

# EVOLUCIÓN DE LOS ANUNCIOS E INFORMACIÓN CONCERNIENTE AL CINEMATÓGRAFO EN LA PRENSA DE LA CIUDAD DE OAXACA 1898-1911

**Martha Ariadne Kuri Reyes**

Universidad del Mar, Campus Huatulco  
ariadne.kuri@gmail.com

**José Manuel Tenorio Salgado**

Universidad del Mar, Campus Huatulco  
matensa.umar@gmail.com

## RESUMEN

Diversos son los símbolos de la modernidad en el siglo diecinueve. La ciudad de Oaxaca, conocida como la Verde Antequera, presentó varios: las publicaciones periódicas, la energía eléctrica, el ferrocarril y el cinematógrafo. En las páginas de las publicaciones periódicas de finales de ese siglo desfilaba información e imágenes que incidían en el imaginario de lo que pretendía ser una “ciudad moderna”. Las publicaciones siempre han sido una herramienta empleada por los empresarios de espectáculos para promocionar sus eventos; el cinematógrafo en la ciudad de Oaxaca no fue la excepción. Las páginas de diversos diarios difundieron desde su llegada las temporadas en los teatros Juárez y Mier y Terán. De pequeñas notas, de no más de cinco líneas, pasaron a inserciones de anuncios más elaborados en los que se informaba al público de las películas del momento. El cinematógrafo influyó en el lenguaje empleado por periodistas, quienes incluían columnas como “El cinematógrafo policial”, donde se hablaba sobre temas de justicia en el estado. Conforme se consolidó el cinematógrafo, los empresarios incluían más información sobre las diversas temporadas. La información referida nos muestra la “evolución” informativa y periodística entre 1898 y 1911.

## PALABRAS CLAVE

Cinematógrafo, Oaxaca, Periódicos, Espectáculos, Prensa.

## ABSTRACT

Countless are the symbols of modernity in the nineteenth century, the 'Verde Antequera' presented several: newspapers, electric power, railways and the cinema. Despite the existence, even now, of the idea of an Oaxaca without development and far from modernity, the city was at the "height" of others in the country. Precisely, in the pages of the daily journals of the studied stage, information and images that influenced the imaginary of what pretended to be a "modern city" paraded. These publications have always been a tool used by entertainment entrepreneurs to promote their events. The cinematograph in Oaxaca city was no exception; the pages of various newspapers broadcast the seasons at the Juárez and Mier y Terán theaters since their arrival. From small notes, no more than five lines, they went to more elaborate ad inserts; in which the public was informed of the films of the moment. The cinema influenced the language used by journalists, who included columns such as the 'Police cinematograph', where they talked about issues of justice in the state. As the cinematography was consolidated the businessmen included more information about the different seasons. The aforementioned information shows us the informative and journalistic "evolution" between 1898 and 1911.

## KEY WORDS

Cinema, Oaxaca, Newspapers, Show Business, Press.

## INTRODUCCIÓN

Desde el arribo de los enviados de los Lumière a la ciudad de México, las publicaciones periódicas sirvieron como medio para promocionar y difundir los avances, programación y demás avatares en torno al cinematógrafo. Las páginas de los diarios capitalinos poco a poco se llenaron de más información sobre este nuevo espectáculo. Eso mismo ocurrió en cada una de las plazas a las que llegaban los empresarios itinerantes: recurrían a las publicaciones periódicas locales para difundir y promocionar sus temporadas. Gracias a estos registros, los investigadores que hemos trabajado la etapa silente del cinematógrafo en diversos lugares podemos "construir" una historia que ha ido hilvanando una macrohistoria del fenómeno cinematográfico en el país.

El presente trabajo pretende vislumbrar la manera en que las publicaciones periódicas fueron empleadas para publicitar las exhibiciones del cinematógrafo en la ciudad de Oaxaca, además de difundir información concerniente a ese nuevo espectáculo, durante el periodo conocido como Porfiriato.

No se trata de un análisis exhaustivo sobre las notas, crónicas y anuncios con información sobre el cinematógrafo, sino una primera revisión y una categorización sobre la manera en que algunas publicaciones periódicas labraban la información al respecto.

Asimismo, se intenta descubrir la manera en que este espectáculo fue ocupando páginas de la prensa local, y cómo los periodistas fueron transformando sus contenidos, con la influencia del cine.

Para ello, el texto se ha dividido en tres partes, iniciando con un breve contexto de la época referida, insertándola en lo que algunos historiadores han llamado "modernidad alternativa" o "modernidad simultánea" (Overmeyer-Velázquez 2010). En este sentido, las publicaciones periódicas se entrelazan como un elemento más de esa "modernidad" que se va observando en la sociedad oaxaqueña, y en cuyas páginas se muestran las "novedades" en la moda, la tecnología y los espectáculos o, como lo plantea Crary (2008), los diarios oaxaqueños hacen el papel de canales para que lo "singular" circule en lo social.

La segunda parte se refiere a las publicaciones periódicas en la ciudad de Oaxaca. En este apartado se plantea *grosso modo* la contradicción entre la cantidad de periódicos en un contexto analfabeta. Se explica, a partir de datos tomados de los censos oficiales de 1895, 1900 y 1910, además de fuentes bibliográficas, el por qué en ese contexto los diarios fueron el medio de información y difusión por antonomasia. En este apartado también se menciona la importancia de que la ciudad de Oaxaca sea considerada el tercer sitio donde llegó la imprenta, hacia 1720. Con esto se inicia una tradición gráfica que incluso hasta la fecha se mantiene.

En la tercera parte se entra ya en materia, es decir, se comentan algunos ejemplos en torno al material encontrado en las publicaciones periódicas revisadas en diversos fondos hemerográficos de la ciudad. Con esto se intenta establecer una tipificación de las diversas notas, crónicas y anuncios que sirvieron a los empresarios en su afán de expandir su espectáculo de toma vistas.<sup>1</sup>

De la revisión del material es posible desprender algunas preguntas para futuras investigaciones, por ejemplo, si el desarrollo de los periodistas locales especializados en cine se dio al mismo tiempo que en otros sitios, a partir de qué momento se incluyen imágenes en los anuncios de las exhibiciones, ya que del material hemerográfico revisado, solamente se encontró un anuncio que incluía un grabado que servía de ilustración.

## MODERNIDAD A LA OAXAQUEÑA

Pensar la modernidad nos remite a la idea de desarrollo y de una nueva manera de consumo. Precisamente el Porfiriato (1876-1911), cuyo mantra fue el orden y el progreso, comenzó a expandirse a través de un auge económico que permeó las políticas públicas y las obras magnas, creando un marco ilusorio para la élite mexicana, pero sobre todo para la mirada de los extranjeros.

Pese a la polarización social, en las ciudades se instauró una sociedad edulcorada con la modernidad que se enganchó rápidamente con el consumismo: la entrada de las tiendas departamentales que ofrecían miles de mercancías llegadas de varias partes del mundo, gracias a las embarcaciones y el ferrocarril; las novedades tecnológicas, los espectáculos y las diversiones proliferaron para la burguesía y la clase media, es decir, se evidencia a un México inmerso en un proceso de modernización.

En este sentido, Jonathan Crary (2008:27) ve a la modernización como “un proceso mediante el cual el capitalismo desarraiga y hace móvil lo que está asentado, aparta o elimina lo que impide la circulación, y hace intercambiable lo que es singular. Esto sirve tanto para los cuerpos, los signos, las imágenes, los lenguajes, las relaciones de parentesco, las prácticas religiosas y las nacionalidades como para las mercancías, la riqueza y la mano de obra”.

Pero, ¿cómo se llevó a cabo el proceso de modernización en la ciudad de Oaxaca y qué elementos la conformaron? Lo que puede apreciarse son las huellas de las transformaciones ocurridas en cuanto a la infraestructura, los servicios y la imagen urbana. La construcción y remodelación de edificios con el estilo ecléctico que caracterizó a este periodo (el Mercado Porfirio Díaz, la remodelación del Instituto de Ciencias y Artes del Estado de Oaxaca, el Hospicio de la Vega, la Cárcel Municipal, el

---

1 La investigación incluyó la elaboración de una tabla donde se colocaron los 52 registros seleccionados (notas, anuncios, crónicas) para identificar los diversos elementos contenidos: título, sección, vistas o películas, empresa, horario, precio, lugar, página, imagen y diseño. Una vez vaciados los datos, se compararon los resultados para así observar la manera en que estos materiales fueron cambiando con el paso del tiempo, además de comparar el recibimiento que tuvo el cinematógrafo en los diversos diarios de la ciudad.

Teatro Casino Luis Mier y Terán –hoy Macedonio Alcalá–, y varias viviendas particulares de la ciudad); la introducción de servicios públicos (telégrafos, electricidad, drenaje, pavimentado de calles, teléfonos); la expansión de la red ferroviaria en el estado, y la inauguración de una sucursal del Banco Nacional de México (acontecimiento que posibilitó la entrada de créditos para la industria, el campo y la minería) fueron elementos que impulsaron la economía del estado, a partir de la llegada de inversionistas y comerciantes de distintas partes del mundo.

El desarrollo y fortalecimiento de las esferas económica y política de Oaxaca se encontraba en las manos de unos cuantos, mientras que el resto de la población en el estado y en la propia ciudad seguía viviendo en condiciones precarias. Unos insertos todavía en las labores del campo y los otros formando las filas de las llamadas clases *populares* o *trabajadoras*, “elegante eufemismo que escondía su pertenencia a los sectores más pobres del país y en cambio las ubicaba en un discurso nacionalista que se construía desde la literatura costumbrista” (Castillo Canché 2011; Magaña Toledo 2011).

De acuerdo con Chassen- López (1989:173):

Aquí se hace visible lo contradictorio de Oaxaca: al lado del desarrollo de la agricultura capitalista, prosperaba la comunidad indígena. Pero no es aceptable reducir esta situación mecánicamente a un dualismo, a una simple lucha entre lo moderno y lo tradicional. Más bien se vislumbra una relación dialéctica, una íntima relación donde el capitalismo se entretreía con las fuerzas tradicionales precapitalistas, y éstas se adaptaban para sobrevivir.

En este sentido, la ciudad de Oaxaca se enmarca en el concepto de modernidad alternativa o modernidad simultánea, esto es, “los habitantes de la Ciudad Esmeralda construyeron históricamente la modernidad de manera simultánea y mutua con la tradición” (Overmyer-Velázquez 2010:27).

Los “signos” de la modernidad se presentan por ejemplo con la llegada de la energía eléctrica, misma que hace de espectáculo y entretenimiento entre la sociedad oaxaqueña. En mayo de 1884, Díaz inaugura la primera etapa del alumbrado eléctrico, consistente en la instalación de 33 focos, ubicados en las principales esquinas de la ciudad. (Medina Gómez 2000). Después de más de diez años, en 1896 el empresario oaxaqueño Lorenzo San Germán decidió ingresar al negocio de la luz eléctrica al solicitar al Ayuntamiento un permiso para establecer un motor de vapor, mismo que emplearía para una planta de luz eléctrica incandescente, para dotar de este servicio a su empresa, así como a establecimientos públicos y casas particulares (*La Voz de la Verdad* [VV], 2 de agosto de 1896:3). Era de hacerse notar que en las fiestas o reuniones, principalmente de empresarios, políticos o comerciantes, los salones utilizados se iluminaban con luz eléctrica.

El acceso a la energía eléctrica permitió que nuevos espacios y formas de entretenimiento se desarrollaran en la ciudad. Asimismo, las actividades cotidianas se extendieron durante varias horas de la noche.

Emergieron así más espacios de diversión para las familias adineradas, principalmente aquellas formadas por extranjeros que habían llegado a la ciudad a invertir en la industria minera, y también por inversionistas locales, quienes, influenciados por la formación cultural de los otros, no sólo buscaban sino exigían espacios para acceder a actividades culturales como ópera, zarzuela y teatro.

En este contexto, en 1896, llega desde Francia un aparato científico y moderno: el cinematógrafo. Un instrumento que se torna ideal para la campaña de imagen y propaganda del presidente Díaz, personaje que se convierte rápidamente en el tema central de las primeras vistas que se filman en el país. Este novedoso aparato tiene

dos aliados estratégicos para su posicionamiento y proliferación: el ferrocarril y las publicaciones periódicas.

El primero, permite la distribución del cinematógrafo y sus vistas, mientras que las publicaciones periódicas de la época fueron el principal medio de promoción de los empresarios que recorrían las distintas plazas a lo largo del territorio nacional. En el caso de Oaxaca, para 1898 el cinematógrafo llega quizá de Puebla<sup>2</sup> o de Veracruz y las menciones e inserciones publicitarias en la prensa no se hacen esperar.

Además de la prensa, los empresarios llamaban la atención del público a través de convites: “alquilaban músico o grupos de muchachos gritones para recorrer las calles al compás de la música o del estruendo de cohetes y cencerros; invitaban de viva voz a asistir al espectáculo y repartían programas de mano” (De los Reyes, Aurelio 1996:38). En la ciudad de Oaxaca se recurrió a cilindros para anunciar las vistas, en ocasiones esto provocó enojo por parte de algunos comerciantes del lugar, debido al “escándalo” generado (*El Correo del Sur* [CS], 1 de diciembre de 1909:1).

Algunos de los planteamientos que surgen en torno a la llegada del cinematógrafo se centran en la manera en que fue recibido por la sociedad oaxaqueña, tomando como fuente principal la prensa de la época. Así como el tratamiento que se le da a la información presentada al respecto. Hay que recalcar que cada publicación periódica tiene una línea editorial, basada principalmente en los intereses políticos y comerciales de sus dueños.

## LAS PUBLICACIONES PERIÓDICAS EN LA CIUDAD DE OAXACA

Los estudios sobre la prensa no radican únicamente en su empleo como fuente de información, las publicaciones periódicas en general ofrecen la posibilidad de analizar una diversidad infinita de discursos sociales, políticos, económicos, culturales y mediáticos, que van permeando los imaginarios colectivos de cada época. Es decir, las publicaciones periódicas, en especial la prensa, documentan el acontecer y la construcción de la opinión pública, de la vida y el espacio públicos (Aguilar Díaz 1996).

Para autores especialistas en la historia de la prensa en México –como Toussaint (1984), Reed Torres y Ruiz Castañeda (1998), y Del Palacio (2006)– es evidente que a pesar del desequilibrio social existente en los siglos diecinueve y veinte, como el alto índice de población analfabeta,<sup>3</sup> el Porfiriato es uno de los periodos históricos de México donde más proliferaron las publicaciones periódicas en el país.

Por supuesto, esto se debe a dos factores principalmente: la subvención que recibían del gobierno federal aquellas empresas periodísticas que “colaboraran” con el discurso nacionalista y la entrada de la prensa llamada “industrial y moderna” donde la empresa se mantiene económicamente a través de la publicidad (más del 50 por ciento de su contenido estaba dedicado a espacios publicitarios).

Pese a que la Oaxaca porfirista se caracterizó por un alto porcentaje de analfabetismo,<sup>4</sup> Overmyer (2017) señala que en las calles cercanas al zócalo de la ciudad los únicos analfabetas eran los trabajadores domésticos de los “hogares de la élite”. Incluso, abunda, en las secciones pobres cercanas a la ciudad “un cuarto de la población era por lo menos semialfabetizada”, es decir, leía pero no escribía.

---

3 Hay que acotar que a nivel nacional únicamente “14% de la población del país sabía leer y escribir en 1895, y 20% en 1910; mientras que 3% sólo sabía leer en 1895 y en 1910 el 1.8%” (Toussaint 1984).

4 En 1895 el 71.06 por ciento de la población del estado era analfabeta, esta cifra va descendiendo, en 1900 el 59.93 por ciento y en 1910 el 59.14 por ciento (DGE 1956).

5 En el *Catálogo de la Hemerografía de Oaxaca*, Sánchez Silva y Ruiz Cervantes (2005) registran un total de 101 publicaciones periódicas durante el Porfiriato.

Precisamente por ello es que en la ciudad de Oaxaca proliferan las publicaciones periódicas,<sup>5</sup> mismas que jugaron un papel crucial, pues a través de sus páginas la modernización se hace evidente y palpable en la ciudad como en todo el país. Narraciones e imágenes que reflejan la coexistencia y luego el desplazamiento de lo tradicional a lo moderno, de lo rural a lo urbano (Figura 1).

FIGURA 1. *Fenix*. Anuncio publicitario de jabón Tecolote. 11 de febrero de 1920, p. 4. Oaxaca.



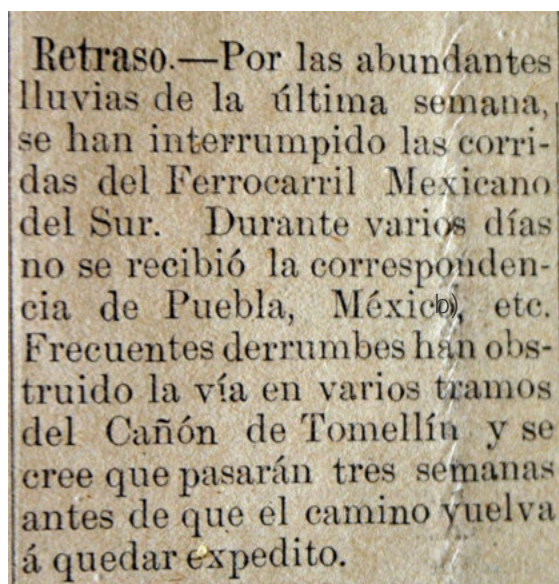
Igualmente deben tomarse en cuenta los procesos históricos que influyeron en el surgimiento y desaparición de publicaciones periódicas, así como en el aspecto tecnológico, a través de la adquisición de equipo que sirvió para que los procesos de impresión se perfeccionaran. Otros factores a tomar en cuenta son la profesionalización del oficio periodístico y las “redes de circulación de los materiales impresos” (Palacio 2006), además de las formas de publicitar los productos.

En este sentido, de acuerdo Ruiz Cervantes y Sánchez Silva (2006) la prensa porfirista de la ciudad de Oaxaca, hacia finales del siglo diecinueve, contiene anuncios médicos que publicitan principalmente tónicos medicinales; de artefactos empleados principalmente para la ganadería, agricultura y minería; así como las novedades de las casas comerciales en cuanto a “ropa, calzado y productos para el hogar”.

Pese a contar con una orografía bastante accidentada, la ciudad de Oaxaca contaba con sistemas de transporte que permitían el acceso y facilitaban la circulación entre sus callejuelas. Tanto el ferrocarril como los carruajes se promocionaban en las páginas de las publicaciones periódicas oaxaqueñas (Ruíz Cervantes y Sánchez Silva 2006).

Así como la prensa oaxaqueña de finales del siglo diecinueve y principios del veinte promocionaba los novedosos transportes, también daba a conocer los infortunios de los mismos. Notas muy frecuentes informaban sobre los derrumbes generados por lluvias que impedían el paso del ferrocarril, generando el retraso de varios días de “la correspondencia de Puebla” y México (VV, 12 de septiembre de 1897:3) (Figura 2). Esta problemática se presentó por varios años, y generó no sólo escasez de la materia prima para elaborar las publicaciones periódicas, sino que influyó en la exhibición del cinematógrafo en esta ciudad, ya que el ferrocarril era el medio de transporte empleado por los cinematografistas para arribar a la Verde Antequera.

FIGURA 2. *La Voz de la Verdad*. Nota informativa sobre daños en vías férreas ocasionados por lluvias. 12 de septiembre de 1897, p. 3. Oaxaca.



**Retraso.**—Por las abundantes lluvias de la última semana, se han interrumpido las corridas del Ferrocarril Mexicano del Sur. Durante varios días no se recibió la correspondencia de Puebla, México, etc. Frecuentes derrumbes han obstruido la vía en varios tramos del Cañón de Tomellín y se cree que pasarán tres semanas antes de que el camino vuelva á quedar expedito.

La prensa es un complemento útil para una sociedad de consumo en aumento, la cual está inserta en una nación moderna que intentaba equipararse a las más “desarrolladas”. Precisamente, los habitantes de la ciudad de Oaxaca, con la idea de estar al “nivel” de ciudades como México y Puebla, hacen todo lo posible para acceder a espectáculos y deportes que, además de estatus, servían de espacio de interacción para las familias importantes de la ciudad.

Los medios que se utilizan para difundir esos espectáculos son, principalmente, los carteles, que cubrían los muros de los inmuebles de la ciudad, y las publicaciones periódicas. En estas últimas encontraron una herramienta indispensable no sólo para dar a conocer los diversos tipos de entretenimiento, sino para informarse de las novedades tanto en la ciudad de Oaxaca, como en las ciudades cercanas a ella.

Un elemento indispensable para que en una sociedad se desarrollaran las publicaciones periódicas, fue la imprenta. Aunque no se ha establecido una fecha exacta de la llegada de ésta a la ciudad de Oaxaca, se sabe que hacia 1720, doña Francisca Flores contaba con una licencia para operarla (Grañen Porrúa 1999).

Referente a los inicios de la prensa en esta ciudad, se conoce la publicación de *El Correo Americano del Sur*, “en el año de 1813, cuando, ocupada la ciudad de Antequera

por las fuerzas insurgentes que comandaba el cura José María Morelos y Pavón, salió de la modesta prensa manejada por el diácono José María Idiáquez” (Sánchez Silva y Ruiz Cervantes 2005:1).

El ‘boom económico’ a nivel local también se refleja en la edición de publicaciones periódicas que incluían en sus páginas anuncios comerciales (Ruiz Cervantes y Sánchez Silva 2006), los cuales dan fe de la bonanza nacional y estatal.

El mejoramiento técnico de los métodos de reproducción de imágenes en los periódicos –en especial la fotografía– prepara el camino para el surgimiento de un periodismo gráfico a tono con el desarrollo económico al finalizar el siglo diecinueve. En efecto uno de sus tópicos es la riqueza que aparece de una manera singular pues a través de ella se reproduce el discurso modernizador de orden y progreso que presenta a la sociedad porfiriana en armonía y con una vocación benefactora (Castillo Canche y Magaña Toledo 2006:3).

Diversos estudios han aportado datos para la construcción de la historia de la prensa en Oaxaca (Biblioteca Francisco de Burgoa 1999; Sánchez Silva y Ruiz Cervantes 2005). Pese a estos esfuerzos, hasta el momento no se ha desarrollado una historia de las publicaciones periódicas en Oaxaca. Sin embargo, la prensa ha servido como fuente para diversos estudios temáticos, como el que aquí se presenta.

## PRENSA Y CINE EN OAXACA

Después de una revisión en diversos archivos de la ciudad de Oaxaca,<sup>6</sup> se han recabado datos hemerográficos desde 1898 hasta 1931, con un corpus aproximado de 1,400 registros. Sin embargo, para el objetivo de este texto, únicamente se tomarán en cuenta los registros que van de 1898 a 1911, años ubicados en la etapa del Porfiriato, con la finalidad de estudiar esos primeros años de convivencia entre las publicaciones periódicas y el cinematógrafo.

Con ello, se establece un acercamiento a la manera en que se difundía el cine en la capital del estado, donde se aprecia el recibimiento del cinematógrafo por parte de la prensa a través de las diversas inserciones y notas periodísticas, espacios donde se realizaron las diversas exhibiciones, los empresarios y el nombre de las vistas y películas principalmente de Estados Unidos y Europa.

De lo anterior se puede establecer una tipología de los contenidos aparecidos en la prensa oaxaqueña referente al fenómeno cinematográfico, de acuerdo a los contenidos, estructura y ubicación dentro de la publicación (página, columna, sección, diseño del anuncio).

## CATEGORIZACIÓN

De las 52 notas seleccionadas que corresponden al Porfiriato se comentan a continuación algunos ejemplos para mostrar cómo se fue entrelazando el fenómeno cinematográfico con la prensa y la vida cotidiana de los habitantes de la ciudad de Oaxaca en los primeros 13 años de su llegada al estado. Cabe resaltar que esta descripción no tiene como objeto marcar etapas de la información sobre el cinematógrafo aparecida

---

<sup>6</sup> Fondo Manuel Brioso y Candiani de la Biblioteca Francisco Burgoa de la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca; la Biblioteca Pública “Néstor Sánchez”; Fondo Reservado de la Hemeroteca Nacional; Hemeroteca General de la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, entre otros.



en la prensa, pues muchos formatos coexisten dentro de las publicaciones periódicas a lo largo de varios años.<sup>7</sup>

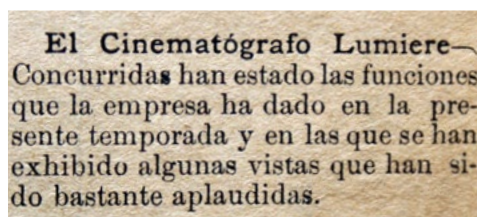
### NOTAS BREVES Y ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

A partir de 1898, los periódicos oaxaqueños incluyeron entre sus páginas renglones dedicados al cinematógrafo, pequeños espacios donde se daba cuenta de las temporadas de las empresas que iniciaban exhibiciones en la ciudad.

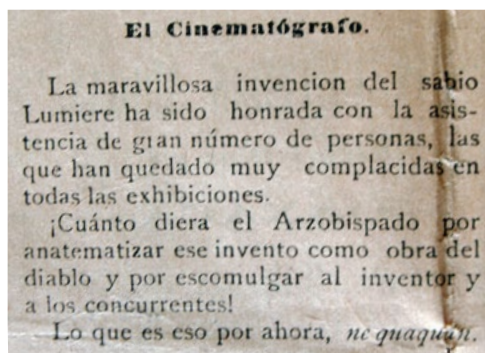
En 1898, por lo menos dos diarios publicaron notas breves, de no más de cinco líneas, para informar sobre una temporada del cinematógrafo Lumière. Éstas son las referencias más antiguas encontradas sobre este tema, aunque no por ello se puede asegurar que se trate de la primera exhibición en esta ciudad, ya que no ofrecen tanta información. Además, se refieren a “la presente temporada” (Figuras 3), lo que hace suponer que antes de esta fecha pudo darse el inicio de las exhibiciones (VV, 16 de enero de 1898:3 Gacetilla) (*El Ferrocarril* [EF], 16 de enero de 1898:3 Gacetilla).

Este tipo de “anuncios” comenzaron a aparecer con más frecuencia en las publicaciones oaxaqueñas. Los empresarios teatrales, que incursionaron en el negocio del cine, recurrieron a la prensa para difundir las temporadas llevadas a cabo principalmente en el teatro Juárez y, posteriormente, en el Salón París y en las plazas públicas. Estas notas se convirtieron en la “cartelera” cinematográfica de las exhibiciones en la ciudad de Oaxaca. Comenzaron a incluir más información llena de adjetivos que servían de “gancho” para que la población acudiera a las temporadas de este aparato.

FIGURA 3. a) *El Ferrocarril*. Nota sobre El cinematógrafo. 16 de enero de 1898, p. 3. Oaxaca. b) *La Voz de la Verdad*. Nota sobre el cinematógrafo Lumière. 16 de enero de 1898, p. 3. Oaxaca.



a)

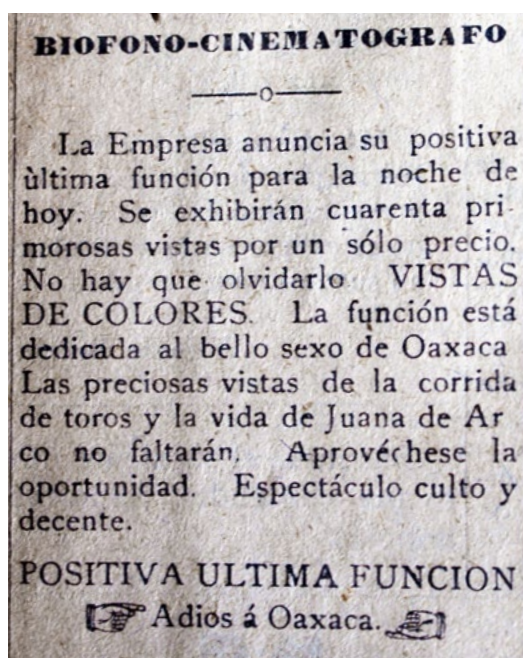


b)

<sup>7</sup> Como parte de esta investigación en proceso, se elabora una tabla donde se incluyen elementos para identificar el contenido de las notas y así determinar la manera en que la información sobre el cinematógrafo se fue transformando y ocupando más líneas en el quehacer periodístico de la ciudad de Oaxaca. La tabla se sigue elaborando con cada uno de los datos que se han recabado a lo largo de la investigación. El objetivo es introducirlos todos con la finalidad de elaborar un trabajo que abarque desde 1898 hasta 1931. En la tabla se incluyen las categorías de fuente, fecha, título del anuncio o nota, sección en la que aparece, si se incluyen nombres de las vistas o películas, empresa que exhibe, horario, precio, lugar, página, si aparece alguna imagen y el tema.

Los esbozos publicitarios y, quizá, mercadológicos, tanto de los empresarios como de las publicaciones periódicas se observaban cada vez más en este tipo de “anuncios”, donde se recurría a “promociones” en el precio, exhibiendo “cuarenta primorosas vistas por un solo precio”, anunciando lo más actual en “vistas de colores”, dedicadas “al bello sexo de Oaxaca” (*Oaxaca* [OX], 21 de julio de 1901:4) (Figura 4). Estas estrategias fueron el inicio y a la postre se convertirían en las grandes campañas mediáticas de la industria cinematográfica mundial.

FIGURA 4. *Oaxaca*. Nota sobre el Biófono-cinematógrafo. 21 de julio de 1901, p. 4. *Oaxaca*.



### EL FENÓMENO CINEMATográfico

En la ciudad de Oaxaca, los primeros años del cinematógrafo resultaron confusos para los empresarios, en primera solamente existía un sitio de “espectáculos”, el teatro Juárez, ubicado en la plazuela de Sangre de Cristo, inaugurado el 6 de mayo de 1840 con el nombre de Coliseo. Conocido posteriormente como Principal, hacia 1886, después de una remodelación, reabrió sus puertas con el nombre de Teatro Juárez. Asimismo, tenían que lidiar con el desprestigio generado por algunos periódicos locales, que consideraban a las exhibiciones cinematográficas como un espectáculo menor que poco a poco iba desplazando a las zarzuelas u óperas que se presentaban en el teatro Juárez. Algunos periodistas lamentaban la situación ya que, sobre todo, las zarzuelas eran bien vistas por el público de la ciudad (OX, 22 de agosto de 1901:2).

Un caso específico se presentó con los empresarios de apellido Asencio, quienes en 1901 se asociaron con un artista de nombre La Presa para llevar a cabo una temporada de manera conjunta en el teatro Juárez, reduciendo así costos (OX, 28 de agosto de 1901:2). Éstos fueron muy criticados por el periódico *Oaxaca*, cuyo director era Fausto W. Ramírez, empresario local que incursionó en las exhibiciones del cinematógrafo.

Este tipo de inserciones en la prensa oaxaqueña pudo obedecer a lo que menciona Aurelio de los Reyes: “Las agencias tenían columnas en los diarios de la capital y de los estados para informar al público sobre sus administrados; ahí publicaban los nombres de los incumplidos para que sus colegas no les alquilaran los teatros. Como la población era reducida, lograban desprestigiar y boicotear; en sus columnas insultaban a los ambulantes incumplidos, los desacreditaban, los acosaban” (1996:40).

Asimismo, este tipo de notas daban cuenta de engaños publicitarios de los que eran objeto los espectadores. Ni el invento de Edison escapó a las trampas de empresarios. Uno de ellos “anunció un espectáculo de vistas de proyección animada con el aparato de Edison y a ciencia y paciencia de la autoridad se exhibieron malas y contrahechas vistas proyectadas por una linterna mágica (sic) pésimamente manejada y peor alumbrada.” (EF, 24 de agosto de 1899:3).

Pese a que este espectáculo iba adquiriendo mayor relevancia entre los habitantes de la ciudad de Oaxaca, hacia 1911 aún se apreciaban notas descalificándolo, considerándolo “mediocre”, por lo que aplaudían el que llegasen compañías de teatro a la ciudad (*Regeneración* [RG], 20 de agosto de 1911:5).

Para contrarrestar esta información, empresarios como los hermanos Pastor, los Alva y la empresa Barreiro pagaban la inserción de notas más extensas, donde además de incluir nombres de algunas de las vistas a exhibir, se mencionaba que las funciones eran sumamente aplaudidas y casi siempre se lograban llenos totales.

Esto contrasta con diversas peticiones hechas por los propios empresarios al gobierno municipal, solicitando la exención del pago de los impuestos de diversiones por, según ellos, tratarse de un espectáculo de “entradas muy reducidas” (AHMCO 1906:f. 224). Esta estrategia era muy frecuente entre los empresarios en las diversas plazas que visitaban; con tal de no pagar ese impuesto, recurrían a este tipo de argumentos. Pero la prensa local narraba entre sus páginas el éxito que tenían los empresarios, a tal grado que el público asistente demostraba “con atronadores aplausos pidiendo el bis<sup>8</sup> de alguna” de las vistas exhibidas.

Entre los grupos que intentaron desprestigiar las funciones del cinematógrafo en la ciudad de Oaxaca se encontraba la Iglesia, quien además contaba con sus propias publicaciones para manifestar su desacuerdo con la exhibición de vistas en el teatro Juárez. Algunos periodistas incluso publicaban notas retadoras hacia el Arzobispado: “¡Cuánto diera el Arzobispado por anatemizar ese invento [el cinematógrafo] como obra del diablo y por escomulgar (sic) al inventor y a los concurrentes! Lo que eso es por ahora, *ne quaquán*.” (EF, 16 de enero de 1898:3).

Sin embargo, pese al mal recibimiento del cinematógrafo por parte del Arzobispado de Oaxaca, unos meses después, el periódico *La Voz de la Verdad* publica en cuatro párrafos la nota “León XII y el cinematógrafo”, donde se hace saber al lector sobre la primera vez que el Papa es captado por el cinematógrafo en la carroza pontificia y dando un paseo por unos jardines. Cabe destacar que esta vista fue filmada dos años antes, pero fue hasta este momento que este diario católico publicó tal acontecimiento (VV, 14 de agosto de 1898:2).

Pronto proliferaron las notas breves, redactadas en renglones que aparecían en las columnas de los costados del periódico o al final de las mismas, con información escasa y que poco a poco comenzó a robustecerse con más párrafos, hasta convertirse en una especie de crónica.

---

<sup>8</sup> Con este vocablo, el público solicitaba se repitiera alguna de las vistas que había gustado.

Este tipo de inserciones incluyen datos sobre empresarios, temporadas, nombres de las vistas, actores y críticas de los eventos acontecidos durante las exhibiciones, incluso narraciones sobre la manera en que se elaboran algunas vistas; esto se hace a través de una incipiente crónica donde abundan los detalles.

Entre los datos recabados se encuentra un texto periodístico titulado “La caza del león en el Cinematógrafo (sic)”, publicado en *La Unión* del 3 de enero de 1908, donde se narra la manera en que un fotógrafo de cine adquiere dos leones con la finalidad de “obtener una vista cinematográfica de la caza del león”, objetivo que al principio se ve truncado por la llegada de la policía, que impidió la filmación. Sin embargo, secretamente, como lo explica el periodista, “el fotógrafo no renunció a su idea”, llevando a cabo dicha vista.

Este tipo de textos forman parte de la información diversa que aparece en los periódicos de la ciudad. No se encuentran en una sección establecida y no resaltan de entre las otras notas informativas que aparecen en los diarios. Destacan por “aplaudir” a los empresarios, quienes “no “descansan” en su afán de complacer al público de la ciudad de Oaxaca con “vistas nuevas y originales” de “gran mérito artístico”.

Anterior a la inserción del cinematógrafo como un número más de las compañías de variedades, se genera una incipiente sección de espectáculos que, dependiendo del periódico, lleva un nombre diferente y se ubica en una página determinada, esto para que el lector se familiarice con ella.

En los interiores de la prensa oaxaqueña aparecen secciones como: “Por los teatros”, “Gacetilla”, “Por el Juárez”, “Teatros y Espectáculos”, con espacios fijos donde se habla de los distintos espectáculos que se ofrecen en la ciudad y se hacen pequeñas reflexiones en torno a las funciones, ya que en algunos casos existe una firma de “el Cronista”.

Diversos periódicos incluyen una sección titulada “Diversiones para hoy” (Figura 5), donde anuncian desde eventos deportivos como tenis y box hasta exhibiciones cinematográficas. Este tipo de secciones resultan cotidianas en la prensa oaxaqueña, algunas más amplias que otras. Poco a poco, el cine ocupa más espacios dentro de las páginas de diversos periódicos hasta conformarse una especie de cartelera cinematográfica, donde se brinda al lector información precisa sobre las funciones. Esto por supuesto se debe a que en la ciudad de Oaxaca aparecen más sitios de exhibición y arriban empresarios con una programación más extensa y abundante.



FIGURA 5. Oaxaca. Sección Diversiones para Hoy. 3 de octubre de 1901, p. 2. Oaxaca.

## CONCEPTOS DEL CINEMATÓGRAFO EN EL LENGUAJE COTIDIANO

Una vez que el cine permea a la sociedad oaxaqueña, ésta empieza a familiarizarse con conceptos y palabras que se vuelven parte del lenguaje cotidiano de los periodistas y que la sociedad comienza a asimilar.

De esto se desprenden diversos textos que emplean en sus títulos y contenidos referencias o analogías al cine. Los periodistas comienzan a usar analogías sobre el fenómeno cinematográfico en sus crónicas. Hasta los actos religiosos eran comparados con exhibiciones de cine, al mencionar que "San Ramón tuvo una repentina indisposición, como suele tenerlas La Presa [...] la bendición anunciada para el sábado, se transfirió para el domingo, día en que tuvo lugar, en tres tandas, á (sic) manera del Cinematógrafo Lumière..." (OX, 3 de septiembre de 1901:2).

Otras referencias de este tipo se encuentran en las secciones llamadas "Películas" y "Cinematógrafo policial" (1910) (Figura 6), en *El Correo del Sur*, que no hablan de cine. La primera alude a acontecimientos políticos en esta ciudad, mientras que la segunda concentra notas que hacen referencia a hechos delictivos en el estado.

FIGURA 6. *El Correo del Sur*. Cinematógrafo policial. 14 de enero de 1910, p. 4. Oaxaca.

**CINEMATOGRAFO POLICIAL**

Antonio Ferrer y Adalberto Osorio fueron aprehendidos en la 3ª calle de la Libertad por riña escandalosa, Ferrer y la Osorio viven en amasijo y la riña fué por diversidad de opiniones, resultando el primero con una mordida en el antebrazo derecho y la segunda con una herida en el labio superior. El lugar de la riña fué en la casa núm. de dicha callu, donde Ferrer trabaja como expendedor de gasosas.

Los dos pasaron al Hospital y mientras se curan reflexionarán que no es conveniente convenirse á mordiscos.

El Gendarme No. 74, Juan Ramirez, Apostado en la 1ª Mártires de Tacubaya se presentó con una herida en el labio superior que dice le causó el paisano Manuel Escudero de oficio carpintero, en el interior de la casa No. 4 de la misma calle adonde penetró el Gendarme llamado por José Muñoz encargado de dicha casa. Escudero corregía inquisitoriamente á su hermana de 9 años llamada Rufina, y como no le agradase la interven-

ción del Policía, lo hirió huyendo en seguida. El asunto fué consignado al Juez 1º de lo Criminal junto con la menor y la madre de Escudero, Antonia Hernández para la practica de la averiguación correspondiente.

En una casa situada en la 3ª calle de las casas donde se encuentran encerrados varios hombres contratados para trabajar en fincas tabaqueras ó cafeteras, ocurrió una riña entre Antonio Martínez y Angel Aquino, ambos contratados y en la que salió con la peor parte Aquino, pues recibió de su contrario una cuchillada en la espalda.

Como al interesado de dicha contrata no le conviniera que los rijosos pasaran á poder de la policía, fué ocultado el herido en otra casa, pero enterado de esto la policía, ordenó fuerán llevados á la 1ª Comisaría herido y heridor así como también Andrés Velasco, cabo de la contrata por haber llevado a ocultar al herido.

**Un remedio antiguo y bien probado.**  
**EL JARABE CALMANTE DE LA SEÑORA WINSLOW** ha sido usado por espacio de más de sesenta años por MILLONES de MADRES durante la DENTICIÓN DE SUS HIJOS CON RESULTADOS MARAVILLOSOS. CALMA al NIÑO, ABLANDA las ENRIAS, ALIVIA el DOLOR; CURA los CÓLICOS de VIENTO y es el mejor remedio para la DIARREA. De venta en Farmacias y Droguerías en todo el mundo. Pídase El jarabe calmante de la Señora Winslow.

También se pueden encontrar notas que emplean títulos como “Película de corta duración en el MIER Y TERÁN”, para referirse a “...un lío entre bastidores, de género ínfimo de proporciones mayúsculas, Elena Luca, la artista mimada de nuestro público recibió de Victoria Villa, corista de no malos bigotes un duro puñetazo que le desfiguró el pómulo derecho...” (CS, 23 de junio de 1910:1).

## EL USO DE LA IMAGEN EN LOS ANUNCIOS

Hasta 1909 los empresarios del cinematógrafo que llegan a la ciudad de Oaxaca hacen uso de inserciones más llamativas en los periódicos. Así comenzó el uso de ilustraciones, viñetas y marcos que ya se utilizan para publicitar los diversos bienes y servicios a la sociedad oaxaqueña.

Conforme los diarios van modernizando sus sistemas de impresión, las posibilidades gráficas aumentan. De sólo texto, los anuncios de exhibiciones cinematográficas comienzan a incluir elementos gráficos que, aunque muy básicos, dan cuenta de los inicios de la publicidad cinematográfica en Oaxaca.

La compañía Barreiro publicita la cinta *El Asesinato del Duque Enrique de Guisa* con un anuncio que cuenta con elementos visuales que lo hacen llamativo, pequeñas flechas que ayudan a generar una distribución dentro del anuncio, tipografía diversa en cuanto a forma y tamaño; se incluye información más detallada como horarios, precios, lugar, fecha, hora, así como próximos estrenos. Además, se emplean palabras que intentan atraer la atención de los lectores –por ejemplo, “Grandiosa función” o “Hermosa Vista de Arte”– (CS, 6 de noviembre de 1909:4) (Figura 7).

Resulta interesante que este anuncio coincida con el año en que se inaugura el Teatro casino Luis Mier y Terán, considerado la magna obra porfirista, y que se convertiría en el foro por antonomasia de las exhibiciones del cinematógrafo, haciendo a un lado incluso al teatro Juárez.

FIGURA 7. *El Correo del Sur*. Anuncio de la película *El asesinato del duque Enrique de Guisa*. 6 de noviembre de 1909, p. 4. Oaxaca.

TEATRO JUAREZ.

Para mañana domingo 7 de Noviembre de 1909. á las 9 P. M.

**GRANDIOSA FUNCION**

Por el Cinematógrafo de Barreiro

**II ESTRENOS. :-: II ESTRENOS.**

La Hermosa Vista de Arte:

**EL ASESINATO DEL DUQUE, ENRIQUE DE GUISA.**

LOS ESTRENO SERAN:

El Cascabel.	Atentado contra la Luna.	Sacrificio Humano.
La Venganza de las Olas.	Astucia Rateril.	Caza á la Pantera.
La Escarapela.	El milagro del Collar.	Indefenso.
	La Sortija Brasileña.	

Y LA MUY SUBLIME PELICULA:

**EL SATIRO DEL BOSQUE.**

LUNETAS 50 CENTAVOS. GALERIAS 10 CENTAVOS.

más baratas en la Imp. "El Incendio" Oaxaca.

## CONCLUSIONES

En una primera aproximación a la tipología del tratamiento de la información sobre el cinematógrafo que se hace en la prensa oaxaqueña, se observa que al igual que en otras ciudades, en Oaxaca los empresarios cinematográficos hacen uso de diversas formas para atraer la atención de la gente. En las calles las paredes son ideales para tapizarse de carteles, mientras que los llamados convites atraen la curiosidad de los transeúntes; además, las publicaciones periódicas son herramientas eficaces para publicitar sus temporadas.

Se debe resaltar que, gracias a la información publicada en las páginas de la prensa oaxaqueña, el cinematógrafo comenzó a ganar popularidad en la sociedad, esto en consecuencia deriva en una proliferación de la oferta cinematográfica en la ciudad y en el aumento de espacios para su exhibición.

Respecto a la información que se presenta en estos primeros 13 años del fenómeno cinematográfico debe subrayarse el proceso que tiene el discurso y los tópicos que se manejan dentro de la prensa en torno al cine.

En una primera etapa, los periodistas comienzan a familiarizarse con el cinematógrafo, sus características y sus entornos, lo que implica que los primeros escritos muestren apenas sucintamente datos escuetos sobre las cintas, los lugares de exhibición, las quejas o algún evento extraordinario. Se nota también que no pasan más de cinco años desde la aparición del primer anuncio en la prensa para que estos periodistas comiencen a desarrollar a detalle la vida dentro y fuera de la pantalla hasta llegar a consolidar un lenguaje (visual y escrito) propio y característico del mundo del cine, el cual comienza a hacerse cotidiano a lo largo y ancho del mundo.

En el *corpus* hemerográfico se aprecia el desarrollo periodístico de quienes escribían los anuncios y las notas, las cuales pasan de un par de renglones hasta una columna completa. Los periodistas, quienes ya escribían para el teatro, la ópera y la zarzuela, emplean los mismos recursos narrativos y periodísticos en las líneas referentes al cinematógrafo. Textos llenos de adjetivos, ensalzando a empresarios, guionistas, actores y espacios de exhibición.

Con esto, se observa esa interacción entre estos “signos” de la modernidad: el cinematógrafo y las publicaciones periódicas, principales medios de comunicación empleados en el Porfiriato para mostrar esa “modernidad” que “permeaba” a la sociedad en México y, que pretendía hacerlo en la “vallistocracia” oaxaqueña.

# BIBLIOGRAFÍA

## **Aguilar Díaz, Miguel Ángel**

1996 Espacio Público y prensa urbana en la Ciudad de México. *Perfiles Latinoamericanos* (5):47-72.

## **Biblioteca Francisco de Burgoa**

1999 *La historia de la imprenta en Oaxaca*. Biblioteca Francisco de Burgoa, UABJO, Oaxaca.

## **Castillo Canché, Jorge I. y José Carlos Magaña Toledano**

2011 *El mundo marginal en la prensa gráfica porfiriana: Los pobres de la Ciudad de México en el Mundo Ilustrado*. Ponencia presentada en el VII Encuentro de Historiadores de la prensa, Veracruz.

## **Chassen-Lopez, Francie R.**

1989 Oaxaca: del porfiriato a la Revolución 1902-1911. *Revista Mexicana de Sociología* (51):163-179.

## **Crary, Jonathan.**

2008 *Las técnicas del observador. Visión y modernidad en el siglo XIX*. CENDEAC, Murcia.

## **De los Reyes, Aurelio**

1996 [1981] *Cine y sociedad en México (1896-1930). Vivir de sueños*, Volumen I. UNAM-IIE, México.

## **Grañén Porrúa, María Isabel**

1999 Los orígenes de la imprenta en Oaxaca. En *La historia de la imprenta en Oaxaca*, pp. 7-23. Biblioteca Francisco de Burgoa, UABJO, Oaxaca.

## **López Domínguez, Miguel**

2006 Continuumismo y modernidad: El Dictamen de Veracruz, 1898-1911. En *Rompecabezas de papel. La prensa y el periodismo desde las regiones de México. S. XIX y XX*, editado por Celia del Palacio Montiel, pp. 175-200. Porrúa, Universidad de Guadalajara, Conacyt, México.

## **Medina Gómez, Gloria**

2000 *Introducción de la luz eléctrica en la ciudad de Oaxaca: modernización urbana*. Tesis de licenciatura, ENEP Acatlán, UNAM, México.

## **Overmyer-Velázquez, Mark**

2007 *Visiones de la ciudad esmeralda. Modernidad, tradición y formación de la Oaxaca porfiriana*. UABJO, Congreso del Estado de Oaxaca, Oaxaca.

## **Palacio Montiel, Celia del (coordinadora)**

2006 *Rompecabezas de papel. La prensa y el periodismo desde las regiones de México. S. XIX y XX*. Porrúa, Universidad de Guadalajara, Conacyt, México.

## **Reed Torres, Luis y María del Carmen Ruiz Catañeda**

1998 *El periodismo en México. 500 años de Historia*. EDAMEX, México.

## **Ruiz Cervantes, Francisco José y Carlos Sánchez Silva**

2006 Prensa, política y vida social en Oaxaca. En *Siete regiones de la prensa en México 1792-1950*, editado por Celia del Palacio Montiel. Porrúa, Universidad de Guadalajara, México.



**Sánchez Silva, Carlos y José Francisco Ruiz Cervantes**

2005 *Catálogo de la hemerografía de Oaxaca*. Universidad de Guadalajara, Conacyt, México.

**Secretaría de Economía**

1956 *Estadísticas sociales del Porfiriato 1877-1910*. INEGI, México.

**Toussaint Alcaraz, Florence**

1984 *Escenario de la prensa en el porfiriato*. Universidad de Colima, Fundación Manuel Buendía, México.