



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS
POSGRADO EN ARTES VISUALES**

**LA PUBLICIDAD CON FOTOGRAFÍA EN LA COLECCIÓN DE
EL MUNDO SEMANARIO ILUSTRADO (1894 – 1899).
UN ANÁLISIS GRÁFICO.**

**TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN ARTES VISUALES**

Presenta
Cristóbal Bernal Ledesma.

DIRECTOR DE TESIS
Mtro. José Luis Aguirre Guevara.

MÉXICO D.F., 2011

UN/M
POSGRADO
Artes Visuales 



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.

Introducción	4
1. Antecedentes de México en la última década del siglo XIX	7
1.1 El porfiriato	7
1.1.1 La economía y política en el Porfiriato	9
1.1.2 La Cultura en el Porfiriato	12
1.1.3 La Política Educativa en el Porfiriato	14
1.1.4 El Arte en México consolidado en el Porfiriato	18
1.1.4.1 Arquitectura	19
1.1.4.2 Pintura	20
1.1.4.3 Escultura	21
1.1.4.4 Grabado	21
1.2 La imprenta	22
1.2.1 La imprenta durante el siglo XIX	22
1.3 El periodismo	25
1.3.1 Inicios del periodismo en México	25
1.3.2 Periódicos en México a partir de la independencia	26
1.3.3 El periodismo durante el porfiriato	28
1.3.4 La modernización del periodismo en México	30
2. La fotografía	33
2.1 La fotografía específicamente en las artes gráficas	33
2.1.1 La ilustración fotográfica	35
2.1.2 La fotografía de prensa	41
2.1.3 Las primeras reproducciones de fotografías en revistas	44
2.2 La fotografía como imagen publicitaria	46
2.2.1 Inicios de la fotografía en el discurso publicitario de la prensa ilustrada	46
2.2.2 Diferentes características de la fotografía en el mensaje publicitario	49

3. El mundo semanario ilustrado	55
3.1 Antecedentes.	55
3.1.1 Los cazadores de la imagen, y sus máquinas fotográficas aparatosas	56
3.1.2 El mundo ilustrado de Rafael Reyes Spíndola	59
3.1.3 La imprenta en “El mundo” semanario ilustrado	70
3.2 Análisis de los anuncios con fotografía	73
3.2.1 Inventario de anuncios que contaban con fotografía en la publicación de <i>El mundo semanario ilustrado</i> .	76
3.2.2 Clasificación de anuncios con fotografía	79
3.2.3 Anuncio no. 1	83
3.2.4 Anuncio no. 2	85
3.2.5 Anuncio no. 3	87
3.2.6 Anuncio no. 4	89
3.2.7 Anuncio no. 5	91
3.2.8 Anuncio no. 6	93
Conclusiones	97
Material de Consulta	99
Bibliográfico	99
Hemerográfico	102
Digital	102

Introducción

Dentro del área de la comunicación gráfica, es importante resaltar los avances históricos que se han dado en menos de dos siglos, entre ellos destaca la invención de la fotografía, la inclusión de la misma en medios masivos de impresión, y el empleo de esta no solo de manera ilustrativa sino también como medio publicitario. La publicidad con fotografía tiene sus inicios principalmente en la en la etapa del Porfiriato.

Una de las aplicaciones más tangibles la tenemos en la colección de *El mundo semanario ilustrado*, que hasta la fecha es una de las fuentes de información para los investigadores de la historia de México. Esta publicación tiene la peculiaridad de haber tenido un usuario ciudadano común que tenía los recursos económicos para poder adquirir una publicación de este tipo, además de que gozaban de la posibilidad de haber aprendido a leer y escribir. Cabe mencionar fue la que acogió como colaboradores editoriales a los más destacados y brillantes mexicanos, cada uno en su categoría de ese tiempo, además de que fue una de las primeras publicación que incorporo fotografía en sus páginas, gracias a la tecnología adquirida y a la ayuda del gobierno del general Díaz.

La fotografía pasó a ser de una técnica para capturar la realidad, a un recurso de comunicación y comercialización por los medios impresos masivos. En donde *El mundo semanario ilustrado*, juega un papel importante para las artes gráficas de México, por ser de las primeras publicaciones en su género que incluyeron fotografía como parte ilustrativa de sus contenidos, Se especuló en los alcances que podría llegar a tener en una sociedad consumista y poder ser influenciada por el gobierno que prometía una modernización tecnológica. Por lo anterior no podríamos encontrar mejor fuente y ejemplo, como un medio de consulta para desarrollar una buena investigación documental de aspecto histórico gráfico ya que en sus primeras publicaciones su director expresó, ser el primer semanario ilustrado en el país, por lo cual no tendría competencia alguna hasta ese momento.

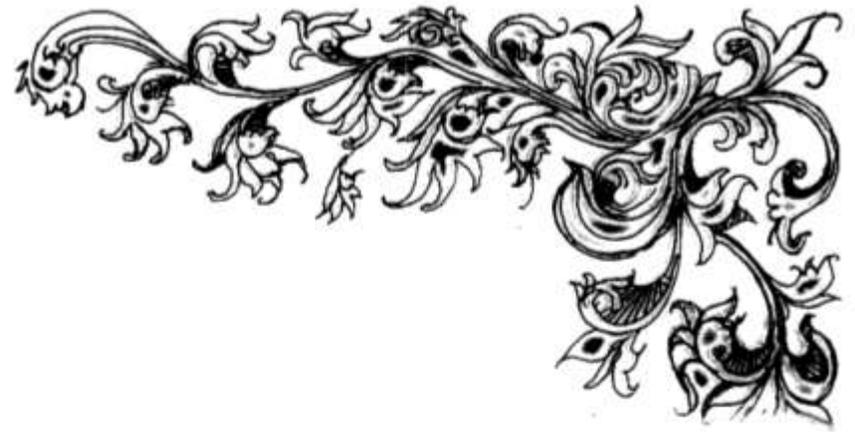
Esta gran tarea fue consumada por Rafael Reyes Spíndola, el primer gran capitán de la industria periodística mexicana. Utilizó por primera vez técnicas que pertenecían al periodismo norteamericano, como el reportaje y la entrevista, y prescindió del personaje que hasta entonces había sido la pieza central de la prensa porfiriana: Ahí daban sus puntos de vista sobre la situación nacional.

Existe escasa información del comienzo del manejo de la fotografía como imagen publicitaria, así como la evolución en las artes gráficas de nuestro país. Tomando en cuenta que fue un desarrollo tecnológico muy acelerado que se manifestó en la impresión y en la calidad de la fotografía que avanzó a grandes pasos en el desarrollo de la publicidad, esto lo vemos reflejado en *El mundo semanario ilustrado*.

Lo que hizo que fuera motivación para analizar el nivel de complejidad que alcanzaron en su diseño los anuncios que incorporaron fotografía como medio de comunicación en su época. Percibir la evolución de la calidad de la impresión de la fotografía de los anuncios en la publicación. Conocer la utilidad y la importancia que juega el Diseño Gráfico en nuestro entorno histórico-social, enfocando a los factores que se aplican a la práctica de la publicidad.

Es por esa razón que se determinó utilizar una metodología de investigación documental histórica para marcar un período, haciendo una clasificación conforme aparecen a lo largo de la publicación, para que posteriormente se hiciera un análisis considerando los aspectos gráficos, que se utilizan de manera directa en donde se muestra como parte importante del desarrollo de la tecnología y la comunicación gráfica, dando un impulso mayor a nuevas formas de poder posesionar un bien o servicio en el mercado, y poder mostrar que la publicidad con fotografía marco una nueva etapa en la historia gráfica de nuestro país.

Cabe destacar que queda abierta la puerta para continuar con esta línea de estudio ya que con el comienzo del nuevo siglo en donde se desarrollan el uso de nuevas técnicas en el manejo de la producción, la comunicación y el manejo de la imagen, aparecen nuevas publicaciones siendo la competencia para la nueva imagen de *El mundo ilustrado* de Rafael Reyes Spíndola.



CAPITULO 1

Antecedentes de México en la última
década del siglo XIX



1. Antecedentes de México en la última década del siglo XIX

En la historia de México, se denomina Porfiriato a los aproximadamente 30 años que gobernó el país el general Porfirio Díaz en forma intermitente desde mayo de 1877 (al término del gobierno de Sebastián Lerdo de Tejada), hasta mayo de 1911 (en que renunció a la presidencia por la fuerza de la revolución encabezada por Francisco I. Madero y los hermanos Flores Magón).

1.1 El Porfiriato

El porfiriato tuvo dos fases: la primera que va desde su llegada al poder (1877 hasta 1896). Dando inicio y consolidación al régimen, que abarca la primera etapa presidencial del caudillo, interrumpida por la presidencia de Manuel González (1880 a 1884), el segundo y tercer periodo de Díaz (1884-1892), y el cuatrienio (1892 a 1896) en el que gobernó después de anular el principio de "no reelección".¹

La segunda fase, de (1896 a 1910), corresponde a la época en que el llamado grupo de los científicos encabezados por el aristocrático José Ives Limantour, estaba compuesto por los hombres de negocios más prominentes que dominaban la escena política bajo el amparo del dictador, y que culminaría con la crisis en la que entra el régimen a fines de la primera década del siglo XX.²

En esta segunda fase, el general Díaz ocupó la presidencia durante tres periodos consecutivos, lapso en el que el mandato presidencial se extendió a seis años. Las fuerzas de apoyo al gobierno de Díaz asumió las características de una dictadura militar en la que el clientelismo (adhesión a cambio de privilegios) y las amistades personales.

Hasta la restauración de la República, el ideal de "orden y progreso" no había podido concretarse en una realidad. Los continuos levantamientos de militares y caciques locales con la autonomía que el sistema federal otorgaba a los estados, muchas veces entendida de acuerdo a los intereses particulares de cada entidad, habían impedido la estabilización del país y la puesta en marcha de un proyecto económico que lo modernizara.

¹ Delgado de Cantú G. M. 2002, *Historia de México, Vol. 1 El proceso de gestación de un pueblo*. Edo. de Méx. México. Pearson Educación. Pag. 499.

² Ibidem. Pag. 522

El fallecimiento de Benito Juárez en 1872, significó la pérdida del único líder civil capaz de dominar al militarismo renaciente, que trabajaba furtivamente dominado por la figura de Porfirio Díaz, quien se venía haciendo notorio desde diez años atrás. Presintiendo que el presidente Lerdo de Tejada intentaría reelegirse, Díaz volvió a levantarse en armas. Formado en las Luchas por la Reforma y contra la intervención extranjera, Díaz gozaba de gran prestigio entre los militares y de renombre en los círculos políticos del país.³

Porfirio Díaz gozaba de ese justo prestigio por su participación en las luchas de la Reforma y contra la Intervención francesa. A lo largo de la "Guerra de tres años", su pensamiento se ligó a la causa liberal. La toma de Puebla con la batalla del 2 de abril, fortaleció su personalidad como soldado valiente y patriota. Al acercarse el fin del primer período de gobierno constitucional de Lerdo, sus partidarios iniciaron trabajos para reelegirlo, surgiendo movimientos de rebeldía en su contra; el general Díaz, aprovechando este descontento, salió a Estados Unidos para preparar un levantamiento. En enero de 1876 se proclamó el Plan de Tuxtepec, que desconocía a Lerdo como presidente y nombraba jefe del movimiento al general Porfirio Díaz; cuando cruzó la frontera y en la población de Palo Blanco, Tamaulipas publicó un manifiesto reformando el Plan de Tuxtepec, en el que se tornaba como bandera el principio de "no reelección de presidente y gobernadores " y, después de una modificación, se establecía que José María Iglesias, presidente de la Suprema Corte de Justicia, sería nombrado presidente interino, Lerdo, percatándose del triunfo de la rebelión decidió salir del país; el presidente de la Suprema Corte de Justicia, José María Iglesias, con derechos para ocupar la presidencia de la República, no reconoció el Plan de Tuxtepec; y habilidosamente el 23 de noviembre de 1876 Porfirio Díaz hizo su entrada triunfal en la ciudad de México, tomando posesión de la presidencia, mientras convocaba a elecciones, iniciándose la etapa en la que Díaz vino a ser el árbitro supremo de la República por más de treinta años.⁴

Una vez en el poder, Díaz logró mantener en orden al país sacrificando la libertad. Para ello fortaleció al ejército, que fue el encargado de eliminar cualquier intento de rebelión, incluyó en su gabinete a personas de toda su confianza y se rodeó de un grupo de intelectuales, llamado "los científicos", que elaboró los proyectos económicos, culturales y educativos que "modernizarían" al país.

³ Ibidem. Pag. 482

⁴ Ibidem. Pag. 484.

Los factores que contribuyeron: la estabilidad política, las inversiones extranjeras y la integración de la economía nacional y su vinculación a los mercados externos. Los recursos naturales y la inversión extranjera.⁵

1.1.1 La economía y política en el Porfiriato

Como inversionistas, el capital norteamericano encontró ventajas en la minería y en los ferrocarriles. La utilidad de éstos fue el traslado al territorio estadounidense no sólo de los productos de la minería, sino también de otras materias primas. Por otra parte, cabe señalar que el Estado mexicano financió en gran medida el tendido de Ferrocarriles al dar a las compañías extranjeras numerosas franquicias y concesiones.⁶

Barrientos (1988) señala que las críticas a la construcción de ferrocarriles en 1898, apenas a siete años de distancia de la creación de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, repercutieron en una restricción de los subsidios y concesiones, lo que sugiere, desde luego, un mayor control y mejor administración del gobierno. Esta orientación se fortaleció, asimismo, al dedicarse a las comunicaciones la mayor parte del superávit registrado por las finanzas públicas entre los años 1905-1906 y 1910-1911.

En suma, a raíz del primer régimen de Díaz se fue afirmando la estabilidad política que permitió al gobierno en funciones establecer los supuestos que determinaron las características principales de la economía mexicana de entonces: la formación del gran latifundio con la aparición de grandes latifundistas, y la alianza con el capital extranjero, especialmente norteamericano, para la explotación de la minería y la construcción de ferrocarriles.

Hacia 1892-1893, sin embargo, se distingue un segundo momento del periodo denotado por cambios políticos, económicos y sociales que harían posible el movimiento que se desató en 1910.

Desde la preparación de la tercera reelección de Díaz entre el grupo de los científicos afloraron desacuerdos sobre el modo de funcionamiento del régimen, particularmente sobre la aguda centralización del poder por el presidente Díaz. Dentro de un juego táctico, asumió

⁵ Ibidem. Pag. 486.

⁶ Barrientos Lavín, M. 1988, *Bibliografía Económica del Porfiriato 1877 – 1910*, D. F. México. STPS. Pág. 18

el Ministerio de Hacienda el “científico” José Ives Limantour, que ya estaba cercano a dicho organismo como oficial mayor desde 1892. En ciertos momentos pareció factible que se convirtiera en el presidente de la República, y aunque no fue, organizó cambios importantes en las finanzas; planteó como objetivos nivelar ingresos y egresos, reorganizar y moralizar la hacienda pública, y arreglar la deuda pública.⁷

A esta política se arribó finalmente, después de que en la década anterior el gobierno fue el principal demandante de crédito y el que redujo las posibilidades de su utilización en otros sectores de la economía. En 1893 se comenzó un estudio para el arreglo de la deuda interna; en 1895 se niveló el presupuesto y los años posteriores aflojaron superávit; en 1896 una reforma prohibió a las entidades federativas imponer gravámenes a los ramos correspondientes a la hacienda federal.

El régimen de Díaz ofrecía a los inversionistas extranjeros facilidades para explotar los recursos naturales. En estos recursos se concentró una parte significativa del capital extranjero. Uno de los campos de inversión extranjero fue la minería, a la que se destinaba la cuarta parte del total. La producción de metales preciosos que se multiplicó por cuatro durante el porfiriato. Esta explotación desmedida fue resultado de la promulgación de leyes mineras en 1884, pues con ellas el estado renunciaba a conservar la propiedad última de los productos del subsuelo. El gobierno porfirista expidió leyes que entregaban en propiedad privada sin restricciones los productos mineros a quienes los explotaba. En esta forma la producción minera quedó controlada por monopolios extranjeros: los estadounidenses poseían 17 compañías y mantenían 11.81% del capital total de la industria ; lo seguía el capital británico con 10 compañías y 14.5 % del capital total. Hasta el año 1892 se explotaron fundamentalmente oro y plata; posteriormente fue creciendo la extracción de minerales industriales como cobre, plomo, antimonio, zinc y mercurio. De las 943 empresas establecidas hasta 1906, 310 eran mineras o fundidoras; su capital representaba el 20.8 % de todas las inversiones. A pesar del auge, la minería era sensible a las crisis externas, particularmente en el caso de la plata y el cobre.⁸

Por otro lado, el Estado centralizó el poder al suprimir la libre acuñación de la moneda con la reforma monetaria de 1905, aun cuando la tendencia a eliminar la libre acuñación ya databa de 1893 con la prohibición de arrendar casas de moneda. Asimismo, impuso su

⁷ Ibídem. Pág. 38.

⁸ Barrientos Lavín, M. 1988, *Bibliografía Económica del Porfiriato 1877 – 1910*, D. F. México. STPS. Pag 78

autoridad al expedir la ley de 1897 que determinaba las condiciones de funcionamiento de las instituciones de crédito.

El Estado mexicano se afirmó como tal, volviéndose solvente. Por primera vez en la vida independiente de la nación se mostró capaz de decidir y llevar a la práctica una política para la actividad hacendaria, la moneda y las instituciones de crédito, así como para asumir los asuntos de las comunicaciones y los transportes. También dependió de él una política para el fomento de la industria que se realizó a través de la ley de 1893, que concedía franquicias a los capitales no menores de 250 mil pesos. Posteriormente, una ley expedida en 1898 redujo el capital mínimo exigido a 100 mil pesos. El comercio, asimismo, fue vigorizado con la eliminación de las alcabalas en 1896 (la medida se habla tratado de aplicar desde 1883 sin que se pudiera, pues la principal fuente de ingresos del Estado estaba en los gravámenes al comercio).⁹

Como vemos, el Estado mexicano, sustentado en el arreglo y la organización de las finanzas públicas, fortaleció su autoridad política para gobernar en las distintas materias que mueven a la economía de la nación: moneda, instituciones de crédito, industria, comercio así como en comunicaciones y transportes.

No obstante, durante la afinación del Estado como aparato de dominación, la efervescencia de las clases sociales fue distinta de la que se advirtió antes entre liberales y conservadores en el contexto de una economía mundial de libre competencia. Durante el porfiriato se sufrió la presión de un imperialismo pleno y nuestra economía, basada en el latifundio, se vinculó estrechamente al capital extranjero; en tales condiciones, la burguesía nacional se fraccionó, y definió sus intereses y alianzas como terrateniente, comercial, industrial y financiera. Por su parte el proletariado, el campesinado y la clase media experimentaron el deterioro continuo de sus condiciones de vida y de ubicación social.

No sólo el grupo de los “científicos” tenía intereses particulares; otros grupos relativamente disidentes se asociaron a los nombres del general Reyes y de Baranda. Por otra parte, las crisis económicas conocidas en el país durante la primera década del siglo XX, exacerbaban las dificultades para las clases inconformes. Este es el caso, por ejemplo,

⁹ Ibídem pág. 94.

de los terratenientes, que afectados por las reformas crediticias de 1908, tuvieron que pagar sus deudas a los bancos de emisión.¹⁰

A un siglo de declarada la independencia, después de la crisis mundial de la economía de 1907 – 1908, México arribó a un nuevo momento de su historia: el de la Revolución de 1910.

1.1.2 La Cultura en el Porfiriato

Alarcón (2002: 268) escribe que el conservadurismo se manifiesta como una de las corrientes políticas dominantes en los medios literarios y artísticos, se muestra el conflicto entre fraccionar las representaciones románticas y suplirlos por una narrativa fundada sobre un realismo social. Pero también se manifiesta con gran notoriedad la fuerza que adquiere el modernismo, con un vínculo que soportará ambas intenciones encauzadas hacia un bien común.

No se puede decir lo mismo acerca del papel desarrollado por actividades artísticas como la música o el teatro, en donde existe una separación muy marcada entre lo popular y lo elitista. Si se ve por el lado de lo selecto y refinado, las temporadas de ópera que son puestas al estilo de las producciones italianas o francesas, así como el artilugio de las operetas y comedias musicales españolas o alemanas. De igual forma, estaban las diversiones más sencillas que concertaban a las carteleras de los teatros más importantes, en gran parte el mexicano de principios del siglo XX tenía un gusto nato que se identificaba con las corridas de toros, las ferias, los circos y hasta por los desfiles del aniversario de la independencia.¹¹

De manera que el gobierno no perdió la oportunidad de participar en las célebres exposiciones internacionales de Francia y Estados Unidos, en donde se presentó con la intención de proyectar una modernidad que podía complementarse con lo tradicional que, de cara al fenómeno de comunicación de masas que sería representado por el cinematógrafo y la puesta en circulación de los magnos periódicos como *El imparcial* o *El Diario del Hogar*. Con ello representando la gran gama de sentimientos que desarrollaban los altos contrastes

¹⁰ Ibídem, pág. 20

¹¹ Alarcón Olguín V. 2002, *Política, Educación y Cultura Porfirianas: Un Falso Intento de Modernidad*, México, D. F. Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial año/vol. 2, Num. 002, UAM- Izt. Pp 257 – 278

de una cultura nacionalista sometida así nuevamente al fenómeno del mestizaje, marcando con claridad la diferencia cultural, moral y racial, entre el sector social que producía los estudios y las llamadas “clases bajas”.¹²

El ensueño de la modernidad también trajo algunos cuestionamientos que llevaron a ciertos sectores sociales, por cierto los más seducidos por el proyecto de modernización, a preguntarse cuáles serían los factores nacionales que podrían impedir que se consiguiera el anhelado progreso, y por lo tanto, el ingreso de México al mundo contemporáneo. Apoyados en una ilusión de conocimiento científico, muy en boga, estos sectores se dieron a la tarea de observar, describir y analizar las conductas de lo que se identificaba como populacho, plebe o pueblo bajo. Justo es decir que las clases dirigentes atribuían el posible atraso civilizatorio del país a estos sectores mayoritarios que padecían, lo que las primeras llamaban una serie de patologías sociales intrínsecas, a las cuales era necesario combatir para poder impulsar la modernización.¹³

El afán de clasificar y diferenciar a los dos principales sectores de la sociedad mexicana: los decentes y los ordinarios, o si se quiere, los ricos y los pobres; la gente de bien y los malhechores, era una necesidad que imponía el proceso de modernización con el fin de justificar la aplicación sesgada de la ley republicana, que a la letra establecía un principio de igualdad jurídica entre todos los mexicanos. Si bien la ley planteaba esta igualdad, al identificar que las “clases bajas” eran víctimas de una o varias patologías sociales, claramente se justificaba un correctivo determinado no por la igualdad, sino por la gravedad del padecimiento.

De esta manera, la imposición selectiva de los principios legales quedaba a salvo, siempre y cuando se apoyara en la puntual diferenciación de los dos sectores sociales en los que se pretendía dividir al mundo del porfiriato. Así, la ciencia, la ley y el arte de quienes protegían la modernización del país encontraban una vía por demás acreditada para imponerse en el resto de la sociedad mexicana. La cultura de los llamados “decentes e industriosos” tenía todo el derecho de sojuzgar a aquellos mexicanos que eran considerados de entrada como “viciosos, degenerados, criminales e imbéciles”.¹⁴

¹² .Ibíd.

¹³ Pérez Montfort, R.2007. Expresiones Populares y estereotipos culturales en México Siglo XIX y XX: diez ensayos. México, D. F. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. Pag 60-65.

¹⁴ Ibíd.

La limpieza estaba asociada a la necesidad de higienizar a la sociedad mexicana, que según estos estratos directivos, era una de las primeras tareas que se debían emprender para seguir el espíritu contemporáneo. La higiene se debía imponer hasta incorporarse plenamente a la cultura nacional, ya que a través de sus prácticas modernas muchas de las patologías sociales podían curarse o por lo menos paliarse. Algunos científicos, tanto de las áreas biológicas como de las sociales, adoptaron lo que podría llamarse una noción organicista, en la que se veía a la sociedad como una especie de cuerpo natural y moral al que se le podían aplicar medidas semejantes a las que se le aplicaban al cuerpo humano con el fin de sanar o remediar sus enfermedades.

Así, como si se tratara de un médico auscultando a un paciente enfermo, el derecho de los sectores pudientes a entrometerse en múltiples aspectos de la vida privada, de las tradiciones y en general de la cultura de las clases populares se explicaba también a través de este afán por identificar las patologías sociales con el fin de enmendar anomalías, controlar desviaciones y encauzar el desarrollo hacia la higiénica modernidad.¹⁵

Al iniciarse en un movimiento cultural, éste no solo se compone de una fuerza que le da impulso, sino que además se conforma con los elementos que también pretenden frenarlo o, en ocasiones se logra. Bajo esta idea general podría hablarse del tipo de trayectoria sufrida por la cultura durante el Porfiriato, que fue, las mas de las veces, oscilante e incluso desconcertante.¹⁶

1.1.3 La Política Educativa en el Porfiriato

La educación junto con la política exterior, se marcan como las secciones más beneficiadas del Estado mexicano durante el Porfiriato.

La educación en tanto que se presenta como activador y conservador de los valores sociales, permitió la madurez suficiente de planes institucionales que, a lo largo de las administraciones del general Díaz, esquematizarían escuelas de orientaciones tan diversas

¹⁵ *Ibidem.*

¹⁶ Alarcón Olguín V. 2002, *Política, Educación y Cultura Porfirianas: Un Falso Intento de Modernidad*, México, D. F. Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial año/vol. 2, Num. 002, UAM- Izt. Pp 257 – 278.

como la Escuela Nacional Preparatoria, la Escuela Nacional de Maestros y, finalmente el surgimiento en 1910 de la Universidad Nacional.¹⁷

Alarcón (2002) escribe que el Porfiriato permitió el desarrollo de distintos modelos de educación como la formal y técnica dirigida a diferentes tipos de población. De esta manera, pese a lo restringido de su operación y motivado por su centralización en la Ciudad de México, la educación de carácter laico, de valores nacionalistas y con alcance social se introduciría de manera lenta en las provincias ayuda de regreso de muchos de sus beneficiarios a sus lugares de origen, con lo que sería sembrado la semilla que fertilizó al pensamiento opositor precursor de la Revolución Mexicana.

Las posturas que valdría la pena retomar sobresalen las propuestas hechas por pedagogos como Enrique Rébsamen, Carlos Carrillo, Gabino Barreda, Agustín Aragón, Abraham Castellanos o Lazaro Pavia, por citar algunos ejemplos de los diversos enfoques manejados y adoptados por los ministros responsables de la política educativa bajo el régimen del Gral. Díaz como lo fueron sucesivamente: Ignacio Ramírez, Protasio Pérez de Tagle, Ezequiel Montes, Joaquín Baranda, Justino Fernández y Justo Sierra.¹⁸

La prolongada gestión de Joaquín Baranda (1882-1901) al frente de la política educativa se desarrolló sin muchas modificaciones de fondo, y de hecho no hubo un evento crucial en este ramo hasta la decisión de concretar la autonomía ministerial de la política educativa del área de justicia. Cabe mencionar que este inconveniente más que ayudo en grado importante al retraso en la difusión educativa, y es que el sector de la enseñanza y la cultura permanecieron asociados a la Secretaría de Justicia, cuya función, más bien de índole político y de control social, evidentemente las confinaban a un segundo término, esta situación de aislamiento y marginación no se transforma sustancialmente con la llegada de la nueva Secretaría de Instrucción Pública en 1905.¹⁹

Este acontecimiento consuma la caída de Baranda, uno de los más fuertes “aspirantes” para sustituir al dictador Díaz dentro del grupo científico, su caída ya se había visto precedida con su renuncia directa al ministerio en 1901, producto de su oposición a la candidatura presidencial de José Ives Limantour, pese a todo, una radicalización política

¹⁷ *Ibidem.*

¹⁸ *Ibidem.*

¹⁹ *Ibidem.*

significativa a favor de la vertiente más pura del grupo de los “científicos”, que tenían en Justo Sierra a su exponente máximo y cuya principal consigna era la de institucionalizar y garantizar el traslado hacia los hombres civiles el control de las instituciones de gobierno. Sierra se soslayó concretamente por la formación de un partido que pudiera estar en condiciones de luchar democráticamente con una oposición moderada.

La instauración de un Consejo Superior de Educación, con fecha de 30 de agosto de 1902, involucro el arranque más sensato iniciado por el gobierno de Díaz para querer sosegar las voces distantes, procurado que a través del mismo, se formaban los diversos niveles de educación del país.

Sin embargo el debilitamiento hecho por los largos periodos en el poder del General, las prácticas educativas y culturales continuaron con su camino respaldándose fundamentalmente sobre las líneas introducidas desde la gestión de Benito Juárez, dirigidas a promover en la enseñanza un carácter público, gratuito e igualitario en su acceso e impartición (Alarcón 2002: 259).

Una medida necesaria que se consolidó dentro del Porfiriato fue la ampliación de la cobertura nacional de la educación primaria obtenida inicialmente por Baranda, y seguida por Fernández y Sierra, misma que se configuró con la instalación de escuelas rurales y colonias infantiles situadas en los centros industriales que proponían de nueva cuenta, tratar de conducir un concepto de educación integral tendiente a fortalecer los deberes cívicos junto a la capacitación tecnológica de la mano de obra futura a ser incorporada en los procesos de trabajo en las haciendas, minas y en la industria de manufacturas.

En la representación del programa liberal triunfante, la ciencia y la técnica debían fortalecerse como los verdaderos ejes de la unión nacional; puntos centrales en los que, pese a todo, coincidían la mayoría de los liberales.

Si bien había una aprobación con respecto a una división absoluta entre la religión y la educación, para muchos esta disposición constituía una verdadera regresión ideológica y cultural que evitaba las posibilidades reales de superación desde el núcleo del propio proyecto estatal, dado su rechazo a la lucha de clases y la ruptura con los valores políticos tradicionales.

Esta posición liberal social de corte radical, diverge de base con la interpretación más moderada de quienes predecían posible, en el largo plazo, la democracia y lealtad a la

nación mediante una concientización masiva, resultado de la estabilidad política y económica, el orden militarista y la conciliación de clases.

De esta manera, muchos de los principios del proyecto liberal terminarían por verse desplazados. Dicha idea, de corte conservador y católico, fue claramente eliminada por el pensamiento evolucionista y utilitarista, en tanto apelaban a la superación “natural” del mexicano mediante la asimilación e integración racial con europeos, a quienes debían copiarse todos los hábitos de trabajo y patrones de cultura.²⁰

Alarcón (2002) continúa escribiendo, que a pesar de estos avances conceptuales las pautas de acceso a educación y cultura nunca se abrieron de lleno hacia demandas de corte democrático e igualitarista. El triunfo parcial del liberalismo caminó a la par del ultramontanismo católico, produciendo así una débil división entre lo referido a la política y lo que concernía a lo de carácter religioso, pero sería Justo Sierra quien terminaría por reestructurar en forma más contundente las fronteras entre clero y Estado de materia educativa, con la expedición de la ley del 15 de agosto de 1908, y que gracias a él la disputa del positivismo como la ideología oficial de los programas de estudio resume el interés de partidarios e impugnadores.

Otro bloque de oposición intelectual con referencia a los magros resultados del proyecto educativo porfirista lo sintetizaban los noveles del Ateneo de la Juventud con destacado papel de José Vasconcelos y Antoni Caso. Y es Vasconcelos como educador finaliza su injerencia de septiembre de 1910 con un dictamen disertado y conciso sobre el fracaso del modelo educativo cultural porfirista: “*Nuestra generación tiene derecho a afirmar que debe a sí misma casi todo su adelanto*” (Vasconcelos 1984: 102).

Con todo esto, para Justo Sierra se daba la oportunidad de permitir el resurgimiento de las viejas aspiraciones de una educación capaz de alentar un culto a la historia y los valores humanísticos, integrados, por otra parte, a las características de nacionalidad y respeto a las instituciones políticas, al margen de un panorama pesimista intercalado por el “necesariato” de Díaz, quien para esas fechas proseguía con la idea de transnacionalizar la economía y mantener anuladas las libertades públicas. Sin embargo, Sierra menciona ingenuamente que:

²⁰ Ibídem

...” esta es una obra de preservación y defensa nacional, y ello está perfectamente en vuestra conciencia, está en la nuestra también; vosotros sabéis que por desgracia nada en la naturaleza, nada en nuestro modo de ser económico nos defiende bastante; que la naturaleza abre nuestro territorio a la invasión como una rampa inmensa; que nuestro modo ser económico necesita la aclimatación constante de capitales e intereses extranjeros, pero vosotros sabéis que formando al mexicano moral, física e intelectualmente completo, consagrado a su patria, con el amor al sacrificio en el fondo del alma, habréis formado la mejor defensa de país, habréis realizado lo mejor de sus garantías de victoria” (Sierra, 1985: 46).

Esta deliberación procedente del más prominente teórico del positivismo mexicano resume la contradicción que involucra un reajuste a todas luces confusa y débil para suscitar la cimentación de una conciencia nacionalista, de una práctica política democrática y, en específico, de un compromiso político que abarca el fortalecimiento y defensa del patrimonio cultural, y que pudiera afrontar las proposiciones orientadas a arrasar el pasado histórico y la propia ciudadanía sometida a un paternalismo dictatorial que había sido enaltecido a mente y dogmatismo.

Por ello no se puede dejar de lado que en proximidades del movimiento revolucionario la reapertura de Universidad Nacional en 1910 no solo significaba una tardía y rezagada demostración de los bríos por abrir al país hacia la generación de una clase política que hiciera realidad un gobierno de leyes y que pudiera ir más allá de una dictadura presidencial con un líder legal por aprobación. De pasar de un sistema con obligaciones de autocensura a un gobierno de plenas libertades y derechos. Como lo plantaría el propio Sierra en su discurso del 22 de septiembre de ese año ante el General, durante dicho acto inaugural, el proyecto universitario nada tenía que ver con su pasado colonial de corte metafísico-religioso, sino que ésta era la obra final de la ciencia, que tendería como consigna de enseñanza buscar los caminos de la democracia y la libertad (Sierra, 1987).

1.1.4 El Arte en México consolidado en el Porfiriato

La Academia de San Carlos se fundó en México en el año de 1785, trayendo en un principio su profesorado de Europa y específicamente de España, haciendo trabajos en conjunto y muy ligados entre sí. Impartiendo un arte que intentaba redimir las formas antiguas del estilo grecolatino, retomadas en el arte Neoclásico, que se difundió enormemente y prevaleció en México hasta la Independencia de 1810, etapa que selló su culminación. Este arte insistía la reacción contra el estilo Ultrabarroco de los últimos años de la colonia y simbolizó para México su llegada al modernismo. Así, frente a la complejidad del

barroco, su línea curva, fantasía exaltada, pasión y movimiento, el Neoclásico mostró la calma, el equilibrio, la entereza de la razón y la simpleza de las líneas rectas.²¹

El Neoclásico en México se utilizó por las clases sociales altas y cultas como medio de expresión, estando como última aseveración de las fuerzas absolutas, del fin del colonialismo; reconocer el arte Neoclásico era aceptar lo moderno, incluirse en un presente en el que aún se anhelaba ligarse a Europa.

Mientras que la arquitectura fue el verdadero reflejo de la situación concreta de la sociedad de la que surgía, dentro de las artes, la pintura, escultura y grabado se buscó la forma de cambiar el perfil de la sociedad a la que se dirigían.²²

1.1.4.1 Arquitectura

La arquitectura neoclásica expuso de forma indiscutible y evidente la conciencia del período histórico-cultural en la edificación de iglesias, palacios y edificios de arquitectos tanto españoles como criollos.

El más notable arquitecto fue el español Manuel Tolsá, experto de la Academia entre cuyas obras se halla el Palacio o Colegio de Minería, edificio de tres pisos en cuya fachada varían los órdenes dórico y corintio y cuya entidad que contiene el patio, escalera, capilla y salón de actos es de una imponente monumentalidad. Tolsá entre otras actividades también se dedicó a la pintura y la escultura siendo uno de sus principales legados en escultura la estatua ecuestre de Carlos IV, indiscutible tesoro neoclásico.²³

Entre los arquitectos criollos destacados se pueden citar a Francisco Eduardo Tresguerras, quien no solamente fue arquitecto sino al igual que Tolsá, fue pintor, grabador escultor y también músico, quien atacó impetuosamente al tradicionalismo y sus manifestaciones ultrabarrocas, reprochando además sarcásticamente a los gobernantes del México independiente que no cumplían con el compromiso de liberación y progreso nacional. Gracias a su prolífica obra, el Neoclásico se extendió por toda la región del Bajío.²⁴

²¹ Sigal S. / Alazraki Pfeffer R./ Marcovich Gitlin E./ Espelstein Rapapor R. 1998. *Historia de la Cultura y el Arte*. Edo. de Méx. México. Editorial Alhambra Mexicana, S. A. de C. V. pp. 215 – 221.

²² *Ibidem*.

²³ *Ibidem*.

²⁴ *Ibidem*.

Cimentada en el Romanticismo, la arquitectura tuvo un gran progreso a fines del siglo XIX: ruptura y crítica del arte que le antecedió y se acercó a la exploración de una nueva identidad. Este nuevo estilo juntó y adecuó en sus formas todos los estilos arquitectónicos, desde el neogótico hasta el Art Nouveau; apartamiento que fue el fundamento y el sentido verdadero de esta época que culminó con la Revolución Mexicana de 1910.²⁵

1.1.4.2 Pintura

No fue sino hasta mediados del siglo XIX que da inició el arte propiamente mexicano de pensamientos académicos y románticos que sobresaldría hasta el siglo XX. Los expertos europeos fundaron una escuela basada en el Clasicismo, estilo que gustaba mucho a la nación que emprendía su desarrollo.

Una de las formas de expresión pictórica más distintivas y substancial de este período fue el paisaje, que encontró a su mejor intérprete en José María Velasco, quien le estampó un carácter netamente mexicano. En su obra, manifestó la extensa belleza del Valle de México que fue desarrollando cada vez más con mayor perfección. Sus paisajes son un verdadero ensimismamiento y se presentan como una visión poética en la que la profundidad y lejanía son casi inalcanzables, inabarcables. Aquí introduce con sutileza temas históricos que abarcan el pasado indígena, la historia colonial y el progreso moderno; síntesis con la que llega a convertirse en el artista representativo de la modernización mexicana, tomando como punto de referencia para su obra la coincidencia de todos los factores que en ese momento constituían la cultura nacional.²⁶

Fuera de la Academia aparece la llamada pintura independiente o popular, naciendo aquí el artista más ligado a representar la parvedad inmediata popular que a practicar doctrinas estéticas. Al ser obras del gusto popular, los contenidos fueron el retrato y el bodegón, principalmente, que decoraban las residencias de la clase adinerada.

A fines del siglo XIX apareció el gusto por lo propio y auténtico de la vida mexicana, sin hacer uso de temas emanados del extranjero, este cambio manifestó esencialmente a la nueva conciencia que se empezaba a crear sobre el concepto de un arte incomparable al habitual y pasando así en este momento del ideal clásico de belleza, a representar formas

²⁵ Ibidem.

²⁶ Ibidem.

que antes se habían considerado extravagantes y que eran las formas ciertamente mexicanas.

El nuevo arte pictórico, de esencia romántica, lo representan artistas como Julio Ruelas, Saturnino Herrán, Joaquín Clausell y el Dr. Atl (Gerardo Murillo), quien innovó la pintura mexicana no sólo en cuanto a la técnica sino también en su expresión.²⁷

1.1.4.3 Escultura

En el siglo XIX no se mostraron significativos beneficios en la escultura, aun con los bríos de la Academia. El Neoclásico contribuyó simplemente esculturas de Apolo, Venus y gladiadores, reproduciendo el arte grecorromano.

Manuel Vilar, escultor español, fundó la Escuela Clásica en la que promovió a exponer, a través de sus imágenes, un claro interés por las representaciones de héroes indígenas. Uno de sus estudiantes, Miguel Noreña, fue el creador de la distinguida estatua de Cuauhtémoc.²⁸

A fines del siglo XIX, empezaron a encomendarse trabajos a talleres europeos, debido a esto México se vio invadido por una corriente de afrancesamiento a la que se sumaron gran número de escultores, entre ellos Jesús F. Contreras.²⁹

1.1.4.4 Grabado

José Guadalupe Posada fue la imagen que abre terminantemente un nuevo período en el grabado mexicano. Alejado de todo academicismo natural, plasmó la realidad de la vida mexicana con un arte expresivo, original y moderno penetrado de gran sentido del humor y capacidad crítica. Su obra cautivó y atrajo infinitamente a las masas populares. Personificó sucesos de la vida cotidiana, registró hechos históricos, imágenes religiosas, acontecimientos extraños, temas de crítica social en los que aparecen las diferencias entre la alta sociedad y el pueblo; la muerte, su tema característico por medio de las calaveras:

²⁷ *Ibidem.*

²⁸ *Ibidem.*

²⁹ *Ibidem.*

imágenes ultraterrenas con las que creó un mundo fantástico, y que le sirvieron de pretexto para su incisiva crítica social y política.³⁰

1.2 La Imprenta

“Imprenta, nombre utilizado para designar diferentes procesos para reproducir palabras, imágenes o dibujos sobre papel, tejido, metal y otros materiales. Estos procesos, que a veces reciben el nombre de artes gráficas, consisten en esencia en obtener muchas reproducciones idénticas de un original por medios mecánicos, por lo que el libro impreso ha sido bautizado como el primer producto en serie.

La historia de la imprenta, que por su propia naturaleza es la mejor documentada de todas las historias, es prácticamente idéntica a la de la impresión en relieve, o impresión tipográfica (impresión desde una superficie elevada). Históricamente, la mayor parte de la obra impresa se ha producido con este método totalmente mecánico. Sin embargo, las técnicas de impresión modernas cada vez se basan más en los procesos de tipo fotomecánico y químico”.³¹

1.2.1 La imprenta durante el siglo XIX

Durante el siglo XIX, las mejoras incluyeron el progreso de la prensa accionada por vapor; la prensa de cilindro, que maneja un rodillo giratorio para oprimir el papel contra una superficie plana; la rotativa, en la que tanto el papel como la plancha curva de impresión van montados sobre rodillos y la prensa de doble impresión, que imprime simultáneamente por ambas caras del papel. Los periódicos diarios de gran tirada exigen utilizar varias de estas prensas tirando al mismo tiempo el mismo producto. En 1863 el inventor norteamericano William A. Bullock registro la patente de la primera prensa de periódicos alimentada por bobina, capaz de imprimir los periódicos en rollos en vez de hojas sueltas. En 1871 el impresor Richard March Hoe perfeccionó la prensa de papel continuo; su equipo producía 18.000 periódicos a la hora.³²

Hasta el siglo XIX se habían ido creando algunas tipografías de gran belleza y se había perfeccionado el oficio de la imprenta. Hacia 1800, sin embargo, los avances en el

³⁰ *Ibidem.*

³¹ *Imprenta. 2008 Microsoft® Student [DVD].* Microsoft Corporation.

³² Meggs Philip B. 2000 *Historia del Diseño Gráfico*, México, Mc Graw-Hill. Pág. 133.

mundo de la impresión vieron la necesidad en aumentar la velocidad. El inventor británico Charles Stanhope, tercer conde de Stanhope, introdujo la primera prensa de imprimir manufacturada totalmente de acero.

En 1803, los hermanos Henry y Sealy Fourdrinier instalaron en Londres su primera máquina de fabricar papel; producía una bobina de papel continuo capaz de hacer frente a una demanda en constante crecimiento. Más tarde, en 1814, Friedrich König inventó la prensa accionada por vapor, revolucionando toda la industria de la impresión.

Las grandes ediciones que se publicaban aumentaron aún más en 1829 al aparecer los estereotipos, que permiten fabricar duplicados de planchas de impresión ya compuestas. En 1886 los equipos de composición se perfeccionaron, permitiendo reducir drásticamente el tiempo necesario para componer un libro en comparación con las labores manuales. Por último, la fotografía ha venido a contribuir al desarrollo de los modernos procesos de fotomecánica.

El invento de las componedoras a principios del siglo XIX acabó con uno de los mayores cuellos de botella en la industria de la impresión, con lo que la composición manual quedó superada.

Las primeras componedoras estaban hechas para componer caracteres de metal fundido que se guardaban en cajetines o chibaletes. El invento de las componedoras se atribuye al doctor William Church, en el año 1822, un estadounidense que pasó la mayor parte de su vida en Inglaterra. A pesar de que su máquina era ingeniosa y pionera nunca llegó a tener éxito comercial. Los inventores continuaron trabajando en el desarrollo de máquinas de composición que lograran distribuir caracteres de metales fundidos prefabricados, pero la verdadera revolución llegó cuando se descubrió que los mejores sistemas se basaban en la llamada tecnología de composición en caliente, que permitía componer nuevos caracteres a partir de matrices ya compuestas. En 1884, Ottmar Mergenthaler construyó una máquina de composición en caliente que al poco tiempo evolucionó hacia la linotipia y que tuvo un gran éxito.³³

En 1886, la primera linotipia —así llamada porque componía líneas enteras de caracteres al mismo tiempo— fue instalada en el New York Tribune, iniciando su largo

³³ Meggs Philip B. 2000 *Historia del Diseño Gráfico*, México, Mc Graw-Hill. Pág. 134.

reinado en la edición de periódicos en todo el mundo. Las matrices de cada carácter se almacenaban dentro de cajetines y se distribuían en el orden apropiado a un ensamblador por el operador del teclado, enviándose luego con los espacios adecuados a una componedora. Una vez compuesta la línea de tipos las matrices se devolvían a sus respectivos cajetines.³⁴

A lo largo del siglo XIX, toda una serie de innovaciones tecnológicas vinieron a transformar la industria de la imprenta. Aunque los nuevos procesos de impresión y las operaciones de composición quedaron mecanizados merced al desarrollo de los equipos de composición, la relación básica entre diseño y composición permaneció inalterada. La invención de la linotipia y de la monotipia a finales del siglo XIX y su perfeccionamiento a lo largo de los siguientes cincuenta años constituyen los logros más notables en la tecnología de composición.³⁵

La primera linotipia se empezó a utilizar el 3 de julio de 1886 en la impresión del *New York Tribune*, gracias al diseño y desarrollo que inició algunos años antes el inventor alemán Ottmar Mergenthaler. La monotipia fue inventada por el estadounidense Tolbert Lanston en 1899. En ambos sistemas los tipos se colocaban desde teclados. Las fases siguientes de la composición continuaron siendo las mismas.³⁶

Cuando el proceso de composición evolucionó de manual en mecanizado, nace la necesidad de utilizar unidades relativas tanto para los tipos como para los espaciados.

El crecimiento de los periódicos se vio favorecido también por otros avances tecnológicos. La aparición de la primera linotipia a mediados de 1880 aceleró la composición al permitir fundir automáticamente los tipos en líneas. Se fueron perfeccionando las rotativas y las tiradas de los periódicos en las grandes ciudades alcanzaron las cotas de cientos de miles de ejemplares.³⁷

³⁴ Ibidem. Pág. 133.

³⁵ Ibidem. Pág. 133..

³⁶ Ibidem. Pág. 133.

³⁷ Ibidem. Pág. 134.

1.3 El periodismo

1.3.1 Inicios del periodismo en México

Las bases del periodismo en nuestro país se remontan a la época colonial, en el siglo XVI, cuando circularon por las calles de la capital de la Nueva España los famosos pregoneros, que a pulmón abierto gritaban en plazas públicas o sitios de gran concurrencia como los mercados, las noticias de actualidad. Obviamente que esta labor era realizada bajo la supervisión de las autoridades coloniales, que a través del cabildo otorgaban permiso expreso a estos ingeniosos hombres.³⁸

La llegada de la imprenta a México ocurre en 1539, cuando a instancias del arzobispo Fray Juan de Zumárraga llega a radicar en la capital de la Nueva España el impresor italiano Juan Pablos. De manera paulatina se fueron instalando más talleres de impresión con lo que inicia la circulación de hojas volantes. La primera de ellas que se impreso en nuestro país es el Mercurio Volante, editado en 1693 por el intelectual Carlos de Sigüenza y Góngora, con noticias de carácter histórico y científico.³⁹

Una de las hojas volantes más antiguas que se conocen y que ha servido como fuente de datos para varios historiadores es la Relación del terremoto de Guatemala, evento que ocurrió en noviembre de 1541, aunque el volante circuló en México hasta 1542.

En enero de 1722, el clérigo católico y doctor Juan Ignacio de Castorena y Ursúa funda la Gaceta de México y noticias de Nueva España, considerado como el primer periódico de México, donde publica informaciones religiosas, oficiales, comerciales, sociales, mineras y marítimas. Este órgano mensual duró de enero a junio de ese año.

Desde entonces, los periódicos y las hojas volantes en México y en el resto de Hispanoamérica tuvieron una utilización práctica. Calvimontes J. (1991) establece que en una gaceta de la época colonial (1760) era posible encontrar una columna de acontecimientos o la historia de la época, un ensayo de origen local o importado sobre cualquier tema, desde astronomía hasta el cultivo de las zanahorias. En las colonias el periódico se popularizó porque se adaptaba perfectamente a los requerimientos de hombres

³⁸ Calvimontes J. 1991. *El Periódico*. México, Trillas. Pág. 22.

³⁹ Calvimontes J. 1991. *El Periódico*. México, Trillas. Pág. 23.

ocupados que tenían gran necesidad de información práctica sobre todos los temas en palabras sencillas.⁴⁰

1.3.2 Periódicos en México a partir de la Independencia

Posterior a la etapa del periodismo colonial en México, la escritora Secanella (1983), ubica el inicio del periodismo político en México con la aparición de *El Despertador Americano*, fundado por el cura Miguel Hidalgo en Guadalajara el 20 de diciembre de 1810 bajo la dirección de Francisco Severo Maldonado. Pero este no fue el primer periódico de la provincia; tres años antes apareció en el puerto de Veracruz *El Jornal Económico Mercantil de Veracruz*, con información de acuerdo a las actividades del transporte y almacenamiento de mercancías de ultramar en esa ciudad.

En 1817, Francisco Xavier Mina, liberal español que organizó una marcha para apoyar la lucha de los patriotas mexicanos por su independencia, llevó a México la primera imprenta de acero, en la que imprimió sus periódicos y proclamas. Se considera la primera imprenta que hubo en el estado de Texas, entonces territorio de Nueva España. En la actualidad se encuentra en el Museo del Estado.⁴¹

Aunque la elaboración de periódicos no fue considerada en esa época como una actividad que significara abundantes ingresos económicos, la práctica del periodismo fue eficiente para la difusión de corrientes de pensamiento entre grupos selectos de lectores que crecieron en número, conforme se fueron abatiendo los índices de analfabetismo en todo el país.

A partir de *El Despertador Americano* de Hidalgo, fue muy notorio que los periódicos que se editaron sirvieron como bandera de lucha ideológica de grupos precursores de las transformaciones sociales que buscaban en un México independiente. También con esa necesidad de divulgación ideológica, se propició la proliferación de los talleres de impresión en distintas ciudades.

Hubo ejemplos muy admirables de hombres cabales que utilizaron como tribuna de lucha política los periódicos como José Joaquín Fernández de Lizardi en *El Pensador*

⁴⁰ Ibídem. Pág. 24.

⁴¹ Secanella, P. M. 1983. *El Periodismo Político En México*, Barcelona: Mitre.

Americano de 1812, donde se pronunció abiertamente por la abolición de la esclavitud. A la par del *Pensador Americano* de Lizardi, fueron surgiendo otras publicaciones insurgentes como *El Sud* de José María Morelos, *El Correo Americano del Sur* a cargo de José Manuel Herrera, *El Aristarco Universal* de Lorenzo de Zavala y *El Ilustrador Nacional* del doctor José María Cos, entre otros medios que diseminaron por gran parte del territorio mexicano el espíritu independentista.⁴²

Con la Constitución de 1824 se instauró el régimen de libertad de prensa y con ello se amplió el marco jurídico para el desarrollo de la actividad periodística en todo el país, que creció en proporciones geométricas.

Fueron los periódicos *El Ateneo Mexicano* y *Siglo XIX* (1840) y *El Monitor Republicano* (1844) el conducto para difundir las ideas liberales de Francisco Zarco, Guillermo Prieto y Andrés Quintana Roo, que tuvieron efecto en la comunidad pese al analfabetismo y aislamiento de los centros poblacionales en todo el país. A partir de un periódico, la noticia era transmitida oralmente.

La prensa también jugó un papel relevante durante la invasión francesa (1862-1867). La respuesta del gobierno imperial a los periodistas opositores fue drástica y violenta en muchas ocasiones. Dentro del bando republicano identificados con la causa juarista, participaron Francisco Zarco con *La Independencia Mexicana*, Guillermo Prieto en Monterrey con *El Cura de Tamajón* y *El Monarca* en San Luis Potosí, e Ignacio Ramírez que publicó *La Opinión* en Sinaloa y *La Insurrección* en Sonora.

Los periodistas liberales, además de tener que ocultarse y verse obligados a emigrar constantemente al ser perseguidos por el imperio, fueron combatidos por varios personajes afines al gobierno monárquico de Maximiliano en las publicaciones *El Boletín de Orizaba*, *El Verdadero Eco de Europa*, *La Opinión*, *La Reacción* y *El Veracruzano*, además de *La Prensa* y *El Pájaro Verde*, estos dos últimos se editaron en la capital. En esta época el ataque, el insulto y la descalificación por uno y otro bando, fueron la columna vertebral del contenido periodístico.⁴³

⁴² Ibidem.

⁴³ Ibidem.

Durante el período presidencial de Benito Juárez (1858-1872) mejoraron bastante las condiciones de libertad de expresión ya especificadas en la Constitución Política. Incluso algunos autores coinciden en que se llegó a abusar de esta prerrogativa, por lo que proliferaron publicaciones que en lugar de informar con veracidad, se centraron en la confrontación de puntos de vista entre liberales y conservadores en un lenguaje muy arrebatado.

Sin perjuicio de los aportes de la imprenta a la emancipación nacional y a la cultura cívica en el siglo XIX, una línea importante para la elaboración de una historia social y cultural de los medios en México tendría que centrarse en las prácticas de *news management*, entendidas como aquellas que emplean alguna forma de doblez, en busca de que lo publicado responda a lo que el interesado desea que se publique.

Estas prácticas han sido sostenidas sistemáticamente por la prensa mexicana y sus patrocinadores, mucho antes de que se acuñara el concepto. Primero, una prensa en gran medida al servicio de los bandos, los caudillos y, en el mejor de los casos, los programas en pugna a lo largo del siglo pasado. Más tarde, surge un modelo predominante de persecución y supresión de la prensa opositora, y de subvención y subordinación a la prensa adicta al gobierno en la dictadura de Porfirio Díaz, que cubre las dos últimas décadas del siglo XIX y la primera del siglo XX.⁴⁴

1.3.3 El periodismo durante el porfiriato

Al asumir la presidencia en 1876, el general Porfirio Díaz se encontró con un periodismo muy combativo. Por tal motivo decidió dar un nuevo cariz a la política de prensa a partir de su segundo período de gobierno (1884) a través de la subvención, o sea, entregar cantidades fijas de dinero (subsidio mensual o quincenal) a los periódicos y evitar así en lo posible las críticas.

Cabe acentuar que ésta práctica iniciada años antes por Benito Juárez y Sebastián Lerdo de Tejada, tomó grandes dimensiones con Porfirio Díaz. Al inicio, para el militar oaxaqueño fue más viable entregar dinero a los periódicos que hacer un alboroto clausurándolos o enviando a la cárcel a sus redactores. Pero cuando el porfiriato se encontraba en su clímax, se dejaron escuchar voces inconformes con el reeleccionismo por

⁴⁴ *Ibidem.*

lo que el régimen persiguió, encarceló y hasta desterró a redactores e ilustradores de periódicos opositores, sobre todo a partir de 1890.

Las fuertes condiciones de explotación que se dieron entre la clase obrera y campesina, fue un flanco abierto para la difusión de ideas socialistas procedentes de Europa. Entonces aparecieron algunos medios que abrieron brecha en el campo de la lucha social entre los que destacó *El Socialista* en julio de 1871, a cargo de Juan Mata Rivera. Este periódico se convirtió en el órgano oficial del Gran Círculo de Obreros de México y en sus páginas se publicó en 1884 el Manifiesto Comunista de Carlos Marx y Federico Engels.⁴⁵

Creado por sus colaboradores como estructurador ideológico, político y orgánico de una corriente revolucionaria de masas, como la forma fundamental de propaganda, agitación y organización colectiva, *Regeneración* fundado por los hermanos Jesús y Ricardo Flores Magón en agosto de 1900, fue difusor de una ideología extremadamente radical, que no sólo tuvo problemas con el régimen porfirista, sino también con gobiernos revolucionarios posteriores como los de Francisco I. Madero y Venustiano Carranza, que siempre desconfiaron de las ideas anarquistas de estos hermanos. Este cotidiano perduró hasta marzo de 1918.

También destacaron durante esta larga etapa de censura dentro del periodismo crítico en 1885, *El Hijo del Ahuizote* (pasquín de autores anónimos heredero de *El Ahuizote* fundado diez años antes por Vicente Riva Palacio), Filomeno Mata (1881) con el Diario de *El Hogar*, Félix F. Palavicini que fundó en 1909 *El anti reeleccionista* donde colaboró José Vasconcelos y el caricaturista José Guadalupe Posada, quien ilustró en distintos diarios de la capital y provincia su punto de vista humorístico de la situación que privaba en las clases desprotegidas de la población, a través de sus famosos grabados. La avalancha del periodismo anti reeleccionista, fue fortalecida en 1909 por Francisco I. Madero con *El Demócrata Coahuilense* y Aquiles Serdán que publicó en Puebla *La No Reelección*.⁴⁶

⁴⁵ De la Torre Villar E. 2009. *Breve historia del libro en México*, México, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial de la UNAM. Pag. 106.

⁴⁶ *Ibidem* pág. 107.

1.3.4 La modernización del periodismo en México

México asistía no sólo al nacimiento del periodismo industrial, sino también al incubamiento del modelo de subordinación de la prensa.

A Porfirio Díaz se atribuye el apoyo para la apertura de *El Imparcial* que fue entonces el periódico más moderno de México. Fundado el 12 de septiembre de 1896 por Rafael Reyes Spíndola, *El Imparcial* tomó el modelo clásico de los periódicos estadounidenses con su definición de secciones, corresponsales en provincia y servicios noticiosos de la agencia *Associated Press* (AP), lo que le atrajo mayor número de lectores que lo hicieron su favorito ya que alcanzó tirajes de hasta 100 mil ejemplares. *El Imparcial* desplazó a los periódicos el Siglo XIX y *El Monitor Republicano* que hasta entonces, eran las publicaciones más consolidadas en el gusto del público.⁴⁷

El taller de *El Imparcial* contó con las primeras rotativas del país, así como los primeros linotipos, excelente infraestructura que le sirvió para publicar las revistas *El Mundo* y *El Mundo Ilustrado*.⁴⁸

Esta publicación frecuentemente incluyó fotografías en su primera plana, desapareció en 1914. Es el punto de partida al periodismo moderno y empresarial de México, por ser el primero que incorporó en su estructura una bien organizada planta de reporteros y equipo de producción donde además, el trabajo eficiente de un departamento de publicidad, transformó el concepto de comercialización de espacios conocido hasta entonces.

Después del cierre de *El Imparcial*, el primero de octubre de 1916 el constitucionalista Félix F. Palavicini funda *El Universal* y el 18 de marzo de 1917 Rafael Alducín hace lo propio con *Excélsior*, destacados periódicos capitalinos que subsisten en la actualidad.⁴⁹

Hubo periódicos partidistas, liberales o conservadores e incluso socialistas, laboristas y centrados en los negocios, como en Estados Unidos. Pero, a diferencia de ese país, en

⁴⁷ Hernández M. / Valtierra P. / Lara F. 1985, *El poder de la imagen y la imagen del poder, Fotografías de prensa del porfiriato a la época actual*, Estado de México (México) Universidad Autónoma de Chapingo. pp 13.

⁴⁸ *Ibíd.* Pág. 11.

⁴⁹ De la Torre Villar E. 2009. *Breve historia del libro en México*, México, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial de la UNAM. Pág. 109.

México decenas de publicaciones, de cortos tirajes y de claros compromisos con los bandos en pugna, nacían y morían en periodos muy cortos de acuerdo con las cambiantes, inestables condiciones políticas y militares impuestas en cada región y en el país por los triunfos o derrotas de sus causas o de sus caudillos. Además, desde el punto de vista social, con una población mayoritariamente iletrada y en condiciones de miseria, y con un reducido desarrollo de sus clases medias, el alcance y la influencia de los periódicos mexicanos de aquella época se reducía a una estrecha franja de lectores y sus ofertas se limitaban a un raquíptico mercado interno.⁵⁰

⁵⁰ Hernández M. / Valtierra P. / Lara F. 1985, *El poder de la imagen y la imagen del poder, Fotografías de prensa del porfiriato a la época actual*, Estado de México (México) Universidad Autónoma de Chapingo. pág.. 14.



CAPITULO 2

La fotografía



2. La fotografía

“Nada mejor que mostrar la realidad, nada más maravilloso y convincente, y también: nada más mágico. La fuerza carismática de la imagen tiene su origen, en gran medida, en este mito dinámico de capturar y dominar la realidad (si no directamente, por lo menos por mediación de su imagen, de su simulacro). Por su propia naturaleza, el acontecimiento desaparece; la imagen documento, en cambio, permanece”⁵¹.

En contraste con las imágenes hechas a mano como el dibujo y la pintura, la caricatura y el grabado, las imágenes fotográficas, darían un gran golpe en la sociedad. Atrapando un instante de las circunstancias, siendo autoridad indispensable para demostrar la realidad, instrumento fiel y no tocado por mano alguna, que ha entrado en un mundo visual y que ahora se ha posicionado en la reproducción a gran escala a nivel industrial. En busca de la veracidad, de un testigo evidente, de una digna fidelidad, son características que la fotografía manifestaría integrando un sueño de la realidad y la perfección de funcionar por sí sola.

Nacía así una técnica robot de la producción de imágenes, y con ella la garantía de verdad automática encarnando el sueño del dominio humano sobre el mundo la captura y retención de personas y hechos perecederos, y el dominio del Tiempo, la posesión del instante congelado y su disponibilidad material. Nacía el documento, el retrato, la instantánea, el álbum familiar de fotografías, y más tarde, la tarjeta postal y la revista ilustrada.

2.1 La fotografía específicamente en las artes gráficas

Fontcuberta y Costa (1988) nos dice que la imagen fotográfica como parte de la realidad se introdujo en las artes gráficas simultáneamente con una invención que ella misma había hecho viable: el fotograbado tramado, que haría posible la reproducción de las imágenes en medios tonos, las escalas de grises incluyendo el blanco y el negro, la sensación de luz y oscuridad, la percepción del volumen, con un efecto asombroso de la realidad que se contraponía vigorosamente con la inopia de su antecesor, el grabado a línea, elaborado con trazos a mano.

⁵¹ Fontcuberta J. / Costa J. 1988, *Foto / Diseño*, Barcelona (España) CEAC pag, 159.

Así, con la eventualidad de manifestar un acontecimiento de la realidad haciendo un original; capaz de ser éste multiplicado en un número indefinido de copias o de ejemplares impresos; para que pudiera llegar a la mano de los lectores, daría paso al nacimiento de la verdadera información gráfica. El prodigio de la telecomunicación se estaba produciendo. Un evento que sucedía en cualquier lugar posible del orbe, era atrapado en imagen por alguien con una cámara fotográfica, y tomaba forma innegable a la vista fascinante de todo el mundo gracias a las artes gráficas, tal y como había sucedido. Existía, en este enfrentamiento entre la imagen «producida a mano» y la imagen fotográfica, la seguridad, por primera vez, de que nadie se entrometía y, por lo tanto, se aseveraba con la garantía de que la imagen se producía:

a) en estado natural, sin imperfecciones intencionales por las manos del ilustrador o del artista;

b) íntegra, pues el suceso es breve y no puede ser registrado en su conjunto en todos sus detalles por el artista, ya que el suceso real está fuera del alcance de lo que puede ver, captar y memorizar y, por tanto, a la exhaustividad de la realización a mano;

c) indiscutible, sin el filtraje o la distorsión propias de la subjetividad o el sueño individual, y sin los defectos agrestes de la restricción al hacerlo a mano “como metáfora de la imperfección humana”.⁵²

Fontcuberta y Costa (1988) escriben sobre la capacidad, intrínseca en el proceso fotográfico, de percibir toda la información burda que es captable en un campo visual; esta exactitud y veracidad propia del medio fotográfico, serían los elementos imprescindibles de su fuerza de persuasión.

Efectivamente, la fuerza que da la imagen a nivel del conocimiento de la sociedad, se deben a la contribución de la fotografía como medio hiperbólico de la realidad y de la imprenta como medio de su propagación. Contra lo que defienden los tecnólogos de la comunicación, “la llamada civilización de la imagen no nacería con el cine y la televisión, sino con la capacidad de producir, reproducir, difundir y conservar imágenes, lo que es función originaria de la interacción de la fotografía y la imprenta gutenberguiana”⁵³.

⁵² Ibídem pág., 159.

⁵³ Ibídem pág., 160.

Fontcuberta y Costa (1988) se preguntan ¿La edición de libros y revistas, la publicidad, las publicaciones didácticas y los documentos, no podían estar exentos de este nuevo poder de la fotografía? Si, cada técnica de expresión es altamente especializada, es indiscutible que la fotografía tendría un lugar propio y irreprochablemente determinado entre los medios de representación visual.

Con su evolución en ascenso, la introducción del color, las habilidades técnicas y el aumento de la calidad de los métodos de reproducción y de impresión, la fotografía penetraría en el mundo iconográfico comprometida por mostrar la veracidad de las cosas, por su incansable manera de mostrar la realidad así como por su cualidad emotiva y por su sensualidad.

La alusión fotográfica se coloca en la cultura de la imagen y llega a obtener paralelamente el nivel de arte, de instrumento acreditado, y también el régimen de un producto de satisfacción gracias al marketing y a la publicidad a gran escala.

El conocimiento y la transformación se relacionan con el uso de la fotografía. Por una parte, el Arte evoluciona, redimida la imaginación del artista de la esclavitud reproductiva de lo real. Y por otra, la historia del arte, es la exposición de los acontecimientos pasados fotografiados. De otra forma, las imágenes fotografiadas propagadas por los medios masivos conforman un aparato de la comunicación a distancia, de su plétora y de su futilidad.

“El diseño gráfico al utilizar abundantemente la fotografía como ilustración, amplía su repertorio de recursos icónicos. Junto a la pureza del dibujo, a la abstracción de la ilustración gráfica, a la ironía de la caricatura y a la lógica del esquema, la ilustración fotográfica, en tanto que otra forma de lenguaje visual, representa la evidencia de lo existente y lo auténtico, más perfecto y más sugestivo que la realidad”.⁵⁴

2.1.1 La ilustración fotográfica

Fontcuberta y Costa (1988) nos hablan que las organizaciones del grafismo y la fotografía, del texto y la ilustración en el ejercicio de composición, muestran en inicio relaciones continuas de espacio. Dando como ejemplo los texto al pie de una fotografía, o

⁵⁴ Ibidem pág., 161.

una ilustración cualquiera, haciendo una alusión conforme a lo mostrado; o también las relaciones entre la cabeza y la frase publicitaria, una mancha tipográfica con sus imágenes ilustrativas respectivas sin dejar a tras sus referencias al pie de las mismas, todo ello en composición en subgrupos dentro de las áreas definidas, por medio de estructuras, pantallas de fondo, elementos de color, plecas, etc. La función de esta combinación de continuidad y sobre todo de la imagen y el texto es la de formar un mensaje y hacerlo más explícito, más expresivo y más atractivo.⁵⁵

La ilustración gráfica y fotográfica, con sus recursos cromáticos y la calidad técnica de impresión cada vez más depurada, ha hecho del impreso un mensaje especialmente atrayente y a menudo, notablemente fascinante.

“Ilustrar es, de un modo general, una forma de la didáctica, de la presentación de conocimientos por medios icónicos. Es un método de una retórica gráfica que Consiste en complementar completándolo en su voluntad comunicativa el discurso textual con otras formas de expresión de una misma cosa mostrar lo que es visual y relatar al mismo tiempo lo que es intelectual, o todavía, reforzar con las armas de la fascinación visual un mensaje que se quiere especialmente convincente. He aquí la función didáctica en primer lugar, de la ilustración”⁵⁶.

Fontcuberta y Costa (1988) reiteran que Ilustrar es, pues, expresar gráficamente con imágenes, documentos visuales, testimonios ilustrativos, etc., lo que el texto expone y, sobre todo lo que implica. Ilustrar admite en cierta forma, repetir, redundar el sentido o el contenido; conjugar dos o más procesos de expresión, dos o más formas de comunicación; disponerlos de tal modo que uno y otro se fortalezcan mutuamente con la intención de que sea más real, más fantástico o más verdadero, más entendible, más comprensible o más evidente, lo que se pretende decir.

Al hablar de la imprenta cuando tenía exclusividad o predominio de la tipografía, se hablaba de lectura. De tal suerte que al texto se le incluyó paulatinamente la ilustración, se habló de libros y revistas «ilustrados». Más adelante, en nuestra llamada cultura de la imagen, se habla de la experiencia de poder, a distancia y simultáneamente por parte de toda una comunidad, a través de la difusión de las imágenes.

⁵⁵ Ibídem pág., 161.

⁵⁶ Ibídem pág., 161.

Fontcuberta y Costa (1988) subrayan que la imagen ejemplifica y el texto expresa. La ilustración de una idea o de un texto puede hacerse por medio de imágenes fijas, como las de los libros, los catálogos, los folletos publicitarios, los carteles; secuenciales, como las del cómic y las fotonovelas. Pero siempre, sea cual fuere la forma precisa que adquiere la comunicación, imágenes y palabras son la materia básica y el objeto de toda la combinatoria gráfica en la configuración transmisión de mensajes.

Imagen y Texto forman en principio fundamentalmente dos formas de comunicación: un sistema de comunicación visual y un sistema de comunicación verbal que es, por extensión, un lenguaje escrito. La distinción principal de cada sistema de lenguaje es su especialización: *La odisea*, como obra fundamentalmente literaria, no puede ser literalmente cambiado por su representación en imágenes. Ni *el Cenacolo*, como representación icónica pictórica, puede ser transcrito en una descripción literaria. Al modificar sus características surge otra entidad, que fundamentalmente difiere del sentido original. El lenguaje es el mensaje, no el medio.

“La imagen es polisémica: puede significar varias cosas diferentes a la vez. Tiene un alto poder connotativo y una notable capacidad estética. Es particularmente emocional, y es pregnante: se impone al espectador de una sola vez. Se percibe global e instantáneamente. En su gran mayoría, la imagen ilustrativa sobre todo la ilustración fotográfica representa cosas de la realidad: la imagen es de carácter analógico o isomórfico (se parece a lo que representa). Es, por definición, directamente, empíricamente comprensible sin necesidad de una educación especial.

La palabra es monosémica: posee, de modo general, un solo significado. La palabra es esencialmente designación, denotación. El texto escrito posee visualmente menor cualidad estética y emocional. El contenido de un texto no puede ser percibido global ni instantáneamente. Las palabras son convencionales, abstractas, y corresponden a un código. Funcional de signos inventado por el hombre. La palabra escrita, o la palabra hablada, no tienen parecido morfológico con lo que designan. Leer un texto implica un esfuerzo de decodificación que requiere un aprendizaje previo (alfabetización).

El texto es esencialmente discursivo: hace falta un cierto tiempo y un cierto esfuerzo intelectual para descifrar el «sentido» que encierra. La imagen es consteladora y extravertida, y bastan unos brevísimos instantes para percibirla y asimilarla”⁵⁷.

Hay, en esta aproximación del mensaje textual y el mensaje icónico, y también en la transposición del mensaje semántico y el mensaje estético, un enfrentamiento de fuerzas

⁵⁷ Ibídem pág., 164.

que se perfeccionan y se mejoran. Existe, en el diseño gráfico, una acción del texto escrito, como un discurso del pensamiento, un razonamiento o una explicación, y la imagen, como una evidencia, o más exactamente, una ilustración de ese texto. La ilustración de un texto por la imagen comporta, por tanto, una estrategia de la exposición o del diseño bi-media. En ella se involucran por una parte, todos los recursos de la figuración; por otra parte, las interrelaciones de la imagen con el arte, la estética y/o el documento; por otra parte todavía, la dialéctica visual entre la imagen y el texto.

Si ilustrar es pues transcribir sincrónicamente lo mismo que se expresa, pero de una forma diferente, en el propio concepto de ilustrar hay esencialmente tautología. Pero no en la realidad, ya que en la ilustración icónica, aquello que se expone por la imagen nunca es fielmente lo mismo que dice el texto. Lo que se expresa a través de lenguajes diferentes nunca es exactamente igual. Teniendo por consecuencia un pleonasma incluido, lo cual conforma una eficacia metodológica de la didáctica, pero a su vez una vehemencia persistente de la libertad creativa del grafista, puesto que existe un sometimiento de la imagen al texto: de la forma visible a la idea expresada. Otras veces, esa vehemencia no existe, o no existe tan exigentemente: es cuando la parte más importante del mensaje es la imagen; el texto, sometido ahora a ella, la define, la subraya o la identifica, y entonces ya no se puede hablar de la imagen como ilustración, sino como mensaje.⁵⁸

No obstante, la función persuasiva de una fotografía es coartada al documentalismo, por ejemplo en las tarjetas postales, los libros científicos y pedagógicos donde la fotografía cumple un rol parecido al de los grabadores del enciclopedismo: mostrar visualmente, informar por imágenes, exponer.

Nos comentan Fontcuberta y Costa (1988) que la ilustración fotográfica, en el sentido de la foto documental o de reportaje (geografía, viajes, etc.) permanece en general separada del texto, y sólo vemos quebrantar la aproximación espacial entre la imagen y el texto cuando éste adquiere una menor importancia significativa: por ejemplo, cuando se imita a una frase o un slogan publicitario, el título en la portada de un libro o el logotipo en un cartel.

El grafismo aplicado ha favorecido la combinación de la imagen y el texto, esencialmente por medio de la diagramación, que se determina por la colocación integral de textos, imágenes, elementos gráficos y espacios, con lo cual la aproximación entre estos

⁵⁸ *Ibidem.*

elementos sucede muchas veces interpenetración, o sea, estructuras gestálticas integradas. Asimismo, la tipografía es objeto de tratamiento fotografístico, por lo cual a menudo hay una metamorfosis de la grafía próxima a la imagen: el texto se iconiza, que es una de las formas del fotografismo. Se realiza, sin más dilación, una manipulación, no sólo del texto tipográfico, sino también de la imagen fotográfica. Manipulación material, que es la esencia misma del fotografismo.

Fontcuberta y Costa (1988) escriben que la ilustración fotográfica lograría así un lugar sobresaliente entre el epítome expresivo del grafista. De este modo, la fotografía sería considerada como un género de contradicción de sí misma: la insuficiencia del mundo visible, de la reproductividad fiel, la desrealización a través de la imagen realista, o la expresión de otras realidades.

No obstante la fotografía utilizada en el arte gráfico cambió a ser fotografismo: ella valdría a una idea creativa, sería reencuadrada, recortada, acoplada, modificada, rayada, desgarrada, pintada, manejada en fin.

En la proporción que el fotografismo será más y más un control de la imagen fotográfica y esta imagen pasará por tanto, a ser menos realista, menos repetida y más original, causando una falla psicológica, un portento realmente surrealista: la nombradía de la «verdad» se abate extraordinariamente al demostrar ahora cosas «falsas», imágenes de cosas inverosímiles o fantásticas como si fueran cosas «reales»: es la apariencia incoercible, sobrentendida en la imagen fotográfica.

La incongruencia visual ingresaba así en gestión, ahora por la puerta grande de la propagación máxima. La verdad desairada, ausente de seriedad ya que la realidad, más falsa ya que la realidad, pero filosóficamente tal vez, más real tras su falsedad... Era la paradoja surrealista llevada a la imaginería funcional.

¿Quién es quién en el travestismo recíproco? Se hacen esta pregunta Fontcuberta y Costa (1988). “El fotógrafo habla de la foto (grafismo). El grafista prefiere el (foto) grafismo. El primero privilegia lo que constituye el objeto y el producto propio de su tarea: La fotografía. El segundo, privilegia a su vez la función esencial de su trabajo: el grafismo, como modo de presentación visual de textos e imágenes, sirviéndose para ello de la fotografía, de igual modo que se sirve indistintamente de otros tipos de ilustración, de otros elementos gráficos y de otros recursos combinatorios en la construcción de los mensajes”.

La hibridez fotografística genera complicaciones teóricas. En la misma proporción que determinadas cosas e ideas son igualmente visualizables por medio de técnicas gráficas diferentes; que los resultados son con frecuencia tan similares entre sí; que estas técnicas diversas coexisten en el interior del mensaje, las fronteras entre los territorios del grafismo, la ilustración gráfica, la ilustración fotográfica y el fotografismo son más y más difusas. Sin embargo, trataremos de delimitar la estructura técnica de los diferentes modos de representación gráfica y fotográfica, aunque unos y otros se influyen recíprocamente.

En momentos, la ilustración manual: dibujo o pintura, reproducen a la fotografía ciertos pintores impresionistas y el hiperrealismo, por ejemplo; otras veces es la fotografía la que imita a la pintura como el cartel solarización o cartelización fotográfica. Del mismo modo, un simple signo alfabético, un signo de admiración o un interrogante constituyen en ciertos casos la «ilustración» principal en un mensaje gráfico, mientras que en otros casos, una figura emblemática universal, como la estrella, se limita a una minúscula señalización.

Efectivamente, la compilación y las combinaciones de la creatividad fotográfica en el diseño se desarrollan en un sin fin de formas tan nutrido y mezclado como complicado.

“El diseño gráfico consiste, fundamentalmente, en la combinación expresiva y estética de los recursos diversos de la tipografía, la ilustración gráfica y fotográfica. Esta heterogeneidad técnica enmascara a veces la apreciación precisa de cuándo una fotografía es la ilustración de un texto o a la inversa, o incluso cuando ninguno ilustra al otro, sino que se constituyen como una unidad orgánica global”.

Sin embargo, en el aspecto técnico hay en la misma expresión fotografismo una noción jerárquica que privilegia el fin sobre el medio. Hay una subordinación del medio (fotográfico) a la operación gráfica y al fin comunicativo: el mensaje. Y no a la inversa. Hay en efecto una complementariedad desigual entre la técnica fotográfica y la disciplina gráfica, pues si la fotografía, desde su misma originalidad técnica no es diseño gráfico, el diseño gráfico no abarca únicamente el campo de la fotografía⁵⁹.

Por eso, el que un mensaje bidimensional disponga por ejemplo imágenes fotográficas y textos en pesos relativos, no significa por eso mismo la existencia de

⁵⁹ Ibídem pág., 171.

fotografismo. Este sólo existe por el control de la imagen fotográfica, o por el manejo fotográfico de las imágenes y los textos.⁶⁰

2.1.2 La fotografía de prensa

La tarea de los primeros reporteros fotográficos consistía en hacer fotos aisladas para ilustrar la historia. Se tendrá que esperar a que la propia imagen se convierta en historia que relata un acontecimiento, en una serie de fotos acompañadas de un pequeño texto para que se inicie la fotografía de prensa. Con el paso del tiempo, la fotografía ha ido abriendo cada vez más, un universo de posibilidades en el ámbito de la comunicación y la transmisión de información, -conocimientos e ideas-, ha ido ocupando un espacio propio, con un lenguaje autónomo, con sus propias características.

Ello ha sido y es particularmente importante en los medios de comunicación y concretamente en la prensa, donde la fotografía ocupa un papel destacado al que se le atribuye una función documental en la transmisión de las informaciones, los valores, las ideas o las opiniones que constituyen la línea editorial del medio. "Un fotógrafo de prensa tiene una butaca de primera fila en la historia. La cámara puede ser testigo de una revolución que afecte a un país -incluso al mundo- o consignando las idas y venidas de una comunidad local" Keene (1995).

Existen, a grandes trazos, dos tipos de fotógrafos, los que creen que la imagen es un medio de expresar a través de sus propios sentimientos las preocupaciones de nuestro tiempo y los que toman la fotografía como un medio para realizar sus aspiraciones artísticas personales. Los primeros son los que llamaremos reporteros fotográficos y que trabajaran en o para el mundo de los medios de comunicación, principalmente, pero también para las editoriales por ejemplo. Realizaran fundamentalmente fotografía de actualidad. Los segundos podrían equipararse a cualquier otro profesional del mundo del arte.

El fotógrafo no deja de ser un "artista" puesto que tiene que decidir qué imagen o imágenes tomar, como tomarlas, desde que ángulo o perspectiva, con que encuadre y qué tipo de luz, que objetivos o filtros va a usar, en definitiva tiene que seguir un proceso importante de creación. Además la fotografía es también una expresión artística y por tanto

⁶⁰Ibidem.

debe clarificar sus relaciones con otras artes, principalmente con la pintura. No se trata de que una reemplace a la otra, sino de que se complementen y mediante el gran avance de los medios técnicos nazcan nuevas formas de creación y de comunicación.

Fuentes (2003) escribe que existe una polémica entre si hay diferencia entre el fotógrafo de prensa o el fotoperiodista o como se tiene que llamar a estos profesionales. Para algunos el fotógrafo proporciona instantáneas para el periódico y el fotoperiodista busca y construye las imágenes acompañándolas de una historia para los diarios y revistas de actualidad, o sea une los dos ámbitos el fotográfico y el periodístico. Para otros es solo un problema terminológico acogiéndose a uno u otro término indistintamente y tomando la definición más amplia. Independientemente del término usado -fotógrafo de prensa o fotoperiodista- este profesional debe conocer los dos campos -el fotográfico y el periodístico- para realizar correctamente su labor.

La imagen fotográfica es una información que forma parte del contexto informativo, que se comunica a los lectores o telespectadores del medio de comunicación, forma parte de la noticia. Es una técnica más de los medios de comunicación, son mensajes informativos de carácter visual. Estas fotografías normalmente las realizan los fotógrafos del propio medio, aunque también pueden adquirirse a través de fuentes externas. "Son las imágenes producto del fotoperiodismo, entendido como técnica o actividad comunicativa más de los medios, y que usa la imagen fotográfica como un mensaje informativo de carácter visual" (Robledano, 2000).

Junto a ellas existen también las imágenes fotográficas heterogéneas, que no están ligadas a la noticia, o que no se ajustan a las necesidades del medio, pero que también pueden aportar gran cantidad de información. Pueden ser realizadas por personal del propio medio o compradas a agencias nacionales e internacionales, bancos de imágenes, empresas especializadas o freelances, extraídas de folletos, de programas informativos de televisión o de Internet.

Por lo tanto es muy importante que este fondo - la memoria fotográfica del medio periodístico- este muy bien organizado para que pueda cumplir esta misión. La responsabilidad de preservación y localización de las imágenes corresponde, como se verá más adelante, al archivo gráfico, fototeca o servicio de documentación gráfico y a sus profesionales - los documentalistas-.

Como cualquier tipo de documento, la fotografía de prensa tiene la parte del mensaje - el contenido del documento representado por la imagen (imagen y pie de foto)- y el medio o soporte material, que en la actualidad va desde los soportes más tradicionales a la fotografía digital, sobre el que se representa este mensaje y ello permite la legibilidad de la imagen fotográfica y su conservación en un fondo documental, para formar la memoria histórica y para poder ser reutilizadas.

Fuentes (2003) nos comenta que la fotografía de prensa tiene una estructura compleja, no es una ilustración del texto escrito, ni tampoco una sustitución, es un texto informativo que puede tener una autonomía propia, no es más simple o sencilla que el texto escrito. El rigor en que se presenten las imágenes, si es el mismo o no que para los textos, la adecuación de las fotos, entre otros elementos, dependerá de los distintos medios y de sus políticas de edición. Por tanto se debe tener en cuenta que la fotografía de prensa tiene un narrador - el fotógrafo-, un texto que viene narrado y alguien que recibe esta narración - el lector o telespectador-. De todas formas aunque para algunos autores, a veces, el pie de foto no es imprescindible aunque si aconsejable, éste es un elemento muy importante, es una fuente de información y permite al fotógrafo proporcionar información relevante con precisión y para el periodista y el documentalista tener información suficiente para utilizarla y para analizarla respectivamente.

De esta forma Fuentes (2003) expresa que el pie de foto debe ser autoexplicativo y seguir las normas marcadas en el manual de estilo del medio de comunicación, tiene una función de identificación ya que aporta datos sobre el fotógrafo, la agencia, la fecha, el *copyright*, pero también tiene una función narrativa ya que aporta información sobre el contenido representado por la imagen. Tiene que proporcionar respuesta a las preguntas: quién, qué, por qué, donde y cuando. Evidentemente, si el fotógrafo trabaja con un periodista no necesitará reunir los mismos datos, o por lo menos la misma cantidad de datos, que si trabaja solo.

Como apunta Vilches, (1997), en primer lugar, una fotografía no es la noticia sino una de las variables de la información utilizadas en un periódico junto con otras (titulares, textos escritos, compaginación, etc.), la foto, por si misma, es noticia solo en ciertas circunstancias y aun entonces viene siempre contextualizada por un texto o un pie de foto. La fotografía tiende a ser la parte de puesta en escena de una noticia y al mismo tiempo un certificado de veracidad, en segundo lugar, tanto las noticias escritas como las fotos se organizan estructuralmente según la importancia de los géneros de la información y secundariamente

según la importancia del acontecimiento y en tercer lugar, tanto las noticias como las fotos se organizan en función de las expectativas del lector, esto es, el grado de correspondencia entre lo que una foto muestra y lo que un texto escrito dice, que la foto diga la verdad, que corresponda con la mención del tiempo, lugar y personajes de la noticia, sobre todo con la imagen que el lector tiene del periódico.

Pero también a nivel de representación la imagen fotográfica es un mensaje visual de carácter icónico, que a diferencia de otros sistemas de representación, aporta una mayor sensación de realidad y veracidad. "Toda fotografía produce una "impresión de realidad" que en el contexto de la prensa se traduce por una "impresión de verdad" (Vilches, 1997).

Nos asevera Fuentes (2003) que aunque la fotografía generalmente siempre da una idea de realidad, muchos creen que una foto no puede mentir por ser la reproducción exacta de la vida, lo cierto es que una foto puede alterarse a través del texto, por yuxtaposición con otra imagen, por la forma de fotografiar, etc., (durante las dos guerras mundiales o la guerra del Vietnam, por ejemplo, muchas de las fotos estaban trucadas o solo mostraban parte de la información). También en el mundo de la publicidad la fotografía puede convertirse en un poderoso medio de propaganda y de manipulación, puesto que la fotografía posee una gran fuerza de persuasión.

El mundo de las imágenes funciona de acuerdo con los intereses de los que son los propietarios de la industria, las finanzas, la prensa, los gobiernos. La fotografía ha ayudado a que el hombre descubra el mundo desde nuevas perspectivas, ha suprimido el espacio y ha proporcionado nuevos conocimientos, pero también desempeña un papel peligroso como manipulador para crear necesidades, modelar pensamientos o dar informaciones erróneas.

2.1.3 Consolidación de los avances técnicos. Las primeras reproducciones de fotografías en revistas

Para 1870 inicia el uso de matrices de cristal con emulsión sobre gelatina y bromuro de plata. En 1878 ya se vendían las placas secas que no arruinaban la cámara.

En 1875, León Wamerke fabrica en Londres un aparato que contaba con un carrete con película de papel satinado. El celuloide, que surgió en 1861, fue evolucionando año tras año y en 1888 John Carbutt de California empezó a producirlo con celuloide una película

flexible para negativo. George Eastman y W H. Walker, en Estados Unidos, investigaron también sobre la película flexible y las cámaras ligeras y en 1888, Eastman presentó la cámara "Kodak 100 vistas", cargada con rollo de papel, la fábrica Eastman revelaba las fotos y devolvía la cámara cargada. Con el surgimiento de este aparato y las películas en rollo que ofrecían la posibilidad de realizar varias tomas fotográficas sin necesidad de hacer el cambio de la película, se inicia la fotografía de aficionado.⁶¹

Simultáneamente a estos adelantos, surgen también mecanismos de copia automatizada. Para 1882 ya no es importante revelar las placas de inmediato, con esto se consigue hacer más ligero el equipo que se utiliza para hacer fotografía, (la cámara portátil, que Paúl Mattin inventó en 1889, aparentaba una valija y su peso era de casi dos kilos cuando ya estaba preparada con sus placas). Asimismo ya se podían hacer instantáneas en un lapso de exposición muy corto.

Se empezaron a efectuar experimentos con fotografías al instante, debido al interés de los fotógrafos por los objetos en movimiento y los acontecimientos públicos. Como resultado de estas iniciativas se llegó a la "fotografía animada", aparecieron el Kinetoscopio, el Cinematógrafo y el Animatógrafo. Thomas Edison en América y los hermanos Lumière en Francia fueron pioneros cinematográficos. En los últimos años del siglo aparecieron las cámaras manuales o de bolsillo y los carretes que podía colocarse a la luz del día permitieron a los fotógrafos y también a los aficionados tomar fotografías en las calles.

Se siguió avanzando en las innovaciones tecnológicas y para facilitar la captación del instante más adecuado, se crearon los objetivos dobles y las cámaras reflex. En 1900 se organizó internacionalmente la nueva industria fotográfica y se comenzó a pensar en la creación de los periódicos editados fotográficamente. Nace la "fotografía artística", concentrada en las sociedades fotográficas, especialmente numerosas en Gran Bretaña (256 en 1900), que conjuntamente con la publicación de fotografías en diarios y revistas, han permitido disponer de información sobre la historia del medio fotográfico desde sus inicios.

Se empezaron las reproducciones de ilustraciones en las revistas. En marzo de 1880 aparece por primera vez en un periódico, una foto reproducida con medios mecánicos (inicio de la tipografía), concretamente en el *Daily Graphic* de Nueva York, en marzo de 1880 y la

⁶¹ Eulàlia Fuentes. *¿En periodismo también una imagen vale más que mil palabras?* [on line]. "Hipertext.net", núm. 1, 2003. <<http://www.hipertext.net>> [Consulta: 15/06/2006]. ISSN 1695-5498

primera publicación que utilizó el sistema Meisenbach (reproducción de la imagen con medios tonos conjuntamente con la impresión del texto), fue el *Illustrirte Zeitung* de Leipzig, en octubre de 1883. En el otoño de 1896 empezó a publicarse la revista *Paris Moderne*, que incluía fotografías, tomadas con cámara oculta, de la vida parisina. También la revista francesa de deportes *La Vie au grand air*, fundada en 1898, incorporó muy pronto los reportajes fotográficos.⁶²

2.2 La fotografía como imagen publicitaria

Incrementados considerablemente por los efectos de la revolución industrial, los bienes y los servicios tuvieron que buscar al consumidor y convencerlo de que valía la pena adquirirlos, surgiendo así el concepto publicitario moderno propiamente dicho. Los hasta entonces plácidos ciudadanos ya no acudían a las escasas tiendas o a los talleres artesanales para encargar víveres, zapatos o vestimenta, al verse sorprendidos por anuncios y reclamos que por diversos medios llegaban hacia ellos.

La imagen impresa fue sin duda una de las más relevantes vías, si tomamos en cuenta la creciente importancia adquirida por los medios masivos durante el siglo XIX, que multiplicaron su presencia en las grandes ciudades. Si bien es cierto que hasta la década de los años veinte de la pasada centuria, tan solo podemos hablar de periódicos, revistas, folletos y hojas volantes, esa prensa tuvo la suficiente capacidad para divulgar las ideas, la información y el conocimiento que indujeron a la consolidación de una sociedad burguesa, industrial y consumista.

2.2.1 Inicios de la fotografía en el discurso publicitario de la prensa ilustrada

Muchas imágenes entraron en los diarios y magazines, siendo elaboradas por distintos medios y con diferentes fines, formando parte del contexto cotidiano. Las artes gráficas, apoyadas primordialmente en el manejo de imágenes hechas a través de procesos fotográficos combinando el grabado tradicional, favorecieron esta multiplicación. Difícilmente puede pensarse en una innovación tecnológica más subversiva en los campos de la visión, el arte y los medios fotográficos y gráficos (Ortiz, 2004). En la segunda mitad del siglo XIX se distinguió gradualmente, como un medio extraordinario, increíble, que dejaba sorprendidos al común de las personas, y extremadamente intrigados a los científicos y artistas. La

⁶² *ibidem*.

capacidad de representar como un reflejo de la realidad y el mundo alrededor, le ganó a la fotografía de inmediato el aprecio y el prestigio de la ciencia, más no así en el campo de las artes, donde la inevitable intervención técnica y las consecuencias emanadas le restaron energía desde el inicio a la gran “obra de arte”, poniendo en duda el resultado estético de un proceso en el que aparentemente se marginaba la ejecución directa del artista (Ortiz, 2004).

La utilización de un artificio mecánico, definitivo en la captura de imágenes, demerito la visión, la mano y el sentimiento del artista, la creatividad y la sensibilidad pasando a un segundo plano, dando entrada a la máquina que habría de crear su propia expresión en una relación aún por limitar con la fuerza tradicional del arte. Ortiz nos dice que las máquinas no sólo creaban, también establecían sus puntos de vista y sus propios códigos tonales, siendo capaces de reproducir la imagen de manera trascendente. Todo ello representaba un reto muy complicado para la visión antropocéntrica y academicista tradicional, y la reacción defensiva no tardó mucho para que la fotografía fuera considerada como sirvienta de las artes.

Debido a esto, la fotografía a su vez buscó una base firme en los lineamientos de la representación pictórica tradicional. Pero al igual que otros adelantos científicos, era sólo parte de un sistema de producción que proveía con abundancia a las sociedades de la época, con bienes y servicios de la más variada índole, incluidos los beneficios de la ciencia, que habrían de mejorar en su conjunto la vida cotidiana de los seres humanos.

Este pensamiento se sustentaba en la seguridad de la burguesía que, como clase social fortalecida, tenía una ideología progresista y lineal identificada con los valores de la modernidad. Para que la sociedad conociera efectivamente las bondades de la ciencia aplicada, fue necesario divulgar su existencia a través de la circulación masiva de diarios y revistas de difusión. Ello dio lugar a nuevos lenguajes de comunicación social que provocaron cambios en la cosmovisión, reestructurando los códigos culturales de manera dinámica en lo que se refiere a las formas de vida, la esfera de las mentalidades y los valores fundamentales de una sociedad.

Las imágenes publicitarias forman parte de este contexto y surgen con la finalidad de promover bienes y servicios cada vez más variados y abundantes. Son de carácter persuasivo, crean necesidades, excitan la fantasía y el deseo, deben convencer su omnipresencia y su poder residen en los medios de comunicación forjadores de la cultura masiva propia de las sociedades modernas, en las que el consumo es parte importante para

su funcionamiento y conformación. Se trata, indudablemente, de imágenes sujetas a transmitir una idea. Sin embargo, la prerrogativa del significado no ha actuado en deterioro del significante, por el contrario, desde sus inicios han constituido un medio eficaz de comunicación visual, desde las incipientes sociedades de consumo hasta nuestros días.⁶³

Entre 1995 y 1996 se llevó a cabo un seminario en el Centro de la Imagen denominado Historia y análisis de la fotografía mexicana: hacia un proceso de rescate. Y de entre una veintena de investigadores que en él participaron, varias investigaciones Liaron concretadas (y hoy ya algunas publicadas o en proceso de publicación). Entre éstas se encuentra *Los inicios de la fotografía en la prensa de la Ciudad de México: 1890-1900*, de María Esperanza Rojas Olvera, que funcionó como su tesis de licenciatura para egresar de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, en 1998. Y ahí Rojas Olvera da a conocer diversos documentos, entre otros cómo en los diarios *El Universal*, en octubre de 1893, y en *El Nacional* comenzó a aparecer la fotografía en los anuncios publicitarios, acaso por primera vez en la prensa mexicana. La investigadora apuntó:

“El anuncio de una casa en venta lo publican durante varias semanas, aunque algunas veces la impresión es deficiente, no deja de ser novedosa la idea, ya que de acuerdo a nuestra revisión podría tratarse de la primera en su tipo por su formato, por estar impresa en un periódico diario, por la calidad de la imagen y su composición... Tiempo después El Nacional también intenta hacer algo similar en su sección de anuncios, y el correspondiente al 15 de febrero de 1894, aparece la propaganda de los puros de Las Glorias de Colón; se trata de una fotografía del kiosco instalado en la exposición de Chicago, aunque muy pequeña y mal trabajada y que desafortunadamente se aprecia muy poco la impresión.”⁶⁴

Este podría ser el inicio de la particular historia de estas páginas.

Tanto su eficacia como su calidad estética se deben en buena medida a su gestación ubicada en el contexto mismo del arte occidental europeo cuando, en el último tercio del siglo XIX, la feliz conjunción entre el perfeccionamiento de las técnicas litográficas y los requerimientos comerciales de un capitalismo en expansión propiciaron el florecimiento del cartel en las principales capitales europeas. Al lado de esta producción de affiches de

⁶³ Rodríguez, J. A. *Alquimia, (Fotografía y publicidad)* INAH, México, D. F. enero – abril, año 7 Num. 20. CONACULTA

⁶⁴ Rojas Olvera, E. 1998, *Los inicios de la fotografía en la prensa de la Ciudad de México: 1890-1900*, tesis de licenciatura, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM

extraordinaria belleza y calidad, la fotografía vino a estar presente desde un principio en el fenómeno publicitario, principalmente en el amplio espacio propiciado por la prensa ilustrada y las técnicas fotomecánicas de reproducción masiva.⁶⁵

2.2.2 Diferentes características de la fotografía en el mensaje publicitario

Fue a final del siglo XIX cuando aparecen los *magazines* ilustrados en México, que acumulaban la exquisita tradición de la prensa decimonónica, pero ahora con las representaciones propias de una compañía periodística. El contar con maquinaria especializada importada de Europa y Estados Unidos, así como con sustrato de papel más suaves que los de los órganos diarios, dio como derivación un nivel más alto en la calidad de impresión y duplicado de las imágenes, así como en la edición misma que conseguía elevados tirajes en cada número.⁶⁶

La capacidad técnica y el beneficiarse con los más recientes adelantos en maquinaria era la inquietud principal de las compañías periodísticas. “Como una buena nueva participamos a nuestros lectores que hoy se ha pedido, a todo costo, una completa y finísima maquinaria para *El Mundo*: vendrán prensas, tipos, cámaras, lentes, todo nuevo y de lo mejor que hay en las fábricas de Europa”.⁶⁷

Como su calificativo lo muestra, las revistas ilustradas ennoblecieron el uso de la imagen en los distintos sitios de la publicación, manejándola con exceso en portadas, artículos, reportajes, noticias y anuncios publicitarios. Desde un comienzo coexistieron diferentes formas de gráfica y fotografía en los esquemas de ilustración iconográfica, y fue desde aquel momento que cada manera adoptaría sus propios caminos de desarrollo de acuerdo con los reclamos de la moda, la capacidad técnica o las predilecciones del medio.

Ya para 1904, *El Mundo Ilustrado*, con sede en el resplandeciente edificio cimentado por Antonio Rivas Mercado, se valoraba de contar con un taller de dibujo donde trabajaban hasta 30 proyectistas y un surtido guardarropa para proporcionar a los modelos de la variabilidad demandada. Por otro lado, el taller de grabado se encargaba de la toma de

⁶⁵ Rodríguez, J. A. 2004 *Alquimia, (Fotografía y publicidad)*, INAH, México, D. F. enero – abril, año 7 Num. 20. CONACULTA.

⁶⁶ *Ibídem* pág. 10

⁶⁷ Reyes Spíndola R. *El Mundo semanario ilustrado, domingo 10 de septiembre de 1899* pág. 180

negativos, el revelado, el grabado y la impresión con iluminación artificial tan potente, que permitía continuar con el trabajo aun de noche.⁶⁸

El funcionamiento de ambos talleres, en una de las revistas ilustradas más importantes del Porfiriato, nos permite visualizar no sólo la manera de trabajar, sino también la estrecha relación de ambos procedimientos y la importancia que compartían por igual en la edición de la publicación.

Se habla de la presencia de:

...”la fotografía en variados géneros: de paisajes, personas, edificios, ciudades e instantáneas de la actualidad nacional y mundial, sin eliminar el grabado, por supuesto; fueron dos técnicas que coexistieron, convivieron y que en ocasiones dependieron una de otra: fueron interdependientes”⁶⁹.

Esto sucede asimismo en el caso de los foto reportajes, en los que las numerosas ilustraciones echaban mano de fotografías dispuestas en la página de la revista, entrelazadas por medio de una rica variedad de tallos, follajes y flores que configuraban atractivos marcos vegetales.⁷⁰

Ocasionalmente estos trabajos se firmaban, pero era más común su publicación sin la rúbrica del autor, seguramente porque no se consideraban trabajos artísticos individuales, sino más bien como parte del oficio del ilustrador y del tipógrafo.

Sin embargo, los inicios de la fotografía en la imagen comercial presentan también otra propuesta ligada estrechamente con la representación visual convencional, que deslinda con nitidez la imagen del texto. Esta solución deja fuera cualquier intervención gráfica y hecha a mano de una composición vinculada con algunos géneros de la pintura académica, como pueden ser el paisaje o el retrato. Recordemos que no es gratuito que la fotografía buscara el apoyo de la tradición pictórica, en tanto encontraba el cauce para expresar sus propios lenguajes. Con estas modalidades se puede hablar de diseño publicitario, pero en esta

⁶⁸ Rodríguez, J. A. 2004 *Alquimia, (Fotografía y publicidad)*, INAH, México, D. F. enero – abril, año 7 Num. 20. CONACULTA. Pág. 10

⁶⁹ De los Reyes, A. 1982. “*El cine, la fotografía y los magazines ilustrados*”, en *el arte mexicano, Arte del siglo XIX*, México, Salvat.

⁷⁰ Rodríguez, J. A. 2004 *Alquimia, (Fotografía y publicidad)*, INAH, México, D. F. enero – abril, año 7 Num. 20. CONACULTA. pág. 11

última es evidente el carácter pictorialista o pictoricista que enfatiza los valores de este tipo en las fotografías.⁷¹

Fotografía y dibujo compartían entonces los espacios publicitarios. Entre las virtudes que caracterizaban a ambas manifestaciones, resalta la capacidad de la primera para funcionar como documento testimonial ya que, como hemos visto, la fotografía gozó desde su aparición del aprecio de la ciencia como apoyo visual, aunque sabemos muy bien que las imágenes son testigos mudos y resulta difícil traducir a palabras el testimonio que nos ofrecen. Pueden haber tenido por objeto comunicar su propio mensaje, pero no es raro que los historiadores hagan caso omiso de él para leer entre líneas las imágenes e interpretar cosas que el artista no sabía que estaba diciendo.

A principios del siglo XX, las fotografías comerciales de la Ciudad de México nos hablan de una sociedad próspera que habitaba en fincas y chalets, paseaba por bulevares a pie o en automóvil, elegantemente vestidas, como en las principales ciudades europeas. Pero en los espacios congelados por la luz, también se asoman otros personajes muy distintos que como intrusos dan la nota discordante respecto a la oferta publicitaria, ajenos por completo a las camisas de puro lino, corbatas de seda, jaquets o mujeres enrebozadas muy lejos de vestirse con muselinas y gasas, Satin liberty, guipure o crêpe de Chine. El discurso publicitario creó mundos de ilusión en los que, en ocasiones, se desdibujaban ciertos referentes al entorno y más aun las diferencias sociales que puedan significar notas grotescas o ríspidas. Imbuido totalmente en la ideología del régimen porfiriano y de la época, el anuncio publicitario mostraba una parte de ese entorno, una mirada sesgada de la complejidad social. La imagen en sí misma posee esa cualidad ambivalente, es testigo mudo y puede decir, en su silencio, muchas cosas.⁷²

La fotografía libre se usa sin intromisión de componentes gráficos u ornamentales; sencillamente actúa como un paisaje urbano con una gran carga informativa y plástica. Es interesante deducir acerca de una toma del exterior para anunciar un restaurante; podría pensarse en dificultades técnicas, o bien meramente en lo interesante del contenido urbano.

La prosperidad de la época tuvo a su alcance la difusión de esta prensa empresarial de tirajes masivos, para preconizar acciones y logros del régimen porfirista. Los lectores podían

⁷¹ Debroise O. 1994, *Fuga Mexicana, Un recorrido por la fotografía en México*, México, D. F., CNCA. Pág. 25

⁷² Rodríguez, J. A. 2004 *Alquimia, (Fotografía y publicidad)*, INAH, México, D. F. enero – abril, año 7 Num. 20. CONACULTA. Pág. 13

enterarse, con lujo de detalles, sobre el funcionamiento de una empresa tabacalera como El Buen Tono, que poseía sus propios talleres litográficos; de las Fábricas de Papel San Rafael y Anexas, proveedores del papel de *El Mundo Ilustrado*; de tiendas de moda como La Gran Sedería o El Paje; de grandes almacenes como El Palacio de Hierro; del Ferrocarril de Hidalgo y del Nordeste; de la Cervecería Moctezuma o de nuevos fraccionamientos urbanos como la Colonia Campestre, “situada adelante del pintoresco pueblo de Mixcoac e inmediata a la aristocrática población de San Ángel y a la hermosa finca de la Hacienda de Guadalupe”.⁷³

Otro uso del esquema pictorialista es el adoptado por la serie de anuncios que he llamado testimoniales, porque recurren a personajes famosos, principalmente de la farándula, aunque también de la política y aun de la jerarquía eclesiástica, para dar fe de las bondades y calidad del producto anunciado.

Las artistas, tiples, cupletistas y demás personajes de la farándula constituían, sin duda, atractivos modelos para los fotógrafos y anunciantes. Esto sucedería con la imagen femenina en general, ya que bien pronto fue usada por la publicidad como objeto de consumo en sí misma.

Se han mostrado dos usos o características de la imagen fotográfica en la publicidad: la aproximación con la gráfica art nouveau y la fotografía independiente de carácter pictorialista. Pero muy vertiginoso se puso en evidencia que la publicidad buscaría nuevas proposiciones y que la experiencia y la búsqueda de originalidad no serían exclusivas de las incipientes vanguardias, sino también de otras expresiones visuales como la fotografía, la gráfica y todo tipo de pasquines.⁷⁴

El fotomontaje puede verse como parte de la ruptura con la visión cotidiana introducida por el cubismo, tanto en lo referente al espacio pictórico como en la apropiación de imágenes y materiales “no artísticos”, apropiación realizada a través de una semántica de elementos visuales. De esta manera, la multitud adquiere un rostro particular, un valor individual que multiplica los mensajes positivos del anuncio. Desde el punto de vista formal,

⁷³ Hernández M. / Valtierra P. / Lara F. 1985, *El poder de la imagen y la imagen del poder, Fotografías de prensa del porfiriato a la época actual*, Estado de México (México) Universidad Autónoma de Chapingo pág. 11

⁷⁴ Rodríguez, J. A. 2004 *Alquimia, (Fotografía y publicidad)*, INAH, México, D. F. enero – abril, año 7 Num. 20. CONACULTA. Pág. 16

la composición denota una gran flexibilidad en el empleo de las imágenes, así como la propuesta de una perspectiva visual, original y novedosa.

La apertura propiciada por la fotografía dentro de los lenguajes de la publicidad, apenas se perfila en los ejemplos de anuncios que hemos presentado. Todavía está por darse una larga trayectoria en la cual habrá diversos momentos en los que la fotografía irá ganando terreno en revistas y diarios, para llegar a convertirse, a partir de la segunda mitad del siglo XX, en la forma de representación visual por excelencia de la publicidad y de la ilustración en general.

Estrechamente ligada a los cánones pictorialistas, se usa en anuncios convencionales que echan mano de una imagen que es, en sí misma, unidad compositiva y estética, aunque en ocasiones se “complementa” con intervenciones gráficas de gran exhuberancia y virtuosismo. Todo ello habla del art nouveau y el impulso por la ornamentación. Pero también hay una libertad que anuncia uno de los rasgos fundamentales del arte del siglo XX, la continua experimentación en la búsqueda de propuestas nuevas y la dinámica interacción de las diversas formas de representación en el contexto de la cultura visual de nuestros tiempos.⁷⁵

⁷⁵ *Ibidem.* Pág. 17



CAPITULO 3

El Mundo semanario ilustrado



3. *El mundo semanario ilustrado*

3.1 Antecedentes

Hasta hace poco, nadie hubiera imaginado que una revista semanal como *El Mundo Ilustrado* podría convertirse en una fuente de gran valor en la interpretación y estudio de la sociedad mexicana de finales del siglo XIX y principios del XX.⁷⁶

Rafael Reyes Spíndola lanza al mercado a *El Mundo Ilustrado* en noviembre de 1894 y lo dirige hasta 1908, cuando dispone transferirlo y dedicarse únicamente a las labores del más famoso de sus diarios, *El Imparcial*.

Desde sus inicios, *El Mundo Ilustrado* fue una publicación con el propósito de emplear nuevos recursos de difundir y comunicar, aparte de lograr el mayor aumento viable de lectores. Propuso una gran cantidad de formas para hacer subir el número de suscriptores y reservó algunas de sus espacios a los aspectos comerciales pero, igualmente, conjunto a lo largo de su trayectoria a los filósofos, poetas y expertos más importantes de la época.

Es por ello que el análisis de este medio impreso nos ceda considerar los contenidos más importantes de la historia nacional desde un punto de vista diferente con una perspectiva más amplia. En su interior se encuentra un inestimable registro de la vida política en la Ciudad de México, de los diferentes problemas bélicos que hicieron estremecer al mundo de hace más de cien años, de las evoluciones y descubrimientos de la ciencia, de los más importantes conciertos y obras de teatro, así como de las actividades sociales y políticas del general Porfirio Díaz sobre un país al que cambiaba precipitadamente la industrialización y del trabajo alrededor de todo el mundo así como las crecientes inversiones a nivel local.

Así que la publicación que nuestros tatarabuelos disfrutaban en sus domingos libres, se enteraban de las nuevas noticias las cuales comentarían más adelante en el trabajo, la comida, o el centro de esparcimiento, hoy nos incita a echar un vistazo al pasado por medio de una de las características sobresalientes de *El Mundo Ilustrado*: sus imágenes fotográficas.

⁷⁶ Saborit, A. 2003, *El Mundo Ilustrado de Rafael Reyes Spíndola, México D.F. Grupo Carso*. Pág. 9

Los cazadores de la imagen, no menos que los talentosos ilustradores que Reyes Spíndola conjuntó en su empresa, plasmaron en el interior de este semanario, innumerables aspectos y experiencias, homenajes y hechos de muy diversa índole que se sujetan al presente por el débil hilo del recuerdo y la melancolía. Destaca el interés que dedicó *El Mundo Ilustrado* en divulgar entre sus compradores más asiduos los cambios en los estilos de la moda, los consejos de los chefs y no pocos recursos para hacer fructificar mejor el presupuesto de la casa, así como lo propondrían algunas de las mejores publicaciones que aparecían en nuestro país a finales del siglo XIX que percibieron en la enseñanza de las mujeres la entrada a una sociedad mejor y más educada.

A través de sus corresponsales en el extranjero, *El Mundo Ilustrado* aportó al país lo nuevo de los sucesos internacionales de mayor importancia, tanto en Nueva York como en Alemania, en Inglaterra como en Roma, y trató de relacionar a México con todos los países.⁷⁷

La historia de este semanario surge como un episodio crucial en la formación de esa fuerza política que hoy recibe el nombre de opinión pública y nos muestra diversas facetas del desarrollo de las distintas estrategias de comunicación de la sociedad mexicana en el que Rafael Reyes Spíndola decidió su rumbo.

3.1.1 Los cazadores de la imagen, y sus máquinas fotográficas aparatosas

El Mundo Ilustrado tenía un espacio de trabajo propio, al menos en su mejor momento. Su impresión no entraba por ninguna de las tres rotativas, como era el caso de *El Imparcial* y *El Mundo*, esta se realizaba en dos prensas planas marca Walter Scott capaz de imprimir más de tres mil copias por hora. Dando el terminado otras dos máquinas dobladoras y una más para encuadernar. Pero los encargados de la presentación gráfica del semanario sus ilustradores y fotógrafos andaban de un lugar a otro, de una a otra publicación dependiendo de la necesidad.

El Mundo Ilustrado constantemente incluyó fotografías en sus impresos, pero sólo excepcionalmente como parte integral de alguna crónica o reportaje. La materia prima, al menos durante la mayor parte del tiempo que Rafael Reyes Spíndola estuvo como

⁷⁷ *Ibidem* pág. 10.

responsable del semanario, fue el medio más aceptado para ilustrar sus páginas, incluso cuando ya se contaba con la técnica del fotograbado y de la fotografía en medio tono. Ya que muchas veces se alcanza a apreciar que el trabajo de los perseguidores de la imagen consistía en producir positivos que eran empleados como modelos entre los dibujantes y que por lo mismo la cámara a duras penas fue vista más que un mero artefacto útil pero en esencia mecánico.⁷⁸

Si bien el procedimiento del fotograbado se conoció en México hacia el final de la década de los 1880 debido a Ángel Ortiz Monasterio, según el testimonio de un antiguo fotograbador de nombre Armando Salcedo, no fue sino hasta la llegada del italiano Giuseppe Tabarache, “fotograbador emigrado”, que se conocieron en el México de Díaz la “tipografía artística, el procedimiento de grabar con goma cola Lepages y que perfeccionó el grabado de medio tono’ A la distancia, este solo hecho parece inaugurar la fotografía de prensa en el país; y sin embargo, antes se precisaron otras cosas.

De entrada, Reyes Spíndola procuró allegarse la compañía del mayor número de fotógrafos instalados en el país y a ese efecto abrió interesada y generosamente las páginas de *El Mundo Ilustrado* a cuantas vistas panorámicas, composiciones deliberadamente artísticas y sobre todo retratos de damas de sociedad tuvieron a bien poner ante sus ojos.

Las imágenes llegaron sobre todo de ciudades como Hermosillo (Pablo Rubio), Monterrey (José Z. García), Guadalajara (José María Lupercio y Arturo Jorge González), San Luis Potosí (Emilio G. Lobato y los hermanos Méndez), Puebla (Lorenzo Becerril y F. Bustamante), Xalapa (Segovia y Calderón), Oaxaca (José P. Monterrubio), la Ciudad de México (Emilio Lange, los hermanos Valletto, Octaviano de la Mora, Fernando Ferrari Pérez, Guillermo Kahlo, Manuel Torres y familia, los hermanos Schattman, Antíoco Cruces y Luis Campa) y de algunos puertos, como Tampico (Ibáñez), Veracruz (Castro) y Guaymas (Llaguno).

La integración circunstancial de este elenco de potenciales colaboradores fue por sí sola una magnífica noticia para los objetivos comerciales del editor Reyes Spíndola y en enero de 1896 convocó a toda la comunidad de la lente a participar en el primer concurso de fotográfico del semanario. Cinco meses después, al cerrarse el plazo fijado en la

⁷⁸ *Ibidem* pág. 189

convocatoria, fueron más de 300 imágenes las que tuvo que considerar el jurado: Fernando Ferrari Pérez, Ángel Gaviño Iglesias y Francisco Palencia.

Manuel Ramos fue el fotógrafo de la casa. Nació en Venado, San Luis Potosí, en 1874. Publicó en *El Mundo Ilustrado* sus primeras obras firmadas hacia 1900 y, junto con Lupercio y Kahlo, llegó a ser uno de los fotógrafos más expuestos en el semanario y se convirtió en el director del área por las fechas en las que Reyes Spíndola empezó a considerar la venta de *El Mundo Ilustrado*. La experiencia del periodismo fue central para este meticuloso fotógrafo de salón de pose, sobre todo en su manera de registrar la danza de la vida al aire libre: de las imágenes casi de estudio sobre ciertos caracteres o tipos pasó a una fotografía mucho más cercana a los temas de los redactores y colaboradores del semanario como Micrós, Luis Frías Fernández, Carlos Toro, en cuya compañía salió planear el desarrollo de sus investigaciones urbanas. Ramos transformó sus placas de vidrio en un cuaderno de apuntes del natural. Alfonso Morales sostiene que Ramos es uno de los pioneros del fotomontaje en México, si se considera el trabajo que realizó para las páginas de publicidad de *El Mundo Ilustrado*.⁷⁹

El lápiz, el pincel, el buril engañan escribió el doctor Manuel Flores, columnista infatigable en *El Mundo Ilustrado*, que aquí explica el por qué Reyes Espíndola puso a los fotógrafos al servicio de sus ilustradores, incluso cuando éstos no hacían más que retocar los positivos.

Se admitía entonces que si de reproducir exactamente la realidad se trataba, la fotografía era el mejor medio, pero muy rara vez un fin en sí mismo. Sigue el doctor Flores: “Por firme y hábil que sea la mano del artífice, por grande que sean su talento y su sinceridad, sus obras se resienten del temperamento personal del autor, consignan pormenores falsos o desfigurados, dan a sus creaciones tintes, contornos y sombras un tanto cuanto artificiales, y sus creaciones se alejan mucho de la realidad que pretenden representar”

En la hora en la que la estética modernista invadía todas las formas de expresión en México y los artistas, a los ojos de Flores, no parecían tener otro propósito que “adulterar lo verdadero, deformarlo y ofrecer a la contemplación las cosas no como ellas son, no tales y como aparecen a nuestra vista, sino tales como el artista quiere que sean, o le parece que

⁷⁹ *Ibidem* pág. 189

deben ser' en la fotografía radicaba un principio de realidad al parecer incontestable en la idea de verdad que alentaba Reyes Spíndola.⁸⁰

3.1.2 *El Mundo ilustrado* de Rafael Reyes Spíndola

Saborit (2003) nos dice que *El Mundo* no tenía ninguna competencia en México, al menos durante los primeros números publicados ya que se considero ser el primer semanario ilustrado en el país.

El soporte que se utilizo para su publicación era de muy baja calidad semejante al de otras publicaciones que aparecían periódicamente en la última década del siglo XIX, lo cual afectaba la calidad de las fotografías e iconografía que se utilizaba. Por otra parte de ningún modo podía alcanzar la calidad de claridad que tenían sus homologas en E.U. y en Europa. Cabe mencionar que, *El Mundo* esperaba entrar a la cofrade, en *El Universal*, que estaba al mando de un nuevo dueño y encargado; en *El Tiempo*, en que la línea política contaba con un gran número de adscritos; en Gil Blas, quien erigió con gran esfuerzo; en *El Monitor Republicano*, el de actitud más fuerte o en *El Noticioso*, al que se pronosticaba un buen futuro.

“Así lo dijo *El Mundo* en el prospecto o ejemplar de muestra que circuló con fecha del 14 de octubre de 1894, eludiendo incluso festinar las mismas ilustraciones del semanario. Sus páginas, ahí se dijo, ofrecerían el resumen de los principales acontecimientos, “para que sirva de recordación viva a la generación que nos alcanza”. Y, tratándose de un “órgano de sus redactores” sin pretensión alguna de “representar a ningún grupo *El Mundo* se proponía decir la verdad, “defendiendo la justicia donde quiera que se encuentre” para lo cual reconocía como único compromiso la “propia convicción” de quienes se encargarían de redactarlo”.⁸¹

Julio Poulat, tal y como aparece en el directorio de *El Mundo*, es el responsable de atender todo lo relativo a esta publicación durante los primeros meses de vida, tanto en las oficinas del semanario en la ciudad de Puebla, como en la de las Damas 4, su domicilio en la Ciudad de México.

El general Mucio P. Martínez, gobernante de Puebla, advirtió con gran interés el proyecto de instaurar en la capital del estado la primera publicación ilustrada del país.

⁸⁰ *Ibidem* pág. 190

⁸¹ Poulat, J. *El mundo semanario ilustrado* 14 de octubre 1894, pág. 2

Accedió que *El Mundo* ensamblara su taller de fotografía en un edificio público: En la Escuela de Artes, condicionando de que los empleados adiestraran a los alumnos, con lo que la institución incluyera una nueva propuesta de enseñanza. Para poner el taller en marcha se necesitó alrededor de 2,700 pesos. Este semanario se tiró en la imprenta del estado, que tenía por director al coronel Atenógenes Carrasco, en donde destinaba el prestigiado tipógrafo Manuel Campomanes y, como a cualquier consumidor, se le dio un folio en los libros de la compañía.

Los resultados no eran muy alentadores. Aun en Puebla el costo de producción de las 16 páginas de *El Mundo* era superior al costo de lo fabricado, por lo que fue preciso aumentar de un peso a 1.25 la suscripción por tres meses escribe Saborit (2003). Eso por un lado. Por otro, caro y arduo era tratar de distribuirlo nada más en las capitales de los estados que hacían frontera con Puebla. Además, lo mismo que costaba cada ejemplar de *El Mundo* en la calle, cobraba el correo por cada 32 gramos: 20 centavos. El mismo Porfirio Díaz después de cinco períodos en la presidencia y de impulsar el tendido de varios miles de kilómetros de vías férreas en el territorio nacional no había logrado poner de acuerdo a los congresos de los diferentes estados para permitir el libre comercio en el interior del país ni para reemplazar los viejos derechos aduanales por otra forma de ingreso.⁸²

Ante esta situación Reyes Spíndola ideó crear un sistema de reparto bajo la pantalla de un Departamento de Mensajería los cuales los gastos de movimiento serían distribuidos entre los suscriptores de este semanario y los consumidores de el nuevo sistema de envíos, resolviendo que debía colocarse formalmente en la capital. No era fácil desarrollar las dos acciones, las cuales su único fin era la de introducir al mercado más importante del país a *El Mundo*.

Existía un acuerdo lega en donde Reyes Spíndola no podía ser editor de nuevo en la Ciudad de México sin antes arreglarlo, según se había estipulado que al dejar *El Universal* en manos de Ramón Prida, por tal razón se fue a Puebla y su semanario comenzó a andar sin definir al director, al gerente, ni al jefe de redacción.

Saborit (2003) destaca que para marzo de 1895, después de cinco meses de pagar al estado poblano por sus trabajos y sin que la Tesorería subviniere al semanario ni su dueño así lo solicitara, *El Mundo* anunció a sus lectores, favorecedores y amigos la compra de

⁸² Saborit, A. 2003, *El Mundo Ilustrado de Rafael Reyes Spíndola, México D.F. Grupo Carso*. pág. 15

nuevas prensas, tipos, cámaras y lentes, “de lo mejor que hay en las fábricas de Europa Dos meses después, a mediados de junio, anticipó la inminencia de la entrada en funciones de una distinta organización para la empresa e incluso del arreglo de sus instalaciones en la Ciudad de México, lo que hasta ese momento le había significado invertir 12 mil pesos en el taller de fotografía y 15 mil más en una prensa plana de la marca Lewis & Block.⁸³

En lo que se daba un veredicto entre Reyes Spíndola y Prida, aparece el nombre de Aurelio M. García en lugar de Julio Poulat como responsable del semanario al empezar a trabajar con su nueva maquinaria en la calle de las Damas en julio de 1895. El valor general de *El Mundo* mejoró considerablemente. La calidad del papel ganó y su composición dejó de ser la común en los diarios de la época. La imagen gráfica de la publicación se fue para arriba e inclusive empezó a ofrecer en el interior de la misma las entregas de Perucho, nieto del Periquillo, una novela evidentemente mexicana –con ilustraciones de Leandro Izaguirre, Carlos Alcalde y Jesús Martínez Carrión- con la cual entraba en competencia con la marca que había puesto *El Demócrata* de Joaquín Clausell en los primeros meses de 1893 con la publicación de la relación novelada de *La masacre de Tomóchic*.

“En breve, sin embargo, la misma estrechez material del medio editorial angostó las finanzas de *El Mundo*. La sola publicación de los 38 capítulos de Perucho, una vez considerada la paga a su autor, Juan de Dios Peza, y la de sus ilustraciones, significó para la empresa un gasto de 3,325 pesos, esto es, la inversión original en el taller de fotografía en la Escuela de Arte, más otros 625 pesos. Pero así era Reyes Spíndola: nada lo quería gratis y se obstinaba en entender al periodismo como un negocio igual a cualquier otro. Ya no era suficiente, como se dijo en una nota anónima en *El Mundo*, gastar en el papel, la composición y el tiro, pagando tarde, mal o tal vez nunca a los redactores, con el dinero proveniente de algunos avisos “arrancados a la fuerza algunas veces por lo procedimientos más incorrectos”. Ese no era el camino para ingresar al régimen de sociedad anónima y lograr las condiciones necesarias para ofrecer dividendos aceptables a los accionistas, como ya lo hacía *The Mexican Financier*. La competencia demandaba la participación de un fuerte capital y “una dosis de buena voluntad y sangre fría para perderlo tranquilamente, antes de tocar el resultado del negocio”. Así era.”⁸⁴

La competencia, no le quitaba el sueño a Reyes Spíndola. La mayoría del tiempo permanecía en la orilla del juego del prestigio literario en que se aplicaban por igual editores y redactores, y el cual llevaba o al congreso o a la cárcel de Belem, las dos puntas de la

⁸³ *Ibidem* Pág. 16

⁸⁴ *Ibidem*, Pág. 16

sociedad política. No acostumbraba asistir a los lugares de reunión de la sociedad. Lo suyo fue sobrevivir: no le preocupaba otra cosa, nada le preocupó tanto en su vida profesional, ni siquiera el cultivo de la música le creó una sensación mayor de felicidad. Vivió siempre ensimismado por el compromiso de seguir adelante. Y todas las intensiones de su vida estuvieron enfocadas en una sola y gran pasión: el deseo oculto del poder.

Aun no se sabe nos dice Saborit (2003), lo que llevó a Rafael Reyes Spíndola durante su juventud a internarse en las Mixtecas a vender a los indios pañuelos de tonos estridentes y sartas de vidrios de colores. Bien lejos estaba de que sus victorias se volvieran sospechosas. Al parecer, la iniciativa sentó un precedente en la vida de este que fue un periodista excepcional en los flancos materiales del oficio; es decir, la imprenta y la comercialización, hasta llegar a ser una pieza clave en el ejercicio del poder de Porfirio Díaz.

Años más tarde, como lo señaló Victoriano Salado Alvarez, esos mismos géneros de colores vivos los había de vender en otro mercado, sujeto al apetito y los antojos de otros muy distintos que los curiosos y apartados naturales de la sierra, pero que los comprarían con el mismo entusiasmo.

“Más por burlarse de su pobre expresión literaria que en reconocimiento a su temprana formación jurídica, el gremio periodístico mexicano de los últimos años del siglo XIX y de las dos primeras décadas del XX lo conoció como “El Licenciado” Oriundo de Tlaxiaco, Oaxaca, en donde nació en 1860, Reyes Spíndola formó parte de la generación que reunió a tres esperanzas regionales en la carrera de derecho: Emilio Rabasa, Fausto Moguel y Emilio Pimentel, sus condiscípulos en el Instituto Literario de Oaxaca”.⁸⁵

Concluidos sus estudios y con su título de abogado Reyes Spíndola se muda a la ciudad de Morelia en donde se dedica a ciertos cargos judiciales menores y se incursiona tempranamente a la docencia. De ese período son un tratado de geografía que logró adecuar como libro de texto en las escuelas del Estado, una obra extraña sin autor en la portada, un espacio en el congreso local, así como sus nupcias con la hija del general Mariano Jiménez, quien era gobernador de Michoacán, tres eventos que influyeron con su nombramiento como diputado al Congreso de la Unión y su posterior transferencia a la capital del país. Una figura Alta, delgado, transparente, nervioso, así lo describían los que lo

⁸⁵ *Ibidem*, Pág. 17

conocieron en ese tiempo, Reyes Spíndola lucía entonces una gran cabellera, vestía con calculado desaliño, derrochaba corbatas tipo papilon y en sus ratos libres tocaba el piano.

A su llegada a la Ciudad de México le llegó a su pensamiento la idea de formar un gran diario, así les sucedió a todos los anteriores dentro del medio y que, al último lo único que lograron, fue echar a circular modestas publicaciones en un solo pliego. A diferencia de todos ellos en aquel momento y ahora reconocidos hombres de letras, Reyes Spíndola “tuvo por galanteo ocultar su forma de pensar, para mostrarse ante los insolentes como un igual”.

En 1888, con el apoyo de su compadre José Ives Limantour y otros “científicos” más o menos notables como más adelante se les llamó a los miembros de su propia generación, Reyes Spíndola echó a andar *El Universal*. La existencia de este diario contó con el respaldo de un subsidio gubernamental, al igual que las numerosas sociedades del ramo editorial en esa época y como muchas otras iniciativas comerciales en diversas áreas, pero fue de Reyes Spíndola la iniciativa de bajar el precio de su publicación con la idea de ampliar la demanda para su periódico.

Se había demostrado que el servicio postal mexicano había cuadruplicado sus ingresos al disminuir las tarifas tan pronto Díaz confirmara el acuerdo que firmó su delegado al Congreso Universal de la Unión de Correos, realizado en París a mediados de 1878, quizá no era tan incoherente arriesgarse a salir al mercado con *El Universal* con un costo de un centavo por ejemplar y aumentando su tiraje. Debió imaginar una cosa así Reyes Spíndola. Otros más experimentados, como Filomeno Mata, pensaban que imprimir más de diez mil ejemplares diarios elevaba considerablemente los costos y que, por lo mismo, más bien era imposible en México compensar una tarifa baja con el aumento del tiraje.

“El Universal gastaba elegantes oficinas en el edificio ubicado en la esquina de Palma y Plateros, pero su originalidad estaba en el surtidero de noticias de las calles. El periodismo de opinión le importaba poco a Reyes Spíndola. De ahí que desde el principio metiera en su redacción a jóvenes estudiantes, como Ignacio Sort de Sanz, Joaquín Clausell, José Juan Tablada -bajo la constante supervisión de gente como Ignacio M. Luchichí y Adolfo Duclós Salinas, sus mayores-, secundados por un atento grupo de caza de noticias con su propia red de informantes. Tampoco le interesaba mucho que sus colaboradores hicieran huesos viejos en la empresa y, así como se cuidó de labrar fama de pagador, cultivó la de severísimo patrón. El mismo inspiró infinidad de artículos y crónicas, reunió en

sus publicaciones a los mejores autores de la hora y no salía de su oficina sin haber revisado hasta la última línea. Pero “cuando tomaba la pluma producía catástrofes según Salado Álvarez.”⁸⁶

El médico oaxaqueño Constancio Peña Idiáquez, apodado Tanchito, a quien Reyes Spíndola conoció y trató desde la niñez cuando ambos vivían cobijados por el obispo José María Covarrubias, ocupó mucho tiempo parte importante de sus simpatías. Pero, con certeza, se ignora si este Tanchito era parte del grupo de padrinos y amistades leales que el 20 de abril de 1893 acompañaron al mismísimo Licenciado a su cita en el campo del honor con el escritor sinaloense José Ferrel. Este fue de los últimos actos públicos que apareció como propietario y director de *El Universal* Reyes Spíndola.

En lo que su titular Joaquín Clausell pasaba un tiempo preso en la cárcel de Belem, Ferrel permaneció a cargo de *El Demócrata* para que siguiera publicándose. Discretamente Duelistas, jueces de campo, padrinos, médicos y testigos llegaron a las cuatro de la tarde al costado sur del Panteón Francés y, aún cuando se tenía el conocimiento que Ferrel tomaba la espada de combate como machete cañero, pues eso dejó ver en su primer encuentro en la capital, Reyes Spíndola eligió la espada como menester en este duelo y satisfacer así el artículo que en *El Demócrata* dio origen a esta reunión.

El poder periodístico motivo en buena práctica encuentros de los duelos de pistola y espada en México desde las épocas de la llamada República Restaurada hasta finales del siglo XIX. Al inicio, eran intocables los escritos de los diarios, de tal manera que los perjuicios morales hechos en contra de los escritores -por sus sinceras u ocultas referencias políticas, por sus ponencias públicas o por sus afinidades privadas- no sólo se volvieron contención del honor sino que además se disolvían en ese campo, generalmente a las afueras de la ciudad. En innumerables ocasiones este tipo de dificultades se arreglaban a punta de grotescos aunque no por eso menos enérgicos bastonazos, que debieron llenar de vergüenza a los figurantes y de pena ajena a los presentes pero, algunas veces, los enfrentamientos con pistola de tiro o espada de duelo hicieron que la sangre se derramara.

Saborit (2003) escribe que una contienda de esta naturaleza terminó con la vida de Santiago Sierra en 1880, redactor de *La Libertad*, quien a sus 30 años y unas semanas

⁸⁶ *Ibidem*, Pág. 19

antes de morir en duelo frente a Ireneo Paz explicaba la “nueva y angelical ley” del aforo a la prensa como un desprendimiento natural del hecho que “publicistas de incontrastable voluntad, abogados y médicos” consumaran las revoluciones liberales, improvisándose como jefes de ejércitos, “y que en la explosión del combate y las dificultades del triunfo usaban, por fin, de la libertad de pensar y de propagar sus ideas políticas” Sierra se oponía de manera radical a este fuero y en uno de sus últimos artículos escribió:

“Los escritores somos, consintámoslo o no, los herederos de los bonzos y de los guerreros que vivían fuera de la ley en 1855. La testamentaria de esas castas nos ha empolvado con sus falsas teorías, y constituimos en medio de la sociedad mexicana, más que un cuarto Estado, una cofradía de infalibles e inviolables, e imponemos despóticamente nuestra férula sobre las espaldas de los demás ciudadanos, que no han tenido la luminosa idea de meterse a periodistas”.

Y es que sucede en materia de delitos de imprenta, lo mismo que con los latrocinios en tiempo de guerra: no sabemos discernir entre lo que es simplemente un robo y lo que tiende a regenerar por sexagésima vez a esta pobre patria. La ley, que fue obra de escritores más o menos públicos, y que no habría sido sancionada sin el beneficio de la casta, no distingue entre los delitos políticos y los del orden común. Así, para resguardar la libertad literaria contra las acechanzas y las iras del poder, se sumergió a los escritores en la Estigia de la invulnerabilidad, se les hizo inmunes contra toda represión, se les consagró Sumos Pontífices del dicerio y de la mentira.

Los extremos se tocan, y esta vez como en otras los legisladores han hecho un disparate a toda orquesta. Para salvar a unos cuantos seres imaginarios, periodistas de conciencia y más raros que los náufragos in gurgite vasto, se ha dictado una sentencia de muerte contra los derechos, el bienestar y la honra de la inmensa mayoría”⁸⁷.

Muchos de los escritores que desde el inicio de la década de los ochenta escribieron en contra del poder de la prensa. Al menos en la sociedad política era bien sabida la utilidad que confería el séptimo artículo de la Constitución de 1857: “La libertad de imprenta no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública”, decía este artículo; y puntualizaba lo siguiente: “Los delitos de imprenta serán juzgados por un jurado que califique el hecho y por otro que aplique la ley y designe la pena”. No extrañe entonces que en 1884 el mandatario saliente, Manuel González, modificara este artículo para beneficio del gobierno de su sucesor.

No se conocía con certeza cuánto tiempo le costó a Díaz advertir que el periodismo en México podía vivir sin este fuero, mas no sin el circunstancial subsidio del estado del que algunos no estaban de acuerdo, como Ignacio Ramírez.

⁸⁷ *Ibidem*, Pág. 20.

Con un sistema de distribución muy limitado y, por ende, con la limitante de no poder acceder a un número mayor de lectores que el del grupo más cercano en la ciudad, ya no digamos más allá, la prensa no sólo encaró el desafío de la sola sobrevivencia en la segunda parte del siglo XIX sino el de la consecuente precariedad de las manifestaciones públicas de la agrupación que solía estar detrás de este tipo de iniciativas editoriales. De ahí que tanto en la idea del poder de Díaz como en la multicolor agenda de la política, las subvenciones a la prensa respondieran cautelosamente a un mismo y práctico cálculo, más allá de mantener con vida al periodismo mexicano:

Por inicio, crear un medio necesario para que los diferentes grupos expresaran y difundieran públicamente los intereses y diferencias hacia el estado, lo que a mediano plazo esto permitiría a Díaz y a sus colaboradores identificar, conocer y beneficiarse del cuadro de la sociedad política; y, que posteriormente, pondría la mesa para impulsar el diálogo entre las minorías pudientes de la sociedad. Originalmente el periódico entró a la vida cotidiana de muchos como un objeto literario, casi siempre insistente y teorizante en sus trabajos civilizadores, antes que como algo de una utilidad inmediata y, en cierta medida, imprescindible para el crecimiento de la vida en sociedad y la utilización más equitativo de sus bienes y servicios. De tal manera que funcionó en los años setenta y ochenta el respaldo de los fondos, que la solicitud de asistencias llegó a ser otra de las labores de un editor. De ahí que la presidencia y los funcionarios apoyaran por lo general a cuenta de la Hacienda pública y, por lo mismo, con el discrecional cuenta gotas del mayor rendimiento político las solicitudes de apoyo monetario para el lance editorial. Esta dependencia de capital explica en buena medida los discernimientos y excesos de la prensa frente a los actos de gobierno, sí, pero además marca un línea a investigar: el control que Díaz y su gente trataron de lograr por esta vía sobre la misma sociedad política.⁸⁸

Saborit (2003) escribe que la prensa, a diferencia de los clubes, tuvo un impacto limitado en tiempos de elecciones; y, sin embargo, no deja crear expectación el apareamiento de nuevos diarios y magazines en proximidades de una jornada electoral. En 1880, por ejemplo, antes del general Manuel González subiera al poder, Díaz apoyó la fundación de un nuevo periódico para la Ciudad de México, propuesto con la debida oportunidad y discreción por Gonzalo A. Esteva. En el ánimo de Díaz, como jefe saliente del ejecutivo, estaba el guiar la simpatía de las distintas agrupaciones en favor del sucesor que él mismo designó y quizá no

⁸⁸ *Ibidem*, Pág. 21.

habría encontrado una adhesión más oportuna y prestigiosa que la de Esteva, uno de los especímenes más raros en el que fue pródigo dentro del medio de la letra impresa mexicano en ese siglo. Diligente de la filosofía y el derecho, poseedor de un abundante recurso en el servicio público como diplomático en Francia y España, ministro de Hacienda en Jalisco, congresista por su natal Veracruz, este activo miembro del Izaguirre clan de los Esteva colaboró además con Ignacio Manuel Altamirano en la aparición del *El Renacimiento* y en 1878 dio a las prensas de su propia imprenta una obra (“notable” en opinión de Juan de Dios Peza) que con el convencimiento introdujo el suceso en el que líneas atrás se quedaron sumidos Reyes Spíndola y Ferrel: *El duelo a espada y a pistola*.

Es comprometido saber de buena tinta hasta qué punto este sumario redujo el resultado de fallecimientos en los duelos que incitaron las reclamaciones y ofensas personales de la prensa, en lo que la preponderancia de los periódicos parecía no tener una demarcación. La rutina de batirse en desafíos entre los periodistas no era sino una táctica para llamar la atención, a los ojos de alguien como Balzac, quien contemplo a los editores del Tercer Imperio como una especie de cirqueros ambulantes. Saborit (2003) alude que sabemos que lo que en Francia podía alcanzar tonos de comedia y farsa, en México llegó a ser trágico. Asimismo sabemos que Esteva, a sus 37 años, se la jugó en favor de Díaz y que de ese gesto surgió *El Nacional*.⁸⁹

Nieto de José Ignacio Esteva, diputado del primer Congreso Constituyente de 1822, ministro de Hacienda de Guadalupe Victoria y alto masón, y por lazo sanguíneo materno del liberal Pedro Landero y Bauza fallecido junto a la mayor parte de su compañía en la ofensiva de Tolomé en 1832 y a quien Lucas Alamán atribuyó la magnanimidad de haber perdido en el juego 18 mil pesos de la caja del cuerpo que controlaba, este personaje (Gonzalo A. Esteva) no sólo era un lazo entre Díaz y algo de lo más distinguido del vivo pasado mexicano, sino entre sus propios propósitos y la fuerza de José, Francisco y Pedro Landero y Cos parientes del letrado Gonzalo, los cuales tenían a su cargo la directiva de un importante círculo político y empresarial del Golfo. Saborit (2003) nos cita “El Sr. Toro me ha hablado hoy sobre el asunto de los 500 p. [pesos] para el periódico, que pienso establecer, manifestándome la anuencia de U., que sinceramente agradezco, pero haciéndome presente que buscaba el modo más discreto de arreglar el asunto”, escribió Esteva a Díaz.

⁸⁹ *Ibidem*, Pág. 22

“Por las prisas de ver su impreso en circulación antes de que Díaz dejara el cargo, Esteva apenas agradeció el tacto de Toro y le dijo al presidente que, en su opinión, no debían “perderse los momentos” pues él creía “llegada ya la oportunidad” de que su publicación apareciera cuanto antes, “pero asegurándome previamente la cooperación que solicito para que tenga vida”. De aceptar el ruego de Esteva, entonces Díaz “robustecería” la idea en Hacienda, para que él pudiera “fundar una publicación que no lisonjeo de creer llegará a ser útil al Gobierno”⁹⁰.

Se puede decir que, a un plazo no muy distante, esta prudente ayuda fue más útil a Díaz que a la prensa. Por medio de ella consiguió una parte importante de la información que le accedió desempeñar el poder a sus anchas por años. *El Universal* de Reyes Spíndola era el aparato de los llamados científicos, lo sabía. Su ministro de Justicia, Joaquín Baranda, vigilaba *La Patria* de Ireneo Paz, también lo sabía. Él mismo se tomó la preocupación de tener preponderancia directa sobre *El Partido Liberal* de Juan Vicente Villada, sobre el glorioso *Siglo XIX* y desde luego sobre *El Nacional* de Esteva. Incluso permitió que *El Monitor Republicano* de Vicente García Torres lograra conservarse lo suficientemente lejos de las colaboraciones estatales como para salvaguardar su prestigio y, a partir de 1892, al solucionarse no sin problemas su tercera reelección sucesiva como presidente de la república, Díaz decidió pactar las discrepancias y oposicionismos a su régimen con el retiro gradual de las ayudas y el aislamiento de sus autonombrados voceros.

Lo anterior, no era el cambio legal que promovió González desde la presidencia, marcó el final seguro al prestigioso privilegio de los periodistas. En seguida aparecieron verdaderas y sinceras enemistades, como ocurrió con *El Diario del Hogar* de Filomeno Mata y, por último, echó a andar la agrupación literaria más insólita del día: la que se constituyó entre los escritores públicos a fuerza de franqueza obligada y casi siempre ilícitas en la cárcel de Belem.

La pérdida de amparo de la prensa, como medida y señal de inminente renovación de un medio a duras penas culto y de alguna forma pudiente, no fue tan efectiva políticamente como el racionar económica en el ramo de las colaboraciones a la prensa. Esto último acabó por conformar a una élite informativa poderosa, no sólo próspero en términos monetarios y con los recursos tecnológicos para apoyar la propensión centralista del sistema e infundir una conducta uniforme en el país sino, sobre todo, digna en sus opiniones y afrentas a la imagen de Díaz y sus decisiones.

⁹⁰ *Ibidem*, Pág. 22.

¿Qué marca dejó este transcurso político? Se pregunta Saborit (2003). Existen distinciones a los contratos establecidos entre gobierno e imprentas para la edición de leyes, memorias, informes, y dictámenes, que ayudaron enérgicamente a subsistir el siempre tan llorado ausentismo de los lectores pero que, a la postre, imposibilitaron levantar un verdadero mercado para los impresos. Pero, sobre todo, existen también postulaciones que no lograron a obtener el favor de algún apoyo estatal.⁹¹

La huella de este transcurso político se puede continuar también en el aumento del disgusto hacia el gobierno en medios ante incondicionales y en el aumento de la cifra de periodistas en la cárcel de Belem, muchos de los cuales se aventuraron a desafiar a la causa del antirreeleccionismo en el excitado año de 1892. Asimismo de los asomos que brindan las sátiras del enérgico caricaturista e ilustrador José María Villasana protegido alguna vez por Díaz, en las publicaciones habituales del día se consigue a apreciar que muchos de los personajes que primeramente se organizaron en distintos comités capitalinos, desafiando directa e irónicamente a la prensa favorecida, preparados a encarar sus palabras y convicciones democráticas a la voluntad política de Díaz y los suyos como Ricardo y Enrique Flores Magón, Querido Moheno, Alberto García Granados y Diódoro Batalla, entre otros, fueron a dar sin lugar a duda con su humanidad a Belem.

Esta dedicación en algunos casos marcó el inicio de una larga y sinuosa carrera periodística para un buen número de escritores públicos que, varios lustros después, terminaron en los diarios del maderismo, a lado de opositores de antaño.

Inmediatamente después de la dictadura, se da uno de los pocos casos en el siglo en el que la prensa predominante se enfrenta radicalmente al gobierno constituido. A esa prensa, que no había enfrentado a la dictadura, le corresponde el dudoso mérito de haber creado el clima de linchamiento que enmarcó el derrocamiento y el homicidio de Francisco I. Madero, el primer presidente democrático y, para algunos, el único del siglo XX. Apenas terminaba la etapa armada de la Revolución se daban los primeros, inequívocos, rasgos del modelo estructural de relación subordinada de los medios al poder público en el México del siglo XX. Vayan unas viñetas sobre el nacimiento y algunas vicisitudes de algunos de los principales medios surgidos en esta etapa, que pasarían a ser rasgos comunes del modelo a lo largo del

⁹¹ *Ibidem* Pág. 23.

siglo en lo que concierne a la intervención gubernamental en la propiedad y el control de los medios.

Saborit (2003) agrega, Reyes Spíndola hizo mucho más que eso. No obstante, los importantes espacios que se dieron en el interior de sus publicaciones a las diversas pruebas de la imagen fotográfica, del reportaje de investigación, de las viñetas e imágenes caricaturescas, de las propias obras literarias, incluso de la música, se vieron demeritadas por la intención que dio a ese poder político que de alguna forma u otra ya se consideraba lo que pensaba la gente de lo que se leía en las páginas de sus impresos, así como sus técnicas y reglas de seducción y exterminio civil, a un sistema no sólo en aspecto insensible a los reclamos de sus contrarios, sino también determinado a desplegar su fuerza con fría decisión hasta el último momento.

Reyes Spíndola quedó atrapado en todo esto. Con las mismas intenciones y las metáforas con las que erigió su fortificación de cuatro niveles de la calle de Damas, muy lejos de lo que existía en su ciudad natal, que se escribió para la posteridad de un sistema que esculpió poco a poco y firmemente su propio destino de aniquilación.⁹²

3.1.3 La imprenta en *El mundo semanario ilustrado*.

El departamento de linotipos de *El Mundo*, Según relata este diario fue el primer periódico hispanoamericano que empleó máquinas de parar tipo en sus oficinas.⁹³

Las ventajas industriales de estas máquinas eran tantas y tan notorias que emplazaron inmediatamente un departamento en toda forma, poniendo en juego cuatro linotipos.

“El objetivo y ventajas de este aparato lo describen de la siguiente forma:

El linotipo tiene en la parte anterior un teclado en el que opera el tipógrafo como en una máquina de escribir; al oprimir con el dedo cada tecla, baja la matriz de la letra correspondiente, y una vez que está completa la línea, las matrices que la componen pasan por un movimiento de palanca al lugar de la máquina en está el metal fundido é imprimen sobre él sus signos, formándose de esta

⁹² Ibidem, Pág. 55.

⁹³ Reyes Spíndola R. *El Mundo semanario ilustrado, domingo 10 de septiembre de 1899* pág. 181

suerte la línea tipográfica en una sola pieza que baja automáticamente y ocupa el sitio que le corresponde en la columna”.⁹⁴

Omitidas así gracias á las máquinas las múltiples y penosas operaciones que requiere en la tipografía ordinaria la formación de cada línea, el operador menos hábil puede trabajar con gran rapidez; pero no esta la única ventaja, existe otra en donde resulta más sencillo y seguro oprimir las teclas bien distribuidas del linotipo que buscar las letras en una caja de imprenta, las erratas son menos frecuentes y hay por otra parte medio de corregirlas con oportunidad, esto es, antes de que se impriman en el metal, a cuyo fin puede leer el operador en las matrices que han formado el contenido de esta, sin pérdida de tiempo porque al agruparse presentan a la vista sus signos.

La ventaja principal que tiene para sus lectores el empleo del linotipo, es la de una impresión más limpia, pues el tipo es siempre nuevo en cada tiro.

Como todos los progresos marchan a la par, con el que reseñamos no sólo ganan las empresas y el público, sino también el obrero para el cual se abre una nueva esfera de actividad más amplia. En primer lugar, el trabajo se hace menos ímprobo; la máquina trabaja por él, lo ayuda aumenta el rendimiento de su jornal, pues es cosa demostrada que el salario está en razón directa de la productividad de la acción del obrero. Además, la faena tiene menos incomodidades materiales; el operador no está de pie todo un día como el tipógrafo, sino sentado cómodamente, y no une al esfuerzo mental de la atención sostenida en la copia fiel en la que requieren tantos movimientos musculares fatigosos como son los que se necesitan para la colocación manual de los tipos y cuadratines en un componedor.

En una de las publicaciones de *El mundo* imprime con fecha: Domingo 23 de agosto de 1896 un artículo que refiere una de las más antiguas imprentas en México, el objetivo de este artículo entre otros es dar a conoce a los extranjeros el estado de progreso que gozaba el país, ya que comentan que esta es publicación que circulaba bastante fuera de nuestra nación:

Es esta la casa de los Señores Francisco Díaz de León Sucesores, la cual fue fundada hace 39 años, habiéndose establecido en 1892 la Sociedad Anónima que hoy la posee.

⁹⁴ *Ibidem.*

Los talleres de la Sociedad Anónima Francisco Díaz de León Sucesores se encuentran establecidos en la esquina de las calles de San Juan de Letrán y Rebeldes, y están en su totalidad formados, movidos y dispuestos con elementos, capitales y energías exclusivamente nacionales.

Con el fin de fomentar la Sociedad Anónima, el Sr. Díaz de León aumentó sus máquinas, ya que de por sí eran abundantes y formó así magníficos talleres, cuyas fotografías ilustran estas notas.

Podemos mencionar entre dichas labores, las siguientes todo género de impresiones tipográficas y litográficas, encuadernación, rayados, ilustraciones y cromos.

Los talleres están divididos hábilmente en grupos que regentean hombres entendidos.

Cuatro años lleva ya establecida esta Sociedad Anónima, y no obstante que los negocios en general han atravesado por crisis penosas, que exigen actividades sumas para contrarrestarse la laboriosidad, honradez é inteligencia de los socios que tienen la gerencia del establecimiento, unidas al favor del público han logrado que el crédito de la negociación aumente cada día más y más y que por ende, los beneficios logrados cada año, permitan la repartición de un dividendo regular a los accionistas.⁹⁵

Creemos que esta casa y otras del mismo género que se han fundado en la República, y que merced á su laboriosidad y empeño han logrado perfeccionar sus trabajos, bastarían ya para satisfacer ventajosamente todos los pedidos nacionales, con ventaja positiva en el costo, sobre los que se hacen en el extranjero.

La casa Díaz de León Sucesor, en su prolongada práctica, ha merecido ya muchos elogios de impresores de nota del extranjero, pudiéndose mencionar entre ellos á los señores J. Johnson de Filadelfia y á notables impresores de Alemania y Francia. Además, en varias exposiciones nacionales y extranjeras han obtenido los trabajos de la cuestionada casa, menciones honoríficas y medallas de oro, plata y bronce.

⁹⁵ *Ibidem.*

De los talleres y oficinas del establecimiento han salidos empleados hábiles muy solicitados, que han llevado a muchas partes de la República no despreciable contingente para el adelanto tipográfico.

Para concluir, daremos los nombres de las personas que forman el Consejo de Administración de la Sociedad y de sus principales empleados:

Presidente y primer vocal, Sr. Gabriel Rodríguez y Cosío.

Segundo vocal, Sr. Pedro J. Peniche.

Tercer vocal, Sr. Jose S. Ponce de León.

Comisario, Sr. Juan Aguilar Vera.

Director de la litografía, Sr. H. Iriarte.

La casa Díaz de León Sucesores es un testimonio más de lo que puede obtener la perseverancia en el trabajo y constituye un modelo que debe imitarse⁹⁶

3.2 Análisis de los anuncios con fotografía

Dado que el diseño es una combinación compleja de muchas fuerzas y se suele alcanzar mediante un proceso intuitivo, tiende a desafiar el análisis científico y la aplicación de fórmulas.

Al observar una foto es posible examinar las exposiciones reunidas para encontrar casi instintivamente la media docena aproximada que compaginará la composición completa. En otras ocasiones la búsqueda resulta larga y tediosa, con algunas incursiones en diseños tentativos siguiendo el método de acierto y error. Nunca se debe perder de vista la relación con otras imágenes que aparecerán en el mismo anuncio o en el contexto total.

Una auténtica comprensión de un concepto visual en el que desarrollar una estructura del diseño se entra en la compleja esfera en que el espacio, la forma y la yuxtaposición adquieren nueva importancia.

Factores a tomar en cuenta para el análisis de una fotografía inmersa en una publicación:

⁹⁶ *Ibidem.*

- a. **Contraste de tamaño:** Decidir el tamaño de una imagen dada es fundamental en el proceso del diseño de página. Cuando se sitúan dos imágenes en el mismo plano visual, su impacto puede realizarse mediante una diferencia de tamaño. La imagen grande agregará énfasis a la pequeña puede hacerla parecer más importante. Por otro lado la imagen pequeña hará que la otra parezca más grande e incluso más dinámica de lo que sería sin dicho contraste. Aunque la cuestión del contraste de tamaños es obvia, todavía se encuentran bocetos monótonos con una pesada uniformidad en los tamaños de las imágenes.
- b. **Contraste de valor:** El blanco del papel y el negro de la tinta son fuerzas opuestas en el proceso de diseño. Cuando una imagen que contiene grandes zonas de negro se coloca contra una imagen de tonos altos, el contraste resultante puede tener un efecto positivo por ambas imágenes y aumenta el impacto visual del diseño. El contraste de valor también se aplica a las imágenes en color. Pueden contraponerse tonos apagados a tonos de colores muy saturados, y contrastarse colores fríos con colores cálidos. La yuxtaposición de colores complementarios o incluso discordantes logra crear contrastes cromáticos y añadir fuerza al diseño de página.
- c. **Contraste de forma:** A diferencia de muchos fotógrafos, que se encierran en la forma y proporción de sus visores, casi todos solemos ver nuestro mundo a través de una enorme variedad de formas. Es posible vislumbrar una imagen a través de una puerta parcialmente abierta, de una ventana con la persiana bajada a medias, de una abertura angulada, y hasta de una forma libre. Nuestra visión cognoscitiva puede ayudarnos a ver una figura como una silueta suelta.
- d. **Contraste de carácter:** Existe otra forma de contraste que en ocasiones aumenta la eficacia de un diseño de página. Si se yuxtaponen dos imágenes de carácter contrastante, se incrementa su impacto emocional. Dado que esta forma de contraste se refiere a la respuesta emocional del lector, el diseñador debe utilizarla con sumo cuidado. Por otro lado, contrastes como la violencia y la serenidad, la pena y la alegría, la juventud y la ancianidad suelen causar un efecto positivo en el pacto visual.
- e. **Formato y estilo:** Hasta un estudio indiferente de una revista pondrá en evidencia que un ejemplar es mucho que una serie de anuncios bien diseñados unidos por la encuaderna. Un diseño de página eficaz exige una continuidad armoniosa de las unidades editoriales que se extienda portada a contraportada. Esta unidad debe

extenderse a un estilo global de número en número, hasta que quede relieve la personalidad de la publicación. La sensación de estilo y continuidad debe surgir naturalmente los objetos editoriales y las consideraciones de diseño de una revista dada, con el acento puesto en las ideas editoriales y de comunicación. Un formato coherentemente unificado que produzca una impresión perdurable en su público exige una estrecha colaboración y comprensión entre el editor y el director de arte. Si se explora la historia de las revistas, no es difícil descubrir una larga tradición que respalda la importancia de este tipo de cooperación.

3.2.1 Inventario de anuncios que contaban con fotografía en la publicación de *El mundo semanario ilustrado*.

Este inventario se desarrollo conforme al orden de la publicación como se encuentra dispuesta en los tomos de consulta por número y año dentro de la hemeroteca, considerando la fecha de publicación, la página y la característica o título del anuncio como aparece dentro del impreso.

TOMO 1 DE 1895.

PAG.	FECHA	ANUNCIO
	6/01/	El Puerto de Veracruz, Gran cajona de ropa Méx.
13	10/02/	Órgano Eólico con teclado. (Wagner y Levien).
15	10/03/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
14	17/03/	Gran Fábrica de Muebles en San Luis Potosí, de Jorge Unna y Cia.
15	17/03/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
15	31/03/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
13	28/04/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
14	5/05/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
14	19/05/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
14	19/05/	El Vapor nacional "DIEGO"
16	26/05/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
14	2/06/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
14	9/06/	El Vapor nacional "DIEGO"
16	9/06/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
14	16/06/	El Vapor nacional "DIEGO"
16	16/06/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
14	23/06/	El Vapor nacional "DIEGO"
16	23/06/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
15	7/07/	Fábrica de Muebles de Todas clases, Jorge Unna y Cia.
16	7/07/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).

TOMO 2 DE 1895.

PAG.	FECHA	ANUNCIO
14	14/07/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
13	21/07/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
14	4/08/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
13	28/08/	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
14	20/10/	Ajuar Moderno de Lujo. En la Fábrica de Muebles de Jorge Unna y Cia. San Luis Potosí.
14	15/12/	Piano STERLING

TOMO 1 DE 1896

PAG.	FECHA	ANUNCIO
15	05/01/	Convocatoria de concurso de Fotografía
48	19/01/	Gran Fábrica de Muebles en San Luis Potosí, de Jorge Unna y Cia.
50	26/01/	“El mundo” semanario ilustrado. Tel. 434-2ª de las Damas Num. 4, Apartado 87B México. La suscripción a “El Mundo” vale \$1.25 al mes y se cobra por trimestre adelantado, Núm. Suelos 0.50 ctvs. AVISO: A razón de \$30 plana por cada publicación. Todo pago debe ser precisamente adelantado.
64	26/01/	La mexicana. La primera Compañía Nacional de Seguros sobre la Vida. (Estadística Gráfica).
122	23/02/	Fotografía de lo invisible, (Radiografía de un pez, una mano, y una rana) procedimiento del Dr. Roentge.
Sup.V	23/02/	Primer foto cromo que se hace en la República Mexicana. Talleres de “El Mundo”
192	22/03/	Departamento de publicidad. Agencia General de Periódicos y Anuncios concesionarios.
223	12/04/	General Porfirio Díaz (De la última Fotografía tomada el presente año).
232	12/04/	Benedictina “Licor de la abadia”
295	10/05/	Gran Fábrica de Muebles en San Luis Potosí, de Jorge Unna y Cia.

TOMO 2 DE 1896

PAG.	FECHA	ANUNCIO
123 124	23/07/	México Industrial, Taller de la Sociedad Anónima, Francisco Díaz de León.
126	30/07/	Nueva Dirección: Tel. 434, Calle de Tiburcio Num.20, Apartado 87B México.
140	30/07/	La Fraternal. Compañía de Seguros de Vida y de Accidente.
156	6/09/	Rafael Salcido Comisionista. Importador de Muebles Americanos.
171	13/09/	Rafael Salcido Comisionista. Importador de Muebles Americanos.
173	13/09	General Porfirio Díaz, de la fotografía Bustamante por J. E. Meyer. Hecha por “El Mundo”.
285	1º/11/	Gran Fábrica de Muebles en San Luis Potosí, de Jorge Unna y Cia. Altar para el oratorio del Sr. Felipe Murieras, San Luis Potosí.
351	29/11/	Compañía Cervecera de Chihuahua, S. A.
367	6/12/	La Fraternal. Compañía de Seguros de Vida y de Accidente.
388	13/12/	La Fraternal. Compañía de Seguros de Vida y de Accidente.

TOMO 1 DE 1897

PAG.	FECHA	ANUNCIO
		Toda la correspondencia que se relacione con la Redacción debe ser dirigida al Director <u>Lic. Rafael Reyes Spíndola</u> . Toda la correspondencia que se relacione con la Edición debe ser dirigida al Gerente <u>Fausto Moguel</u> . Tel. 434, Calle de Tiburcio Num.20, Apartado 87B México.
79	31/01/	Refinería de Alcoholes y Fabrica de Licor "Casa Colorada"
112	14/02/	Refinería de Alcoholes y Fabrica de Licor "Casa Colorada"
319	9/05/	La Fraternal. Compañía de Seguros de Vida y de Accidente.
320	9/05/	Rafael Salcido Comisionista. Importador de Muebles Americanos.
337	16/05/	La Fraternal. Compañía de Seguros de Vida y de Accidente.
358	/05/	La Fraternal. Compañía de Seguros de Vida y de Accidente.
393	6/06/	La Fraternal. Compañía de Seguros de Vida y de Accidente.
414	13/06/	La Fraternal. Compañía de Seguros de Vida y de Accidente.
432	20/06/	La Fraternal. Compañía de Seguros de Vida y de Accidente.

TOMO 2 DE 1987

PAG.	FECHA	ANUNCIO
		Aparece el Nuevo Secretario de Redacción: <u>Amado Nervo</u>
38	11/07/	La Fraternal. Compañía de Seguros de Vida y de Accidente.
105	8/08/	Refinería de Alcoholes y Fabrica de Licor "Casa Colorada"
162	29/08/	Gran Fábrica de Muebles en San Luis Potosí, de Jorge Unna y Cia. Dosel Fabricado para Ilmo. Sr. Don Ignacio Montes de Oca.
Num. Ext.	19/09/	Samuel W. Walter. Guamiciones finas Látigos y todo requisito para caballo, caballeriza y carruaje. (Estadística Gráfica, NY).
280	17/10/	Refinería de Alcoholes y Fabrica de Licor "Casa Colorada"

TOMO 1 DE 1898

PAG.	FECHA	ANUNCIO
336	24/04/	Gran Fábrica de Muebles en San Luis Potosí, de Jorge Unna y Cia. (Ajuar Victoriano estilo Ingles).

TOMO 2 DE 1898

PAG.	FECHA	ANUNCIO
336	24/04/	Gran Fábrica de Muebles en San Luis Potosí, de Jorge Unna y Cia. (Ajuar para sala María y Lohengrin).

TOMO 1 DE 1899

PAG.	FECHA	ANUNCIO
200	5/03/	Única brujería, para mis dientes blancos, "Pasta Oriental"
290	16/04/	Maquinas y Malacates a Gasolina, "Wever".
373	28/05/	Muestra de los trabajos fotográficos ejecutados en el taller de los Srs. Torres Hnos. Calle de la Profesa Núm. 2 México. "El Taller favorecido por la sociedad elegante de esta capital".

TOMO 2 DE 1899

PAG.	FECHA	ANUNCIO
7	2/07/	El Taller fotográfico de los Hnos. Torres.
87 I,II,III	6/08/	Los adelantos de nuestro país, Cervecería Cuauhtémoc una Gran industria.
180	10/09/	Por los grabados que publicamos hoy verán nuestros lectores que acabamos ya de montar la maquinaria. Hemos comenzado a trabajar en ella, los primeros trabajos que se han emprendido son los de las novelas que daremos en una forma nueva y mucho más cómoda, siempre espléndidamente ilustrada.
181	10/09/	El departamento de Linotipo de "El Mundo".

3.2.2 Clasificación de anuncios con fotografía

La clasificación se desarrollo seleccionando los anuncios que primero se repetían a lo largo de la publicación sin tener ninguna modificación en su forma y contenido, esto quiere decir que se utilizó la misma matriz para su reproducción en diferentes ocasiones. A continuación se agruparon los que correspondían a las mismas compañías y llegaban a tener un cambio significativo en su contenido conservando su forma. Posteriormente se consideraron los anuncios que pertenecían a la misma compañía pero siempre fueron diferentes. Y por último los anuncios que fueron esporádicos y que únicamente aparecieron una vez en el periodo de la publicación que se analizó.

GRUPO No. 1

No.	TOMO/AÑO	FECHA	PAG.	ANUNCIO
1	1/1895	19/05	14	El vapor nacional "DIEGO"
2	1/1895	9/06	14	El vapor nacional "DIEGO"
3	1/1895	16/06	14	El vapor nacional "DIEGO"
4	1/1895	23/06	14	El vapor nacional "DIEGO"

GRUPO No. 2

No.	TOMO/AÑO	FECHA	PAG.	ANUNCIO
1	2/1896	30/07	140	La Fraternal Compañía de Seguros de Vida y de Accidente
2	2/1896	6/12	367	La Fraternal Compañía de Seguros de Vida y de Accidente
3	2/1896	13/12	388	La Fraternal Compañía de Seguros de Vida y de Accidente
4	1/1897	9/05	319	La Fraternal Compañía de Seguros de Vida y de Accidente
5	1/1897	16/05	337	La Fraternal Compañía de Seguros de Vida y de Accidente
6	1/1897	/05	358	La Fraternal Compañía de Seguros de Vida y de Accidente
7	1/1897	6/06	393	La Fraternal Compañía de Seguros de Vida y de Accidente
8	1/1897	13/06	414	La Fraternal Compañía de Seguros de Vida y de Accidente
9	1/1897	20/06	432	La Fraternal Compañía de Seguros de Vida y de Accidente
10	2/1897	11/07	38	La Fraternal Compañía de Seguros de Vida y de Accidente

GRUPO No. 3

No.	TOMO/AÑO	FECHA	PAG.	ANUNCIO
1	1/1897	31/01	79	Refinería de Alcoholes y fabrica de Licor "Casa Colorada"
2	1/1897	14/02	112	Refinería de Alcoholes y fabrica de Licor "Casa Colorada"
3	2/1897	8/08	105	Refinería de Alcoholes y fabrica de Licor "Casa Colorada"
4	2/1897	17/10	280	Refinería de Alcoholes y fabrica de Licor "Casa Colorada"

GRUPO No. 4

No.	TOMO/AÑO	FECHA	PAG.	ANUNCIO
1	2/1896	6/09	156	Rafael Salcido Comisionista. Importador de Muebles Americanos.
2	2/1896	13/09	171	Rafael Salcido Comisionista. Importador de Muebles Americanos.
3	1/1897	9/05	320	Rafael Salcido Comisionista. Importador de Muebles Americanos.

GRUPO No. 5

No.	TOMO/AÑO	FECHA	PAG.	ANUNCIO
1	1/1895	10/03	15	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
2	1/1895	17/03	15	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
3	1/1895	31/03	15	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
4	1/1895	28/04	13	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
5	1/1895	5/05	14	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
6	1/1895	19/05	14	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
7	1/1895	26/05	16	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
8	1/1895	2/06	14	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
9	1/1895	9/06	16	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).

10	1/1895	16/06	16	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
11	1/1895	23/06	16	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
12	1/1895	7/07	16	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
13	2/1895	14/07	14	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
14	2/1895	21/07	13	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
15	2/1895	4/08	14	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).
16	2/1895	28/08	13	La ciudad de México. (Almacenes de Ropa y Novedades).

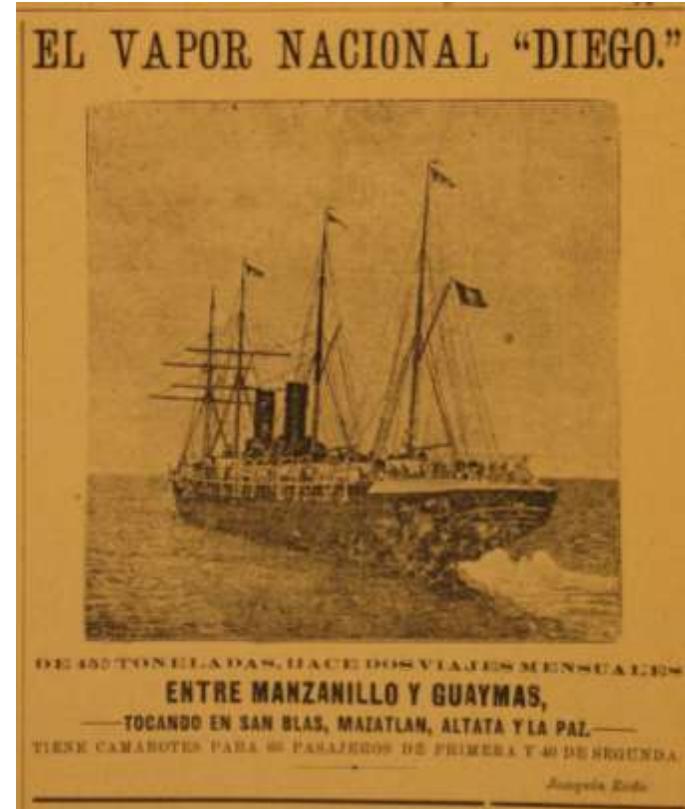
GRUPO No. 6

No.	TOMO/AÑO	FECHA	PAG.	ANUNCIO
1	1/1895	17/03	14	Gran Fábrica de Muebles en San Luis Potosí, de Jorge Unna y Cia.
2	2/1895	7/08	15	. En la Fábrica de Muebles de Jorge Unna y Cia. San Luis Potosí. Muebles de lujo contruidos para la Bolsa Minera de México
	2/1895	20/10	14	Gran Fábrica de Muebles en San Luis Potosí, de Jorge Unna y Cia.
3	1/1896	19/01	48	Gran Fábrica de Muebles en San Luis Potosí, de Jorge Unna y Cia.
4	1/1896	10/05	295	Gran Fábrica de Muebles en San Luis Potosí, de Jorge Unna y Cia.
5	2/1896	1/11	285	Gran Fábrica de Muebles en San Luis Potosí, de Jorge Unna y Cia. Altar para el oratorio del Sr. Felipe Murieras, San Luis Potosí.
6	2/1897	29/08	162	Gran Fábrica de Muebles en San Luis Potosí, de Jorge Unna y Cia. Dosel Fabricado para Ilmo. Sr. Don Ignacio Montes de Oca.
7	1/1898	24/04	336	Gran Fábrica de Muebles en San Luis Potosí, de Jorge Unna y Cia. (Ajuar Victoriano estilo Ingles).
8	2/1898	09/10		Gran Fábrica de Muebles en San Luis Potosí, de Jorge Unna y Cia. (Ajuar para sala María y Lohengrin).

GRUPO No. 7

No.	TOMO/AÑO	FECHA	PAG.	ANUNCIO
1	1/1895	6/01		El Puerto de Veracruz, Gran cajona de ropa Méx.
2	1/1896	26/01	64	La Mexicana. La primera Compañía Nacional de Seguros sobre la Vida. (Estadística Gráfica).
3	2/1897	19/09	Núm. Ext.	Samuel W. Walter. Guamiciones finas Latigos y todo requisito para caballo, caballeriza y carruaje. (Estadística Gráfica, NY).
4	1/1899	16/04	290	Maquinas y Malacates a Gasolina, "Wever".
5	2/1899	2/07	7	El Taller fotográfico de los Hnos. Torres.

3.2.3 Anuncio no. 1



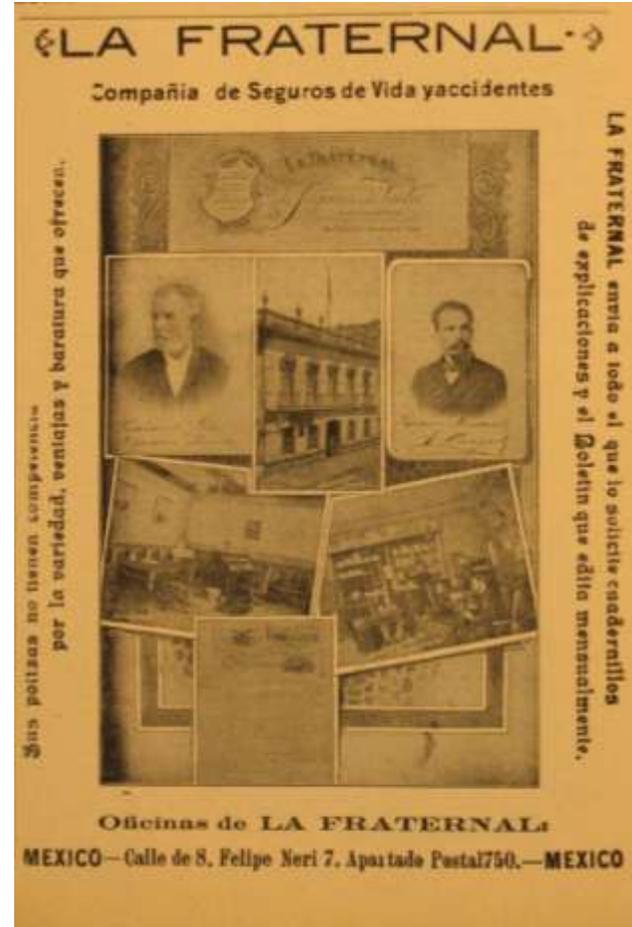
Impreso en la página izquierda ocupando el margen externo. Este anuncio empieza con un título de El Vapor Nacional "Diego" en forma centrada, en una tipografía con patines ligeramente condensada, posteriormente ocupando aproximadamente el 52% del anuncio la fotografía del barco de vapor el cual brinda el servicio, mostrando su gran tamaño, los cuatro mástiles de que está conformado y las dos chimeneas casi negras de la caldera principal que contrastan con lo claro del cielo, el casco que contrasta con el mar por la textura de ambos, navegando en un día de buen clima y un mar tranquilo, hace alusión a su capacidad que es de 450 toneladas en tipografía expandida con patines, el número de viajes que hace mensualmente que es de dos, entre las ciudades que hace su ruta es jerarquizando en un puntaje mayor de tamaño en una letra de palo seco condensada, y en los lugares en donde hace paradas en un puntaje menor al anterior entre guiones, así como los camarotes de

primera que son para 60 pasajeros y 40 de segunda, usando una letra con patines normal en un peso medio, todo se encuentra en altas y centrado en todo en el anuncio. Hasta el final aparece el nombre de Joaquín Redo. El costo aproximado del anuncio conforme a la proporción de la página es de \$6.00.

Existe un detalle en el fotograbado que va cambiando en los diferentes anuncios, ya que al parecer en el primero que aparece existe un defecto como si al hacerlo se hubiera encimado con otra imagen. Posteriormente los siguientes anuncios empiezan a tener una corrección en esa marca que aparece.

Y a lo que se refiere al tramado del fotograbado que es un poco abierto, se ha logrado perfectamente los contrastes entre las formas, definiendo los contornos entre cada uno de los elementos que lo componen.

3.2.4 Anuncio No. 2



El primer anuncio aparece posicionado en la esquina superior derecha de la página ocupando un 25% de misma con un costo de publicación de \$7.50, según las tarifas de *El mundo*, el anuncio que tiene como cabeza el título de “La Fraternal” limitándole y marcando el principio y el final con orlas, impreso con una letra sin patines con un peso medio, todo en altas, centrado al formato general, continuando con la leyenda de compañía de seguros de vida y accidentes, en un puntaje menor en una letra de estructura redonda con un peso medio.

En la parte central se encuentra una composición en fotograbado de medio tono que ocupa el 52% aproximadamente del anuncio, en donde la cabeza vuelve aparecer el título la fraternal compañía de seguros de vida y accidente, en donde aparece del lado izquierdo un escudo heráldico los nombres de Ignacio Pombo, Enrique Aragón y Eduardo Uceaga. En una disposición informal aparece el retrato a $\frac{3}{4}$ mirando hacia la izquierda el Presidente de la compañía el señor Ignacio Pombo, la fachada del domicilio fiscal en perspectiva de la calle, el retrato a $\frac{3}{4}$ mirando hacia la derecha del director general, E. Aragón, en la siguiente línea del lado izquierdo una toma de lo que es la oficina de la dirección ligeramente inclinado hacia la derecha y del lado derecho una toma abierta del departamento de Estenografía ligeramente inclinada a la izquierda, y en la parte inferior aparece lo que podría ser el acta constitutiva de la empresa, Toda esta composición de fotografías aparecen sobre una cubierta de piel que delinea un marco que contrasta, cabe mencionar que posiblemente no se utilizó una red de disposición de elementos en la imagen ya que no existe justificación alguna con los cortes de las fotografías y el encimado de estas. En la parte izquierda leyendo de abajo hacia arriba se encuentra la leyenda de *“sus pólizas no tiene competencia por su variedad, ventajas y baraturas que ofrecen”*, en la parte derecha se encuentra otra leyenda *“La fraternal envía a todo el que lo solicite cuadernillos de explicaciones p el Boletín que edita mensualmente”* la cual está de arriba hacia abajo.

Por último, en la parte inferior se encuentra escrito en la primera línea con una letra expandida con patines y resaltando en altas el nombre de *“La Fraternal”* anteponiendo a esta iniciando con una versal continuando con bajas pero de igual forma con la letra expandida a *“Oficinas de”*, en la última línea de tipografía empieza y termina con la palabra *“MÉXICO”*, y poniendo entre guiones la dirección de la aseguradora, así como su apartado postal, impresa en una tipografía egipcia de características, medias.

Es realmente sorprendente porque al parecer se ha hecho una sola placa para el anuncio la cual tiene un tramado cerrado, al hacer los acercamientos a los detalles se ven ciertas marcas que las fotografías fueron recortadas y montadas en un solo original, aun que las fotografías independientemente no llegan a tener un contrastes semejantes entre si, en su conjunto crean una sensación de tridimensionalidad considerando que el fondo fue hecho como una ilustración.

3.2.5 Anuncio No. 3



Impreso en página derecha ocupando el 100% con un costo de publicación de \$30.00, orientado hacia arriba (en formato vertical), mostrando una gran gama de contrastes de grises, La cabeza de este anuncio que la encontramos en el margen interno, fue trazado y pintado a mano como también los pies de imágenes, junto con todo el fondo de éste, en donde se encuentran trazados marcos, sombras orlas, plecas, que le dan tridimensionalidad, hecho con una técnica acuarelada de tinta, haciendo una estructura de composición informal

para una disposición de imágenes fotográficas que muestran algunos de los departamentos de la empresa que se identifica como *-La Gran Destilería de Alcoholes "La Casa Colorada"*

Las formas de las imágenes fotográficas encontramos que cada una de ellas se adecua a la composición del fondo todo ello para resaltar una de otra, la calidad de imagen es bastante buena capaz de distinguir la mayoría de los detalles que se muestran. Dado la gama de medios tonos que utilizan para su impresión, es aceptable y más aun para la época es de muy buena calidad, considerando que las imágenes fueron hechas en espacios abiertos y en espacios cerrados con poca iluminación. Aparece la firma de un despacho de Nueva York identificado como "Estadística Gráfica", así como también resaltado en la esquina inferior izquierda del fotograbado la palabra México. Por último el pie de imagen en letras de tipos móviles dispuesto en forma centrada la leyenda: *-Industria Nacional. Vistas de algunos departamentos de la Gran Destilería de Alcoholes "La Casa Colorada."*

3.2.6 Anuncio No. 4

RAFAEL SALCIDO.
COMISIONISTA IMPORTADOR DE MUEBLES AMERICANOS.



Damos á nuestros lectores un conjunto de grabados que reproducen el exterior y los interiores de la acreditada casa importadora de muebles americanos de los señores Salcido é hijo, así como los retratos de estos señores.

Merced á este establecimiento, el más bien surtido sin duda de la capital, todo el que desee amueblar elegante y rápidamente su casa, está en aptitud de hacerlo con la mayor facilidad, pues en el almacén de los señores Salcido, hay muebles para todos los gustos y para todas las fortunas.

Los muebles de esta casa distingúense no sólo por su variedad y elegancia, sino por su comodidad y sólida factura.

Llamamos desde luego la atención sobre los muebles propios de un escritorio: Hay mesas con interminable serie de cajones, que permiten la más minuciosa clasificación y el más ordenado arreglo de los papeles interesantes, tan cómodas como fuertes; escritorios que pueden cerrarse perfectamente con una flexible cortina hecha de numerosas piezas de madera, las cuales poseen, además de una serie de amplios cajones, multitud de pequeños compartimientos para papeles, cartas, recibos, &c.

Para estos escritorios hay sillas giratorias especiales, muy cómodas y elegantes. Los libreros giratorios son un excelente mecanismo para sostener libros voluminosos las sillas acogidas, con resortes de cuero flexible y blanda, las repisas, etc., completan el mobiliario de un escritorio elegante y cómodo. Y si de esto pasamos á los muebles de sala, hallaremos la variedad más grande de sillas tapizadas, de estilo francés y americano.

Entre los franceses hay de todas las grandes formas, y entre los americanos de todas las formas.

Para el verano, encuentranse ligeros aparos de lattan ó mimbre.

Para los comedores, el solicitante hallará mesas amplias que pueden reducirse y sillas cómodas y hermosas, de todos los colores que están en uso.

Para las recamaras, la variedad es aún mayor. Hay puros con elegantísimos resacas, cristalería, ó puntas sencillas, como se desea guardarlas amplias, los colores muy bonitos, con lavados finos y de cabida mediana, como se quiere, camas de las formas más en boga, barros, etc.

En general, podemos mencionar entre los diversos y útiles objetos puestos á la venta en el almacén: lámparas, aparos para comedor, cristalería, sillas giratorias, lámparas y gran surtido de sillas de todas clases.

Afadamos que los precios son muy equitativos.

La casa está situada en uno de los puntos más céntricos de la capital: en la 17 de San Francisco núm. 14, frente á la plaza de Guardia; como antes se dice, y los interesados pueden visitar los almacenes é inspeccionar los muebles detenidamente.

Los Sres. Salcido é hijo, trabajando unidos y con empeño por tener siempre el surtido más completo de muebles de la mejor calidad y de las más hermosas y sólidas maderas, han logrado atraerse por completo el favor del público.

El anuncio de Rafael Salcido ocupa el 50% de la página, su costo de publicación según las tarifas de “El Mundo” es de \$15.00, sin embargo el último anuncio que aparece en la publicación es de una página, en donde se sustituye todo el texto que está dispuesto alrededor que se encuentra a tres columnas, y donde da las características y menciona toda la variedad de muebles en estilo francés y americano, que tienen a la venta, sustituyéndolo por viñetas muy bien realizadas a línea, de las novedades que tienen en existencia, haciendo alusión que son muebles finos y de importación.

Lo que corresponde al fotograbado, en la parte superior al centro y como cabeza de la composición se encuentra la imagen representativa de la mueblería que es una metáfora en

donde aparece un bosque, una fabrica y al frente un conjunto de muebles, así como la leyenda de Rafael Salcido, muebles americanos en una letra gótica, a los lado de esta aparece la dirección en la ciudad de México, el anuncio está conformado por una distribución de cinco fotos.

En la fotografía central se encuentra la fachada y en donde en la parte superior del inmueble se muestra el hotel Guardiola y en la parte inferior, el área de exhibición de muebles de la tienda. En la esquina superior izquierda de la composición se encuentra la fotografía del Sr. Rafael Salcido en formato rectangular vertical, y en la esquina superior derecha la del Sr. Ricardo Padilla y Salcido con un formato semejante.

En la esquina inferior izquierda se encuentra la imagen de la sala de exhibición de muebles en donde se logra ver un pasillo entre todos los muebles de exhibición, la imagen es ligeramente girada al sentido contrario de las manecillas del reloj con las esquinas recortadas y un margen blanco con un ligero delineado al igual que del lado derecho la imagen que representa el recibidor de la tienda en donde se logra apreciar claramente una barra enrejada, en la parte de enfrente aparecen dos hombres dialogando con unos papeles en las manos vestidos de traje y junto a ellos, un niño pequeño distraído, la habitación se encuentra decorada con algunos cuadros, y se logra percibir un reloj de pared al lado izquierdo al igual que un espejo y un sillón individual.

La gama de grises es muy amplia lo cual nos dice que el medio tono logra captar los diferentes materiales que aparecen, utilizando un lineaje aceptable para poder apreciar los detalles que se aprecian en las imágenes, este anuncio también es firmado por “Estadística Gráfica NY”.

3.2.7 Anuncio No. 5

LA CIUDAD DE MEXICO.
 ALMACENES DE ROPA Y NOVEDADES
 1° DE MERCADERES 2 Y 4. --PUEBLA. LIONS HERMANOS.

Acabamos de recibir:

Corte alta novedad seda y lana para cinco trajes de señoras 2.00	Cometas género italiano en longhair crepe seda y lana para trajes de calle o de noche 1.50
Nellyell, crepe bilayer y crepe de lana con listas de seda para trajes de señoras 1.25	Alba género japonés de algodón facónes para trajes de casa y de calle 0.50
Emir género crepe de lana, expandido cortado para trajes de señoras y señoras 1.00	Nansook, vestido señora en colores y dibujos de moda 0.50
Confeccionamos cremona facónes seda, trajes de calle 1.00	

Prezioso conjunto de Sombrillas y Escas para la estacion (barras y abanicos de pura seda, imitaciones de seda) á dos metros, elegante surtido de paños.
 Solicitamos á las personas que tienen á bien favorecernos, se sirvan visitar estas almacenas y apreciar la oportunidad que se les ofrece, de encontrar en ellas un

GRAN SURTIDO DE NOVEDADES.
 que se desea de llegar por las últimas vapores procedentes de Europa, y entre ellas,
Un elegante y variado conjunto de telas clásicas y de fantasia.
 seda, lana y seda, lana, lino y algodón de todos estilos, anchos, dibujos y colores de moda á precios muy cómodos.

Este es un grupo de catorce anuncios con elementos similares en la composición editorial de “Almacenes de ropa y Novedades” La Ciudad de México, que aparecen a lo largo de la publicación de “El mundo” el cual ocupaba el 33% de la pagina ubicado en la parte inferior con un costo por publicación de \$10.00 en donde la imagen que se presenta es la fachada de la tienda con una arquitectura de planta baja y dos pisos de cantera con ventanales en madera con un marco en mampostería de color claro resaltándose entre pared y pared unas figuras de algunos modelos, los balcones protegidos con barandales en herrería, rematando la fachada con formas onduladas muy rebuscadas. En la banqueta se muestra el movimiento de la calle en un día cotidiano entre gente y carretas. Esta imagen se repite a lo largo de los anuncios registrando el deterioro de impresión de la misma poco a poco apareciendo una con mayor definición en el anuncio catorce.

Para los anuncios del uno al cuatro se repite la cabeza (considerándose la misma fuente tipográfica), para el cinco la cabeza vuelve a cambiar de fuente, haciéndolo de nuevo para el anuncio seis conservándose esta cabeza hasta el once haciendo otro cambio para los tres siguientes.

La orla que enmarca la cabeza así como la fotografía se utiliza desde el anuncio uno hasta el once haciendo un cambio más para los últimos tres. La información de la tienda cambia continuamente repitiendo la información en los siguientes anuncios:

La del cuatro se repite en el seis, el anuncio siete es igual al ocho, el anuncio nueve es igual al diez.

La leyenda colocada como pie de anuncio menciona el lugar de impresión, que hasta la publicación del anuncio once fue hecho en los talleres de la escuela de artes y oficios del estado de Puebla, y los últimos tres anuncios ya fueron impresos en las oficinas de “El mundo” en la Segunda de las Damas Número 4 en la ciudad de México. Lo cual hace todo esto muy notorio en el desarrollo del anuncio ya que marca cambios muy drásticos en la utilización de fuentes tipográficas así como de orlas en el diseño del mismo.

GRAN FABRICA DE MUEBLES

Jorge Urosa y Cia.
SAN LUIS POTOSI.



PL. 107



Altar para el santuario del Sr. D. Felipe Arristas, San Luis Potosi.

Exposición en el santuario de San Felipe Arristas, San Luis Potosi.

En la fábrica de Jorge Urosa y Compañía, San Luis Potosi.

La Fábrica de Muebles de Jorge Unna y Compañía de San Luis Potosí a lo largo del periodo analizado realizó la contratación de nueve anuncios al 100% de la página con un costo de publicación por cada uno de ellos de \$30.00, apareciendo el primer anuncio el 17 de marzo de 1895, y haciéndose la última publicación el día 9 de octubre de 1898, cabe mencionar que a comparación de los otros anunciantes Jorge Unna es el que duro más tiempo utilizando a “El Mundo” semanario ilustrado como medio de publicidad.

La estructura del diseño de los anuncios son muy diferentes uno de otro, sin llevar ninguna secuencia, coherencia o parecido en su imagen, identificándose únicamente por aparecer el nombre de la empresa, no existe una identidad gráfica concreta que represente a este fabricante, en el anuncio 5 en donde publican diferentes diseños de galerías aparece lo que sería su identidad pero esta no vuelve a aparecer en los siguiente anuncios, probablemente no le daban la importancia que esta debería tener, ya que tal vez no existía competencia y era una de las pocas fabricas que hacia diseño sobre pedido, y era identificado por su trabajo más que por su imagen, contaban con los departamentos de carpintería, decoraciones, tapicería, doraduría, pasamanería, fabricación de lunas y marmolería.

Esta fabrica movida por vapor y única en su estilo en todo el país ocupa un grupo de más trescientos oficiales y utilizando para sus obras maderas americanas para poder garantizar su trabajo, dedicada ha amueblar por completo casas, decorar habitaciones, templos, teatros, casinos, venta de todo género de muebles, ajuares, cortinajes, camas, espejos, etc. Mostrando a lo largo de sus nueve anuncios las cosas que hacían sobre pedido, y los muebles que tenían en disponibilidad.

Las fotografías son de lo más representativo, de muy buena calidad ya que no se perdía ningún detalle de los muebles que aparecían en cada anuncio, desde el primero hasta el último, se mostró una calidad sorprendente del fotograbado, donde se logra ver la textura de las telas, los detalles del tallado de los muebles, la combinación de copetes y remates, el acabado de los brazos, los biseles en los marcos, el esmerilado de los espejos, el torneado de las patas y puntas, los herrajes en chapas y jaladeras.

Conclusión

El periodo denominado como el Porfiriato, fue muy importante para la historia de nuestro país, ya que muchas decisiones que tomó el General Díaz aun se ven reflejadas en la actualidad, y lo podemos ver en construcciones arquitectónicas de nuestro centro histórico y en ciertas acciones que se hacen en la política.

Considerado al Porfiriato como uno de los periodos más estables que hayamos tenido, en donde se dio auge a varias industrias, y una de ellas fue la de las artes gráficas, que se podía comparar con cualquier otra de Europa o de los Estados Unidos de Norte América, haciendo publicaciones de calidad en donde intercambiaban artículos para que los lectores de diferentes países estuvieran informados, y una de ellas es "*El Mundo*" *semanario ilustrado*, que surge de la idea de Rafael Reyes Spínola, un visionario del periodismo, quien le dio un cambio radical a los medios impresos, apoyado por el General Díaz para que esta fuera la primera en su género, en donde se podía encontrar diferentes secciones de interés, como moda, cuentos, leyendas, actos sociales, lugares para ir de paseo, etc, formada con imágenes de grabados de punta seca, litografías a blanco y negro, fotolitografías a color, y lo más importante, aparecen fotografías de tono continuo reproducidas en una gama de medios tonos de una calidad excepcional.

La comunicación impresa ya no volvió a ser la misma, con la importación de nuevas maquinarias, la industria de las Artes Gráficas crecía a pasos enormes, y con ello la publicidad, la cual se utilizaba de una manera muy sencilla, ¿quién se imaginaría que el poner una imagen fotográfica dentro de un anuncio sería más atractivo para el lector, y que el anunciante obtendría mejores beneficios? Para ese tiempo el poder ver una imagen reproducida miles de veces en una publicación impresa era algo difícil de creer, y más aun en la Ciudad de México.

El mundo semanario ilustrado, es considerada como una publicación que marco el comienzo de una nueva era, la de la información con imagen, una imagen real, cierta, tal y como la percibe el ojo humano, capaz de expresar un sentimiento, un espacio, un acontecimiento, tal y como sucedió, transmitir información sin necesidad de escribir tanto; Reflejo del trabajo de gente creativa, entregada a su labor como artistas gráficos.

La publicidad con fotografía que se desarrollo en este periodo de la publicación (1894 – 1899), es realmente interesante, el manejo de los recursos técnicos disponibles, y el

manejo de información escrita y gráfica, hacen dar un salto en la venta de bienes y servicios a través de los medios impresos de la época para una sociedad consumista de la capital, y aun que las estadísticas marcan que era un porcentaje muy bajo las personas que sabían leer y escribir, tuvo un rotundo éxito, el poder ver los productos que se podían comprar o el lugar donde los exhibían, motivaban a un consumidor. Las imágenes eran utilizadas como un medio ilustrativo, pero todo esto sería el inicio de la verdadera publicidad para persuadir a un consumidor potencial.

Elemento de motivación para verla una y otra vez, impreso hace más de cien años, y que ahora su papel se ha puesto amarillo, crisol de la historia de México, hecho de una forma sorprendente, en donde la imagen editorial ya era diseño, y sin embargo no se consideraba así. Cuando hablamos de un proceso de esa índole es fácil pensar que se trata de una serie de pasos. En realidad, es muy posible que sea una respuesta condicionada guiada por un sentido común en la que se reúnen para realizar un acto único del espacio, las consideraciones pictóricas, las necesidades tipográficas y las relaciones de las imágenes entre sí, buscando satisfacer una necesidad, dando lugar a lo estético, logrando trascender y perdurar en el tiempo.

Material de Consulta

Bibliográfico

- Aguayo F. / Roca L. 2005, *Imágenes e investigación social*, México, D. F. Instituto Mora.
- Calvimontes J. 1991. *El Periódico*. México, Trillas.
- Debroise O. 1994, *Fuga Mexicana, Un recorrido por la fotografía en México*, México, D. F., CNCA.
- De la Torre Villar E. 2009. *Breve historia del libro en México*, México, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial de la UNAM.
- Delgado de Cantú G. M. 2002, *Historia de México, Vol. 1 El Proceso de Gestación de un Pueblo*. Edo. de Méx. México. Pearson Educación de México, S. A. de C. V.
- De los Reyes, A. 1982. "El cine, la fotografía y los magazines ilustrados", en *el arte mexicano, Arte del siglo XIX*, México, Salvat.
- Dorra R. / Sebilla C. 2003, *Guía de Procedimientos y Recursos para Técnicas de Investigación*, México, Edit. Trillas.
- Fontcuberta J. / Costa J. 1988, *Foto / Diseño*, Barcelona (España) CEAC.
- Freeman M. 1986, *El Estilo en la Fotografía, Las enseñanzas de los grandes profesionales*, Madrid (España) Herman Blume.
- Freund G. 1993, *La fotografía como documento social*, México, GG MassMedia.
- Hernández M. / Valtierra P. / Lara F. 1985, *El poder de la imagen y la imagen del poder, Fotografías de prensa del porfiriato a la época actual*, Estado de México (México) Universidad Autónoma de Chapingo.

- Hulburt A. 1985, *Diseño Foto/Gráfico, Interacción del diseño con la fotografía*, Barcelona (España) GGDiseño.
- Keene, M. 1995, *Práctica de la fotografía de prensa. Una guía para profesionales*. Barcelona: Paidós.
- Kleppner's O. 2000, *Publicidad*, México, Prentice-Hall.
- Krauze, E. / Zerón Medina, F. 1993, *Porfirio "El Origen" (1830-1854)*, México, D. F. Editorial Clío, S. A. de C. V.
- Krauze, E. / Zerón Medina, F. 1993, *Porfirio "La Guerra" (1854-1867)*, México, D. F. Editorial Clío, S. A. de C. V.
- Krauze, E. / Zerón Medina, F. 1993, *Porfirio "La Ambición" (1854- 1884)* México, D. F. Editorial Clío, S. A. de C. V.
- Martínez Leal L. 1990, *Treinta siglos de Tipos y Letras*, México, D. F. 1ª Edición, Tilde / UAM- Azc.
- Matabuena Peláez T. 1991, *Algunos Usos y Conceptos de la Fotografía durante el Porfiriato*. México, D. F. UIA.
- Meggs Philip B. 2000, *Historia del Diseño Gráfico*, México, Mc Graw-Hill,.
- Navarrete Manzanarez, E. 2004. *Libre comercio vs Proteccionismo*. Tesis Licenciatura. Relaciones Internacionales. Departamento de Relaciones Internacionales e Historia, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla.
- Ortiz Gaitán J., 2003. *Imágenes del deseo: arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana, 1894- 1939*. México Edit. UNAM.
- Pérez Montfort, R.2007. *Expresiones Populares y Estereotipos Culturales en México Siglo XIX y XX: diez ensayos*. México, D. F. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. Pag 60-65.

- Pérez Rayón, N. 2001, *México 1900. Percepciones y Valores en la Gran Prensa Capitalina*, D. F. México, UAM- Azc. / Miguel Ángel Porrúa.
- Reyes Spíndola R., 1894-1899. *El Mundo, semanario ilustrado*, México, El imparcial.
- Robledano Arillo, J. 2000, *Documentación fotográfica en medios de comunicación social*. Madrid. Cátedra.
- Rodríguez Morales L. A., 1989. *Para una Teoría del Diseño*, México Tilde / UAM- Azc.
- Rojas Olvera, E. 1998, *Los inicios de la fotografía en la prensa de la Ciudad de México: 1890-1900*, tesis de licenciatura, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.
- Saborit A. 2003, *El Mundo ilustrado de Rafael Reyes Spíndola*, México, D. F. Grupo Carso.
- Secanella, P. M. 1983. *El Periodismo Político En México*, Barcelona: Mitre.
- Sierra J. 1985. *Discurso ante la Cámara de Diputados (10 de diciembre de 1908)*, en Bazant, M. *Debate pedagógico durante el porfiriato*. México. SEP / El Caballito.
- Sierra J. 1987 *Discurso de Inauguración de la Universidad Nacional, en El Nacionalismo Revolucionario Mexicano. (Antología)*. México. PRI – ICAP, pp. 291 – 311.
- Sigal S. / Alazraki Pfeffer R./ Marcovich Gitlin E./ Espelstein Rapapor R. 1998. *Historia de la Cultura y el Arte*. Edo. de Méx. México. Editorial Alhambra Mexicana, S. A. de C. V. pp. 215 – 221.
- Vasconcelos, J. 1984. *Don Gabino Barreda y las ideas Contemporáneas, en Conferencias del Ateneo de la Juventud*. México. Instituto de Investigaciones Filosóficas – UNAM.

- Vilches, L. 1997. *Teoría de la imagen periodística*. Barcelona: Paidós.

Hemerográfico

- Alarcón Olguín V. 2002, *Política, Educación y Cultura Porfirianas: Un Falso Intento de Modernidad*, México, D. F. Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial año/vol. 2, Num. 002, UAM- Izt. Pp 257 – 278
- Reyes Spíndola R., 1894-1899. *El Mundo, semanario ilustrado*, México, El imparcial.
- Rodríguez, J. A. 2004 *Alquimia, (Fotografía y publicidad)*, INAH, México, D. F. enero – abril, año 7 Num. 20. CONACULTA.

Digital

- URL de esta página: <http://www.hipertext.net/web/pag249.htm>
Citación: Eulalia Fuentes. *¿En periodismo también una imagen vale más que mil palabras?* [on line]. "Hipertext.net", núm. 1, 2003. <<http://www.hipertext.net>>
Consulta: 15/06/2006]. ISSN 1695-5498
- Microsoft ® Encarta ® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation
- Microsoft® Student [DVD]. 2008, Microsoft Corporation.