

**Modernidad industrial y registros
fotográficos para la recuperación de una
memoria socio-cultural como criterios para
considerar a la Fábrica de Tabaco y Puros
"El Buen Tono" patrimonio cultural**



**ANA GABRIELA TOLEDO ARANDA &
RODRIGO FERNANDO ESCAMILLA GÓMEZ**

BLOCH

<https://revistabloch.uanl.mx>

MODERNIDAD INDUSTRIAL Y REGISTROS FOTOGRÁFICOS PARA LA RECUPERACIÓN DE UNA MEMORIA SOCIO-CULTURAL COMO CRITERIOS PARA CONSIDERAR A LA FÁBRICA DE TABACO Y PUROS *EL BUEN TONO* PATRIMONIO CULTURAL

Ana Gabriela Toledo Aranda & Rodrigo Fernando Escamilla Gómez

orcid.org/0009-0000-3572-3514 / orcid.org/0000-0003-4860-5853

Universidad Autónoma de Ciudad de México / Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey

Edición y corrección de estilo:

Andrés Rodríguez López

Maquetador:

Alfonso André Quintero Gómez

Copyright:



© 2023, Toledo Aranda Ana Gabriela y Escamilla Gómez Rodrigo Fernando. This is an open-access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution License [CC BY 4.0], which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

Recepción: 08 de mayo de 2023

Aceptación: 08 de mayo de 2023

Email:

toledoaranaela@gmail.com / rf.escamillagomez@gmail.com

MODERNIDAD INDUSTRIAL Y REGISTROS FOTOGRÁFICOS PARA LA RECUPERACIÓN DE UNA MEMORIA SOCIO-CULTURAL COMO CRITERIOS PARA CONSIDERAR A LA FÁBRICA DE TABACO Y PUROS *EL BUEN TONO* PATRIMONIO CULTURAL

INDUSTRIAL MODERNITY AND PHOTOGRAPHIC RECORDS FOR THE RECOVERY OF A SOCIO-CULTURAL MEMORY AS CRITERIA TO CONSIDER THE TOBACCO AND CIGAR FACTORY “*EL BUEN TONO*” CULTURAL HERITAGE

Ana Gabriela Toledo Aranda & Rodrigo Fernando Escamilla Gómez

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD DE MÉXICO / INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

RESUMEN:

La historia de la industria del tabaco en México es antigua y colorida. Los cigarros y los cigarrillos se fabricaban individualmente hasta la década de 1880; sin embargo, con la llegada de la modernización y transformación industrial, se lograron producir cambios profundos que permearon en el proceso tecnológico e impacto en los ámbitos sociales. Cambios en torno a las ideologías socioculturales, económicas y políticas plasmadas a través de la arquitectura, organización, legislaciones y estereotipos de los trabajadores; así mismo su aporte significativo a las masas en cuanto a su distribución (no sólo de transporte, sino por sus canales visuales como: panfletos, rótulos, historietas, uniformes, anuncios y espectaculares) donde se hallaría el inicio de la materialización del consumo masivo y de la creación de comunidad, de urbanismo, del famoso y tan llamado progreso.

PALABRAS CLAVE:

Tabaco; Patrimonio industrial; Vida cotidiana; Publicidad; Historia social.

ABSTRACT:

The history of the tobacco industry in Mexico is old and colorful. Cigars and cigarettes were manufactured individually until the 1880s; However, with the arrival of modernization and industrial transformation, profound changes were produced that permeated the technological process and had an impact on social spheres. Changes around sociocultural, economic and political ideologies reflected through architecture, organization, legislation and stereotypes of workers; Likewise, its significant contribution to the masses in terms of its distribution (not only transportation, but through its visual channels such as: pamphlets, signs, comics, uniforms, advertisements and billboards) where the beginning of the materialization of mass consumption would be found and of the creation of community, of urban planning, of the famous and so-called progress.

KEYWORDS:

Tobacco; Industrial heritage; Daily life; Advertising; Social history

MODERNIDAD INDUSTRIAL Y REGISTROS FOTOGRAFÍCOS PARA LA RECUPERACIÓN DE UNA MEMORIA SOCIO-CULTURAL COMO CRITERIOS PARA CONSIDERAR A LA FÁBRICA DE TABACO Y PUROS *EL BUEN TONO* PATRIMONIO CULTURAL

La patrimonialización puede ser entendida como el proceso de construcción de significado y sentido de los elementos culturales, sean tangibles o intangibles, a través de la asignación de valores. El profesor y arqueólogo londinense Harrison¹ plantea que el patrimonio cultural es el proceso mediante el cual objetos, lugares y prácticas se vinculan entre sí y que un grupo determinado de sujetos los eligen para identificarse, atribuyéndoles un conjunto de valores que desean tomar para heredarlos en un futuro. Teniendo eso en mente podemos decir que un tema como la industria del tabaco es polémica por la complejidad y las contradicciones que existen; desde la forma en cómo se utiliza, hasta la manera de cómo aportan sus valores simbólicos hacia y para la sociedad.

La historia de la industria del tabaco en México es antigua y colorida. Los cigarrillos y los

cigarrillos se fabricaban individualmente hasta la década de 1880; sin embargo, con la llegada de la modernización y transformación industrial, se lograron producir cambios profundos que permearon en el proceso tecnológico e impacto en los ámbitos sociales. Cambios en torno a las ideologías socioculturales, económicas y políticas plasmadas a través de la arquitectura, organización, legislaciones y estereotipos de los trabajadores; así mismo su aporte significativo a las masas en cuanto a su distribución (no sólo de transporte, sino por sus canales visuales como: panfletos, rótulos, historietas, uniformes, anuncios y espectaculares) donde se hallaría el inicio de la materialización del consumo masivo² y de la creación de comunidad, de urbanismo, del famoso y tan llamado progreso.

La fábrica con sus altas dimensiones edificadas se volvería emblemática porque aportaría soluciones estandarizadas a la elaboración de cigarrillos y cuestiones sociales

¹ Rodney Harrison, *Heritage: Critical Approaches* (Londres: Routledge, 2012), 4.

² Las mujeres y los hombres del siglo XIX vivieron la emoción y la sorpresa de observar al mundo como nunca antes, de observar a los demás y de observarse a sí mismos.

como poder brindar empleo a más de mil obreros, permitiendo que sus familias obtuvieran un ingreso económico en una época difícil donde se continuaba reconstruyendo el país después de sus guerras civiles post-independencia, también sería un punto estratégico en la traza urbana y centralización.

Su consideración patrimonial y valor paisajístico recae entonces, en el inevitable cambio que existe dentro de los contextos económicos, culturales y territoriales a su alrededor. Esto a que derivó en construcciones de equipamientos comunitarios para sus trabajadores y entorno. Es decir, que se vuelve la sede donde se construye memoria, hábitos, relaciones interpersonales, salud, educación y cotidianidades en las calles aledañas y espacios de esparcimiento; dejando huellas en la vida junto con su herencia social en la actualidad al ser parte de la imagen urbana. Al considerar todos esos criterios, se puede fundamentar la importancia de la fábrica de tabaco y puros *El Buen Tono* situada en la Ciudad de México, en el barrio de San Juan Moyotlan; pero los estudios y valorizaciones hechos a esta no son suficientes para visibilizarla. Primeramente porque fue opacada actualmente por altos edificios y bullicio a su alrededor con el crecimiento de la ciudad, camuflada entre su actual uso de mercado y la contaminación visual, como grafiti o puestos ambulantes³. En segunda instancia, porque existe un abuso disciplinar en los trabajos de investigación, causando una falta de precisión sobre su estado o el arte del sitio, tergiversando

el sentido de su historia industrial y el aspecto patrimonial. Por ello, en este presente artículo, se establecerán los criterios para una revaloración de los significados económicos, artísticos, culturales y morfológicos sociales a partir de la fábrica.

Se tomarán en cuenta elementos particulares que distinguen al patrimonio a través de un mapeo general de la zona, del registro fotográfico de los acervos: Abel Briquet, Agustín Casasola, Francisco Lavillete, Julio Romo Michaud, la Iconoteca de la Biblioteca Nacional de México; y por último se complementará con acercamientos teóricos para analizar los elementos socioculturales que se han desarrollado a su alrededor. Dentro de las conclusiones podremos escudriñar las causas probables de su olvido en la memoria local y su importancia en volver a recordar y asumir que ha dejado una herencia significativa para considerarla parte de nuestra identidad.

VALOR PAISAJÍSTICO

Después de las Leyes de Reforma, la ciudad comenzó a crecer y dejó atrás muchos de sus rasgos coloniales para incorporarse a la modernidad⁴. Las clases altas se establecieron en lujosas casonas y las clases populares se ubicaron en vecindades.

En 1859 las Leyes de Reforma establecen la destrucción de los viejos núcleos urbanos; desapareciendo notables conjuntos y mutilación de casi todo San Francisco, Santo Domingo, La Merced, San Agustín.

³ Se podría considerar tentativamente de que es una "fábrica perseguida" o censurada por las consecuencias actuales de salud.

⁴ El centro se fue dejando por la creación de nuevos fraccionamientos a lo largo del Paseo de la Reforma, que ocasionó la ruptura de la regularidad de la traza y dio lugar a la segregación de la población.

[...] Los terrenos de conventos de monjas y hospitales pasaron a manos de especuladores inmobiliarios convirtiéndolos en bibliotecas, colegios, hospitales y vecindades⁵.

Con respecto a estas modificaciones urbanas, Ernesto Pugibet, dueño y director de la fábrica cigarrera *El Buen Tono*, fundada en 1884 (más adelante en 1893 se le llamaría *Compañía Manufacturera de Cigarros sin Pegamento El Buen Tono S.A.*); compra el terreno del ex convento de Monjas de San Juan de la Penitencia en 1890 ubicada en la Plaza de San Juan Moyotlan, donde traslada la nave industrial; otros terrenos adquiridos fueron en 1910 en la colonia Roma y Doctores, ubicados entre las calles Salamanca, Colima y Oaxaca y Dr. Liceaga, Lucio y Navarro; donde la empresa construyó una unidad habitacional junto con la Escuela Nacional Preparatoria Comercial Francesa y el cine-teatro respectivamente; y en 1914 se edificó la colonia homónima en los terrenos donde se encontraba la ex-garita de Belén con una arquitectura estilo art nouveau⁶. Además, existen fotografías que muestran un kiosco de la compañía en la Alameda (donde actualmente se ubica el Palacio de Bellas Artes) que funcionó como tabaquería y cinematógrafo⁷.

El nuevo complejo de unidades habitacionales, de esparcimiento y la gran fábrica pasarán a formar parte de un espacio que contendrán un referente cultural, ya que éstas mantuvieron una relación dialéctica con la

memoria de la sociedad y el tiempo que transcurrió durante su acelerado crecimiento. Tal como lo menciona Halbwachs "el espacio es la imagen del grupo que lo ocupa". Es por ello que durante sus años de estar activa la fábrica la sociedad se transformará a la par junto con ella, debido a que la memoria de los lugares internos y externos de ésta no serán fijos ni estáticos; por ejemplo, el tipo de arquitectura en sus viviendas, los nuevos materiales y técnicas para la edificación de la iglesia y fábrica usados por el Ing. Miguel Ángel de Quevedo pasarán a expresar las nuevas formas y estructuras de la vida cotidiana del Porfiriato con estilo art nouveau y estructura de hierro forjado⁸. El espacio construido se convierte así en un signo que contiene un mensaje significante para sus ocupantes el cual con el paso del tiempo van cambiando su imagen y su significado, y en el caso de la nave industrial fue su olvido. Sin embargo, gracias a las fotografías, ilustraciones y textos se puede rescatar la proyección arquitectónica de la compañía que se convertía en una metáfora visual del progreso imparable por sus dimensiones, nuevas tecnologías e imparable vinculo social con la comunidad⁹.

VALOR MATERIAL TANGIBLE E INTANGIBLE

Pero ¿qué más aporta la fábrica a nuestra identidad patrimonial? El tabaco ha sido uno de

⁵ Xavier Cortés y Mónica Cejudo, "Pasado, presente" en *Seminario permanente Centro Histórico de la Ciudad de México* (México: UNAM, 2010), 158.

⁶ Estilo novedoso y utilizado de 1900 hasta 1910 durante el Porfiriato. Se caracteriza por la suavidad de las líneas curvas y por una exaltación de la mitología y los elementos de la naturaleza.

⁷ Juan Leal, *Anales del cine*, vol.9, *El espacio urbano del cine*, (México: Juan Pablos, 2015), p. 16.

⁸ Claudia Rodríguez, Breve historia de la fábrica de cigarros "*El Buen Tono*, S.A. (México: Palabra de Clío, 2013), p. 5.

⁹ Rosa, Hellion, "Notables progresos", en *Cultura política de los trabajadores* (México: UNAM, 2008), 172.

los cultivos no comestibles más consumidos desde hace siglos por sus características bioquímicas. Su alta demanda y en el marco de una industrialización durante la segunda mitad del siglo XIX, derivó en la posibilidad de establecer grandes manufactureras como *El Buen Tono*, pionera para comprender un proceso de industrialización y distribución masivo del tabaco junto con la activa participación de los consumidores ávidos de sorpresas que demandaban una constante innovación. Autores como Thelma Camacho Morfín, Denise Hellion y Sergio Herrera Rangel han estudiado el papel fundamental que jugó el departamento litográfico de la empresa y las tiras cómicas desarrolladas por Juan B. Urrutia, la nueva era de las representaciones mediante imágenes coloridas y dinámicas ya sea en las páginas de las revistas ilustradas de la época, en las ilustraciones de periódicos, en sus cajetillas o anuncios en las calles, se imponía su grandeza como empresa y como ente formadora de la sociedad. Allí se inició un progreso mercantil trayendo un notable desarrollo material que México actualmente disfruta¹⁰.

Desde su apertura en 1884 hasta su cierre en 1961, en paralelo, el fumar pasó por diferentes fases, una de ellas fue convertirse en un placer de la época y el cigarro en un referente de la vida donde adquiere un símbolo y emblema de la modernidad, o al menos a tener la aspiración de serlo ya que el cigarrillo formaría parte de un

hábito constante por parte de millones de fumadores alrededor del mundo. Tal como menciona Steven B. Bunker:

Baratos y abundantes, los cigarros enrollados a máquina simbolizaban el progreso económico y cultural de México más que ningún otro artículo de consumo producido en masa durante el Porfiriato. Fumar cigarros de *El Buen Tono* [...] era demostrar que se era moderno”, además de fomentar una identidad nacional mexicana que “promovía el hábito de fumar cigarros como universal y moderno¹¹.

Es por ello por lo que una de las estrategias características de la compañía para consagrar el sentido de identidad y de lealtad a su producto, a lo largo de los años, era considerar nombrar a sus marcas como a artistas o personajes célebres o importantes de esa época que impactaban a la sociedad. Por ejemplo la marca *Judic* en homenaje a la comedianta francesa Anna Judic que se presentó en México en enero de 1886; los *Calve* por la soprano francesa Emma Calvé, famosa por su interpretación en la ópera de Bizet “Carmen” y quien visitó la fábrica en 1907; los *Alfonso XIII* (1889-1908) inaugurando el Casino Español por el Rey de España cuyo reinado fue de 1902-1931 y quien tenía un vínculo fraterno con las cigarrerías de Sevilla (su nombre trascendió en el Barrio y Parque de Álvaro Obregón); o como los *Chinacos* en memoria de los Liberales durante la Independencia. De igual forma inmortalizó eventos de la

tabacalero, que facilitó el acceso a una mayor oferta cigarrera, más diversa y a un costo más bajo, lo cual impactó en el incremento del consumo.

¹¹ Steven Bunker, *La creación de la cultura de consumo mexicana en la época de Porfirio Díaz* (México: Fondo de Cultura Económica, 2021), 33.

¹⁰ Hay que hacer hincapié de que fumar no fue una moda inventada por la industrialización y la comercialización; fumar era una costumbre, una tradición de muy añejas y profundas raíces desde épocas prehispánicas donde los sacerdotes y/o chamanes usaban sus propiedades tanto medicinales como bioquímicas. Pero lo que sí es, fue que esa tradición se fortaleció gracias al desarrollo industrial

historia en sus marcas, tal fue el caso de los *Rusos* por la Revolución Rusa de 1917 o los *Radio* en honor a su emisora de radio C.Y.B. en 1923. Variedad de público era sinónimo de variedad de marcas, cada quien se identificaba con el cigarrillo dependiendo de su ideología, gusto y costo.

COLECCIONES Y SUS CONTEXTOS

Como se ha dicho antes, los anuncios, así como los ilustradores y artistas gráficos de la compañía, comenzaron a incorporar el cigarro como un poderoso elemento visual que daba definición y personalidad a sus personajes y mercancías a otros productos, naturalizando así el hábito de fumar. A manera de ejemplo, podemos observar la colección de cajetillas de cigarros con ilustraciones desde 1880 o historietas como "*Las maravillosas aventuras de Ranilla*" (1922-1940) publicada por Juan Bautista Urrutia; su colección de historietas alcanzó cerca de quinientas, las cuales aparecían en los periódicos nacionales.

Además, se continuó explotando el recurso de los fototipos. Hay cerca de treinta colecciones con treinta y cinco personajes cada una; representando más de mil fototipos que retrataban a actrices, cantantes, músicos, reyes y reinas, archiduques, licenciados, generales y coroneles, doctores, políticos, poetas y escritores, pintores, entre otros; en el reverso de alguno de estos, se anunciaban tiendas y marcas de productos como tejidos, sombreros, vidrio,

seguros, joyería, ferretería, droguería, almacenes, etc.; algunos de ellos productos de socios como la Cervecería Moctezuma o El Palacio de Hierro.

Otra de las colecciones creadas por la compañía fue una serie de treinta estampas numeradas que hacían un relato visual, captando paso a paso el retrato de una mujer que se iba despojando de sus prendas hasta quedar con sólo un camisón¹². A pesar de ser una estrategia de marketing, su connotación representa el vínculo que tenía el tabaco con lo sensual y lo sublime, representa la decencia y moral como la libertad patriarcal por parte de las mujeres. Marca una pauta en donde ver fumar a una mujer era considerado un tabú¹³.

MAQUINARIA Y PERSONAL

Su prestigio como una empresa moderna se fundamenta en los párrafos tanto de la revista *El Mundo Ilustrado* como el diario *El Tiempo Ilustrado*, donde se retratan de forma textual como fotográfica la evolución de su grandeza. En sus columnas se consagra como la síntesis perfecta del trabajo individual y de la modernidad porfiriana, así como una empresa generosa y benefactora de su sociedad: "prócer del trabajo y de la constancia, de la actividad y la honradez" "Empresa, como ninguna en la República, que proporcionó más alimento al pueblo, pues proporciona medios de subsistencia a centenares de familias empleadas en los terrenos de siembra y en los 1200 operarios, la mayoría mujeres, que

¹² El estudio de Alba H. González Reyes sitúa de manera precisa la aparición de estos cromos en el contexto de los inicios de la pornografía en México y el consumo visual del cuerpo femenino. Véase González Reyes, *Concupiscencia de los ojos*.

¹³ Thelma Camacho, "La historieta, mirilla de la vida cotidiana", en Siglo XX. *La imagen ¿Espejo de la vida cotidiana?* (México: Colegio de México, 2012), 54-59.

se ocupan en tan espléndida manufacturera, los 300 empleados en el taller de litografía, y los niños que se dedican a la manufactura de cajas de cartón.” “La fábrica es un modelo de limpieza y orden, marcha como un reloj, y no se oye el menor murmullo”. Todos estos ejemplos nos indican que los medios locales querían que la compañía fuera conocida tanto nacional como internacionalmente por sus cualidades en el ámbito laboral y su papel dentro de la nueva sociedad moderna.

Las fotografías de los diferentes acervos sugieren que tanto las obreras como los mecánicos y litógrafos estaban pulcramente vestidos, moviéndose en perfecta sintonía al ritmo de la máquina y se encontraban muy dispuestos con todo orden y la capacidad productiva de las incontables máquinas dentro de los vastos salones de techos altos y ventanales, cuyas capacidades podían albergar en una de ellas a 125 máquinas engargoladoras de cigarros sin pegamento Decouflé¹⁴, máquinas cortadoras de tabaco y de papel, máquinas secadoras, un motor eléctrico y el taller de mecánica; en otra sala el departamento de empaque donde se encontraban los talleres de cigarros de uña o estilo habano, los de encajetillado y envoltura. Y por último una sala destinada al taller de litografía con numerosas máquinas como guillotinas, máquina de dorar, laminadoras y 4 grandes prensas litográficas. Además de una amplia bodega donde se almacenaban toneladas de tabaco.

Por lo tanto, *El Buen Tono* no era sólo una fábrica, tampoco era sólo la fábrica más grande de su ramo en el país o Latinoamérica; de acuerdo con el *Mundo Ilustrado*, *El Buen Tono* era algo más: “La fábrica es una ciudad en pequeño, y asombra verdaderamente el orden que allí reina. En sus espaciosos departamentos sólo se escucha el rumor del trabajo”.

En *El Tiempo Ilustrado* se difundían prácticas como el aseo semanal de la fábrica obligatorio y gratuito; de esta forma se inculcaban hábitos de orden y limpieza, los cuales representaban la concreción de una utopía en la que se materializaban los ideales del régimen porfirista dentro de una ciudad donde el lujo y el derroche convivían alegremente con el hambre, la miseria y la enfermedad. Esta política interna jugó un rol importante entre la limpieza de los cuerpos y los espacios y al binomio del hombre y la máquina, pues el enclave comunitario creado por la empresa no sólo había logrado erradicar los grandes males que aquejaban a la ciudad, sino también había conseguido reformar los vicios de sus trabajadores. Es así como la disciplina que se imponía dentro de la fábrica logró captar la esencia que se buscaba en la época marcada por el higienismo y por la lógica positivista del trabajo.

Su innovación y desarrollo tecnológico asciende a ocho patentes registradas por la compañía, creadas por el ingenio e incentivo de los propios obreros y técnicos con el fin de obtener el premio del beneficio del cuidado y mejora de las máquinas que se había establecido

¹⁴ La máquina Decouflé, inventada por Antonio Eduardo Decouflé y cuyos derechos pasan a ser parte de *El Buen Tono* en 1891, evolucionó la industria cigarrera. Emplea

dos ruedecillas dentadas de diversos diámetros. Al producir el cigarrillo sin pegamento, lograba que el sabor fuera más placentero.

dentro de la compañía¹⁵. Se le atribuye también, ser el espacio donde las mujeres iniciaron su participación activa en el campo laboral, descubriendo y generando nuevos lenguajes de sociabilidad, pautas de identidad, y adoptando muchas de ellas el hábito de fumar como vehículo de esa sociabilidad y como expresión de tal identidad.

Debe mencionarse que, además de apoyar e incentivar a sus trabajadores, a quienes dotó de vivienda, distracciones y hasta de un templo, fue también la que, en forma oficial, instituyó en el país las normas de seguridad industrial tabaquera, antes totalmente desconocidas en el medio.

EMISORA DE RADIO C.Y.B.

La distancia y distribución en la comunicación fue otro factor en el que contribuyó, pues en 1923 estableció su radiodifusora en la ciudad cuyas siglas eran CYB y más tarde XEB. Con este aporte se logra promocionar los valores y las figuras de la cultura mexicana que se quería representar tanto nacional como internacionalmente, durante programas como: radioteatros, programas cómicos, crónicas deportivas, promocionar artistas musicales, productos y marcas; así mismo la transmisión de noticias¹⁶ en vivo aportó a toda una generación una nueva visión respecto al mundo. Su importancia es relevante pues hay pruebas de

que la compañía incentivaba a la sociedad a adquirir tecnología para construir su propia radio, mediante un intercambio de cajetillas vacías por baterías, bulbos, receptores, rollos de alambre, audífonos, etc¹⁷.

VALOR INMATERIAL TANGIBLE E INTANGIBLE

Las memorias de los obreros, de los fotógrafos, artistas y políticos que emanan de las fotos, nos envuelven en aquella ciudad que fue marcada por la ideología francesa y la modernidad; donde se celebraban grandes banquetes, fiestas, bailes, jamaicas¹⁸ o kermeses, desfiles conmemorativos, inauguraciones de edificios públicos, organización de rifas y loterías. De acuerdo con *El Mundo Ilustrado*, todos aquellos eventos sociales fueron escenarios para que la compañía inventara la publicidad como espectáculo; tal es el caso del ejército de vendedoras ambulantes conocidas como cantineras, “quienes vendían a menudeo los cigarrillos y cuyo uniforme elegante llamaba la atención por la Alameda, calles de San Francisco y Plateros, Zócalo y bosque de Chapultepec en 1906” o el vuelo del dirigible, que por primera vez sobrevolaba la ciudad en 1907 haciéndolo algo novedoso y que anunciaba a la compañía.

Su interés por comunicarse con la sociedad le dio el sentido de ser un precursor de alfabetización mediante sus logogrifos, ya que sus anuncios forraban ampliamente el espacio

¹⁵ Ramón Sánchez, Historia de la tecnología y la invención en México (México: Fomento Cultural Banamex A.C., 1980), 348.

¹⁶ Destaca la transmisión del grito de independencia que dio el presidente general Álvaro Obregón y los sucesos de la Segunda Guerra Mundial contados a cada hora.

¹⁷ Rosalía Velázquez, "El nacimiento de la radiodifusora mexicana, en *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México* (México: UNAM), 137-170.

¹⁸ La Jamaica es un festejo que se organizaba en las tardes, en el que se ofrecía comida y bebida. Su convocatoria se fue popularizando para apoyar a Francisco I. Madero y terminar con el Porfiriato.

público de la ciudad, incluso en 1902 utilizó las banquetas¹⁹. Y de la nacionalización, pues comenzaría la construcción del perfil de lo que tendría que llamarse mexicano de forma homogénea mediante su emisora de radio, que actualmente es la X.E.B., la cual motivó la imaginación de los radioescuchas y el surgimiento de grandes locutores y artistas. Fue ante todo un transformador del entorno cotidiano de los individuos donde la experiencia visual los obligó a desarrollar nuevas aptitudes interpretativas para poder leer esos mensajes con contenidos de discurso de clase, de género, de raza y de otras categorías diferenciadoras, estableciendo con ello lo que debía ser aceptado o descalificado. Es decir, que contribuyó de un modo fundamental a la democratización del ejercicio de la apreciación visual, convirtiendo a los paseantes en consumidores y espectadores, introduciéndolos al complejo universo de representaciones²⁰.

De igual manera, y como se ha mencionado antes, fue un precursor del feminismo de los años veinte (sufragistas y flappers) ocasionando aportes económicos e ideológicos en las familias; las nuevas formas de feminidad se abrieron paso entre los viejos prejuicios, exigiendo igualdad jurídica y política, y demandando autonomía social y sexual en el espacio laboral y público²¹. Recordemos que la mayoría de los trabajos que ejercía la mujer en esa época era el servicio doméstico y más

adelante su mano de obra fue necesitada por las industrias de alimento, vestido y tabaco; entre más grande fuera la industria mayor capacidad de mano de obra. Otro factor fue el consumo femenino de cigarrillos que implicaba un cambio en los usos y costumbres de género que a su vez transformaría sus roles, estatus y modelos de feminidad, pues era socialmente censurado porque constituía un hábito propio de hombres²².

Podemos concluir que gracias a las diferentes investigaciones y acervos fotográficos se logra establecer parámetros para que su consideración patrimonial sea revalorada por sus significados económicos, artísticos, culturales, tecnológicos y morfológicos sociales que desencadenó a partir de su papel como industria de tabaco en el barrio de San Juan de Moyotlan, desempeñando y condicionando una forma de vida en la que actualmente somos parte de ella; pues el valorizar y recordar su historia, trazo y construcción permite la comprensión de los inicios de la vida pública ciudadana del barrio de San Juan, la cual se conjuga de manera particular en sus calles, plazas y edificios. Con ello, se puede lograr esbozar los esfuerzos y tareas a realizar para lograr su consecuente visibilización y garantizar su conservación. Así mismo permite resaltar las principales características y cualidades de lo que hoy es parte del Centro Histórico, parte del Patrimonio de la Humanidad por la Unesco y, esperemos próximamente, sede de nuevo patrimonio industrial reconocido.

¹⁹ Ver más en AHCDMX, Policía, Letreros, vol. 3660, exp. 136. y AHCDMX, Secretaría General, Gobernación, vol. 3936, exp. 473.

²⁰ Penny, Tinkler, Señales de humo: mujeres, tabaquismo y cultura visual (Inglaterra: Editorial Berg, 2006), 6.

²¹ Carlos Monsiváis, Escenas de pudor y livianidad (México: Penguin Random House, 2016), 28.

²² Camacho, "La historieta", 54-56.

REFERENCIAS:

- Archivo Olavarría y Ferrari. (1985) *Álbum de cajetillas de cigarros El Buen Tono 185 cajetillas*. México, UNAM Biblioteca Nacional.
- Bunker, Steven B. *La creación de la cultura de consumo mexicana en la época de Porfirio Díaz*, México: Fondo de Cultura Económica, 2021.
- Camacho Morfín, Thelma. "La historieta, mirilla de la vida cotidiana en la Ciudad de México (1904-1940)". En De los Reyes, Aurelio, *Siglo XX. La imagen, ¿Espejo de la vida?*, Tomo V, Vol. 2, México: El Colegio de México & Fondo de Cultura Económica, 2012.
- Cortés, Xavier y Cejudo, Mónica. "Pasado, presente y futuro del Centro Histórico de la Ciudad de México". En Seminario permanente Centro Histórico de la Ciudad de México, V.1; México: UNAM, 2010, 145-166.
- El Mundo Ilustrado. 19 sep. 1897. *El Buen Tono* S.A., México.
5 mar. 1899. *El Buen Tono* S.A., México.
15 mar. 1903. *El Buen Tono* S.A., *adelantos notables*, México.
3 ene. 1904. *El Buen Tono* S.A., *notables progresos*, México.
1 ene. 1905. *El Buen Tono* S.A., México.
4 mar. 1906. *El Buen Tono* S.A., *el ejército ambulante de 'El Buen Tono'*, México
- 10 feb. 1907. *El Buen Tono* S.A., México.
- El País. 13 ene. 1907. *El Porvenir en el aire*, México.
- El Popular. 7 ene. 1907. *El globo dirigible de El Buen Tono. Una ascensión sensacional. Viaje sin accidentes y éxito completo*, México.
- El Tiempo Ilustrado. 19 may. 1889. *Regalo*, México.
31 mar. 1902. *El Buen Tono*. México.
- González Galván, Manuel. *El tabaco y las cigarreras mexicanas de oro y plata*. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Estéticas, 1997.
- Halbwachs, Maurice. "Espacio y memoria colectiva". *Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* 3, no. 9 (2017): 11-40.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=316309021990>
- Harrison, Rodney. *Heritage: Critical Approaches*. London: Routledge, 2012.
- Hellion Puga, Rosa D. "Notables Progresos. Imagen empresarial en la publicidad de la tabacalera El Buen Tono en la primera década del siglo XX". En Orduña, C. y de la Torre, A. *Cultura política de los trabajadores (siglos XIX y XX). Prácticas y representaciones. Trabajo y lucha de clases*, México: UNAM, 2008.
- LEAL, Juan. *Anales del cine 1895-1911, el espacio urbano del cine*. México: Juan Pablos, 2015.

Monsiváis, Carlos. *Escenas de pudor y liviandad*. México: Penguin Random House Grupo Editorial, México, 2016.

Pesqueira Olea, Eduardo. *TABAMEX 1972-1990. Historia y Cultura del Tabaco en México*. México, 1985.

Rodríguez Pérez, Claudia. *Breve historia de la fábrica de cigarros "El Buen Tono, S.A."*. México: Palabra de Clío, , 2013. <http://www.palabradeclio.com.mx/BuenTono.pdf>

Sánchez Flores, Ramón. *Historia de la tecnología y la invención en México*. México: Fomento Cultural BANAMEX A.C., 1980.

Sarro, Enrique. *La industria del tabaco en México: apuntes para una monografía*. México, 1933.

Tinkler, Penny. *Señales de Humo: Mujeres, Tabaquismo y Cultura Visual*. Inglaterra: Editorial Berg, 2006.

Velázquez Estrada, Rosalía. "El nacimiento de la radiodifusora mexicana". En Matute, A., *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*, Vol.9. Universidad Nacional Autónoma de México, Investigaciones Históricas, México, 1983.



Ana Gabriela Toledo Aranda

ORCID: 0009-0000-3572-3514

toledoaranaela@gmail.com

Pasante de la ingeniería de metalurgia e industrias extractivas por el Instituto Politécnico Nacional. Pasante de la licenciatura de Arte y Patrimonio Cultural por la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Cofundadora del Taller Artesanal Valencia. Colectivo Cultural ConManos, 2007-2023. Coordinadora del proyecto Tonatiuchan en Polanco. Colectivo Cultural Viejo Polanco, 2018-2020. Miembro y gestor cultural del V Foro de Economía y Cultura, UACM, 2019. Participante del Taller Nuevas miradas sobre la industria, CIH FFyL UANL, 2022.



Rodrigo Fernando Escamilla Gómez

ORCID: 0000-0003-4860-5853

rf.escamillagomez@gmail.com

Licenciatura en Historia y Estudios de Humanidades (UANL). Maestría en Urbanismo (UNAM). Doctorado en Filosofía con Orientación en Arquitectura y Asuntos Urbanos (UANL). Proyectos: Seminario de Procesos de Industrialización, Capítulo Nuevo León, Nuevas miradas a la industria en Nuevo León, un enfoque histórico. Adscripción a Universidad Tecmilenio e Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.