio Popper Ferry, *Plano del perímetro central de la Ciudad de México*, Litografía Debray, México, 1883. Carlos Montauriol, *Nomenclatura actual y antigua de las calles de la ciudad de México*, Portal del Coliseo Viejo, núm. 6, México, 1891. J. Figueroa Domenech, *Guía general descriptiva de la República Mexicana*, Ramón de S. N. Araluce, Imprenta Henrich y Cía., Barcelona, 1899. Ireneo Paz y Manuel Tornel, *Nueva guía de México*, Imprenta de Ireneo Paz, México, 1882. José María Marroquí, *La Ciudad de México*, Tipografía La Europea, México, 1900.

- Sombrerería
- Camisería y bonetería
- Sedería
- Paños y casimires
- Sastrería
- Almacén
- Modista
- Ropa hecha - corsés
- Mercería
- Zapaterías
- Rebojería
- Paragüería - guantería