

# El Porfiriato: el consumo de lo popular en la vida cotidiana



GUADALUPE RÍOS DE LA TORRE

•



SCRIPTORIA

*El Porfiriato:  
el consumo de lo popular en la vida cotidiana.*

D.R. © 2024 Guadalupe Ríos de la Torre

D.R. © 2024 Juan Moreno Rodríguez

D.R. © 2024 Editorial Scriptoria

Todos los derechos reservados.  
Prohibida la reproducción total o  
parcial de esta obra, por medios:  
electrónico, mecánico o cualquier  
otro tipo de almacenamiento o  
la recuperación de de la información,  
sin autorización previa del editor..

ISBN: 978-607-59797-4-8

Realizado en México

# El Porfiriato: el consumo de lo popular en la vida cotidiana



GUADALUPE RÍOS DE LA TORRE

•

# Índice

•

Presentación *6*

## El Porfiriato:

El consumo de lo popular  
en la vida cotidiana

Guadalupe Ríos de Torre

México *9*  
en el tejido internacional  
del imperialismo

Florecimiento imperial *11*

El ignorado papel de *13*  
las naciones menos desarrolladas

Las galas del progreso *14*

La sociedad del consumo *21*

Limpieza y bienestar *31*

Las calamidades *38*  
de la expansión

Una reflexión necesaria *42*  
a través de otra óptica

# Presentación



# La historia oficial mexicana

de finales del siglo xx determinó que el Porfiriato fue una dictadura. Con tal calificativo, el Gral Porfirio Díaz, un héroe de la Guerra de Reforma y de la Intervención francesa paso a ser un villano, haciendo que aquellos desarrollos, avances y logros económicos, comerciales, científicos, culturales y tecnológicos, quedaran opacados o imperceptibles a consecuencia del realce brindado a la circunstancia y consecuencia política de este periodo histórico.

En este estudio, la Dra. Guadalupe Ríos de la Torre nos ofrece una perspectiva en la que un país que ha sufrido diversos conflictos bélicos a lo largo de todo el siglo XIX, se incerta en el concierto mundial, urgido también por el progreso científico y tecnológico hacia finales del mismo siglo, en lo que podría ser considerado un periodo de paz y estabilidad social impactando en muchos ámbitos de la vida cotidiana de México.

En este estudio es posible apreciar como es que la llamada modernidad hecha raíz en un país de tradiciones y costumbres añejas, que van transformando a la sociedad a pesar de mantenerse la desigualdad económica que dara pie a la Revolución de 1910. Por ello, no se trata de limpiar la imagen del dictador Díaz, sino de hacer evidente que durante su largo período presidencial, su forma de gobierno fue capaz de procurar el progreso en general, aunque los medios no sean minimamente justificables. •

Juan Moreno Rodríguez

Editor

El Porfiriato:  
el consumo de lo popular  
en la vida cotidiana



**Guadalupe Ríos de la Torre**

PROFESORA INVESTIGADORA

UAM-AZC



“Ahora sabemos que el reino del progreso  
no es de este mundo.”

Octavio Paz.

## México en el tejido internacional del imperialismo

**De manera similar** a diversas naciones subdesarrolladas y países que fueron pequeñas colonias de las magnas potencias, en el último tercio del siglo XIX y los primeros años del XX, México se integró cada vez más a los grandes escenarios de la economía y la política mundiales.

Debido a la rapidez de la industrialización, así como al impulso con que los países imperiales terminaron de fragmentar al mundo subdesarrollado, las potencias trataron de inundar los mercados internacionales con su producción industrial, al tiempo que se esforzaron por asegurar tanto productos alimenticios como materias primas fundamentales para su propio desarrollo, como lo era el petróleo. Enrique Krauze afirma al respecto:

Donde hay caminos y correos, ferrocarriles y telégrafo, hospitales y hospicios, escuelas y colegios, fábricas y talleres, comercio, industria y actividad en las transacciones, la paz está asegurada por sí misma y el orden no necesita del apoyo militar porque todos están interesados en conservarlo (Krauze, 1997, p. 234).

Dentro del continente americano, Estados Unidos de Norteamérica surgió como potencia absoluta en todos los sentidos, consideró exclusiva esta enorme zona con su influjo y, con elementos típicamente imperialistas, se impuso y sostuvo como el “gendarme del orden” (Brom, 1974, p. 194).

Para México, buscar las inversiones y la tecnología que permitieran el progreso económico, así como lograr un lugar dentro del orden mundial, se convirtió en una tarea compleja; pues, al mismo tiempo, había que resguardarse de la avasalladora fuerza imperial del vecino del norte. Este, a la postre, sería uno de los grandes desafíos del Porfiriato.

## Florecimiento imperial

A partir del último tercio del siglo XIX y hasta el surgimiento de la Primera Guerra Mundial, en 1914, el mundo conoció una segunda fase, más acabada, del imperialismo. Dos magnos sucesos determinaron esta etapa. Por un lado, nacieron nuevas potencias que se sometieron a un proceso vertiginoso de industrialización, mientras exigían para ellas parte de las mieles del mundo colonial. Alemania se unió bajo el imperio de Bismarck, Estados Unidos se convirtió en el gigante de América y Japón, desde la revolución Meiji de 1868, se instituyó como el protagonista fuerte del continente asiático. La segunda particularidad de este imperialismo consistió en el arrebato y la rapidez con que el mundo, hasta sus últimos rincones, fue sometido de forma económica y política por las grandes potencias.

De manera semejante a esta nueva etapa imperialista, sucedió otro fenómeno importante para el mundo: aprovechados los avances de la primera Revolución Industrial que se había originado en Inglaterra hacia la segunda mitad del siglo XVIII, naciones como Estados Unidos de Norteamérica, Alemania y Japón transitaron nuevos caminos de industrialización que les permitieron hacer frente al control británico.

Las grandes creaciones tecnológicas de finales del siglo XIX y los primeros años del XX, permitieron a esas potencias acrecentar su potencial competitivo. Hubo enormes progresos técnicos y científicos en la fabricación masiva de hierro, electricidad, petróleo y gas como fuentes energéticas primordiales; así como en la industria química y en los motores de combustión interna. Para las potencias desarrolladas, inmersas en esta competencia imperial de industrialización, resultaba indispensable fortalecer mercados de capital e instituciones bancarias adecuadamente grandes y flexibles que invirtieran en las nuevas empresas del mundo, así como vigilar los mercados internacionales en las finanzas y el comercio. Jane Gaston Mahler puntualiza sobre esto:

La vieja civilización europea llega a su apogeo en los albores del siglo XX. Domina aún el mundo durante algunos años brindando su ciencia, sus invenciones y su prosperidad económica. La guerra de 1914-18 acaba con este poder; Europa queda devastada y arruinada, presa del desequilibrio económico y político, de la agitación social, de la ruina moral y de la angustia del mañana. Se pierde la fe de valores humanos, pilares sobre los que descansaba el siglo XIX (Gaston, 1980, p. 129).

## El ignorado papel de las naciones menos desarrolladas

Las circunstancias descritas definieron el papel que en el orden mundial se había destinado tanto para las colonias como para los países desarrollados, como México. Las naciones financieras llevaron a cabo todo tipo de esfuerzos para localizar, explotar y asegurar las materias primas fundamentales para el progreso y la seguridad de sus inversiones.

Como los avances en la construcción de barcos permitían llevar enormes cantidades de material de un lado a otro de los océanos, de manera relativamente barata, se desarrolló un deseo ávido por materias primas y energéticos para las industrias; como fueron, en el caso de México, el petróleo y la fibra del henequén, que era utilizado en la maquinaria agrícola estadounidense. También se comercializaron otro tipo de productos para proveer a las grandes ciudades, en el caso de nuestro país, el azúcar y el café.

Debido a las presiones y oportunidades que prevalecían durante las últimas décadas del siglo XIX, más y más países, antes relativamente ajenos al orden económico internacional, fueron atraídos en calidad de productos para las naciones desarrolladas

y consumidoras de sus bienes industriales. Así fue como emergió una economía que incluía a casi todos los países del mundo o, más precisamente, a ciertos enclaves desarrollados en las naciones atrasadas.

México fue un perfecto botón de muestra de lo descrito con anterioridad: mientras la mayor parte de la población vivía de cultivos habituales de autoconsumo, como maíz, frijol y chile, ajena a los movimientos de la economía mundial, el impulso capitalista extranjero hizo brotar algunos emporios: los gigantes cultivos de algodón en la Laguna (zona comprendida entre los estados de Coahuila y Durango), las haciendas henequeneras dispersas en la península yucateca, las plantaciones de caña y azúcar y las fábricas de dulce en la región de Morelos y Guerrero, la explotación de petróleo en la franja del Golfo de México o las minas de hierro y cobre en el norte del país (González Navarro, 1994, p. 87).

## Las galas del progreso

El Porfiriato constituye el primer periodo relativamente largo en la historia de México en el que se alcanzó un sorprendente desarrollo económico continuo. Pero no se trataba de un desarrollo que procediera de las fuerzas internas de México, sino que

resultaban indispensables los intereses extranjeros, porque ellos invertían el capital y la tecnología, por lo que llegaron a controlar buena parte de los sectores más relevantes, como la minería, la banca, el transporte y los recursos energéticos. José Yves Limantour, en calidad de ministro de Hacienda, describía de esta manera el desarrollo del proceso económico:

Por más que se exageren los inconvenientes de una situación económica que nos hace, en cierta manera, tributarios del extranjero, no cabe duda que careciendo, como carecemos, de los elementos de hombres y dinero suficientes para poner en explotación los innumerables recursos que contiene nuestro suelo, no debemos desaprovechar esos elementos cuando nos lleguen de fuera y dejen al país inmensos beneficios, creando nuevas negociaciones, dando incremento a las industrias establecidas y contribuyendo a proporcionar mayor bienestar a los que en él residen, sin distinción de clase ni nacionalidad (Zavala, 1975, p. 121).

Además, el crecimiento económico no fue del país en su conjunto, sino que se concentró en ciertas ramas y regiones. Particularmente se beneficiaron las empresas dedicadas a la exportación, como las de la plata y de algunos productos agrícolas.



Porfirio Díaz (Autor desconocido).

La dificultad central de este parcial crecimiento de la economía radicó en el aspecto social: las ventajas del desarrollo fueron solo para una minoría y no alcanzaron a la enorme mayoría de los mexicanos. Los indígenas, peones de las haciendas, ranchos y minas; los campesinos, vaqueros y migrantes que iban buscando trabajo de ciudad en ciudad, que incluso se arriesgaban a incursionar en Estados Unidos; los artesanos, los asalariados, que en las ciudades trabajaban en fábricas y obrajes; y también los desocupados y limosneros, continuaron en la misma miseria, con la esperanza de un futuro más promisorio (Matute, 1995, p. 229).

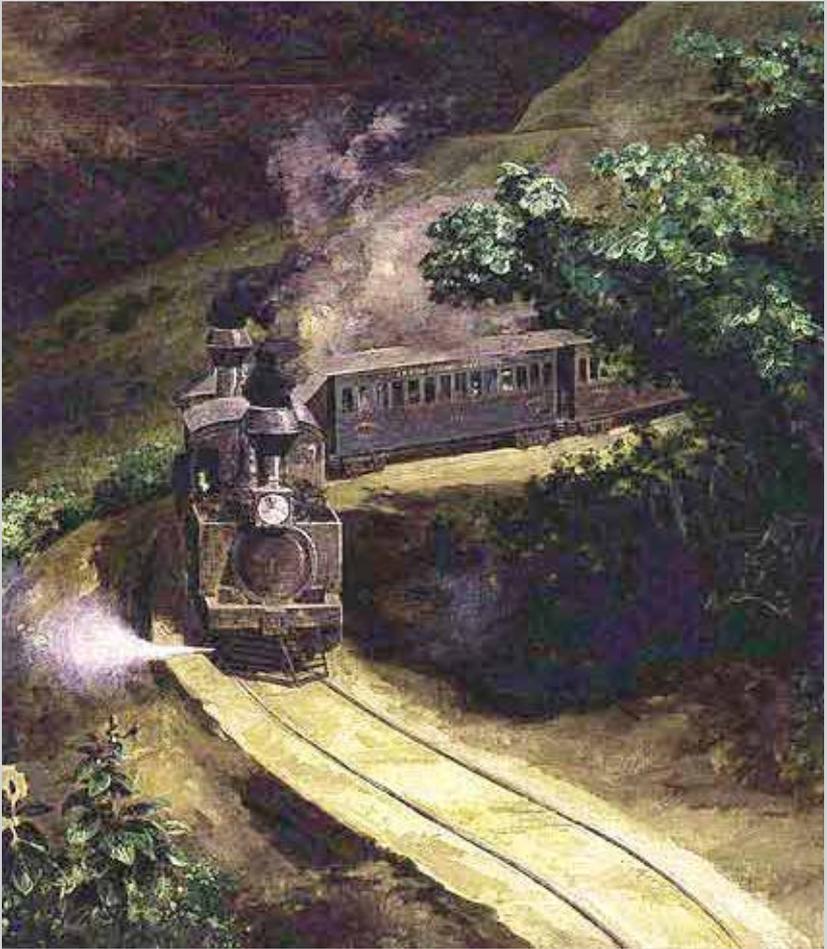
Como se afirmó con anterioridad, el crecimiento económico durante este periodo histórico fue sostenido. El producto interno bruto se incrementó a una tasa cercana a 3%, logro impresionante si se compara con el deficiente desempeño de la economía que habíamos tenido durante la etapa como nación independiente; o bien, si se mide con el crecimiento de la población, que pasó de 10 millones a inicios del régimen a 15 millones en su ocaso (Valadés, 1997, pp. 123-125).

Hubo grandes innovaciones económicas. El ferrocarril generó una perspectiva extraordinaria de prosperidad. Si en la República Restaurada apenas se habían tendido los rieles que unieron a México con Puebla y Veracruz, para 1900 eran ya 20 mil

kilómetros de vías férreas que fueron, durante décadas, la única infraestructura de transporte. Se accedía así, por primera vez, a la extensión del territorio y a su antes infranqueable geografía, una de las razones centrales que habían hundido a México en el retraso, la economía de autoconsumo y la falta de actividad capitalista. Con este acontecimiento, empezó la unificación de mercados internos mediante las dos vías férreas hacia Estados Unidos, lo que permitió una enorme expansión de ciertos productos.

Se modificó la vida cotidiana de los habitantes con la agilización de la movilidad geográfica y ocupacional. Este fenómeno fue notable sobre todo en las regiones del norte del país. Se multiplicaron las oportunidades al mejorar las condiciones laborales de los trabajadores, ya que les fueron incrementados sus salarios o prestaciones.

En algunos pequeños pueblos creció rápidamente la población, esto los convirtió en ciudades grandes, complejas y llenas de contrastes sociales. Debemos aclarar que se dio un crecimiento desordenado, con marcadas carencias y múltiples problemas sociales, a la par que se presentó un aumento de oportunidades laborales. Aunado a lo anterior, nacían nuevos pueblos mineros, plantaciones, centros de comercio y polos de desarrollo, mientras que otras regiones, por ejemplo, las alejadas del ferrocarril, caían en el olvido.



Pintura de José María Velasco, pintor de finales del siglo XIX.

Durante la Era porfiriana (1876-1911), las ciudades fueron blanco de los empeños modernizadores de los gobernantes y de las élites, quienes se esforzaron por llevar a la práctica un viejo proyecto que databa de las últimas décadas de la época colonial, pero que se vio interrumpido a raíz de la lucha por la Independencia y a causa de la inestabilidad política subsecuente. Los empeños de estos grupos se centraron en la capital, pero también alcanzaron a otras ciudades del país. A sus ojos, las metrópolis serían el mejor aparador del avance de la nación, manifestarían las bondades de la paz social y los productos del desarrollo económico, convirtiéndose en ejemplo del lema “Orden y progreso” e ilustrando el triunfo de la fórmula “Poca política y mucha administración”. Esta táctica sería aprovechada para justificar al régimen porfirista y para demostrar prácticas como el sacrificio de la democracia o la falta de respeto a las garantías individuales; también le permitiría al Estado demostrar al extranjero que el país prosperaba, con el fin de disipar su temor hacia el pueblo mexicano y atraer la confianza de los inversionistas (Jiménez Moreno, 1966, pp. 234-235).

En todos los informes al Congreso, Porfirio Díaz dedicó extensos párrafos para describir las mejoras materiales desarrolladas durante su gobierno, que comprendían desde empresas menores de alumbrado, limpieza y comunicación, hasta la construcción de puertos, canales y edificios tanto en la capital como en otras ciudades.

## La sociedad de consumo

La prensa fue primordial como medio de comunicación para transmitir avisos propagandísticos masivos. La prensa mexicana se modernizó a la par que el país. Durante el Porfiriato, existieron publicaciones al estilo de los grandes diarios políticos de la época de la Reforma, como *El Siglo XIX* y *El Monitor Republicano*. Se trataba de nuevos periódicos, pero redactados bajo otros principios: se privilegiaba la agilidad informativa sobre las disputas, se introdujeron las técnicas del periodismo “amarillista” norteamericano, se generaron enormes emisiones al menor precio posible, se llevó a cabo un apego hacia el poder disfrazado de imparcialidad y de puntos de vista objetivos. Se fortalecieron las subvenciones como forma de asegurar la lealtad y corromper a los periodistas, y se generalizó el uso de los materiales de las agencias internacionales de noticias (Toussaint, 1987, p. 7).

El abanico de la sociedad y la representación de mujeres, hombres, jóvenes y niños se marcó en el análisis de la prensa publicitaria, incorporando una valiosa contribución para conocer sus directrices, entender su contenido y aclarar la función y el impacto de estos lenguajes representativos y su estrecha relación con la sociedad. Nora Pérez Rayón afirma sobre la publicidad, el consumo y la sociedad, lo siguiente:



*Monedas y billetes de distintas denominaciones del porfiriato*

- (arriba): Antigua moneda de 5 centavos (1906)  
(en medio): Billeto de diez pesos emitido por el Banco Mercantil Mexicano (aprox. 1882)  
(abajo): Billeto de diez pesos emitido por el Banco Nacional de México.

Si bien la publicidad constituye un elemento dentro de los sistemas de producción, distribución y consumo, y en cuanto tal cumple funciones de mediación, no comprende simplemente un conjunto de técnicas de venta, sino que afectan al consumo, al individuo y a la sociedad. El acto de consumo es un acto cultural: el consumidor se define, se dota a sí mismo de estatus y se atribuye un papel ante sí mismo, ante otros y ante toda la sociedad (Pérez Rayón, 1994, p. 3).

La publicidad, al igual que la sociedad de consumo, situó en operación fuerzas de composición y de separación que ejercieron su impacto sobre toda la vida cotidiana.

La representación de cada uno de los integrantes de la sociedad, estuvo señalada por imágenes tradicionales, en las que hay poca injerencia de una reflexión de carácter sexual o de connotaciones fetichistas.

Los anuncios publicitarios crearon una miscelánea de formas empleadas para dar a conocer y hacer apreciar las virtudes y ventajas de los productos ofrecidos en venta.

Los grandes almacenes departamentales surgieron en la Ciudad de México y ofrecían una gran variedad de productos para ser consumidos por las clases sociales altas y medias que, si bien representaban un porcentaje minoritario de la población, se hallaban afiliadas a una economía de mercado; con modelos de consumo similares a los de los países modernos y avanzados, en virtud de la penetración económica, cultural y las novedades características de esos modelos de vida. Las magníficas instalaciones de almacenes como El Palacio de Hierro, El Puerto de Veracruz, La Gran Sedería, Las Grandes Fábricas de Francia y El Nuevo Mundo, ofrecían una extensa y atractiva variedad de productos, como los siguientes:

Juego de muebles de sala, recámaras de todos los estilos, alfombras, cortinas, comedores, tapicería, carpetas, cojines, casilleros. Perfumería, el arreglo personal, peines, cepillos, peinetas de diferentes materiales, jabones (gardenias, heliotropos), bolsas, estuches para tocador. Camisería y bonetería, calzado para dama, caballero y niños (Catálogo de La Gran Sedería, 1900).

Esas exclusivas tiendas hacían énfasis en poseer, en todos los departamentos, amplios surtidos de las últimas novedades de Europa; además de garantizar precios bajos.



El Palacio de Hierro fundado en 1898.



Fotografía de un tianguis popular durante el porfiriato:

El papel del padre en la familia y en la sociedad de fines del siglo XIX se perpetuó en los discursos expresados por las autoridades. El tipo de familia que se fortaleció con el advenimiento del nuevo régimen, fue aquel afirmado en la fe de Dios, en la autoridad paterna y en una división del trabajo en la que se destinaba a la mujer a la procreación y al hombre al abastecimiento. La familia nuclear se perfiló entonces como la productora de individuos con una forma de pensar autoritaria, era custodia de la sexualidad conyugal, se convirtió en la única forma de convivencia, destinada a la procreación y a la crianza de los hijos, era el lugar por excelencia donde las mujeres se dedicarían a las tareas domésticas.

La estampa masculina respondería, en el discurso publicitario, a la figura del hombre europeo; además de ser poseedor de todas las cualidades anteriormente descritas.

El traje, como lo conocemos hoy, se desarrolló en Europa en el último tercio del siglo XIX, como una vestimenta típica de la clase gobernante profesional. Con su tono anónimo, como un uniforme, fue la primera prenda de la clase gobernante en idealizar el poder puramente sedentario. Buscaba acentuar el poder del administrador y mostrar dicho poder también en la mesa de conferencias. Esencialmente, el traje fue pensado para los gestos propios del habla y del cálculo abstracto... Fue un *gentleman* inglés,

con todas las aparentes restricciones que ese nuevo estereotipo implicaba, quien lanzó el traje. Era una prenda que imposibilitaba la acción vigorosa, y a la que una acción de esa naturaleza arrugaba, despachaba y arruinaba. Con el cambio de siglo, y cada vez más después de la Primera Guerra Mundial, el traje se produjo de forma masiva para mercados urbanos y rurales.

Con el principio de la industrialización, las clases altas pudieron distinguirse por su indumentaria:

Camiseta de algodón, calzoncillo hilo de Escocia, calcetines negros de algodón francés, levita, la media chaqueta, camisa blanca o pechera de color estilo americano con cuello, chaleco, corbata pura de seda, pantalón de casimir inglés, tirantes de algodón, liga fija de calcetines o sujeta calcetines, juego de mancuernas dobles, borceguís negros, guantes, sombrero de temporada y bastón (Catálogo del *Puerto de Veracruz*, 1888).

Para las clases populares, el atuendo constaba de las siguientes prendas, según Julio Guerrero:

En todo lo que al vestido se refiere, el de los varones usaba calzón, camisa y sábana de manta, y las

mujeres *huipiles*; o bien, los obreros vestían calzado, pantalones y sombrero jarano, y sus mujeres, rebozo, enaguas de percal, pañoleta de algodón, botines de charol y anillo de cobre (Guerrero, 1908, p. 124).

El lujo de los ricos se manifestaba, entre otras cosas, en la vestimenta y los accesorios de las mujeres; es decir, la cultura de consumo añadía una serie de complementos para alcanzar una cierta imagen que pregonaba el estatus dentro de la sociedad de la época; de acuerdo con la temporada y el clima prevaleciente en cada región.

La cultura del consumo añadía una demanda extra a la mujer: debía ser hermosa. Tenía que ajustarse a las reglas de belleza, indudablemente cambiantes, según la época y determinadas zonas del país. Incluso debía ajustarse al prototipo femenino de la mujer europea. En la publicidad se hacía mención del color de la piel de las mujeres latinas y en especial el de las mexicanas. El discurso publicitario de la revista *La Moda Elegante* expresa esto de la siguiente manera: “No permita que su cutis se oscurezca... el uso regular de la Crema *Hinds* no sólo protege el cutis... sino ayuda a conservarlo blanco, terso y juvenil”.

En un catálogo de la época, se realiza la siguiente aseveración: “Usted es morena porque quiere. *Blanchisseur* es la única



La vestimenta durante el profirato

preparación que aclara la piel. Importaciones Francesas, Tacuba. Pomo mediano \$ 2.50” (*La Moda Elegante*, 1879, p. 67). No cabe duda de que, en la propaganda de productos de belleza, la imagen femenina era la que más incitaba la creatividad de los publicistas.

Para la elaboración de vestidos, eran necesarias las medidas exactas para confeccionar los trajes de moda:

Largo de la espalda, ancho espalda, largo de talle por delante: (se toma desde la costura del hombro), anchura por delante, contorno bajo brazos, en la parte más fuerte del pecho, medida del talle, o sea de la cintura, contorno de caderas, brazos por fuera, medida del cuello, contorno por encima de los brazos, (medida indispensable), largo de falda por delante, largo de lado, largo total por atrás y largo total por delante (Catálogo del Puerto de Veracruz, 1901).

El acto de vestirse en aquella época no solo era una elección concreta que reflejaba ciertos gustos estéticos, sino también definía la posición ante la sociedad, la postura ideológica y hasta aspectos psicológicos de la personalidad, convirtiendo la imagen en un medio de información fundamental.

## Limpieza y bienestar

La necesidad de promover una cultura de la higiene y del cuidado del cuerpo fue un asunto de gran importancia para los médicos, higienistas, políticos, educadores y profesores de instrucción pública; tanto en la era porfiriana como en las siguientes etapas históricas de nuestro país. Después de varias décadas marcadas por la violencia, la inseguridad y la enfermedad —durante las cuales se estima que cerca de dos millones de personas murieron por causas relacionadas directa o indirectamente con la guerra—, la salud, el vigor y la fortaleza de la población fueron presentados como requisitos indispensables para la reconstrucción (Agostoni, 2005, pp. 9-10).

Por lo tanto, durante la primera década del siglo xx, la educación en materia de salud, higiene pública y privada, fue propuesta como componente invariable de la reconstrucción; y los tres aspectos citados, como agentes innatos de la nacionalidad y de la ciudadanía.

Por otro lado, al avanzar la ciencia médica, se multiplicaron los medicamentos preparados por los farmacéuticos y surgieron marcas y productos que recorrían el mundo entero. Tan solo en la Ciudad de México, el incremento de boticas parece

indicar que se trataba de un comercio lucrativo, cuya clientela iba aumentando rápidamente.

32

---

<b>Año</b>	<b>Boticas registradas</b>
1876	64
1886	116

Se volvió común la inserción de publicidad médica en periódicos y revistas, donde se relataban historias de pacientes que habían sido curados con éxito gracias al uso del producto; o los beneficiados testificaban acerca de las bondades de la marca. La publicidad iba acompañada por grabados de una buena alimentación, sobre todo en el caso de los niños. Como ejemplo puede verse el anuncio del Dr. Williams y sus píldoras: “Las niñas pálidas no pueden desarrollarse bien sin la ayuda de un buen tónico. Déseles a tomar las Píldoras Rosadas del Dr. Williams por una temporada y véase renacer los buenos colores de la salud”.

En otros medios, como la *Revista Cosmos* y *El Álbum de la mujer* (1901), se citaba el caso de Mercedes Azcona: “Mi hija de doce años estaba pálida, débil y tenía dolores de cabeza. Tomó estas píldoras por dos meses y se puso enteramente buena”.

En su afán por prevenir enfermedades, los higienistas no solo se preocuparon por las condiciones ambientales, sino que

se propusieron incidir en los hábitos de los individuos. Se esforzaron porque estos lavaran sus ropas y adoptaran la costumbre del baño. Bañarse no era una práctica común, por el contrario, era exclusiva de los grupos privilegiados quienes lo hacían mensualmente y, en el mejor de los casos, de forma semanal. Así, los miembros de las clases populares conservaban la cruz de ceniza en la frente muchos días después del miércoles en que les había sido aplicada; o las ropas de una parturienta podían servir como prueba en los procesos penales de aborto o de infanticidio semanas después de haberse cometido el crimen, pues la mujer seguía usando, sin haberlas lavado, las prendas que portaba aquel día y que no se había quitado al ayudar a dar a luz. En manuales de higiene, en las revistas dirigidas a la familia, e incluso en las aulas, se difundió la idea de que lavar el cuerpo y la ropa era requisito para la salud. La dificultad de bañarse se debía principalmente a la carencia de agua en la vivienda o a la escasez de establecimientos públicos que ofrecieran este servicio. En 1901, la capital contaba tan solo con 30 baños públicos, uno por cada 12 mil o 15 mil habitantes; pero, además, no estaban al alcance de todos: un autor de la época, Julio Guerrero (1908), “[...] calculaba que si los pobres compraban jabón les mermaría el 25% de sus ingresos” (pp.123-124).

Asimismo, frente a la costumbre del baño por inmersión, existía una serie de resistencias y prejuicios. Por ejemplo, se creía

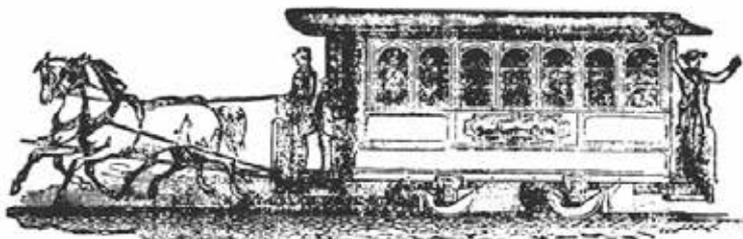
que los recién nacidos no debían bañarse, pues era peligroso quitarles las costras que se les formaban en la cabeza. Incluso en las revistas dirigidas a la familia, que eran portavoces de la campaña higienista, se publicaron varias prevenciones o consejos para los bañistas. Por otro lado, se desaconsejaba el baño a los individuos con problemas cardiovasculares. Incluso los médicos pedían cierta precaución, lo que se reflejaba en los manuales de higiene. Por todo lo anterior, el baño solo comenzó a generalizarse en las postrimerías del porfiriato. Junto a esta nueva costumbre, se multiplicó la oferta de productos para el lavado personal, como jabones para el cuerpo y el cabello, así como dentífricos. La publicidad anunciaba los jabones artesanales Don Porfirio de romero (*El Imparcial*, 1903, p. 10).

En esta misma línea, Guerrero (1908), afirmaba que: “Es necesario que la gente semisalvaje y pobre dispusiera de baños y lavaderos públicos, no tanto por su propio bienestar, sino para proteger la salud del resto de los habitantes (p. 8).

En manuales de higiene, en las revistas dirigidas a la familia e incluso en las aulas, se difundió la idea de que lavar el cuerpo y la ropa eran requisitos para la salud. El baño tomado únicamente con fines de limpieza y no como medio curativo, era conocido como “baño de jabón”. La publicidad recomendaba los jabones:

# ALBERCAS PANE Y OSORIO.

## CIRCUITO DE BAÑOS.



**PANE and OSORIO Bathing Establishments.**— These elegant bathing establishments are open to the public daily from 4 a. m. to 6 p. m. The price of baths is as follows:

Cold water.....	12½ cts.	Osorio's baths.....	18¼ cts.	Warm water.....	25 cts.
Hidroterápico.....	25 "			Russian.....	50 "

Tickets including fare, are sold in the cars, which go to the places; cars leave Pane bath every quarter of an hour, and run from Ayuntamiento till Chanéque. On the return trip the cars start from Talcavera and pass through la Puerta Falsa de la Merced.

Anuncio de Albercas Pane y Osorio, baños ubicados en la Puerta Falsa de la Merced.

[...] La aplicación del baño de jabón es muy sencilla: el bañista va provisto de un gran trozo de jabón ordinario y un amplio guante de lavar o estropajo. El que se baña, colocándose desnudo delante de la vasija a lavar que contiene agua caliente, cubre su cuerpo de la cabeza a los pies rápida y enérgicamente de una capa abundante de jabón [...]. El baño de jabón se puede tomar en cualquier periodo del año (*El Álbum de la Mujer*, 1899, p. 8).



Anuncio de los Baños Factor de 1896 en México.

Las acciones higiénicas también llegaron a las diversiones no santas, como fue el caso de las prostitutas y los burdeles. La prostitución estuvo estructurada de acuerdo con un mercado activo y competitivo, donde las tarifas fueron definidas no solo en función del tipo de servicio que se ofrecía, sino también según los atributos como belleza, la edad, la clase social y el tipo étnico. La combinación de todos estos factores daba a la ley de la oferta y la demanda toda una serie de posibilidades. Existieron las categorías dependiendo del trabajo de las prostitutas y de las instalaciones donde este se desempeñaba, claramente diferenciadas por el Consejo Superior de Salubridad.

Cabe señalar que solo algunas regiones de la ciudad y ciertos sectores sociales gozaron de los beneficios de la modernidad. Las zonas comerciales y las colonias elegantes fueron los espacios que contaron con pavimentación, drenaje, desagüe, servicios de limpieza, alumbrado público, transporte moderno y viviendas confortables. Por lo tanto, en la mayor parte de la población de las urbes mexicanas, la prosperidad era más aparente que real.

## Las calamidades de la expansión

Las metrópolis no estaban preparadas para recibir grandes conjuntos poblacionales y pronto los servicios fueron escasos, por lo que se afrontaron dificultades como el suministro de agua y, con ello, los riesgos para la salud. Las condiciones eran más graves en las zonas marginales o en los barrios populares, pero ningún ciudadano quedaba exento de estas calamidades. También empezaron a faltar la vivienda y el trabajo, muchos grupos quedaron al margen de las oportunidades y se multiplicaron las casas de juego, las pulquerías y los robos.

Entre los problemas más graves estaban la suciedad y la insalubridad. Las ciudades sufrían constantes inundaciones y las calles quedaban convertidas en ríos, como se afirma en el periódico de la época *El Tiempo* (1886): “¿Es la ciudad de México un puerto de mar? Por lo menos muchas calles se han vuelto navegables [...] más que coches para transitar hoy en la capital se necesitan canoas” (pp. 5-8).

Sin embargo, este era quizá el menor de los problemas que acarreaban las inundaciones. Lo peor era que las aguas estancadas servían de depósito para la basura y se convertían en

una materia espesa, en fermentación, cuya pestilencia obligaba a los peatones a cubrirse nariz y boca. Otra dificultad era el abasto y la calidad del agua potable.

La suciedad generaba problemas de salud e índices de mortalidad sumamente elevados. Más de la mitad de los recién nacidos morían antes de alcanzar el año de vida.

La estratificación social se acentuó, la prensa perfilaba y estigmatizaba ciertos sectores de la población:

El “lépero”, cuyo atuendo se reducía a una manta que le servía de casa y cobija, se convirtió en un personaje típico del escenario urbano. También proliferaron los niños que vivían de la caridad o de la venta de flores o cerillos. Su presencia incomodaba enormemente a los ricos, pues oscurecían la imagen de progreso.

Una guía de la ciudad publicada en 1895 y titulada *México y sus alrededores. Guía para los viajeros escrita por un mexicano*. “Cuidado con los rateros” –advertía al viajero sobre el mercado de La Merced, que “es famoso por la cantidad de rateros que allí hay” (González Navarro, 1973, pp. 90-99).

[...] Qué tan asesino es el jacal como el cuartucho infame en que se aglomeran los pobres en las grandes poblaciones. En la capital de la República el mal tiene características importantes; en cada accesoria o cada cuchitril de las vecindades viven en comunidad dos o tres familias, y muchas veces albergan perros, gatos, guajolotes, pollos y hasta cerdos. El Estado tiene ante sí el problema de la higiene de las habitaciones como uno de los primeros en que debe emplear sus energías (Carvajal, 1910, p. 13).

Todas las materias fecales de la población de México, todos los residuos de las sustancias animales y algunas de los vegetales que han servido para el consumo [...] el agua sucia de todos los servicios domésticos (Reyes, José María, 1898, p. 67).

Todas estas campañas permitían a los habitantes de las ciudades confiar en la pronta resolución de los problemas que aquejaban a la urbe y en la inminente entrada de México en el concierto de las naciones civilizadas. Su confianza se veía reforzada gracias a la introducción de elementos que cristalizaban la modernidad. Esta estuvo marcada por la introducción de los automóviles al llegar el nuevo siglo. En 1903, la Ciudad de México contaba con 136 vehículos, pero para 1906 existían ya 800



Calle del centro de la ciudad de México de la época porfiriana

y pronto llegaron a las ciudades del interior. Las nuevas comunicaciones revolucionaron la concepción del tiempo y la distancia, pues en segundos podía tenerse noticia de acontecimientos distantes y en pocos minutos se podían trasladar personas o mercancías de un lado a otro de la ciudad.

## Una reflexión necesaria a través de otra óptica

La prensa mexicana se convirtió en uno de los medios de expresión y formación de la cultura nacional y el pensamiento político. Existió un gran interés del público por la política, la religión, la ciencia y la literatura: temas recurrentes a lo largo de todo el siglo XII. La publicidad desempeñó un papel importante en favor de la nueva lógica del consumo.

Los diarios se empeñaron en reproducir la imagen de progreso en el país, consecuencia de la paz y de las políticas administrativas de la Era porfirista. Se afirmaba en ellos que los mexicanos tenían palacios, vestían a la última moda, hablaban francés. Cuando se mencionaba a las clases pobres, era siempre en referencia a compasivos actos de caridad para exaltar las virtudes de las damas de sociedad. Estos conceptos eran tan normales que hasta el mismo discurso publicitario los mostraba.

Podemos afirmar que la publicidad era, ante todo, un fenómeno económico, una herramienta comercial que atañía a una clasificación dada de la producción y del consumo. Asimismo, se trataba de una organización social y de un medio de comunicación de masas con un espacio sociocultural; de ahí que

no se pueda ignorar la importancia sociológica de sus efectos. Tanto si se corroboran las reglas de la cultura como si se pretende cambiarlas, los prototipos registrados pueden poner en duda o ratificar la imagen del comprador, su estatus social y su función en el grupo y, finalmente, otorgarle una cierta estructura social. La cultura se halla en un movimiento perpetuo que la publicidad no puede ignorar (Cadet y Cathelat, 1997, p. 241).

Una mirada a la sociedad porfiriana a través de la lente del consumo ayuda a explicar la perdurabilidad de estos cambios, en tanto que saca a la luz la naturaleza popular y participativa de la modernización (Bunker, 2021, p. 287).

El discurso publicitario de los diarios y revistas manifiestan los deseos de una burguesía urbana en apogeo y poseedora de una importante liquidez económica. Los objetos, usos, modas y costumbres muestran gustos elegantes, afrancesados; sin embargo, también se deja ver la influencia del vecino país del norte. Este conjunto de imágenes permite recrear el ambiente de la vida cotidiana de la sociedad burguesa, no obstante, esta igualmente se divulga a otros sectores.

Dentro de la táctica discursiva que utilizaron los publicistas para que el público adquiriera cierto producto, el anuncio se presentaba con ingenio y humor. Aunque los recursos de comer-

cialización fueron elementales, para la época resultaron novedosos. Con ello se alcanzó una buena estrategia de divulgación para casi todos aquellos que se anunciaban en las páginas de los diarios.

Podemos afirmar que estos mensajes publicitarios, aun siendo de distintas épocas, modificaron solo las técnicas gráficas y, en algunos casos, las formas de expresar los mensajes exactos. Los criterios conceptuales, así como los objetivos preestablecidos muestran, de manera clara, cómo cambiar la conducta de los probables consumidores, con el fin de convencerlos de realizar la compra de las mercancías anunciadas, utilizando como atractivo el humor. Tal parece que tanto en aquel entonces, como ahora, la emoción y el placer están antes que la razón y la virtud. Quizá la distancia entre los consumidores del México porfiriano y el actual no es tan grande como nos habíamos imaginado. 🐦

## Referencias

- Agostoni, C. (2005). Del Mensajero de la Salud a la Enfermera Visitadora: educación y propaganda higiénica en México, 1920-1930. *Boletín Mexicano de Historia y Filosofía de la Medicina* 8 (1).
- Brom, J. (1974). *Esbozo de Historia Universal*. México: Grijalbo.
- Bunker, S. B. (2021). *La creación de la cultura de consumo mexicana en la época de Porfirio Díaz*. México: FCE.
- Cadet, A. y Cathelat, B. (1971). *La publicidad. Del instrumento económico a la institución social*. Barcelona: Ed. Hispano Europeo.
- Carvajal, E. (1910). Discurso del Doctor Esteban Carvajal. *El Heraldo de México*. México.
- Gaston Mahler, J. (1980). *Siglos XIX y XX. El arte de nuestra época*. México: Ediciones Daimon.
- González Navarro, M. (1973). El trasfondo humano. En Cosío Villegas, D. *Historia moderna de México, El Porfiriato, La vida social*. México: Hermes (90-99).

- González Navarro, M. (1994). *Sociedad y cultura en el porfiriato*. México: CONACULTA
- González, A. (1973). Las clases sociales. En *Historia moderna de México. El Porfiriato*. México: Hermes.
- Guerrero, J. (1908). *La génesis del crimen en México*. París: Ch. Bouret.
- Jiménez Moreno, W. (1966). *Compendio de Historia de México*, México: Editorial ECLALSA.
- Krauze, E. (1997). *México. Biografía del poder*. México: Tusquets Editores.
- Matute, Á. (1995). *Las dificultades del nuevo estado*. México: El Colegio de México (Historia de la Revolución Mexicana, 7).
- Pérez-Rayón, N. (1994). La publicidad en México a fines del siglo XIX: Expresión del progreso económico y la modernidad porfirista, transmisión de nuevos valores y modelos culturales. *Sociológica. Revista del Departamento de Sociología*. 9 (26). México: UAM-AZC.

Toussaint, F. (1989). *Escenario de la prensa en el Porfiriato*.

México: Fundación Manuel Buendía.

Valadés, J. (1997). *El porfirismo, historia de un régimen*.

México: UNAM.

Zavala, S. (1997). *Apuntes de historia nacional 1808-1974*.

México: SEP (SEP Setentas, 205).

## Hemerografía

Catálogo de la *Gran Sedería*. 1908

Catálogo del *Puerto de Veracruz*. 1900

*Cosmos*, 1901.

*El Álbum de la Mujer*. 1901

*El Heraldo de México*, 1919.

*El Imparcial*. 1903.

*La Moda Elegante*. 1889.

## Créditos de las Imágenes

48

**Pág. 18:** *Porfirio Díaz. (Unidentified photographer - Mexico: Its Ancient and Modern Civilisation by Charles Reginald. 1919):* [https://es.wikipedia.org/wiki/Porfirio\\_D%C3%ADaz#/media/Archivo:Porfirio\\_Diaz\\_in\\_uniform.jpg](https://es.wikipedia.org/wiki/Porfirio_D%C3%ADaz#/media/Archivo:Porfirio_Diaz_in_uniform.jpg) [Consultado: 21 diciembre 2023] **Pág. 21:** *Pintura de José María Velasco, pintor de finales del siglo XIX. (José María Velasco Gómez - Fotografía propia, Maurice Marcellin detalle Mexico's Valley:* [https://es.wikipedia.org/wiki/Porfirio\\_D%C3%ADaz#/media/Archivo:Velasco\\_Ferrocarril.jpg](https://es.wikipedia.org/wiki/Porfirio_D%C3%ADaz#/media/Archivo:Velasco_Ferrocarril.jpg) [Consultado: 21 diciembre 2023] **Pág. 25: (arriba)** *El palacio de hierro en 1898:* [https://es.wikipedia.org/wiki/El\\_Palacio\\_de\\_Hierro#/media/Archivo:Palacio\\_Hierro\\_1898.jpg](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Palacio_de_Hierro#/media/Archivo:Palacio_Hierro_1898.jpg) [Consultado: 21 diciembre 2023] **Pág. 22 (arriba):** *Monedas y billetes de distintas denominaciones del porfiriato (Antigua-moneda-de-5-centavos-del-porfiriato-se-vende-en-2-mil-pesos-3):* <https://tucochinito.com/noticias/objetos-del-deseo/antigua-moneda-de-5-centavos-del-porfiriato-se-vende-en-2-mil-pesos/> [Consultado: 21 diciembre 2023] **Pág. 22 (en medio):** *Monedas y billetes de distintas denominaciones del porfiriato (Billete de diez pesos emitido por el Banco Mercantil Mexicano). (f768x1-635574\_635701\_0):* <https://www.radioformula.com.mx/economia/2023/2/13/asi-eran-los-pesos-billetes-mexicanos-en-el-porfiriato-tienes-en-tu-casa-749146.html> [Consultado: 21 diciembre 2023] **Pág. 22**

(**abajo**): *Monedas y billetes de distintas denominaciones del porfiriato (Billete de diez pesos emitido por el Banco Nacional de México.)* (f768x1-635575\_635702\_60):<https://www.radioformula.com.mx/economia/2023/2/13/asi-eran-los-pesos-billetes-mexicanos-en-el-porfiriato-tienes-en-tu-casa-749146.html> [Consultado: 21 diciembre 2023] **Pág. 25 (arriba)**: Palacio de Hierro (*Palacio\_Hierro\_1898*): [https://es.wikipedia.org/wiki/El\\_Palacio\\_de\\_Hierro](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Palacio_de_Hierro) [Consultado: 21 diciembre 2023] **Pág. 29: (abajo)** *Fotografía de un tianguis popular durante el porfiriato: (mesa-redonda-mexico-en-el-prfiriato-650x330)*: <http://chicago-tiempolibre.com/mesa-redonda-mexico-durante-el-porfiriato/> [Consultado: 21 diciembre 2023] **Pág. 28: (arriba)** *Fotografía de vestimenta durante el Porfiriato*: <https://mxcity.mx/2021/11/la-vestimenta-en-la-epoca-porfirista-el-estilo-frances-vs-el-indigena/> En Wikipedia. [Consultado: 21 diciembre 2023] **Pág. 28: (arriba)** *Fotografía sin título ni autor acerca de vestimenta durante el profiriato*: <http://hdmii.blogspot.com/2016/10/aspectos-culturales-en-el-porfiriato.html> [Consultado: 21 diciembre 2023] **Pág. 28:** Dos imágenes del Hospital General. (arriba 3897) y (abajo *Pabellones-del-Hospital-General-mexico-800x719*) En Ana Rosa Suárez Arguello. *La huella del hospital General de México. Revista BiCentenario el ayer y hoy de México.* 27): <http://revistabicentenario.com.mx/index.php/archivos/la-huella-del-hospital-general-de-mexico/> [Consultado: 21 diciembre 2023] **Pág. 35:** Anuncio de Albercas PAne y Osorio. (*Albercas*): <https://www.forbes.com.mx/instrucciones-para-ser-sano-en-tiem->

pos-de-don-porfirio/ [Consultado: 21 diciembre 2023] **Pág. 36:**  
Anuncio de los Baños Factor de 1896 en México. (*banos-factor*): <https://www.forbes.com.mx/instrucciones-para-ser-sano-en-tiempos-de-don-porfirio/> [Consultado: 21 diciembre 2023] **Pág. 36:**  
Calle del centro de la ciudad de México de la época porfiriana (*SZS2I5BC3BE7HMQPIOKW7M3Z64*): <https://www.eluniversal.com.mx/colaboracion/mini-mochilazo-en-el-tiempo/nacion/sociedad/porfirio-diaz-siempre-vivio-en-una-casa/> [Consultado: 21 diciembre 2023]

\*

Este trabajo se presentó en el

**V Coloquio Internacional:**

*La odisea de las huellas en el tiempo: lo cotidiano en prospectiva,*  
en octubre de 2022.

## Créditos

Guadalupe Ríos de la Torre

Texto

Juan Moreno Rodríguez

Editor

•

SCRIPTORIA

Diseño

•

Bisherú Bernal Medel

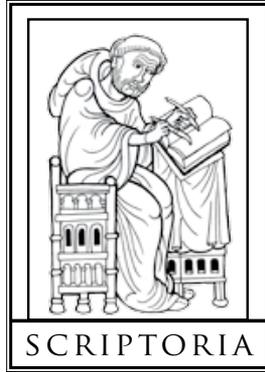
Corrección

•

Cada texto es responsabilidad de sus autores,  
quien además, posee los derechos correspondientes.

El presente es un libro conformado como parte  
de la investigación universitaria y no tiene fines de lucro.

Prohibida su venta.



JUAN MORENO RODRÍGUEZ

• 2024 •

•

Este libro se terminó en

Noviembre de 2024, en la CDMX.

Se emplearon en su elaboración, las tipografías

*Baskerville & Trajan Pro*

•

