

LOS ÁLBUMES DE «EL BUEN TONO»: FOTOGRAFÍA Y CATOLICISMO SOCIAL (MÉXICO, 1894-1909)

Albums of “El Buen Tono”.
Photography and social catholicism
(Mexico, 1894-1909)

Thelma Camacho Morfín
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen: En este artículo planteamos que Ernesto Pugibet, fundador de la fábrica de cigarros El Buen Tono, estableció en México en 1885 esa industria inspirado en el catolicismo social. Buscaba conjuntar los más novedosos adelantos tecnológicos con la mejora de la calidad de vida de los obreros y promover que estos tuvieran acceso a la diversión sana. Aunque nunca escribió acerca de sus ideas, las fotografías que elegía para promover su fábrica muestran en imágenes el proyecto social de su creador.

Palabras clave: El Buen Tono, Fotografía, Industria Cigarrera, Catolicismo Social, Publicidad

Abstract: In this paper we argue that Ernesto Pugibet, founder of the cigarette factory “El Buen Tono”, established that industry in Mexico in 1885 inspired by Social Catholicism. He was trying to combine the most recent technology with the improvement of his worker’s quality of life. He also upheld that they should had access to a healthy amusement. Although he never wrote about his beliefs, the photographs he chose to promote his business show visually the social project of its creator.

Keywords: El Buen Tono, Photography, Cigarette industry, Social Catholicism, Advertising

Introducción

Para Véronique Pugibet,
por su generosa hospitalidad

En México, cuando se hace referencia a la fábrica de cigarros El Buen Tono (c. 1875-1957), es común que lo que llegue a la mente sean las numerosas imágenes que nos legó esta fábrica hace más de un siglo: carteles, fotografías, impresos publicitarios, historietas, cajetillas; parecería que más que una fábrica de cigarros era un establecimiento de artes gráficas, por la cantidad de impresos que difundió; sin embargo, no todas las imágenes eran realizadas en la fábrica, algunas de ellas solo documentaban las acciones que llevaban a cabo los directivos de la misma, dentro y fuera de la empresa. Son reportajes que se publican en la prensa de la época, que narran visitas a la industria o dan cuenta de la asistencia de algún personaje conspicuo a este lugar; este primer grupo de imágenes constituyen un documento visual que da testimonio de estas actividades.

Por otra parte, están los impresos emitidos por la propia fábrica y que se pueden dividir en dos grupos: aquellos de índole publicitaria, que buscan un público para los productos de la empresa, como carteles, imágenes coleccionables insertas en las cajetillas, historietas, etc., y aquellos que eran imágenes para uso de los directivos y del personal de la fábrica, que no tenían como objetivo explícito anunciar los productos: papel membretado, calendarios y álbumes fotográficos. Es importante señalar que sobre los impresos publicitarios de la fábrica se ha escrito una buena cantidad de bibliografía, en particular las obras de Aurrecochea y Bartra (1991), Bunker (1997), Camacho Morfín (2002 y 2014), Hellion (2013), Ortiz (2003) y Saloma (1997).

En este texto analizamos los álbumes de la fábrica porque muestran la imagen que los directivos querían proyectar; como eran una obra por encargo, debían responder a las expectativas del comitente. Son un instrumento para difundir la imagen de la propia fábrica y, como mostraremos más adelante, son imágenes seleccionadas y puestas en circulación para mostrar el proyecto católico social de Ernesto Pugibet (1855-1915), dueño de la empresa; como ya enunciamos, en ellos no se está promoviendo los cigarros. Conocemos cinco álbumes fotográficos que realizó la cigarrera entre la última década del siglo xix y la segunda del siglo xx. La temática de tres de ellos es la fábrica y sus instalaciones; los dos restantes se ocupan de edificios que promovió el dueño de la misma: La Escuela Comercial Francesa y la iglesia de Nuestra Señora de Guadalupe de El Buen Tono.

1. Ernesto Pugibet

Ernesto Pugibet estableció la fábrica de cigarros El Buen Tono en la ciudad de México alrededor de 1875. En ella se desempeñó como su director vitalicio. Nacido en la Gascuña, Francia, emigró a América hacia finales del siglo XIX; al parecer aprendió la elaboración del tabaco en Cuba, donde vivió antes de su establecimiento definitivo en la ciudad de México. Se casó con Guadalupe Portilla, la hija de un empresario textil. Esta alianza matrimonial le permitió contar con el capital que su esposa había recibido de sus padres para establecer la fábrica e introducir nueva tecnología para mecanizar la producción (Camacho Morfín, 2013: 49). Pero no solo eso: desde fecha muy temprana procuró darle un cariz moderno a su empresa, pues juzgaba que las ganancias no debían provenir de la disminución del sueldo de las obreras sino de la buena calidad del tabaco, así que no tuvo empacho en contratar a las trabajadoras despedidas por protestar por las rebajas salariales que hacían otros patrones y que habían llevado a una serie de huelgas a ese sector en 1894 (González Navarro, 1970: 312).

La acumulación del capital permitió que entrara en contacto con inversionistas y años después relacionarse con la élite política y económica del porfiriato, con lo que transformó la empresa en una sociedad anónima (Camacho Morfín, 2013: 49-53). Este paso le permitió liberar capital y adoptar la estrategia económica de los hombres de empresa de su época, se convirtió en socio de varios negocios de los ámbitos más diversos (textiles, dinamita y el Banco de México, etc.).

No obstante lo anterior, conservó el cargo de director vitalicio de la fábrica de cigarros con la que había despegado; en ella llevó a la práctica su proyecto social. La administración de Pugibet se prolongó hasta 1915. Durante cerca de cuatro décadas el empresario se empeñó en dominar el mercado por diversos medios, entre ellos el control de las patentes industriales y las campañas publicitarias. Este objetivo se logró en 1906, cuando la empresa compró a una de sus competidoras: la Cigarrera Mexicana (Camacho Morfín, 2013: 58).

De manera paralela, Pugibet cristalizó en esas décadas su proyecto social, que se manifestaba en acciones que buscaban el mejoramiento de la vida de los obreros a través de acciones tales como la dotación de vivienda, servicio médico y comedor. También buscó incidir en la sociedad por medio de la donación de mobiliario urbano y la construcción de edificios públicos (una iglesia y una escuela para la comunidad francesa). Finalmente, favoreció actividades que permitían el esparcimiento público en una época en la que los empresarios cuestionaban la reducción de la jornada laboral con el argumento de que los obreros la usarían únicamente para emborracharse (González Navarro, 1970: 285). La prensa de la época mostraba en amplios reportajes todo este tipo de actividades y las publicitaba como una muestra de filantropía. A esto se debe que tengamos perfectamente documentada en imágenes la fábrica, las visitas que recibía por parte de personajes célebres de la época, las campañas publicitarias, las fiestas civiles y religiosas en las que participaban los obreros o directivos de la em-

presa, además del vuelo de los aeroplanos y el dirigible pertenecientes a la industria.

El empresario escribió poco sobre su proyecto y nunca mencionó su adhesión a la *Rerum Novarum*, simplemente llamaba filantropía a estas acciones tendientes a la mejora de las condiciones de vida de los obreros. En una carta dirigida al apoderado de su esposa mencionaba que la construcción de las casas para los trabajadores a cargo de la fábrica constituía un «proyecto filantrópico y racional».¹ Podríamos decir que no era un católico social porque muchas de sus acciones no eran distintas del tradicional ejercicio de la caridad cristiana, como el gesto de legar en el testamento parte de su fortuna para los pobres de su pueblo natal, o que la donación de la iglesia no fue idea suya, pues él proyectó construir en la plaza de San Juan un teatro, pero desistió de ello cuando enfrentó la oposición de diversas personas, entre ellas su esposa (Hellion, 2013: 243-244).

A pesar de lo anterior, encontramos una serie de rasgos en común entre la propuesta de León XIII, la manera en como la asumieron los católicos mexicanos y las acciones que emprendió Pugibet tanto en su fábrica como en la sociedad. Su labor excedió en mucho la construcción de infraestructura para la producción o la caridad cristiana en el tradicional sentido de dar limosna a los pobres. Vistas en perspectiva, se trata de acciones enmarcadas en el catolicismo social, las mismas que actualmente vemos documentadas en un *corpus* de imágenes que circularon en la prensa o en la publicidad de la fábrica y que hacía patente un proyecto de modernidad inspirado por las propuestas papales. En la encíclica *Rerum Novarum* —que el papa León XIII dio a conocer en mayo de 1891— fue donde por primera vez el jerarca católico realizó una propuesta en torno de las consecuencias sociales de la industrialización, en respuesta al liberalismo y al socialismo. En ella se aspiraba a crear una vía apartada del antagonismo de clases y del ateísmo de los pensadores socialistas y que presentara una opción frente a los «excesos» del liberalismo económico. En la encíclica, aparte de hacer propuestas para aliviar la situación de los obreros, se llamaba a los católicos a organizarse en asociaciones y sindicatos regidos por los principios del cristianismo (Laubier, 1986: 40-42). Fue parte de la adopción del catolicismo social en México (Ceballos, 1991: 21-29).

Un contemporáneo observó de manera particular la oración fúnebre en honor de Pugibet. El sacerdote Levavasseur mencionó que la filantropía del empresario era una actitud cristiana acorde con la *Rerum Novarum*, pues no solo daba un salario a sus obreros, sino que también buscaba mejorar sus condiciones de vida (Camacho Morfín, 2014: 170).

1. Carta de E. Pugibet a Julio Limantour, agosto de 1907, Julio M. Limantour Papers, 1836-1939, Benson Latin American Collection, The University of Texas at Austin.

El católico social de la época procuraba encontrar puntos de contacto entre la industrialización y la doctrina cristiana, veía al patrón como un patriarca que protegía a los obreros y en la versión mexicana, abrazó el guadalupanismo como emblema de su proyecto político. En consecuencia, Pugibet promovía el uso de tecnología de vanguardia, buscaba que sus inversiones contemplaran mejorar las condiciones laborales de sus obreros; además permitió el surgimiento de un sindicato católico en su fábrica, que año tras año salía en procesión a la Villa de Guadalupe. De igual forma, se convirtió en un promotor de la sana diversión, al procurar que su fábrica participara con carros alegóricos en fiestas cívicas y religiosas, además de impulsar funciones de cine y espectáculos públicos, acciones que no solo hacían publicidad de los cigarrillos, sino que al convocar al público a reunirse para verlas, ocasionaban otra forma de abordar el tiempo libre (Camacho Morfín, 2014: 169-172).

Es necesario tomar en cuenta que el hecho de buscar lazos entre la fe y la modernización económica lo lleva a no compartir el conservadurismo de los católicos tradicionales, quienes veían un peligro en el desarrollo industrial (Ceballos, 1991: 21-29). De esta manera entendemos que Pugibet se asumiera como católico y al mismo tiempo rompiera con la moral católica más férrea; así, no veía contradicción entre su fe y el plan de construir un teatro, o en tener acciones en fábricas de cerveza y tabaco; tampoco veía discrepancia entre su proyecto y los imperativos publicitarios, pues al mismo tiempo que presentaba imágenes en torno de la dignificación de la mujer por medio del trabajo en su fábrica, también usaba la imagen de la mujer fatal en las cajetillas y en la publicidad de sus productos (Camacho Morfín, 2014).

La filantropía se ha estudiado hasta la fecha como una manera de dar publicidad indirecta a la empresa (Aurrecoechea, 1991; Camacho Morfín, 2002; Hellion, 2013), sin profundizar en sus implicaciones ideológicas y en la propuesta católica que subyace en ella. Si bien con este tipo de actividades se dan a conocer los productos de la fábrica, no se trata de una publicidad directa, va más allá porque es una propaganda de la industria en general y en particular de la propuesta católica de empresa; recordemos que para los primeros empresarios era necesario promover las bondades del sistema industrial que llegaba a sustituir el modo de vida artesanal y campesino. Los nuevos industriales se enfrentaban al imperativo de promover un producto y de predicar en torno de la transformación de la sociedad que implicaba el establecimiento de industrias; una parte de la estrategia consistía en otorgar importancia al conocimiento entre el fabricante y el cliente (Matabuena, 1991: 143), pero también estaba presente la necesidad de mostrar los beneficios de la industrialización.

Comprender que esta necesidad estaba combinada con las directrices de la *Rerum Novarum* nos permite entender que Pugibet sintiera la ingente necesidad de hacer propaganda de esta propuesta católica frente a la modernidad. El empresario proponía un modelo integral de fábrica que vendía un producto con toda la ética acorde con las propuestas papales. De esta forma entendemos su obsesión por la difusión de imágenes. Pugibet ostentaba con orgullo la de-

nominación de «Protector del obrero» que le confería la prensa, las publicaciones oficiosas del porfiriato ponían énfasis en la labor que esta fábrica había desplegado en favor de los trabajadores. Este discurso está presente en las imágenes fotográficas. La actitud benefactora del dueño de El Buen Tono, tan documentada en fotografías y publicitada en reportajes de la prensa ilustrada, tenía su lógica interna: Pugibet reunía las características del tipo de patrón que se preocupaba por mejorar las condiciones de vida de los obreros, fomentar que tuvieran espacios de entretenimiento y que no vieran como un antagonista al dueño de la fábrica, sino como un padre protector, en coherencia con los planteamientos del catolicismo social, para el cual los obreros deberían estar protegidos por el patrón, quien les proporcionaría casa, condiciones laborales dignas, esparcimiento, etc. (Camacho, 2014).

La fotografía de la época que circuló en la prensa documenta las acciones de Pugibet y de su fábrica, nos devuelve la presentación de las acciones de un católico social que muestra con orgullo a los visitantes las instalaciones higiénicas y amplias de su fábrica, que busca la participación de los obreros en fiestas cívicas y religiosas y la promoción de eventos que congregan a la población en torno de la sana diversión. Después de la muerte de Pugibet es notoria la disminución de las fotografías de la fábrica; el nuevo director, Luis Vougnon, no se sentía comprometido con los ideales del catolicismo social; de hecho los obreros denunciaron que durante su administración se habían olvidado las acciones en su favor que había promovido el fundador. Esta falta de imágenes confirma que la fotografía era parte de la propaganda de ese modelo fabril, el mismo que se vuelve a ver en los años veinte, cuando bajo la dirección de José J. Reynoso El Buen Tono retoma su presencia en los medios de comunicación, incluso con la creación de una estación de radio.

2. El álbum

El estudio de la fotografía realizada en México tuvo un avance importante en las últimas décadas del siglo xx. Los historiadores generales y los historiadores del arte, provistos de nuevas metodologías, han afrontado el reto que presentan los archivos públicos y privados que resguardan las colecciones de fotografías y las revistas ilustradas con imágenes fotográficas. En la actualidad existen algunos acercamientos panorámicos, varios trabajos monográficos en torno de los estudios y de algunos fotógrafos en particular, además de los que encuentran delimitación en el corpus fotográfico de un archivo o de una colección, o algunos, los menos, que se ocupan de una región determinada.

No se ha profundizado en la fotografía hecha para las empresas ni en la práctica de reunir las en álbumes que se usaron, como ya mencionamos, para mostrar las fábricas; sin embargo, los álbumes fotográficos han sido también objeto de estudios académicos y poco a poco se ha formado una bibliografía sobre ellos.

En su tesis de maestría,² Silvana Berenice Valencia Pulido menciona tres tendencias al respecto: existen análisis sobre el álbum como objeto material, sus características específicas para resguardar los distintos tipos de fotografías; hay también escritos sobre el álbum familiar, que se ocupan de la conformación de estos y su valoración en el espacio doméstico y, finalmente, existen estudios que lo toman como la unidad que contiene un grupo de fotografías sobre las que se realizará un estudio genealógico o del álbum y sus cambios en relación con aquellos que le anteceden.

Por medio del análisis de tres álbumes, publicados durante la administración de Ernesto Pugibet, nos proponemos mostrar la manera en que este empresario hizo uso del álbum fotográfico como forma de promover su proyecto católico social.

André Adolph Disdéri patentó un formato de fotografía al que llamó tarjeta de visita. Estas imágenes estaban impresas en papel, en una sola toma se podían obtener varios ejemplares. Las llamó así porque su tamaño correspondía al de las tarjetas con las que las personas anunciaban sus visitas (Reyes, 2002: 38). Por ello, desde la aparición de las tarjetas de visita surgió la práctica de coleccionarlas en álbumes hechos ex profeso para ellas; su formato era el de libro de encuadernación de lujo con aplicaciones de metal, madera o concha en su exterior, interiores de cartón con ventanas en las que se podían introducir las distintas fotografías; el contenido de estos primeros álbumes no corresponde propiamente a lo que denominamos álbum familiar; en él se coleccionaban aparte de las imágenes de los integrantes de la familia, las fotografías de políticos, reyes y generales de la época, pues en este momento quienes tenían acceso al álbum eran las familias de la élite, las que mostraban a través de ellos no solo a sus integrantes, sino también sus nexos sociales y hasta sus preferencias políticas.

Este carácter del álbum quedó manifiesto en los colectados por la emperatriz Carlota, quien los compiló para dar cuenta de la corte que los acompañaba a ella y a Maximiliano, como una manera de sustentar su poder no solo en la acción política, sino también en el imaginario, pues el álbum podía familiarizar a los habitantes con los personajes y los usos de la corte. Rosa Casanova (2005a: 15) menciona que «la emperatriz fue coleccionista asidua para formar álbumes que trascendían el simple ámbito familiar, ya que plasmaban en imágenes un proyecto político». Con estos antecedentes, no resulta extraño que Ernesto Pugibet adopte el formato para dar a conocer el ideario que sustentaba sus acciones dentro de El Buen Tono.

Frente a lo ostentoso de los coleccionadores de las tarjetas de visita, los álbumes de El Buen Tono son austeros, con un encuadernado sencillo de una se-

2. Tesis inédita que fue defendida en el año 2012 en la UAEH, Pachuca, y lleva el título de *Álbumes de tarjetas de visita en la segunda mitad del siglo XIX en México como documento para la Historia Social*.

rie de láminas de cartón que tienen pegadas las fotografías originales de las instalaciones de la fábrica, al pie de estas se encuentra su título. La portada generalmente tiene el nombre de la empresa y en algunas ocasiones el nombre y el cargo de la persona a la que va dirigido. Analizamos en este artículo los siguientes: dos álbumes realizados por el fotógrafo A. Briquet, el primero hacia 1894 y el segundo aproximadamente en 1909. Ambos con fotografías de El Buen Tono, el segundo contiene, además, el proyecto de la fachada de la recién adquirida Cigarrera Mexicana y sus instalaciones. Finalmente nos ocupamos de la colección de fotografías de las que no se consigna el autor y que tienen como tema la Escuela Comercial Francesa, plantel educativo financiado por Pugibet e inaugurado en 1808.

Las fotografías coleccionadas corresponden a un lapso cronológico situado entre la última década del siglo XIX y la primera del XX, años en los que conservar un testimonio fotográfico ya era algo común tanto en el ámbito público como en el privado, aunque también se le daban los usos más diversos. En el aspecto formal, dos son las maneras principales de abordar estéticamente una fotografía. En un primer momento, la tarjeta de visita había acostumbrado a tener y coleccionar retratos realizados con una serie de convenciones rígidas, que correspondían al pictorialismo; más tarde, el desarrollo de equipos más ligeros favoreció que los fotógrafos salieran de los estudios a hacer tomas inmediatas y comenzaran a experimentar con la fotografía naturalista, tendencia que procuraba las tomas al aire libre, en las que los participantes no mantuvieran una pose rigurosa (Castillo, 2005: 60).

Existe influencia del pictorialismo en las fotografías de la arquitectura y de las obreras de El Buen Tono, aspecto que hace necesario profundizar en esta tendencia que buscaba que la fotografía respondiera a las reglas de composición de la pintura académica del siglo XIX. Esta corriente, en boga en el lapso que nos ocupa, buscaba que las tomas fotográficas respondieran al «balance de líneas, unidad de intención, contraste equilibrado en la utilización de luces y sombras (claroscuros), armonía y subordinación de los detalles al sujeto principal» (Negrete Álvarez, 2006: 123).

El texto canónico de Henry Peach Robinson, *Pictorial Effect in Photography*, estableció en 1869 las directrices de la fotografía posterior. Sus propuestas en torno de la composición fotográfica influyeron a la hora de realizar dos tipos de composición: la angular y la piramidal. La primera estaba basada en líneas diagonales y la segunda en un patrón triangular. Respecto al retrato, establecía que la persona debía tener el rostro en posición de tres cuartos, con los hombros ligeramente rotados en un sentido y el cuerpo sutilmente, en otro. Fotógrafos de la época promovieron el foco suave o ligeramente borroso en los contornos (*floou*), con lo cual quedaron establecidas las principales directrices de esta tendencia (Negrete Álvarez, 2006: 114-124).

3. El álbum de 1894

El álbum más antiguo es también el que tiene mayor influencia del pictorialismo, asunto que trataremos ampliamente. Fue elaborado por A. Briquet, se encuentra en la Biblioteca Nacional de México, en cuyo catálogo tiene la fecha aproximada de 1884; sin embargo, es posible que se haya realizado por lo menos una década después, porque en su portada consigna el monto del capital social de la fábrica, lo que implica que esta ya se había convertido en sociedad anónima, hecho consumado en 1894, y además una fotografía muestra las máquinas engargoladoras Decouflé, cuyo privilegio adquirió El Buen Tono en 1891. Es posible que se haya realizado para conmemorar el establecimiento de la sociedad anónima, pues presenta la fotografía del primer consejo de administración y diversas tomas de las dependencias que conformaban la fábrica en ese momento. Es probable que el álbum haya sido mandado hacer para regalarlo entre la élite política y económica. El ejemplar que consultamos tiene en la portada la leyenda «Al señor gobernador del Estado de Sonora». Sabemos que algunas de estas fotos se usaron para ilustrar la guía de Figueroa Doménech (Figueroa, 1899).

El autor fue Alfred Saint-Ange Briquet, nacido en París el 30 de diciembre de 1833. Ejerció la fotografía durante diez años en su ciudad natal, hasta que la competencia lo obligó a cerrar en 1861 (Casanova, 2005b: 43). Llegó a México en la década de 1870, para trabajar como fotógrafo de la Compañía Limitada del Ferrocarril Mexicano y la Compañía Marítima Transatlántica.

Después de este viaje, al parecer vivió un periodo en el que alternaba estancias entre Francia y México; luego, en 1889, se estableció definitivamente en este último país, para conservarse activo como fotógrafo hasta 1910. Durante ese lapso trabajó para distintos hombres de negocios y miembros de la élite porfiriana, entre ellos Julio Michaud, empresario con el que había trabado amistad durante la época en que radicó en París. Con él realizó la colección México pintoresco y artístico. Trabajó para la Casa Pellandini. Sin embargo, con esta tuvo problemas de derechos de autor que lo obligaron a retirar unas fotos. Sabemos que colaboró con José Yves Limantour y que además realizó una serie de fotos sobre la ciudad de Pachuca. Murió en 1926. Estos datos biográficos son consignados por Alejandra Padilla Pola en un texto titulado *Briquet en México. Fotógrafos y editores franceses en México*.³

Alfred Saint-Ange Briquet realizó para El Buen Tono unas veinte fotografías que conforman un álbum y que constituyen toda una disección de la fábrica: la fachada principal es motivo de una fotografía en la que se muestra la misma en el contexto del movimiento de la calle en la que está situada; al frente, un grupo de personas posa y tres carros de tracción animal están detenidos. Los transeúntes que están al fondo de la escena transmiten dinamismo a la toma. Debido a que aún no adquirirían los predios que componían la totalidad de la manza-

3. Texto que aparece en <http://lais.mora.edu.mx/ff/briquet.html#nota6>.

na, el edificio tenía dos frentes separados: la fachada principal, con la que inicia el álbum, y la que daba a la calle de Delicias, toma que lo cierra. Ambas fotografías están tomadas a partir de líneas diagonales que permiten tener una vista panorámica de los dos segmentos del edificio.

La composición angular es la predominante en el álbum y el autor la prefiere para mostrar los espacios de trabajo en los que varias personas desempeñan una misma labor. Briquet la ocupa para retratar las filas de obreras frente a las engargoladoras de cigarros del taller de máquinas (Figura 1), las de las trabajadoras que torcían el cigarro a mano en el taller del cigarro estilo Habana, las que empaquetaban los cigarros y el tabaco en hebra en el taller de envoltura y las dos hileras de trabajadores del taller de mecánica, frente a sus máquinas. La fotografía de los talleres de imprenta y litografía también presenta ese tipo de composición; sin embargo, debido a la disposición de la maquinaria y del personal que trabaja en ella, no da esta apariencia uniforme. La composición angular, con los fondos difuminados, crea la ilusión de una cadena interminable de producción; salvo en el caso del taller de litografía, en el que la falta de uniformidad de la maquinaria hace que esta composición adquiera un dinamismo que no se ve en otras tomas.

Figura 1. «Taller de máquinas que fabrican el cigarro sin pegamento» en El Buen Tono S.A.: Compañía manufacturera del cigarro sin pegamento, capital social \$1.000.000, Director-Gerente: Ernesto Pugibet / fotógrafo A. Briquet, México, El Buen Tono, ca. 1894. UNAM Biblioteca Nacional de México-Iconoteca. Dirección General de Patrimonio Universitario.



El álbum hace énfasis en los espacios de producción, de almacenamiento y tratamiento de la materia prima. En estas tomas el fotógrafo enfatiza la grandeza del edificio con fotografías en perspectiva central, la misma que le permite enfocar una amplia área, mensaje que además se procura remarcar por medio de la escala humana; en estas tomas aparecen trabajadores cuya imagen queda pequeña en el contexto de la estructura del edificio y las dimensiones de los paquetes de tabaco. Este tipo de encuadre se usa marginalmente para representar los lugares que no son espacios de producción. Destaca de manera particular el corredor Porfirio Díaz, columna vertebral de la fábrica y en torno del cual se agrupan los distintos departamentos, además de las caballerizas y las cocheras, aunque en estas últimas se hace un acercamiento porque lo que interesa destacar son los caballos y los vehículos. Con algunas excepciones, este tipo de tomas proyecta una sensación de enormidad, por medio de la composición basada en la perspectiva central.

El álbum da cuenta de los lugares en los que realizaban su trabajo los que desempeñaban una función directiva y aquellos que tenían a su cargo las finanzas. Están documentados los espacios de la dirección y secretaría, el salón del consejo y el departamento de caja, lugares donde se desempeñaban los altos funcionarios y los empleados de élite; en el sitio destaca el lujo en la decoración y los muebles. Llama la atención, por su carácter de espacio privado, la fotografía del exterior de la casa-habitación del director, en la que tres mujeres, tal vez parte de la servidumbre, miran al fotógrafo desde el pasillo que da a un jardín atiborrado de plantas, mientras un hombre ataviado con vestimenta campirana riega una jardinera. Ernesto Pugibet, siempre conservó en la fábrica este recinto, independientemente que tuviera su domicilio localizado en otro punto de la ciudad. Salvo este último lugar, Briquet tomó los espacios de los directivos totalmente vacíos, por lo que destaca en ellos los acabados y la decoración de los muebles y la caja fuerte de la empresa; como una forma de hacer constar el estatus de los que laboraban en ellos, más que mostrarlos como espacio de trabajo.

Lo característico de este álbum son los retratos de grupo. Briquet realizó cuatro, dos corresponden a los directivos y los empleados, los restantes son de los mecánicos y los mozos. La división social es patente; lo más significativo es que se traduce en términos estéticos; por un lado, los retratos de quienes corresponden al estrato alto de la fábrica cumplen con todas las convenciones del retrato pictorialista, como veremos más adelante, mientras que estas se relajan en la imagen que protagoniza el cuerpo de mecánicos y son absolutamente inexistentes en la fotografía de los mozos. Tal vez esto tenga que ver con el papel que se confería en la época a la fotografía, pues se usaba como recurso para dejar patente la pertenencia a determinado grupo social. Patricia Massé enfatiza que en la época «El interés real por la fotografía era el lucimiento de la personalidad, con el propósito de ponerla al servicio de un fin particular, que se vinculara al retratado como un ser individual con un grupo social determinado» (Massé, 1998: 69).

Los siete integrantes del consejo de administración están retratados de acuerdo a las convenciones del retrato pictorialista, cinco de ellos posan sentados en unas sillas de madera y dos están de pie atrás; la mayor parte de los retratados muestran su rostro en tres cuartos, y al parecer la pose que sostienen como grupo está guiada por el fotógrafo, pues los que se encuentran en los extremos y el personaje del centro, miran hacia la cámara, mientras que los retratados restantes miran hacia diferentes puntos. Los personajes de atrás están comprometidos en una tarea sencilla: uno de ellos lee y otro está con el gesto de escribir y con la vista hacia el horizonte. La toma se realizó en el exterior de una oficina, en la terraza que daba al corredor Porfirio Díaz; los personajes tienen como entorno una enorme puerta vidriera a la izquierda, al fondo la pared con decoraciones de madera y a la derecha la barandilla de hierro delimita el espacio. Es importante mencionar que la recomendación de que en los retratos de grupo los personajes debían realizar una acción sencilla es de Disdéri, quien escribió algunas orientaciones sobre cómo se debía realizar un retrato de grupo (Massé, 1998: 75); aquí Briquet retoma la recomendación parcialmente.

En el mismo lugar, se tomó un retrato de un grupo numeroso que obligó al fotógrafo a tomar una distancia mayor, y con ello mostrar más detalles de la terraza; se alcanza a apreciar un fragmento de la siguiente puerta vidriera abierta, que deja ver los visillos, y del lado de la barandilla se aprecia la columna de hierro que sostiene la estructura. En ese lugar está de pie Ernesto Pugibet, cigarro en mano, rodeado de los apoderados y los empleados de la fábrica. Al igual que en la toma del consejo directivo, los personajes asumen poses individuales, todas ellas acordes con los dictados pictorialistas respecto a los retratos: el rostro en tres cuartos y el cuerpo ligeramente rotado para otro lado. Los que encabezan el grupo tienen un pie adelante como si fueran a dar un paso, los que están junto a la barandilla la aprovechan para recargarse. Son tres filas en las que los de la última están subidos en un banco para que no los oculten los de las primeras.

Los mecánicos están fotografiados de pie, al parecer en un patio de la fábrica; están organizados de tal manera que forman un triángulo, y las cuatro filas se angostan progresivamente, hasta que la última es la menos nutrida de todas; en ella están parados en un banco los trabajadores más jóvenes. Contra las convenciones del retrato pictorialista, la mayor parte de los mecánicos mira de frente al fotógrafo, con excepción del jefe del taller y unos cuantos colaboradores que posan con el rostro en tres cuartos, mientras la pose corporal no tiene la teatralidad de la tarjeta de visita. El entorno no permite determinar dónde están, tal vez en el pasaje central, solo se ve una pared de color claro y el piso con baldosas. En un escenario similar, los mozos aparecen uniformados en una fotografía en la que se anula la individualidad de los miembros del grupo, por medio del uso de un uniforme y con la vista al frente, como no se acostumbraba en los retratos contemporáneos, tan empeñados en tratar de mostrar la individualidad por medio de la pose. En los retratos de grupo las grandes ausentes son

las obreras, ellas siempre son fotografiadas en frente de las máquinas engargoladoras o en la elaboración del puro artesanal.

Este álbum tiene relación con los álbumes familiares por su énfasis en presentar personas, pues no solo muestra el espacio productivo; sin embargo, el código rígido de la representación de las convenciones del retrato se corresponde en este álbum con la división social, tanto la pose como el contexto dejan clara la estratificación dentro de la fábrica. Con una fuerte influencia del pictorialismo, este álbum presenta las principales características compositivas y de representación de esa tendencia fotográfica. Las fotos de grupo presentan las poses características y el énfasis de las líneas angulares en los otros tipos de tomas. El mensaje reiterado por las imágenes fotográficas es que la empresa moderna es un lugar ordenado que está compuesto por un consejo de administración y un director que es patriarca más que patrón. Los trabajadores están sujetos a una estratificación laboral rígida en un espacio adecuado, iluminado, digno y limpio.

Este álbum tiene un orden en la descripción de la fábrica, inicia con la fachada principal, los espacios del personal directivo, los retratos grupales del personal directivo y los empleados; después pasa a mostrar las distintas dependencias en las que se divide el lugar, en las que es común ubicar personas para dar una escala humana a lo que se ve, y termina con los transportes y otra fachada del edificio; es una especie de narrativa en la que se simula un paseo por la fábrica y en la que se muestra, sin explicitarlo, el procesamiento del tabaco, aunque las tomas sean fijas. Esta propuesta se repetirá en los siguientes álbumes analizados, inclusive el de la Escuela Comercial Francesa, cuya temática obviamente no es la producción de cigarros.

4. El álbum de 1909

Tres lustros después, Briquet volvió a fotografiar las fábricas de cigarros de la plaza de San Juan. Aunque su segundo álbum no está fechado, calculamos que lo realizó a finales de la primera década del siglo xx porque en una de las fotografías del taller de litografía se puede apreciar en una pared un cartel que dice «carreras de Aguascalientes 1909». A diferencia del anterior, en el que el fotógrafo consigna su nombre en cada foto, en este aparece el nombre de Briquet en la hoja en la que está pegada la última fotografía. Este álbum contiene un total de 34 fotografías, tanto de El Buen Tono como de La Cigarrera Mexicana. La mayor parte corresponden a la primera, y sólo diez pertenecen a la segunda.

Por medio de este recurso podemos conocer otra práctica en torno de la fotografía y la creación de objetos de colección de la misma: la existencia de distintas selecciones de las imágenes, pues de él se hizo una versión más pequeña en un álbum que incluía únicamente imágenes de El Buen Tono, además de una toma de la fachada de la misma en el contexto urbano que la rodeaba. Ha-

blamos de un álbum que se encuentra en la colección particular de Verónica Pugibet en París, Francia.⁴

Podemos inferir que se realizó con el mismo objeto que el álbum de 1894, es decir, para servir de regalo por parte de la fábrica para determinadas personalidades. Denise Hellion menciona que este llegó a Barcelonette como parte de las acciones de difusión de las actividades de la fábrica (2013: 135). Es probable que se realizara con el objetivo de conmemorar su remodelación, así como el periodo de expansión y de bonanza que esta tuvo a partir del momento en que llegó a dominar la mayor parte del mercado con la compra de la Cigarrera Mexicana en el año 1906. Este hecho abonaría a favor de este argumento: en el álbum se fotografía el proyecto de construcción de la fachada del nuevo edificio de la citada cigarrera, que da cuenta de que ya estaba instalada esa fábrica en su nuevo edificio frente al Buen Tono. En los terrenos ocupados en Bucareli, los dueños de El Buen Tono edificarían un conjunto habitacional para los empleados de esta fábrica que se terminó de construir en 1913,

El álbum muestra ya terminados algunos de los edificios emblemáticos de la fábrica, que cubre toda la manzana. Su fachada *decoupé* luce en la esquina de lo que actualmente son las calles Ernesto Pugibet y Buen Tono. Además ya está en pie el edificio de viviendas para los obreros de la fábrica en la Indianilla (actualmente Colonia Doctores, en México D.F.; el edificio ya no existe). Sobre este tema Ernesto Pugibet había comentado dos años antes la necesidad de concluir este inmueble en la mencionada carta al apoderado de su esposa, en la cual exponía que la construcción era un proyecto filantrópico y racional que mejoraría las condiciones de vida de los obreros sin tener que aumentar los salarios.

El personaje principal de este álbum es la fábrica y su maquinaria. En la sección que corresponde al Buen Tono trece fotografías presentan motores y máquinas sin presencia humana y otras ocho muestran distintos espacios de la fábrica con trabajadores en ellas. Las imágenes de las fachadas son dos fotografías de edificios y una de un proyecto de construcción. En la breve sección que está enfocada en la recién adquirida Cigarrera Mexicana la proporción de imágenes de motores y máquinas es todavía mayor; en realidad solo hay dos espacios que no tienen que ver con la producción: las oficinas y el comedor de las obreras, que había sido también proyectado por Pugibet en la carta aludida, donde detalla las construcciones y negocios que consideraba pendientes. Para él este comedor era importante debido a que consideraba antihigiénico que las obreras consumieran sus alimentos sentadas en el pasillo de la fábrica. El álbum termina con la expansión de la empresa, muestra un dibujo con el proyecto de la fachada de la Cigarrera Mexicana y del nunca edificado Teatro de El Buen Tono. Ahí se inserta una segunda parte que da cuenta de las distintas depen-

4. Agradezco a la propietaria las facilidades para su consulta y fotografiado. Tengo noticia de dos ejemplares de la versión con fotos de El Buen Tono y de la Cigarrera Mexicana, la que se encuentra en la Biblioteca Nacional de México y la de la colección particular antes citada.

dencias, ya construidas, de la Cigarrera que se encuentran totalmente en funciones; la prueba de ello son las distintas dependencias que se presentan en el Álbum.

No reviste interés fotografiar los lugares que no están destinados para la producción, ni a los empleados ni a los obreros cuando no están frente a una máquina. Este álbum únicamente fotografía los espacios de trabajo (Figura 2); a diferencia del álbum de 1894, no hay retratos de grupo. Todos los obreros aparecen en los diversos talleres en los que se repartía la fábrica. Las tomas panorámicas, muchas enfocadas en picada, hacen que tanto la maquinaria como los obreros se vean desde lejos, en un discurso que enfatiza las grandes dimensiones de las instalaciones y la masa de obreros frente a los mecanismos, sin que sus rostros se puedan apreciar. El discurso enfatiza la masividad del edificio de la fábrica y de los departamentos en los que vivían los empleados de la empresa. Se remarca la visión en el trabajo y la tecnología, la expansión.

Figura 2. «Taller de cigarro engargolado. Máquinas Decouflé». En El Buen Tono S.A.: Compañía manufacturera del cigarro sin pegamento. Director-Gerente: Ernesto Pugibet / Fotógrafo A. Briquet. México, El Buen Tono, ca. 1909 UNAM Biblioteca Nacional de México-Iconoteca. Dirección General de Patrimonio Universitario.



Por ello resulta superfluo fotografiar la vivienda del director, que después de la remodelación seguía ocupando un lugar importante dentro del edificio de la empresa. Tampoco se fotografía el corredor Porfirio Díaz, que en el álbum de 1894 merece una imagen y que en la remodelación de 1906 se había converti-

do en la columna vertebral de la empresa. Son abundantes las tomas de los motores y de la tecnología. Varias fotografías de los mismos hacen que el álbum sea un himno a la tecnología y a la maquinaria. Los edificios tomados en una composición piramidal permiten ver la totalidad y lo majestuoso de la construcción.

El álbum tiene tomas influidas tanto por el pictorialismo como por el realismo. Las fachadas de los edificios de la fábrica y de las viviendas de los obreros se presentan dentro de la tendencia pictorialista con una composición piramidal, con el uso del fuera de foco en las esquinas donde termina la construcción; además sirve para no presentar las chimeneas de la fábrica. En la versión abreviada de este álbum, aparece la fachada en su contexto urbano; en ella podemos apreciar tanto la chimenea como el tinaco, que se elevan por encima de la construcción, toma que revela una mirada menos idealizada que la establecida por la imagen pictorialista. Los interiores de la fábrica adquieren un tinte realista, se maneja poco el difuminado y la composición angular. Como ya hemos mencionado, los distintos espacios de producción se enfocan desde arriba, las fotos presentan un contraste de claroscuro, lo que ocasiona que sea difícil percibir los rostros de las obreras y los trabajadores, tal vez porque lo que interese sea enfatizar la presencia de la máquina y no de quien la maneja.

5. El álbum de «L'École Commerciale Française»

Desconocemos quién es el autor de este álbum; por la fecha en que se realizó, sería factible que se hubiera encargado el trabajo a Briquet, quien realizó al año siguiente el registro fotográfico de la fábrica; sin embargo, como vimos en los anteriores, este fotógrafo tiene una enorme influencia del pictorialismo y este álbum está realizado dentro de una concepción naturalista. Es una colección dedicada a la esposa de Ernesto Pugibet, como madrina del oratorio de la Escuela Comercial Francesa. El álbum está elaborado para conmemorar la bendición de la capilla de esta institución. *El Mundo Ilustrado* hizo dos reportajes dedicados a esta (1 y 29 de marzo de 1908), el último reprodujo dos fotografías de este álbum, por lo que podemos calcular que este corresponde a esa fecha.

Esta escuela fue parte del proyecto social de Pugibet, quien la menciona en la ya citada carta dirigida al apoderado de Guadalupe Portilla, en la que le expone las razones por las que era necesario construir y financiar ese plantel educativo. En su opinión, esta institución contribuiría al desarrollo moral e intelectual de los miembros pobres de la colonia francesa; en la carta mencionaba que estaba dispuesto a subvencionar el proyecto con sus propios medios y proponía conseguir becas por parte del gobierno francés; consideraba que para que el proyecto saliera adelante solo era necesario que los integrantes de la comunidad francesa enviaran a sus hijos. A pesar de su puesta en marcha, el proyecto fue un fracaso económico. La reacción de Pugibet deja clara su actuación como católico social, pues no se trataba de dar limosna o de sostener una ac-

tividad que no redituara, sino de emprender un negocio con un objetivo social y al fracasar en él, optó por venderlo.

El primero de diciembre de ese año se realizó la inauguración de ese plantel educativo, en una ceremonia en la que estuvieron presentes el presidente Porfirio Díaz y sus ministros José Yves Limantour y Justo Sierra, además de Guillermo de Landa y Escandón, gobernador del distrito, y el inspector de policía. También estuvieron presentes representantes diplomáticos de Inglaterra, Francia, España y Bélgica.⁵

La vida de la escuela fue breve. Pugibet no logró la cantidad de inscripciones que esperaba y por ello concibió la idea de vender el plantel al gobierno. El 2 de enero de 1909, Justo Sierra y José Yves Limantour negociaban con Pugibet las condiciones de venta del lugar que el ministro Sierra quería convertir en el Internado Nacional, que fue inaugurado en esas instalaciones el 16 de mayo de ese año (Dumas, 1992: 585-586).

En las imágenes de este álbum está plasmado el ideario católico social de Ernesto Pugibet. En las fotografías se evidencia la capacitación para el trabajo, la capilla católica ubicada dentro de la escuela, además de las instalaciones deportivas, tanto la alberca como la sala de gimnasia. Estos recursos se presentan como parte de la formación de los estudiantes. La inclusión de este elemento nos remite al concepto de sano esparcimiento, que era parte del ideario adoptado por aquellos seguidores de la *Rerum Novarum* en nuestro país. Este álbum tiene varios tipos de fotografías, resaltan las «tomas naturalistas» al aire libre de los personajes que concurrieron a la inauguración de la capilla, los profesores y del obispo de Tloé acompañado por Ernesto Pugibet y dos personas más. Las aulas se fotografiaron cuando los niños se encontraban en ellas, lo mismo ocurre con el refectorio y la sala de gimnasia sueca y la lavandería, donde tres mujeres se encuentran al fondo de las piletas. En cambio, los lugares como los dormitorios, la enfermería, el salón de fiestas, el oratorio, los lavabos y la cocina se fotografían vacíos. Llama la atención la alberca triangular, que merece varias fotografías; una de ellas resalta el lugar vacío y tres más la muestran desde distintos ángulos con los alumnos nadando en ella.

Siguiendo la línea del álbum anterior y del precedente, las fotografías se presentan en lo que hemos llamado narrativa o descripción de los espacios retratados, y tiene una constante: todos los álbumes inician con la fachada y terminan con los medios de comunicación. Al igual que los álbumes de la fábrica, comienza con una fachada de la escuela, que está tomada desde el otro lado de la glorieta en la que se encontraba ubicada. Una vista más cercana nos permite ver una toma diagonal del edificio que nos acerca los detalles de la fachada. Conserva la narrativa del álbum industrial de mostrar el momento del trabajo arduo, mediante el retrato de los niños en el aula, mientras que los lugares que ofrecen

5. «La Escuela Comercial Francesa. Su inauguración» en *El Diario del Hogar*, 3 de diciembre de 1907, pág. 2.

servicios se encuentran vacíos. En la última fotografía aparece el ómnibus en el que se trasladaban los alumnos de la Escuela Comercial Francesa.

Los retratos de grupo carecen de la pose que confiere cierta teatralidad al álbum de 1894. Otro cambio es que no hay tomas de la imagen aislada del edificio en una composición piramidal. La estética de estas imágenes es totalmente naturalista, y acuerda con el tipo de fotografía que se adjuntaba a los reportajes periodísticos de la época. Es notorio que mientras que en los álbumes de la fábrica se favoreció la fotografía pictorialista, las tomas que dan testimonio del efímero proyecto educativo de Pugibet fueron tomadas con otra estética.

Conclusión

El uso del álbum fotográfico como forma de promover un ideario político no fue idea de Pugibet, pues existen antecedentes de ese uso. Durante el Segundo Imperio la emperatriz Carlota empleó los álbumes para promover su imagen y la de Maximiliano, además de los usos de la corte. Lo novedoso es que el álbum sirva para plasmar un proyecto católico social y la creación de estrategias para hacerlo llegar a los inversionistas y a la élite que podían apoyarlo. Ejemplo de estas son la dedicatoria al gobernador de Sonora que aparece en el de 1894 y el hecho de que una copia del álbum de 1909 haya llegado a Francia. La circulación de este tipo de imágenes da cuenta de diversas prácticas, por ejemplo, compilarlas en un álbum y entregarlas como regalo a políticos prominentes, publicar las fotografías en los directorios industriales o entregarlas a los periódicos para ilustrar las notas y los reportajes sobre la fábrica.

Los álbumes analizados corresponden a la última década del siglo XIX y la primera del siglo XX. En esta época la fotografía estaba muy influida por el pictorialismo, tendencia que buscaba responder a los dictados de la pintura académica. El autor de los álbumes de la fábrica fue A. Briquet, fotógrafo francés influido por esta tendencia y que tradujo en imágenes la propuesta de Pugibet. La idealización de la imagen que se lograba con los efectos pictorialistas se contraponía a la imagen de la fábrica como devoradora de hombres y como contaminadora del lugar y su entorno debido a sus chimeneas. Las instalaciones de la fábrica se presentan como un lugar hermoso y organizado en el que los obreros se dignifican, constituyen el lugar donde se muestra el progreso a los visitantes y los edificios son emblema de una urbe organizada y embellecida por esa arquitectura. No obstante, si bien en las representaciones gráficas de la fábrica se dibujan las chimeneas echando humo en el horizonte, en las fotografías no aparece este elemento. En ellas se destaca la fachada o los laterales del edificio, la arquitectura y la maquinaria de los distintos departamentos de negociación. El álbum de la escuela sigue una tendencia naturalista, tal vez porque se lo consideraba como un proyecto intrínsecamente positivo y no necesitaba de los recursos de la idealización para convencer de su conveniencia.

Ernesto Pugibet usó los álbumes fotográficos como un instrumento para dar a conocer el proyecto católico-social que llevó a cabo en su fábrica, pues los regalaba a los personajes de la élite porfiriana y a los posibles inversionistas. El álbum le permitía plasmar en imágenes el planteamiento de que el patrón se podía convertir en el padre protector de los obreros y ofrecerles trabajo digno en un ambiente limpio y seguro. El énfasis de las fotografías en la tecnología empleada en la fábrica promovía la idea de que la riqueza del industrial debía provenir de la calidad de los productos que vendía y no de rebajar el sueldo a los obreros. La división tajante que hay entre las imágenes de los obreros y de los directivos nos permite atisbar el planteamiento de que favorecer a los obreros no llevaría a la desaparición de las diferencias sociales. Analizar los dos álbumes de la fábrica y el del proyecto educativo de Pugibet nos ha permitido tener una idea integral de la propuesta de este empresario, pues en este último álbum se hace énfasis en aspectos como la promoción de los ritos católicos como parte de la educación y el deporte como elemento importante del sano esparcimiento, ideas acordes con la *Rerum Novarum* y las promovidas por los católicos mexicanos que abrazaron las ideas de la encíclica.

Bibliografía

- AURRECOECHEA, Juan Manuel, y BARTRA, Armando (1991). *Puros cuentos I. Historia de la historieta en México (1874-1934)*. México: Grijalbo.
- BUNKER, Steven B. (1997). «'Consumers of Good Taste': Marketing, Modernity in Northern México, 1890-1910». *Mexican Studies*, vol. 13, núm. 2, págs. 227-269.
- CAMACHO MORFIN, Thelma (2014). «La obrera de El Buen Tono. La imagen de la obrera en el catolicismo social». En *Image et genre. Actes du 8^e Congrès International du GRIMH* Lyon: Le Grimh, págs. 169-177.
- (2002). *Imágenes de México. Las historietas de El Buen Tono de Juan B. Urrutia, 1909-1912*. México: Instituto Mora.
- (2013). *Las Historietas de El Buen Tono (1904-1922). La litografía al servicio de la industria*. México: IIE/UNAM/UAEH.
- CASANOVA, Rosa (2005a), «De vistas y retratos: La construcción de un repertorio fotográfico en México, 1839-1890». En CASANOVA, Rosa et al. (coord.). *Imaginario y fotografía en México 1839-1970*. Madrid: Fundación Telefónica / Conaculta INAH / Conaculta CENART / Centro de la Imagen / Lunwerg, págs. 3-58.
- (2005b). «La A. de Briquet». *Alquimia. Anónimos y aficionados*, Ciudad de México, año 8, núm. 24, pág. 43.
- CASTILLO TRONCOSO, Alberto del (2005). «Historia de la fotografía en México, 1890-1920. La diversidad de los usos de la imagen». En CASANOVA, Rosa et al. (coord.). *Imaginario y fotografía en México 1839-1970*. Madrid: Fundación Telefónica / Conaculta INAH / Conaculta CENART / Centro de la Imagen / Lunwerg, págs. 59-118.
- CEBALLOS RAMÍREZ, Manuel (2005). *Catolicismo social en México*, tomo II: *Las instituciones*. México: Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana.

- (1991). *El catolicismo social: un tercero en discordia: Rerum novarum, la «cuestión social» y la movilización de los católicos mexicanos (1891-1911)*. México: El Colegio de México.
- COSÍO VILLEGAS, Daniel (1972). «El Porfiriato. Vida política interior». En COSÍO VILLEGAS, Daniel. *Historia moderna de México*. México: Hermes.
- DUMAS, Claude (1992). *Justo Sierra y el México de su tiempo 1848-1912*, tomo II México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- ELIZONDO, Ricardo (2006). *Pliegues en la membrana del tiempo. Fotografía y correspondencia en la frontera norte 1840-1870*. Monterrey: Fondo Editorial de Nuevo León.
- FIGUEROA DOMÉNECH, J. (1899). *Guía general descriptiva de la República Mexicana*, tomo I. México DF: Araluce.
- GONZÁLEZ NAVARRO, Moisés (1970). «El Porfiriato, la vida social». En COSÍO VILLEGAS, Daniel. *Historia Moderna de México*. México: Hermes.
- HELLION, Denise (2013). *Humo y cenizas. Los inicios de la publicidad cigarrera en la ciudad de México*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- LAUBIER, Patrick (1986). *El pensamiento social de la Iglesia. Un proyecto histórico de León XIII a Juan Pablo II*. México: Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana.
- L'École Commerciale Française* (c. 1908). México: El Buen Tono.
- MASSÉ ZENDEJAS, Patricia (1998). *Simulacro y elegancia en tarjetas de visita. Fotografías de Cruces y Campa*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia (Alquimia).
- MATABUENA PELÁEZ, Teresa (1991). *Algunos usos y conceptos de la fotografía durante el Porfiriato*. México: Centro de Información Académica / Universidad Iberoamericana.
- NEGRETE ÁLVAREZ, Claudia (2006). *Valleto hermanos. Fotógrafos mexicanos de entresiglos*. México: Universidad Nacional Autónoma de México IIE.
- ORTIZ, Julieta (2003). *Imágenes del deseo. Arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- PUGIBET, Ernesto (director-gerente), y BRIQUET, A. (fotógrafo) (c. 1894). *El Buen Tono S.A. Compañía manufacturera del Cigarro sin pegamento*. México: El Buen Tono.
- (c. 1909). *El Buen Tono S.A.: Compañía manufacturera del Cigarro sin pegamento*. México: El Buen Tono.
- REYES, Aurelio de los (2002). *¿No queda huella ni memoria? (Semblanza iconográfica de una familia)*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, IIE / El Colegio de México.
- SALOMA, Ana María (1997). «La imagen de la mujer en los anuncios de la industria tabacalera en la segunda mitad del siglo XIX». *Tiempo y Significados*. México: Plaza y Valdés, págs. 73-90.

Fecha de recepción: 30 de mayo de 2014

Fecha de aceptación: 30 de mayo de 2015