El futuro cercano desde el efímero presente: los carros alegóricos del Día del Comercio en las fiestas del Centenario de 1910*

Denise Hellion Puga
Instituto Nacional de Antropología e Historia

Resumen:
Este estudio se inserta en el marco del Centenario de la Independencia de México de 1910, al analizar el desfile de carros alegóricos presentados por el Comité Nacional del Comercio el 4 de septiembre de 1910 en la Ciudad de México. Frente al discurso estatal del gobierno de Porfirio Díaz, el sector empresarial promovió una escenografía cívica orientada a legitimarse como pilar del progreso nacional. Se realiza una revisión de prensa de la época y acervo fotográfico parcialmente inédito —cinco imágenes provienen de la Fototeca Constantino Reyes Valerio—. El trabajo revela cómo la élite económica de la Ciudad de México fusionó alegorías clásicas con símbolos patrios y demostraciones de mecanización, en lugar de imágenes sobre la gesta insurgente. Otra aportación del texto es la enunciación del "Día del Comercio" como primer evento publicitario masivo del país, donde la vía pública se transformó en escaparate que interpeló a los ciudadanos como potenciales consumidores y redefinió las representaciones visuales de bienestar nacional.

Palabras clave:
conmemoraciones, festejos de Independencia, carros alegóricos, alegorías

*Artículo recibido 25/11/2024
Artículo aceptado 12/10/2025

A lo largo del siglo XIX, la nación se conformó con una vuelta constante a la narración de los hechos de la gesta insurgente. Los festejos de la Independencia han atraído a investigadores en el análisis de las representaciones e interpretaciones cambiantes de la etapa histórica y sus protagonistas. Existe una revisión constante de los trabajos de ilustres o controvertidos historiadores, más escasos son los análisis de la prensa periódica y de los discursos leídos desde la tribuna pública e impresos para su distribución. Algunos textos subsanan lagunas con acercamientos a la repercusión popular de los festejos del calendario cívico.[1] Desde las élites políticas y económicas se fincaba la idea de nación y se elegían los momentos y protagonistas heroicos; a fines de este siglo, para la mayor parte de la población, la Patria era una alegoría tal vez más visualizada a partir de la virgen de Guadalupe con su imagen reproducida en los calendarios, que el aguafuerte del joven cura Hidalgo editado en el calendario para 1824 de José Joaquín Fernández de Lizardi.[2] La representación del héroe le envejeció hasta convertirlo en el padre —casi abuelo— de la patria de los festejos del centenario de 1910. Vetustez que también fue adecuada al semblante y edad del águila octagenaria y contemporáneos que presidían al país. Aunque los festejos del centenario realizados en la Ciudad de México no solamente fueron desplegados desde el gobierno federal, participaron también actores privados de relevancia económica. Usualmente se ha dado menos importancia a este despliegue privado, su omisión pareciera homogeneizar su posición política con un gobierno, que en sus últimos momentos lanzaba el fastuo cívico en un vano intento por demostrar su vigencia. En estas páginas me acercaré al análisis del desfile de carros alegóricos privados, para presentar los matices y disonancias que convivieron en aquel festejo septembrino. De ellos dio cuenta la prensa y se han conservado imágenes fotográficas que permiten valorar e interpretar las alegorías y ambientaciones desplegadas. Parto de una apertura a reconocer los discursos a través de la observación de los fragmentos, sigo en ello la relevancia que sus significados tienen al ser asociados con formaciones culturales e históricas mayores.[3]

[1] Véase Zurián, C. (2010, ene-feb). 1910 y 1921. Los años que fuimos Centenario. Del festejo a la memoria escrita. *Antropología. Boletín oficial del INAH*. INAH, (88). Así como la puesta en la mesa de investigación de textos que circularon en las masivas ediciones de los calendarios y almanaques en Herrera, L. (Comp.) (2012). *Antología de la Independencia de México formada de almanaques, años nuevos, calendarios y guías de forasteros. 1822–1910*. INAH. Desde la historia del arte se han hecho avances en la integración de la pintura y escultura con motivos históricos véase Ramírez, F. (2008). *Modernización y modernismo en el arte mexicano*. Universidad Nacional Autónoma de México – Instituto de Investigaciones Estéticas. Mientras que Verónica Zárate ha trazado rutas de análisis a través de la estatuaria histórica y su ubicación y trashumancia por los paisajes urbanos. Véase Zarate, V. (2001). El lenguaje de la memoria a través de los monumentos históricos en la Ciudad de México (siglo XIX). *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*. (s.p.). https://doi.org/10.4000/nuevomundo.214

[2] Véase Herrera, L. (Ed.) (2010). *Calendarios de José Joaquín Fernández de Lizardi. 1824-1825*. INAH. (Presentación a Edición facsimilar).

[3] Véase al respecto Kracauer, S. (2008). *La fotografía y otros ensayos. El ornamento de la masa I*. Gedisa.

Para detenerme en estos fragmentos, requiero describir las imágenes, pues solamente con esta revisión es posible adelantar el análisis de elementos que podrían ser omitidos en una revisión rápida de las mismas.[4]

Los festejos de 1910 ocuparon a la prensa, pero desbordaron también a una ciudad que vio la afectación de las calles de tránsito en una conversión temporal dedicada al festejo. Por ello también es necesario hacer un balance inicial a los espacios urbanos y a los referentes festivos que los citadinos y visitantes podían tener durante la experiencia del desfile.

Los festones tricolores y la Patria como matrona romana eran síntesis septembrina que ornaba arcos triunfales y fachadas. Desde la puesta en escena pública del grito de Independencia, y ya no en ceremonia al interior de un teatro, el pueblo arribaba a la plaza central para tronar en vítores, que eran señal de arranque al jolgorio musical y etílico, permitido en escasas ocasiones en la plaza pública sin la intervención de gendarmes. Los congregados eran diversos en posición económica, atavíos y comportamientos y se mezclaban en esta fecha; aunque era factible que del encuentro salieran mermados los haberes de los despistados en una esporádica y festiva distribución de la riqueza:

> ¡Viva México! Escóndete este reló en el seno: ni siquiera se las espantó, debe ser fuereño. Anda, grandísima taruga, ¿qué esperas? Le ves la mascada colgando por la 'manera' y no eras pa sacársela. ¡Deveras que no puede uno andar con señoras en estas bolas! ¡Pos no arrempuje, cuatro ojos! Bájese, por aquí no pasan coches, a mí ni usté ni nadie me echa los caballos. Tenga...
> (Campo, 1991, p. 133)[5] .

Los asistentes han permanecido en la prensa y en la crónica como mudos partícipes, suerte de escenografía necesaria para destacar a los contingentes. Pero la expresión debía también realizarse en voz alta, expresión pública de opinión y convite al acuerdo entre el resto de los vecinos temporales a nivel del pavimento moderno. En ocasiones, el sonido alcanzaba los balcones del Palacio Nacional, desde la plaza el pueblo participaba al acudir, pero también evaluaba los despliegues y clamaba su opinión.[6] La aglomeración en la plaza y las calles céntricas podía preocupar a las fuerzas del orden por acercarse al lindero del tumulto y sus peligros.[7]

[4] Sobre la problemática metodológica en el tratamiento de las imágenes para la historia, véase Pérez, T. (2005) El uso de las imágenes como documento histórico. Una propuesta metodológica. En Hernández, G. (et.al.) Memorias del simposio Diálogos entre la historia social y la historia cultural. Escuela Nacional de Antropología e Historia.

[5] Cabe notar que me refiero aquí a los festejos en la ciudad de México, las características de las fiestas en otras entidades debieran ocuparnos para realizar estudios comparativos.

[6] Durante el grito del 15 de septiembre de 1910, Federico Gamboa narra los gritos escuchados en el balcón de Palacio que compartía con algunos diplomáticos y hasta donde llegaron los vivas a Madero y aún era posible observar una imagen impresa del opositor. (Zurián, 2010, p. 11).

[7] Al respecto véase Hellion, D. (2012). *Humo y cenizas. Los orígenes de la publicidad cigarrera en la ciudad de México*. INAH, en donde refiero a comunicación de Félix Díaz que demuestra temor por los desórdenes posibles ocasionados en la aglomeración de citadinos.

El reconocimiento público y multitudinario fue parte de los ensayos políticos que el gobierno de Porfirio Díaz probó como demostración de los logros pacificadores. En 1906, con motivo del centenario del natalicio de Benito Juárez, se ensayó el despliegue del poder en las calles.[8] El dos de abril se festejó al héroe militar que derrotó a los franceses en Puebla en 1867, el general Díaz se unía al festejo del centenario de Benito Juárez. La coincidencia primaveral hizo que unas semanas después se practicara el combate floral de mayo. Los ensayos continuaron con homenajes en agosto a Cuauhtémoc y por supuesto con las fiestas septembrinas.

Aquel año inició con el viaje de Díaz a la península de Yucatán, en donde se desplegaron contingentes en desfiles, se reunió a una concurrencia selecta en eventos de acceso restringido y la ciudad se formó con arcos triunfales y las fachadas con festones. Para el desfile en honor del general se contó con carros alegóricos, en donde el pasado prehispánico maya se recuperaba para marcar una diferencia regional. Los estados también se encontraban dispuestos a la celebración cívica y a la demostración pública del control ejercido por los gobernadores, con multitudes relativamente controladas, que se usaban para acentuar el regocijo compartido.

[8] En *El Mundo Ilustrado* se publicaron reportajes en la edición del 1 de abril de 1910. Ahí se hizo seguimiento en texto e imágenes de las celebraciones en las ciudades de México y Oaxaca y todavía en mayo apareció una nota de las festividades en Monterrey. La ilustración del semanario permite observar el desfile de trabajadores y la ornamentación urbana.

El día dedicado al comercio.

Para el centenario, el general Díaz optó por rebasar la treintena de días festivos para conmemorar la Independencia y su condensación como pax porfiriana. La autocelebración estaría presente, pero se abrió la convocatoria a la participación de otros personajes que testimoniaron y reforzaron la imagen de paz y progreso deseada por el presidente. El gobierno porfiriano preocupado por el reconocimiento invitó a las legaciones extranjeras para formar parte del festejo; la asistencia diplomática servía como propaganda de reconocimiento de México entre naciones europeas idealizadas, países latinoamericanos cercanos en historia y lejanos pueblos de exóticas reminiscencias. Mientras que al interior del país la demostración convocó a los productores de riqueza como testigos y partícipes laudatorios, aunque, en el caso de ser extranjeros, su actividad y vínculo con la nación de origen funcionaron como presión adicional para que sus gobiernos enviaran representantes especiales a los eventos.

El Comité Nacional del Comercio aglutinó a industriales, comerciantes, banqueros, agricultores y mineros, quienes lograron tener un día exclusivo para su participación, el 4 de septiembre de 1910, conocido como Día del Comercio en el cual desfilaron carros alegóricos. Si desde el gobierno se esperaban los laureles a la nación y sus dirigentes, la participación de este grupo debe revisarse como un discurso que requiere análisis para

evaluar esta intervención, acercarnos a sus relatos desplegados.[9]

Aquel mes el ritmo urbano fue roto, se convocó a los pobladores de otras entidades —nacionales y extranjeros— para acudir a una ciudad engalanada y luminosa.[10] La asistencia de funcionarios, empresarios, diplomáticos y burócratas asociados a espacios públicos para eventos y actos conmemorativos, alteraba la circulación de una ciudad que se movía ya en ruedas de carros, carruajes, bicicletas y de tranvías eléctricos. La plaza central, con sus cuatro estaciones en cada costado, era el nodo de distribución de la mayor parte de las líneas tranviarias que cortaban su flujo con los eventos y aglomeraban a la población.

Los cortes de circulación obligaban a los citadinos a ser espectadores de la puesta en escena celebratoria.[11] La concentración se volvió problema el cuatro de septiembre, Día del Comercio, el 15 con el desfile histórico y el 16 con el militar. Los diarios variaban en el cálculo de asistentes en estos días, de entre 70 mil (*El Imparcial*, 1910f, p. 6) a 200 mil (*El Tiempo*, 1910, p. 1).[12]

Los desfiles atrajeron a gran número de personas y recorrieron las calles desde la Alameda hasta la plaza central. Esta presentaba algunas características que afectaron la observación.[13] En el costado norte el Paseo de las Cadenas, con su arbolada frente a Catedral, era colindante pero no partícipe activo de los desfiles; mientras que al poniente algo similar ocurría con la distribución en torno al parque con las estaciones tranviarias. Era frente al Palacio Nacional en donde se disponía del espacio libre de jardineras, estaciones, árboles y fue ahí en donde se dispuso un templete central para la representación teatral del Paseo del Pendón. A sus costados dos manteados resguardaban del sol a algunos selectos invitados, aunque de menor cuantía y consideración que aquellos que desde los balcones del Palacio podían observar el paso de contingentes.

[9] En esta posición historiográfica que busca la fusión de horizontes de enunciación coloco este adelanto de investigación y sigo a Gadamer para la apertura que supera los prejuicios iniciales. Véase Gadamer, H. G. (2001). *Verdad y Método* (9ª. ed., Vol. I). Ediciones Sígueme.

[10] Con respecto a la proliferación de la iluminación en las fiestas, véase Briseño, L. (2008). *Candil de la calle, oscuridad de su casa. La iluminación en la Ciudad de México durante el porfiriato.* Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores Monterrey, Instituto Mora, Miguel Ángel Porrúa. La Compañía de Luz y Fuerza inclusive promovía el adorno de casas comerciales y particulares con el préstamo de las lámparas incandescentes como anunciaba en El Imparcial desde el mes de agosto.

[11] En 1910 se estimaba un total de 219,178 viajes/pasajero por día en los tranvías eléctricos. Como referencia, el censo de ese año daba un total de 720,393 habitantes en el Distrito Federal y de 471,066 en la municipalidad de México. (Génin, 1910, p. 282).

[12] Y la cifra más elevada de 200 mil referida en Ortiz, Á. M. y Duarte, M. del R. (2010.). El periodismo a principios del siglo XX (1900-1910). *Revista Pilquen*. (12), 1-9.

[13] Una fotografía de esta distribución puede observarse en Montes, T. y Ghigliazza M. E. (2010). *El Museo Nacional. Una mirada a las fiestas del Centenario de la Independencia. 1910*. INAH. Las autoras incorporaron diversas tomas de los carros alegóricos del Día del Comercio. Agradezco a Martha Ghigliazza su apoyo durante la consulta del acervo de la Fototeca Constantino Reyes Valerio de la Coordinación Nacional de Monumentos Históricos (CNMH) del INAH durante esta investigación.

El pueblo se arremolinaba en los costados de la calle por la que transitaban actores, caballos y carruajes, la reunión no garantizaba la vista y por ello se ofrecieron en renta balcones y azoteas que permitían la observación completa del desfile, aunque se cortaba la experiencia de los vecinos de banqueta y las expresiones espontáneas compartidas en el ambiente de festejo.[14]

El Día del Comercio fue uno de los más críticos y ocasionó lo que tal vez sea el primer embotellamiento en esta ciudad o al menos el primero reseñado en la prensa:

> En estos días de enorme concentración de carruajes, en las avenidas arteriales de la Metrópoli, se ha probado lo deficiente del sistema de circulación hoy en uso. Anteayer, verbigracia, han quedado estacionados durante dos horas cuarenta minutos mil carruajes a lo largo de la Avenida de San Francisco y el Cinco de Mayo. Pero no tan solo ha producido el sistema de circulación hoy en uso las molestias dichas; para los dueños de automóviles el sistema les ha acarreado una pérdida de dinero, porque el auto que a cada instante espera partir no desconecta sus baterías ni apaga la chispa y allí se quedan las máquinas trabajando en blanco, gastando inútilmente el combustible.
> (*El Imparcial*, 1910c, p. 1). [15]

Tal aglomeración de vehículos lo era también de miradas. Para la Comisión Nacional del Comercio, la calle era un amplio escaparate ensayado desde sus establecimientos con las grandes vidrieras de los edificios de hierro y, durante su participación en los desfiles cívicos, cuando enviaba contingentes de operarios y empleados.[16] Pero el centenario les otorgaría un día de visibilidad exclusiva, anunciado a la diversión por la participación de los carros alegóricos. Los antecedentes inmediatos de ello eran los combates florales que reunían a empresas y familias adineradas en una fiesta que se tornaba exhibición de riqueza y despliegue de ingenio en olores, formas y colores.[17] También hay antecedentes de participación comercial e industrial en los desfiles cívicos a

[14] Para observar el recorrido de los desfiles se ofrecieron balcones, azoteas y ventanas, inclusive *El Imparcial* anunció la renta de sus balcones el 5 septiembre 1910.

[15] En Hellion (2012, anexo 1) puede verse el plano de la ciudad de México con las calles por donde circulaban los tranvías. En el centro solamente las actuales calles de 5 de Mayo y Madero estaban libres de rieles tranviarios, lo que también sucedía en el Paseo de la Reforma. Las rutas pueden consultarse en Gurza, F. X. (1913). *Guía de pasajeros a bordo de los tranvías*. Imprenta del Gobierno Federal.

[16] Sobre la ocupación de la calle como espacio publicitario en los inicios del siglo XX, véase Hellion, (2012, cap. 3).

[17] Estos combates habían sido frecuentes como conmemoración primaveral y en ocasiones de carnaval. Durante el porfiriato eran festejos organizados por particulares y no tenían una fecha fija para realizarse. Se incluía en ellos el desfile de carros alegóricos desde los que se lanzaban a los espectadores flores, con ello se iniciaba el combate, pues ellos respondían con los mismos proyectiles. La referencia a los carros alegóricos de los combates florales era tan viva, que la prensa aludía a ellos para describir el desfile de aquel septiembre del centenario. Inclusive una de las notas en prensa aludía a los desfiles de carros alegóricos usuales en las fiestas del carnaval en Mérida, Guaymas y Mazatlán, en navidad para Querétaro y León. Véase *El País*, (1910a, p. 1). Las reelecciones del general Díaz, la conmemoración del 2 de abril que recordaba al héroe militar vencedor frente al enemigo extranjero en 1867, era motivo para que el Círculo de Amigos de Díaz organizara despliegues públicos y le celebrara en ágapes privados. El ejercicio en estos dos momentos y en diferentes lugares, fue anticipo de las fiestas del Centenario de 1910.

los que enviaban operarios uniformados y financiaban arcos triunfales. La expectativa preveía un acontecimiento inusual del que se podía participar desde la banqueta.

Para los miembros del Comité Nacional del Comercio, era clara la oportunidad de hacerse presente y demostrar su propia relevancia en el México porfiriano. Tal vez de manera paralela al interés de celebración del general Díaz, los participantes, acostumbrados ya a los despliegues publicitarios, valoraban la ocasión desde su propia perspectiva. El Día del Comercio se amplió para congregar a todos los inversionistas: ya fuesen hacendados, banqueros, industriales, comerciantes o mineros e inclusive se previó un contingente de la prensa que habría de marchar junto al de los bancos, pero fue magro y desorganizado. Los grupos fueron entonces ordenados por su actividad económica característica: comercio, banca, agricultura, industria y minería. El Comité logró el consenso y desde el día 28 de agosto anticipó a los habitantes —temporales o permanentes— la estructura de su marcha. Abría y cerraba el desfile un grupo de gendarmes, uniformados que tal vez fungían como refuerzo a la representación usualmente militar, aunque también vinculaban a la fuerza pública con las empresas privadas convocadas aquel día. Cada uno de los cinco contingentes era anunciado con bandas de música tras la cual aparecía el carro principal del grupo, detrás los grupos de delegados, los más destacados en vehículos y el resto a pie y finalmente algunos carros alegóricos financiados por casas específicas.

Aquel día los carros alegóricos fueron de dos tipos: los que aglutinaban a la rama económica, financiados y decididos desde el Comité Nacional del Comercio y los elaborados y financiados para representar a determinada casa comercial. De los primeros ha quedado huella en crónicas y fotografías, mientras que de los segundos solamente se cuenta con algunas imágenes y descripciones.

El domingo cuatro de septiembre, los convocantes previeron una asistencia nutrida e intentaron multiplicar la vista al ampliar su recorrido. Hasta aquel día, los desfiles ingresaban a la plaza por avenida Juárez y San Francisco para pasar frente a Palacio, después Catedral y salir por la calle de Tacuba. El desfile del Comercio aumentó el recorrido pues planeó su inicio en la glorieta de El Caballito para seguir por Juárez y San Francisco; al ingresar al Zócalo doblaba por Empedradillo para pasar frente a Catedral, Palacio y el Ayuntamiento y salir por 16 de Septiembre hasta San Juan de Letrán. Un segundo ingreso al centro se realizaba al continuar hasta 5 de Mayo, al arribar a Empedradillo doblaba a la izquierda para marchar por Tacuba hasta Hombres Ilustres; era esta calle del costado norte de la Alameda en donde se disolvían los contingentes.

La incorporación de los contingentes se realizaría desde Bucareli, avenida del Palacio Legislativo, Rosales y Paseo de la Reforma. Con ello se buscaba que la marcha fuera constante. Con antelación publicaron el recorrido, los espectadores podían optar por alguna de las 44 calles que recorrerían los contingentes; catorce calles más de las transitadas los días 15 y 16 de aquel mes. El Comité también invitó a los comerciantes

y particulares para asistir provistos de "flores y serpentinas con el objeto de que haya una especie de combate floral durante el trayecto, para lo cual igualmente agradeceremos a los comerciantes, industriales y agricultores que envíen sus delegados a figurar en el desfile, los manden provistos de flores para corresponder al citado combate". (*El País*, 1910c, p. 2.).

La certeza en el éxito del desfile llevó a los directivos del Comité a anunciar una *kermesse* o *garden party*, antes llamada *jamaica*, que iniciaría por la tarde en los jardines del café de Chapultepec y por la noche a un baile en el salón principal del establecimiento. En ambos casos el acceso era restringido pues el ingreso estaría controlado por el reparto de invitaciones (*El Imparcial*, 1910a, p. 3), aunque la asistencia a esta celebración fue abierta a todos los trabajadores de las empresas que participaron en el Comité Nacional del Comercio. En aquel descanso dominical los vendedores, obreros y empleados con sus familias acudieron en multitud a la *kermesse* en un bosque que entonces era paseo elitista y no visita popular. La lluvia vespertina —usual en septiembre—, aglomeró a los asistentes en los salones del café Chapultepec, por lo que al parecer el baile se canceló. *El País* narra que cuando la tarde caía y se acercaba la hora del baile, se llamó a la policía para obligar a desalojar el salón: "Fue tal la confusión, tantas las protestas y tal el poco orden que reinó en aquellos momentos, que fue imposible pensar siquiera en organizar el baile." Aunque el comentario de *Le Courier du Mexique* era optimista al evaluar que la afluencia fue tan grande que en el salón era imposible circular, y menos bailar, pero no se lamentaba ningún desorden serio. (*El País,* 1910b, p. 2; *Le Courier du Mexique*, 1910, p. 2). El ánimo de celebración que inició en la mañana prosiguió por la tarde y noche, aunque no se respetó el tono que deseaba el Comité del Comercio y el baile exclusivo que debía ser corolario del Día del Comercio, fracasó.

De regreso al desfile matutino, la antelación del anuncio del acontecimiento en prensa y la difusión entre las casas comerciales, bancarias e industriales capitalinas, provocó una nutrida asistencia que desde las nueve de la mañana llegó al centro y hacia las once, en que arrancó la vanguardia de gendarmes: "era ya una muchedumbre compacta que llenaba las aceras, los balcones, las azoteas y el frente de la Catedral y de los Palacios Nacional y del Ayuntamiento." (*El Imparcial*, 1910d, p. 1). Los convocantes tenían una amplia multitud de espectadores que, en la heterogénea composición, garantizaba la escucha y visibilidad de los mensajes. Las ramas económicas serían conocidas, pero a pesar de la escasa participación de empresas particulares, el desfile servía de escaparate para demostrar la bonanza e importancia de las casas asistentes. Si al número de citadinos y visitantes que acudieron se añaden los lectores de la prensa periódica que reseñó el evento, y la comunicación a partir de la plática familiar y amistosa sobre este, es posible valorar al desfile como el primer acontecimiento publicitario colectivo de carácter nacional. Los participantes se volvían anunciantes que volcaban su mensaje promocional entre los asistentes a las celebraciones patrias que fueron cívicas, pero

sobre todo festivas.[18] La ciudad fue paseo y el desfile espectáculo publicitario. De su éxito da cuenta que los cinco carros de las ramas económicas fueran convocados a desfilar de nuevo el día 15, dedicado al despliegue teatralizado de pasajes históricos; aquella mañana cerraron el evento estos carros alegóricos y se ratificaba el presente y futuro del país asentado en las bases económicas que ahí se expresaban. A continuación, es necesario revisar los contenidos y mensajes que los carros alegóricos portaban.

Los carros alegóricos oficiales

No se ha conservado crónica puntual de la alternancia entre los carros realizados por el Comité del Comercio —a los que llamaré oficiales— y los de las empresas específicas. Abordaré primero a los de las ramas, con la mención previa que el carro del Comercio que debía abrir el desfile sufrió un accidente en las cercanías de la plazuela de la Lagunilla y fue incorporado al desfile hasta el día 15 de septiembre.[19] Tras la vanguardia de gendarmes y la banda de música aparecía el carro del Comercio.

Para editar el *Álbum Oficial del Comercio* los carros fueron fotografiados antes de iniciar el desfile y algunos personajes no son apreciados pues aún no se habían colocado en él; por lo que para la descripción uso también la referencia de la crónica periodística.

El carro del Comercio (Figura 1) tenía como motivo central al dios romano Mercurio en un símil de bronce, en su "clásica actitud" marcha sobre el globo terráqueo. Al frente de esta representación una mujer simbolizaba a la América —despojada de las plumas que le eran características en la pintura — la cual protegía a un par de naturales que de acuerdo a la prensa estaban ataviados como comanche uno y como kikapú el otro. Eran ellos expresión de la mexicanidad, en una escasa presencia indígena que destacaba el gesto paternalista que debía redimirlos. Seis leones menguaban su fiereza al portar guirnaldas de flores entre sus fauces poderosas. Todo ello sobre una base elevada que dejaba espacio al frente para una alegoría de cuatro mujeres que

[18] Tal vez el antecedente de publicidad masiva fue la elevación del globo dirigible de la fábrica de cigarrillos El Buen Tono en los años de 1906 y 1907. Al respecto puede verse Hellion, (2012, cap. 3) en donde hago recuento de aquellas ascensiones y su proyección en la ciudad de México.

[19] La crónica periodística lo reseñó, pero el *Álbum Oficial del Comercio. Primer Centenario de la Independencia de México, 1810-1910*, editado por el Comité omitió hacer referencia al percance, así como de otro sufrido por el carro de El Palacio de Hierro.



Figura 1. *Carro del Comercio* en *Álbum Oficial del Comercio.*

representaban a Europa, Asia, África y Oceanía, motivo presente en la pintura.[20] No es posible identificar las banderas que ornaban los costados y la crónica omitió su descripción, aunque es probable que al menos se incluyeran las de aquellas casas comerciales, cuyos propietarios eran extranjeros: Francia, Alemania, España, Italia, Suiza y Estados Unidos. La ornamentación de ruedas, base y amplio pedestal evocaba la interpretación europea y cortesana del conjunto que extendía sus raíces al pasado de la Roma clásica y callaba al prehispánico.

[20] En la plástica se representaron las cuatro partes del mundo con mujeres de atavíos y atributos diferenciados, las que se identificaban como Europa, Asia, África y América. El océano Pacífico se mantuvo todavía durante el siglo XIX como una región en constante exploración y ocupación diversa por las potencias mundiales. La representación en este carro de las partes del mundo le incluye, aunque las alegorías no respetaron los símbolos usuales en el arte. Véase (Hall, 2003, p. 196).



Figura 2. *Carro de la Banca* en *Álbum del Comercio*, 1910.

El segundo carro fue el de la Banca o los Bancos (Figura 2) pues de ambas maneras fue denominado. De nuevo la ornamentación estilo renacentista cubría por completo la plataforma, cuyos vértices eran custodiados por leones. El motivo central era una rotonda de ocho columnas y un capitel coronado por un león; en al menos un costado se identificaba un pendón con el águila mexicana como motivo patrio. A decir de la crónica, las columnas representaban la unión y los leones la fuerza: "La unión hace la fuerza". En su interior aparecía una mujer quien derramaba su cornucopia de onzas de oro y pesos del Centenario, era la diosa Fortuna esparciendo sus abundantes dones. Otras mujeres en túnicas de añoranza romana portaban los gallardetes con los nombres de los principales bancos de la capital. Tanto los palafreneros como los caballos fueron engalanados, las bestias con largas gualdrapas y sus conductores con sombrero de tres picos, botas altas, levita y al parecer pelucas de tono claro.

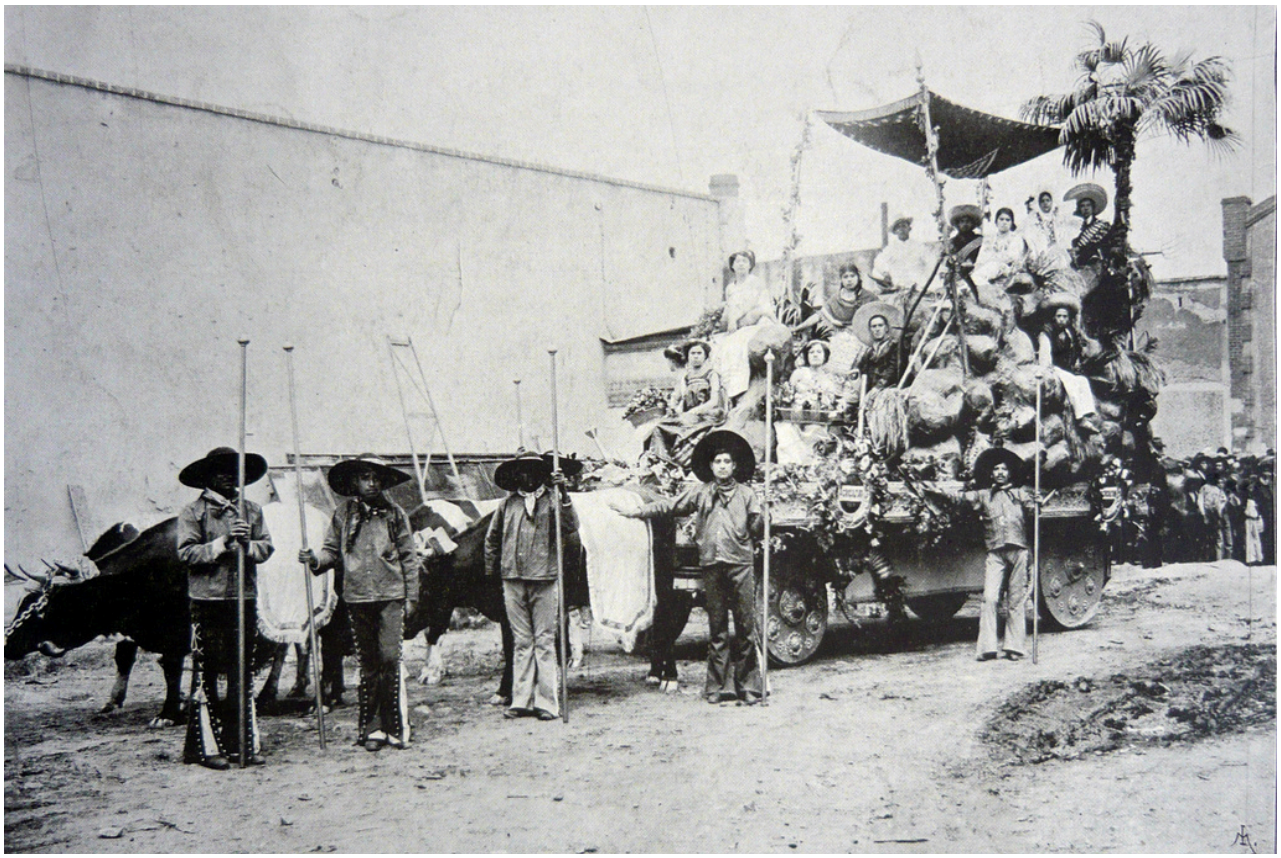


Figura 3. *Carro de la Agricultura* en *Álbum Oficial del Comercio*.

El tercer carro fue el de la Agricultura (Figura 3). Cuatro mujeres al frente representaron las deidades romanas asociadas a la agricultura: Ceres, Pomona, Flora y la última con discordancia en las crónicas era la Abundancia, la Agricultura o la Fauna. Tras de ellas se elevaba una montaña que simulaba la tierra labrada, por los aperos incluidos: palas, azadas, rastrillos, hoces. La tierra trabajada por los hombres y mujeres que buscaban reunir en la montaña la diversidad de la población campirana: charros, mestizos y tehuana, están entre los distinguibles. Eran los productores resguardados por un toldo hecho con un mexicano sarape de Saltillo con cuatro lanzas doradas. Era el único carro conducido por un tronco de bueyes con gualdrapas verdes, como dijo *El País* eran los: "caballeros de la orden la alfalfa". Y los palafreneros no eran de vida cortesana, sino labriegos de ancho sombrero y pantalón chinaco.

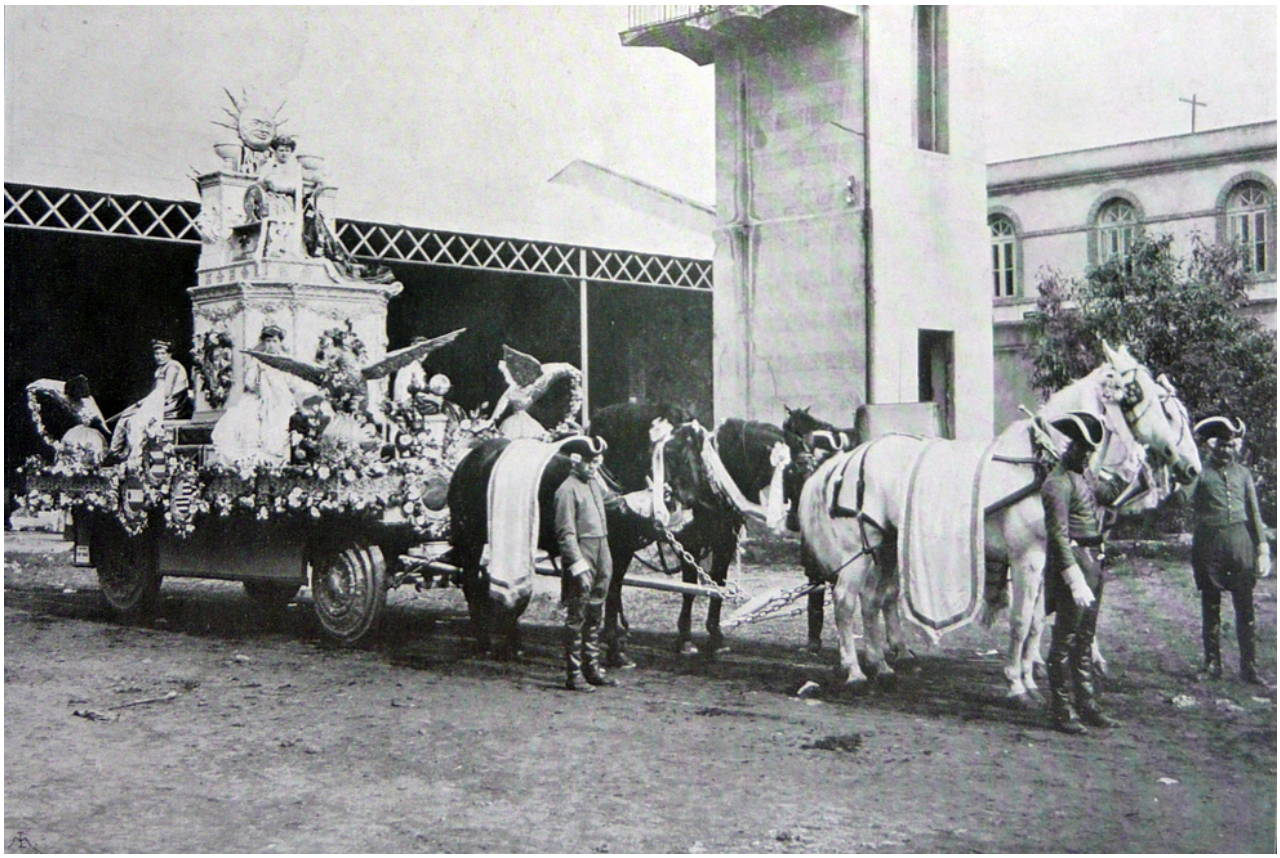


Figura 4. *Carro de la Industria, Álbum Oficial del Comercio.*

El cuarto carro se distanciaba de la tierra al representar la transformación industrial (Figura 4). La plataforma ornamentada con guirnaldas de flores y en sus cuatro vértices águilas posadas sobre globos —tal vez terráqueos— sostenían entre sus picos las guías; cada una acompañada de una joven, representaba la Ciencia, el Trabajo, la Exactitud y la Fuerza o bien Bellas Artes, Ingeniería, Química y Física.[21]

En la parte central un pedestal se elevó para hacer trono a la Industria que, al igual que la alegoría de Goya, se representa no con la maquinaria moderna, sino con la artesanal rueca;[22] un sol radiante y de gesto adusto corona al trono. El tronco de cuatro corceles es conducido por palafreneros de altas botas y sombrero de tres picos.

[21] Es posible que la primera opción fuese la alegoría buscada pues fue asentada en el Álbum Oficial del Comercio.

[22] La Alegoría de la Industria de Francisco de Goya, cuadro que se resguarda en el Museo del Prado, puede consultarse en http://es.wikipedia.org/wiki/Alegor%C3%ADa_de_la_Industria, pero no está disponible actualmente en su galería virtual.

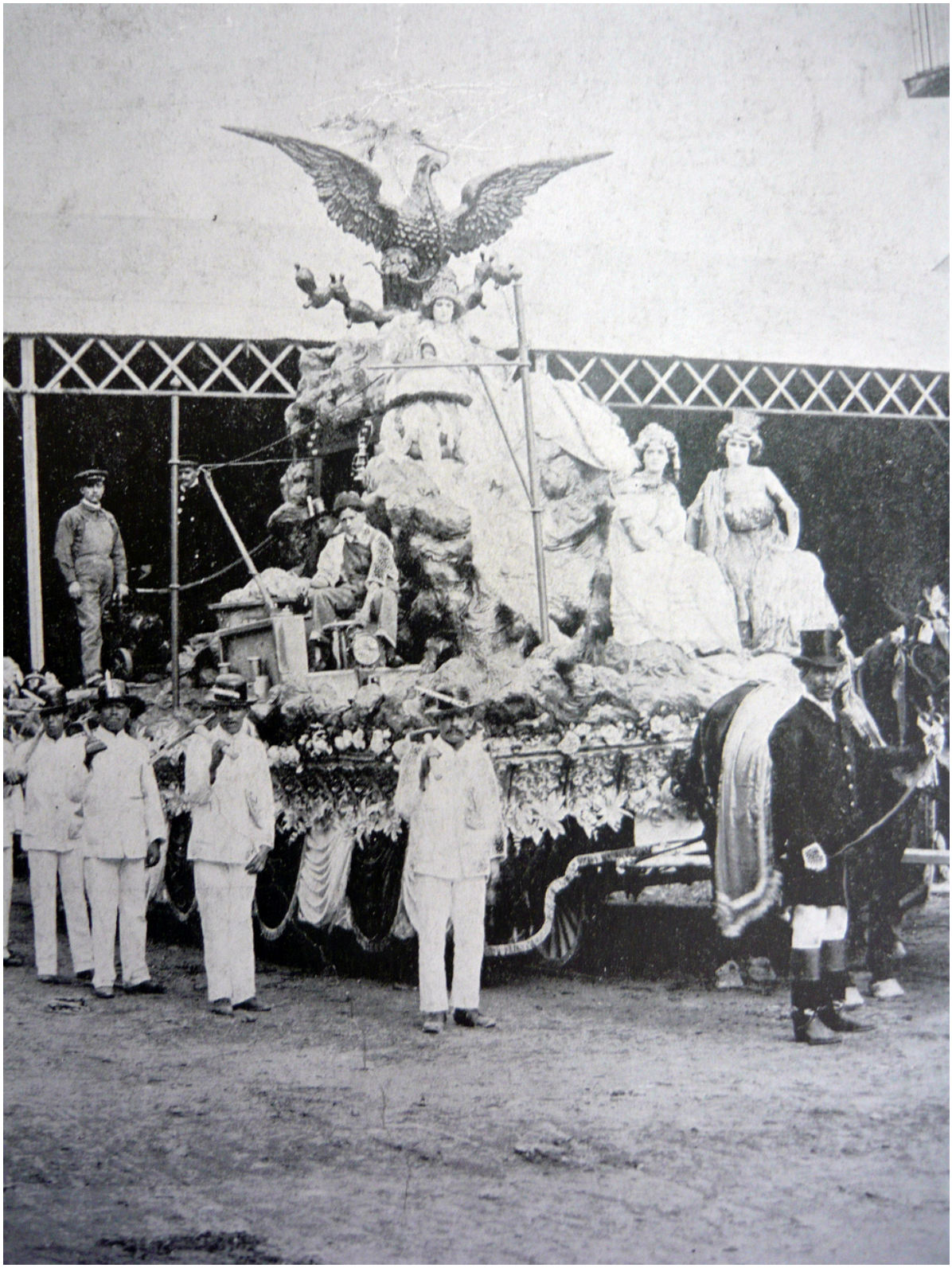


Figura 5. *Carro de la Minería, Álbum del Comercio.*



Figura 6. *Carro de la Minería*, *Secretaría de Cultura. INAH. CNMH/Fototeca Constantino Reyes Valerio. MEX. Reproducción Autorizada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia.*

El carro de la Minería fue el último en incorporarse a la marcha (Figuras 5 y 6). De los costados de la plataforma se sostenían telas tricolores plisadas y terminadas con galones dorados. Al frente dos "matronas romanas" aunque no deidades, representaban los metales preciosos: oro y plata. Tras ellas una montaña se elevaba y en dos flancos se abrían tiros que contrastaban formas de transporte del mineral desde los socavones: una a lomo de hombres y otra en un carro de vapor. En la parte posterior, la modernización y contraste se reafirmaba con un taladro movido por energía eléctrica. En la cúspide de la montaña el águila mexicana de amplias dimensiones era el motivo más alto a cuyos pies una joven lucía atavíos en colores que simulaban oro y plata, con aderezos de piedras preciosas; era la encarnación de la minería. A su diestra un globo terráqueo se abría para dejar libre una cascada por la que fluían los minerales líquidos. En este caso el carro además de los corceles enjaezados y los elegantes palafreneros de chistera era flanqueado por mineros que llevaban pico al

hombro y un sombrero de ala ancha que permitía portar una vela para alumbrarse en los socavones. La alegoría, por la crónica del *Álbum Oficial del Comercio*, era del pasado y el presente de la minería nacional.

Hasta aquí las representaciones de los carros oficiales, con múltiples posibilidades de interpretación. Una alternativa para ello es fijarnos en los fragmentos de algunos para detectar las repeticiones en los motivos; ello permite acercarnos a los códigos compartidos de esta época.[23] En los cinco casos aparecen deidades romanas o al menos atavíos y decoraciones que establecen una notoria referencia con la cultura clásica. Ya fuese en la incorporación directa de dioses como Mercurio (Figura 1), Ceres, Pomona y Flora (Figura 3) en el caso de los carros del Comercio y la Agricultura, o bien en las evocaciones por la ornamentación neoclásica de columnas (Figuras 2 a 5) y plataforma o bien en la indumentaria en túnicas de las que la prensa llamó "matronas romanas". Los carros establecían su antigüedad y raigambre en esta cultura clásica que desde finales del siglo XVIII había influenciado a la arquitectura y decoración. En los carros alegóricos se mantuvieron estas reminiscencias que producían identificaciones discordantes en la prensa y más debieron ocasionar entre los espectadores del desfile del día del Comercio.

Sin embargo, la certeza se mantenía en la representación de evocaciones de la antigüedad europea. Las alegorías clásicas podían reunirse sin importar la ambigüedad de las interpretaciones de su lectura, como una afirmación de universalidad a los grupos reunidos. Las reminiscencias clásicas perdían su historicidad para ser empleadas como alegorías de la trascendencia de los promotores del presente mexicano. La universalidad de estas representaciones transmitía autoridad y prestigio a los carros oficiales del comercio. La solidez del presente en el desfile se afianzaba al anclarse en el pasado clásico. El futuro de estos empresarios sintetizados en los cinco carros oficiales se mostraba promisorio al ser vinculado con las representaciones universales.

En los cinco carros alegóricos aparecieron mujeres, ya se tratase de las atractivas jóvenes seleccionadas para representar a la plata y oro del carro de la minería (Figura 5), ya de las ataviadas en túnicas romanas que podían permitirse desde su mitológica referencia, la libertad de aparecer con los brazos al aire o en transparentes telas (Figuras. 2 y 4).[24] Otras mujeres remitían a la caracterización de la población mexicana, como en el carro de la Agricultura (Figura 3). En el del Comercio la incorporación femenina no buscaba más que la referencia a los continentes que eran alcanzados por el dios Mercurio, por lo que la atracción desplegada ante los asistentes remitía a la diversidad en los atuendos (Figura 1).

[23] Con respecto a la historicidad de los códigos visuales y su representación, véase (Baxandall, 2000, pp. 45-66).

[24] La transparencia de las túnicas se refirió en (*El País*, 1910a, p. 1).

Las mujeres estaban sobre los carros, se incorporaban a las breves ambientaciones para atraer las miradas. Eran parte de los cuadros en movimiento donde, en general, sobresalían por los atuendos inusuales que daban color a las referencias escultóricas clásicas que proliferaron en la arquitectura de la época. Todas eran jóvenes, lejanas a los espectadores, aun las del carro de la Agricultura que llevaban atuendos regionales, eran ajenas a los espectadores citadinos. Mujeres custodiadas y conducidas, incorporadas a cuadros estáticos en significado. Jóvenes en movimiento sobre alegorías orgullosas de su distinción. En los carros de la Minería y la Banca, la belleza de las jóvenes se acentuó con los atuendos y por su colocación elevada en el carro, que permitía a los espectadores contemplarlas desde la banqueta. El más diverso en cantidad y variedad fue el de la agricultura, donde la mujer —aquí sí mexicana— se funde con los hombres para sintetizar a la variada población nacional. El juego alegórico con la mujer bella también se refuerza en la asociación que trasciende lo nacional para mostrarse en la igualdad de la universalidad clásica.

Salvo el carro alegórico de la Industria, los cuatro restantes echaron mano de la identificación nacional en diversa gradación. El de la Agricultura (Figura 3) fue el que adoptó como motivo central a la actividad nacional, la cual estaba bendecida por las deidades romanas, pero era particular por los frutos y la población de diversas regiones, hasta el palio era un mexicanísimo sarape de Saltillo. Fue en este carro en donde se decidió que los corceles se sustituyeran por bueyes y los palafreneros lucieran ataviados como chinacos. El único elemento que no era local eran las deidades romanas representadas. Tras este excepcional carro, tal vez impulsado por el italiano Dante Cusi —quien ocupaba un papel destacado en el Comité del Comercio—[25], los carros de la Banca, la Industria y la Minería optaron por remitir la mexicanidad a las insignias patrias, ya fuese con el águila o con el lábaro oficial (Figuras 2, 4 y 5). Solamente el carro del Comercio optó por una selección de kikapús y comanches como grupos sujetos a la América que debía civilizar y proteger a estas minorías que todavía en el siglo XIX habían sido sometidas por las armas (Figura 1). México tenía la raigambre del trabajador agrícola, pero sobre todo la expresión de una patria que por medio del águila omitía la descripción de la diversidad. Para la explotación agropecuaria, la condición del territorio determinaba el tipo de productos y las calidades y esfuerzos necesarios en el trabajo. En el carro de la Agricultura se atendía a la representación de la variedad, es aquí en donde con mayor claridad se observa el problema de representación del Comité del Comercio. Los motivos debían ser incluyentes para que los muy diferentes productores fueran activos donantes en la demostración pública en la capital nacional. El orgullo de estos productores no podía omitir a los trabajadores,

[25] El listado de los miembros del Comité Nacional del Comercio aparece en el citado *Álbum Oficial del Comercio*.

eran ellos quienes de manera más nítida demostraban la diversidad. En el resto, la síntesis de mexicanidad acudió a obviar las diferencias para congregar la identificación en los símbolos patrios. La nación mexicana se sintetizaba en el águila azteca convertida en orgullosa representante de todas las regiones y actividades económicas.

Con excepción del carro de la Agricultura, en los restantes se incorporaron elementos que pueden tildarse, por su apariencia, como servidumbre de cortes reales o de casas aristocráticas (Figuras 1, 2, 4, 5 y 6). Los palafreneros, a cargo de los troncos, se atavían con sombreros de tres picos o de copa, guantes, levita, botas y hasta peluca de tonos claros. El uniforme de los palafreneros es provisto por los propietarios, la distinción y elegancia del atuendo remite a la posición económica de quien les contrata. En estos casos la apariencia de los empleados se sostiene para asegurar la riqueza y relevancia de las ramas representadas. A tal punto destacan que incluso parecen anacrónicas representaciones de regímenes reales que paradójicamente se convocan para la celebración del primer centenario de la República Mexicana.

En una conmemoración histórica, son el presente y el futuro los que están visibles en el desfile. La modernidad anhelada para México se evoca como presente alcanzado por las ramas económicas en tres carros, con excepción de los de la Banca y la Agricultura. En los del Comercio (Figura 1) y la Industria (Figura 4), el énfasis fue colocado en la incorporación de las banderas para identificar a naciones extranjeras. México se encontraba ya en posibilidad de atraer la atención de las naciones extranjeras, la competencia buscada en las exposiciones universales de la segunda mitad del siglo XIX, se traslucía en una inversión extranjera, la cual era orgullosamente mostrada en los lábaros de otras patrias.[26]

Durante el porfiriato, la modernización alcanzó a la producción económica que tuvo como transporte al ferrocarril, pero que en la práctica se tradujo en una mecanización de los procesos de trabajo con maquinaria en su mayor parte importada. México se encontraba ya en igualdad de condiciones con países industrializados. En el carro de la minería, esta suerte de incipiente internacionalización de la economía, se pasa a una muy precisa demostración de la mecanización e incorporación de energía eléctrica que en la época eran garantía de la transformación económica anhelada (Figuras 5 y 6). El contraste entre el pasado y el presente del transporte no solamente refrendaba la simpatía con las transformaciones mecánicas, sino que conocía y explotaba la curiosidad de la población hacia la maquinaria inusual por novedosa.[27]

[26] Respecto de las exposiciones puede leerse Walter, B. (2005). *Libro de los pasajes*. Ediciones Akal. En el caso de la participación mexicana en estas exposiciones, véase Tenorio, M. (1998). *Artilugio de la nación moderna. México en las exposiciones universales, 1880-1930*. Fondo de Cultura Económica.

[27] Véase Hellion, (2011, cap. 3), sobre la atracción de los procesos de trabajo, lo que en la época de las fiestas del centenario llevó a las fábricas El Buen Tono de cigarrillos y Excélsior de calzado, a promover la visita a sus instalaciones en horarios establecidos.

Si hasta aquí podemos detectar estas coincidencias, hubo también la discordancia, pues en el carro de la Banca se hizo una puntual representación de cada uno de los ocho bancos más importantes de la ciudad capital. Con ello se rompía la pretensión del Comité Nacional del Comercio por enarbolarse como representante de las ramas económicas con independencia de su ubicación y referente preciso. Para ello estaban los carros alegóricos de cada establecimiento, en donde el Comité dejaba en libertad para la selección de motivos y en donde la identificación de los patrocinadores podía ser nítida.

Los carros de las casas

La pertenencia al Comité y lo que podríamos considerar una perspectiva empresarial que hacía sus pininos para congregarse en una organización —aunque fuese de manera temporal— supondría que algunos elementos se repetirían. Así que de manera similar haré un acercamiento descriptivo a cinco de los carros que han sido conservados en imagen fotográfica y que fueron reseñados por las crónicas periodísticas.

El Cognac Gautier (Figura 7) arregló un carro en donde se ambientaba una taberna francesa —por los mosqueteros y el gallo que representa a esa nacionalidad— con aire de antigüedad previa al surgimiento de la república gala. Al fondo un muro simula un arco con una ventana y en el suelo un enorme barril tiene estampado el nombre de la bebida. Una mujer está de pie junto al formidable gallo que refuerza el símbolo de la identidad gala, lleva un canasto con flores que lanza a los espectadores. En torno a la mesa mosqueteros y taberneras comparten si no el pan, al menos la copa del cognac. El carro es trasladado por cuatro caballos que tienen por palafreneros a otros tantos mosqueteros con sombreros rematados en plumas.

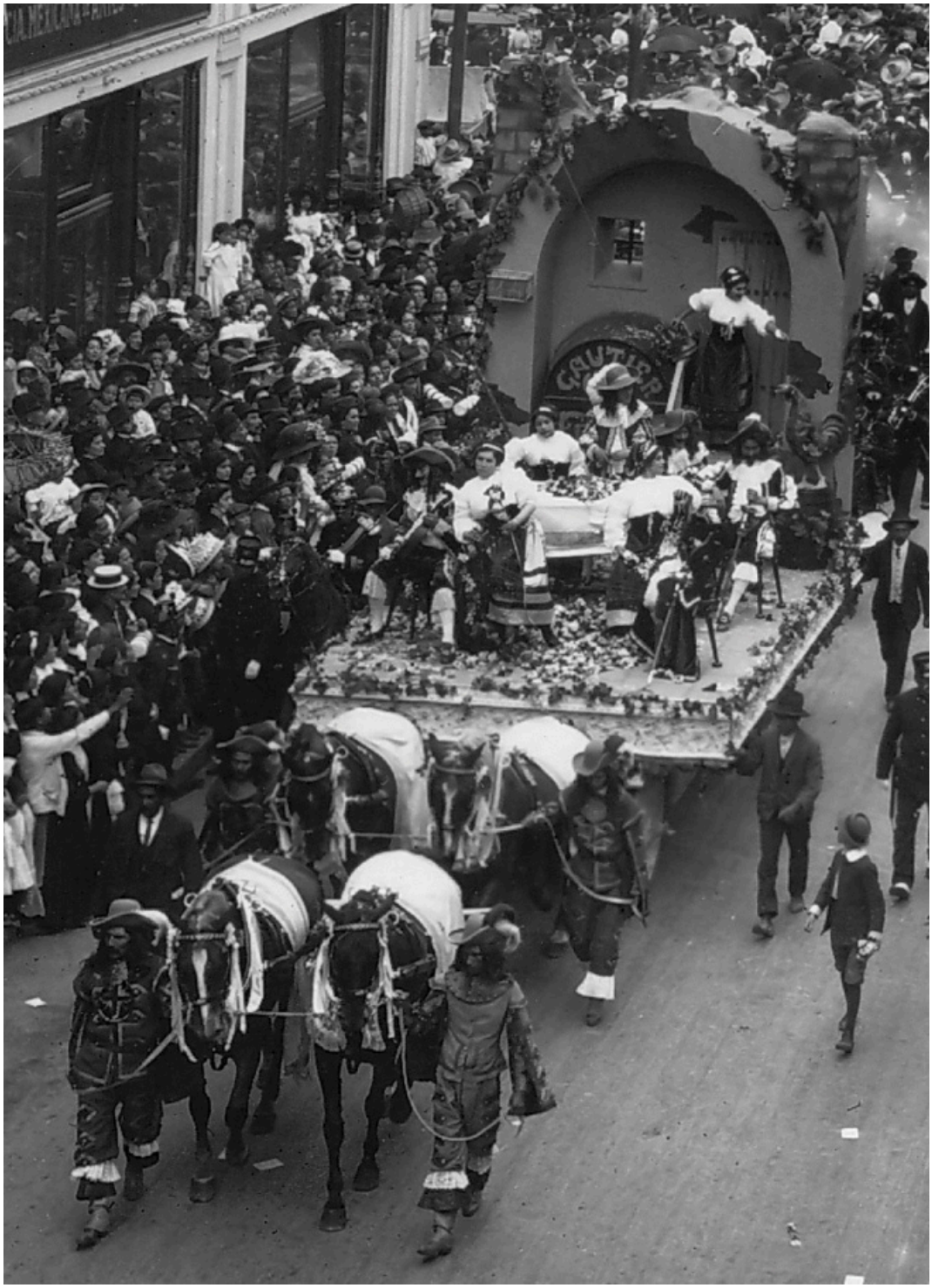


Figura 7. *Carro del Cognac Gautier*, *Secretaría de Cultura. INAH. CNMH/Fototeca Constantino Reyes Valerio. MEX. Reproducción Autorizada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia.*



Figura 8. *Carro de la Cervecería Toluca y México*, *Secretaría de Cultura. INAH. CNMH/Fototeca Constantino Reyes Valerio. MEX. Reproducción Autorizada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia.*

La Compañía Cervecera de Toluca y México, S.A. (Figuras 8 y 9) presentó un carruaje cuya plataforma estaba ornada con lienzos y las banderas mexicana, francesa, alemana y estadounidense, además de guirnaldas florales. Este carro contaba con palafreneros de sombrero de tres picos y peluca blanca, además de un conductor con el mismo atavío. Detrás de éste aparecía el busto de Miguel Hidalgo, el cual era acompañado por una mujer —la Patria— quien le ceñía una corona de laureles. Esta escena era cubierta con un palio de tela en un solo tono, al frente se sostenía por dos lanzas y en la parte posterior se sujetaba con lo que puede señalarse como el segundo cuerpo de representación. Se trataba de cuatro enormes botellas de cerveza de las marcas Pilsner, Toluca Extra, Victoria y Lager Especial; servían de columnas para resguardar tanto a la Patria y su héroe como a la parte posterior, que era una suerte de kiosco desde el cual cuatro "ninfas" lanzaban flores a los espectadores, como invitación al combate. El basamento de las columnas-botellas se aprovechaba para colocar la representación del



Figura 9. *Carro de la Cervecería Toluca y México*, en *Álbum del Comercio.*

rey Gambrinus, personaje legendario creador de la cerveza y que en México era también una marca de la fábrica. Los barandales que protegían a las jóvenes eran enormes botellas de la bebida. El segundo cuerpo del carro estaba cubierto con un techo en cuyo frente se colocó un relieve del águila mexicana.



Figura 10. *Centro Mercantil*, en *Álbum Oficial del Comercio.*

Dos fueron los comercios conocidos como grandes almacenes que enviaron carros alegóricos y que fueron capturados en imagen fotográfica. El Centro Mercantil (Figura 10) presentó un carro cuya plataforma fue cubierta por bastidores de telas tensadas en colores lila y dorado, la ornamentación se completó con guirnaldas florales. Al frente del carro el busto de Miguel Hidalgo aparecía como insignia, acompañado por una mujer que representaba la Victoria, a su derecha el de Benito Juárez con una mujer que portaba balanzas y espada como alegoría de la Justicia y al flanco izquierdo estaba el busto de Porfirio Díaz, al que una mujer imponía la corona de olivo como señal de la Paz. Detrás de la trilogía de héroes seleccionados, el águila mexicana de enormes dimensiones resguardaba la escena. Detrás de ella y sobre una base que elevaba la figura, otra mujer representaba a la Patria con los colores nacionales. Esta alegoría de los héroes muertos y vivos optó por palafreneros de cortesana peluca blanquecina y sombrero de tres picos.



Figura 11. *Carro de El Palacio de Hierro, Secretaría de Cultura. INAH. CNMH/Fototeca Constantino Reyes Valerio. MEX. Reproducción Autorizada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia.*

El Palacio de Hierro (Figura 11) decidió anunciar el carro con heraldos que en la vanguardia pregonaban el nombre y fama del establecimiento, algunos portaban gallardetes con gorro frigio sobre rayos solares, alusión republicana que era portada por mensajeros ataviados como pajes reales. También formaba la avanzada un jinete vestido como rey de armas "de la época medioeval [sic], con su cumplida coraza". (*El Imparcial*, 1910e, p. 6). Los flancos del carro estaban revestidos por cortinajes y guirnaldas de flores que dejaban libre el nombre del establecimiento. El conjunto parecía un "balcón arrancado de alguna galante fachada de aquel castillo de Luis XV". (*El Imparcial*, 1910e, p. 6). Sobre la plataforma cuatro jóvenes, para algunos encarnaban hadas, eran testigos sedentes del motivo central y más elevado. Como fondo el sol radiante con el gorro frigio al centro enmarcaba a una representación cuya descomunal talla era cercana a los dos metros de altura, se trataba de la Patria con los brazos abiertos, quien rompía las cadenas del gobierno virreinal para simbolizar la Independencia. La



Figura 12. *Carro de El Buen Tono, Secretaría de Cultura. INAH. CNMH/Fototeca Constantino Reyes Valerio. MEX. Reproducción Autorizada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia.*

magnitud de la escultura central fue tan desproporcionada que se desprendió del conjunto al chocar con los primeros alambres eléctricos; solamente queda noticia de ella en la reseña de El Imparcial. Además de los palafreneros cortesanos, el séquito se completaba con coches repartidores de la casa decorados con flores y las banderas mexicana y francesa.

La fábrica de cigarrillos El Buen Tono (Figura 12), que en aquel año monopolizaba más del 50% de la producción nacional, envió un carro de gran altura que era llevado por seis corceles e igual número de palafreneros; éstos de nueva cuenta portaban peluca blanca y atavío cortesano. patrias.[28]

[28] Véase con respecto a la producción económica de esta industria Hellion, (2008b). Notables progresos. Imagen empresarial en la publicidad de la tabacalera El Buen Tono en la primera década del siglo XX. En Orduña C. y de la Torre Hernández A. (Coord.) Cultura política de los trabajadores (siglos XIX y XX). Prácticas y representaciones. Trabajo y lucha de clases. UNAM.

El carro se elevaba en cinco niveles, como una gradería nómada que trasladaba a cuatro parejas de jóvenes cortesanas al servicio de quien ocupaba la parte más elevada del carruaje. En una nota que por el panegírico podía ser un remitido de la fábrica, *El Imparcial* narraba que "En lo alto de la carroza iba la reina del Gran Tono elegantemente ataviada y a su lado dos correctos pajecitos." (*El Imparcial*, 1910b, p. 2). En la barandilla dispusieron guirnaldas de flores y alternaban ángeles y querubines en "las actitudes más graciosas". Largos listones unían a la corte con los corceles, como si fuesen ellas y no los palafreneros los conductores del carro.

Los motivos publicitados

En los carros privados, la representación de la propia casa comercial era uno de los elementos narrativos reiterados. Los carros fueron provistos como anuncios excepcionales que serían vistos, admirados, criticados o aclamados a su paso por las calles. En todos los casos, las mujeres fueron componente indispensable; al parecer la figura femenina era no solamente referente de las alegorías clásicas, sino también la seductora imagen que cautivaba a los mosqueteros del cognac o a los espectadores que recibían el combate floral de la cervecería Toluca. A diferencia de los carros oficiales, aquí la mujer era motivo de acción, provocaba a los espectadores para ver y responder; la belleza de las jóvenes no era una lejana imagen de seducción, sino un cuadro aquí animado que estaba al alcance de miradas citadinas, pero que podía recibir los embates de las flores lanzadas desde las calles.

A diferencia de los carros alegóricos oficiales, la representación nacionalista no solamente hizo uso del escudo nacional, sino que empleó los bustos en bronce de los héroes y ratificó al general Díaz dentro de la estirpe de patriotas venerados, dignos de la conmemoración. Las casas comerciales apelaban de manera directa a la memoria visual de los espectadores. Los ineludibles héroes muertos que fueron elegidos alargaban la historia de la Independencia a lo largo del siglo XIX. Mientras que Díaz era convertido en busto heroico que estaba en funciones. Más allá de la exaltación del gobernante, la representación en parangón con los héroes del pasado deja abierta la pregunta de sus implicaciones en la recepción de los espectadores. El presente de los octogenarios políticos se mostraba en los carros con el general Díaz de glorias pasadas. La presencia escultórica de los héroes los convertía en anclaje con el pasado, pero ¿hasta dónde la posibilidad de futuro se eliminaba al petrificarlos en la elevación broncínea del héroe? Ello es tema de investigación que rebasa este trabajo. Para estos carros de las casas comerciales la inclusión de Díaz podía ser un más cercano vínculo con el poder gubernamental, al cual debían mantener en cercanía para el aumento de su beneficio económico.

El parangón con otras naciones se hacía unidad cuando se trataba de la identificación de la nacionalidad de los propietarios de las casas, quienes reunían su bandera con la mexicana. La nacionalidad de los empresarios se mantenía como una benéfica distinción. Servía de garantía a la modernidad de los productos y mercancías, el consumo era avalado por esta procedencia de los propietarios, convertidos en exponentes del ideal de civilización, lo que en el caso de las nacionalidades europeas era afirmado por un extendido imaginario de la supremacía occidental. La nacionalidad también exaltaba la pax porfiriana, reconocida en el ámbito diplomático y durante los festejos también demostrada por la recepción de enviados especiales. Los propietarios de las casas comerciales fueron activos en la relación diplomática y mantuvieron su nacionalidad, la cual también servía como protección ante posibles riesgos que afectaran a su capital. Las relaciones económicas se convertían en arena diplomática en donde la legislación nacional debía ceder a la negociación de repercusiones mayores. Apenas medio siglo mediaba de la intervención francesa y la memoria de ella estaba presente en la representación heroica de Benito Juárez y hasta del mismo presidente Díaz. La imagen de la Patria se unía no a la Independencia como autonomía, sino a la posibilidad y realidad del vínculo económico y a la dependencia con otras nacionalidades.

La representación cortesana se exacerbó en el caso de El Buen Tono, empresa que omitió cualquier referencia nacional para desplegar un anacrónico cuadro cortesano, opuesto a los principios del gobierno republicano tanto en Francia como en México. Las cortes de los Luises estuvieron presentes en todos los carros alegóricos oficiales, con la excepción del dedicado a la Agricultura. La fastuosidad de las fiestas del Centenario, así fuese de la Independencia y surgimiento de una República, era simbolizada por las reminiscencias cortesanas. El lujo aristocrático se mantenía como elemento que confería prestigio aún en la fiesta republicana. Pero también la evocación se convertía en alegoría para aludir a la antigüedad, era un gesto de lujo y a la vez de abolengo, una raigambre en el pasado en busca de prestigio. La aristocracia era síntesis de distinción que, en forma de atuendo de palafrenero, representaba el rango de los propietarios ausentes en los carros. Una élite hecha presente en la riqueza de la ornamentación hasta en los detalles que contribuía al regocijo de las fiestas con la demostración de su poder económico y la cercanía con el político, constatado en la propia participación.

Las alusiones a la gesta independentista en los carros oficiales fueron nulas, ni siquiera aparecieron imágenes de sus héroes. Tal vez el Comité Nacional del Comercio consideró que la simple participación en el desfile del Centenario era referencia suficiente al acontecimiento. Con ello se separaban de la reiteración de los motivos heroicos en un jaloneo por incorporar a las ramas económicas y sus representantes, como cimiento del México moderno que se anhelaba en los inicios del siglo XX. Para ello requerían

no de un anclaje histórico, sino de la ponderación de su papel en el presente y futuro de la nación que llegaba a su primer centenario. La imagen del pasado remitía —salvo el carro de la Agricultura — a una valoración de su actividad tan lejana como la antigüedad clásica. Dioses romanos y no héroes mexicanos les identificaban y conferían prestigio. Mientras que tres carros de casas particulares preferían la referencia explícita a la Patria que se independizaba. En el carro de El Palacio de Hierro que hemos descrito, la magnífica y enorme Patria que con más de dos metros de altura imponía su acción al romper las cadenas que la sometían a la corona española, fue demolida por un solitario y contundente cable eléctrico. La Patria libertaria y centenaria que se conmemoraba fue destruida por el avance de la modernización que electrificaba a la ciudad. De manera involuntaria este accidente se convierte en una alegoría heroica y sólida que es vencida por un delgado y más fuerte cable eléctrico. Esta figura caía ante el embate de la modernización practicada por los miembros del Comité Nacional del Comercio.

Aunque los carros alegóricos participaban en las mismas fiestas del Centenario, los motivos narrativos se diversificaban y se distanciaban de aquellos relatos patrios que desfilarían el día quince de septiembre. La perspectiva de las ramas económicas tampoco funcionaba en un mismo tono; acentos y diferencias corrían entre cada rama, lo que era aún más notable en los carros privados. Los ecos de los combates florales, convocados en varias ciudades durante la primavera, eran más fuertes y coincidentes que los de los desfiles cívicos del 16 de septiembre. Para el Comité del Comercio era prioritario que la representación en los carros oficiales fuera tan abstracta que incluyera a un heterogéneo conjunto de banqueros, mineros, agricultores e industriales. El conjunto de actores reunidos había logrado un día especialmente dedicado a ellos, la demostración pública debía ser de unidad y fuerza. El ordenamiento de los contingentes, el diseño de un recorrido que amplió la posibilidad de verlos, la definición de motivos, la obtención de recursos y la producción de los carros, mostraban una consensuada planeación. El desfile demostraba al grupo como actor nacional de peso relevante en la conmemoración del centenario. La omisión de los nombres de las empresas y empresarios eran muestra de unidad, que solamente se rompió en el carro oficial de los bancos. El ensayo de unidad fue también un matiz que minimizó los símbolos de la gesta independiente para ponderar y exaltar el presente del que eran protagonistas vigorosos. El gobierno del general Díaz convocaba, pero el Comité del Comercio demostraba la fortaleza que tenía sobre el control económico.

La unidad debía también ceder al reconocimiento de empresarios destacados, para quienes la participación en el desfile redundaba en su visualización y pronta identificación.

Cada establecimiento decidió sobre los motivos de sus carros, las variaciones claramente publicitarias buscaban sostener la atención de los espectadores. Ello fue explorado en la invitación al combate floral, en el anhelo por el lujo aristocrático y también en la identificación con casas que provocaron la

conversión de la concentración cívica en lúdico paseo.

Para los empresarios, el desfile fue ocasión para ensayar la unidad y fuerza, pero los motivos repetidos se alejaban de la fiesta centenaria para recuperar la proyección publicitaria. El 4 de septiembre los carros alegóricos se usaron como soporte publicitario que fue visto a ras de banqueta, sobre carruajes, desde balcones y azoteas. Fue ocasión excepcional que cada firma empresarial llevó como autocelebración de sus méritos y prestigio; bajó el tono panegírico de la paxporfiriana, para atrapar las miradas de espectadores que representaban a los potenciales consumidores. Los héroes ausentes de los carros oficiales eran reemplazados por la abstracción de la nación simbolizada en el lábaro patrio y el águila del escudo nacional. La contundencia del argumento publicitario se encontraba en la confirmación de los actores desfilantes como ejemplo de la modernización de una patria que se universalizaba en el progreso económico, aunque este solamente involucrara a la minoría que patrocinó el desfile del 4 de septiembre de 1910. El Día del Comercio la calle fue ganada para convertirse en un día completo de publicidad masiva.

Referencias

Álbum Oficial del Comercio: Primer Centenario de la Independencia de México. 1810-1910. (s.a.). Imprenta de Eusebio Gómez de la Fuente.

Baxandall, M. (2000). *Pintura y vida cotidiana en el renacimiento*. Gustavo Gili.

Benjamin, W. (2005). *Libro de los pasajes*. Ediciones Akal.

Briseño, L. (2008). *Candil de la calle, oscuridad de su casa. La iluminación en la Ciudad de México durante el porfiriato*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores Monterrey, Instituto Mora, Miguel Ángel Porrúa.

Campo, Á. de. (1991). "La semana alegre. Los peligros de 'El grito'". En M. A. Castro (Ed.). *La semana alegre de Tick-Tack*. Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Bibliográficas.

"Cien mil personas presenciaron hoy el desfile histórico". (1910, 15 de septiembre). *El Tiempo*, p. 1.

Cirlot, J. E. (1997). *Diccionario de Símbolos*. Ediciones Siruela.

"Del programa del centenario". (1910a, 3 de septiembre). *El Imparcial,* p. 3.

"El carro alegórico del Buen Tono, S. A. en el desfile de ayer". (1910b, 5 de septiembre). *El Imparcial,* p. 2.

Esparza, M. J. (s.f.). Memoria del centenario: una serie de tarjetas postales sobre la Independencia de México. *Revistes Catalanes amb Accés Obert*. Recuperado de

www.raco.cat/index.php/Millars/article/view/169242/221534(Consulta: 18 de mayo de 2011).

Gadamer, H. G. (2001). *Verdad y Método* (9ª. ed., Vol. I). Ediciones Sígueme.

García, C. G. (2003). *El Periódico El Imparcial. Primer diario moderno de México (1896-1914)*. Centro de Estudios Históricos del Porfiriato A.C.

Génin, A. (1910). *Notes sur le Mexique*. Imprenta Lacaud.

Gombrich, E.H. (2010, enero-abril). Historia de los aniversarios: tiempo, número y signo. *Historias*. INAH, (75), 2-14. https://www.estudioshistoricos.inah.gob.mx/revistaHistorias/wp-content/uploads/historias_75_2-14.pdf

Goya, F. (1804-1806). *Alegoría de la Industria* [Pintura]. Museo del Prado, Madrid, España. https://es.wikipedia.org/wiki/Alegor%C3%ADa_de_la_Industria.

Gurza, F. X. (1913). *Guía de pasajeros a bordo de los tranvías*. Imprenta del Gobierno Federal.

Haber, S. (1992). *Industria y subdesarrollo. La industrialización de México. 1890-1940*. Alianza Editorial.

Hall, J. (2003). *Diccionario de temas y símbolos artísticos* (Vols. 1-2). Alianza Editorial.

Hellion, D. (2008a). *Exposición permanente. Anuncios y anunciantes en El Mundo Ilustrado*. INAH–UAM (Colección Científica; 531).

Hellion, D. (2008b). Notables progresos. Imagen empresarial en la publicidad de la tabacalera El Buen Tono en la primera década del siglo XX. En Orduña C. y de la Torre Hernández A. (Coord.) *Cultura política de los trabajadores (siglos XIX y XX). Prácticas y representaciones. Trabajo y lucha de clases*. UNAM.

Hellion, D. (2012). *Humo y cenizas. Los orígenes de la publicidad cigarrera en la ciudad de México*. INAH.

Herrera, L. (Comp.). (2012). *Antología de la Independencia de México formada de almanaques, años nuevos, calendarios y guías de forasteros. 1822–1910*. INAH.

Herrera, L. (Ed.) (2010). *Calendarios de José Joaquín Fernández de Lizardi. 1824-1825* (Presentación a Edición facsimilar). INAH.

"Hoy será el Gran Desfile de Carros Alegóricos y el Garden Party en Chapultepec". (1910a, 4 de septiembre). El País, p. 1.

"Kermesse de Chapultepec". (1910b, 5 de septiembre). *El País,* p. 2.

Kracauer, S. (2008). *La fotografía y otros ensayos. El ornamento de la masa I*. Gedisa.

"La Fête de Comerce". (1910, 5 de septiembre). *Le Courier du Mexique*, p. 2.

"Los carros alegóricos del 4 de septiembre". (1910c, 28 de agosto). *El País*, p. 2.

McCorquodale, C. (1985). *Historia de la decoración*. Stylos.

"Mil carruajes detenidos durante dos horas cuarenta minutos". (1910c, 6 de septiembre). *El Imparcial*, p. 1.

Montes, T. y Ghigliazza M. E. (2010). *El Museo Nacional. Una mirada a las fiestas del Centenario de*

la Independencia. 1910. INAH.

Ortiz, Á. M. y Duarte, M. del R. (2010). El periodismo a principios del siglo XX (1900-1910). *Revista Pilquen. (12)*, pp. 1-9. Recuperado de https://www.scielo.org.ar/pdf/spilquen/n12/n12a13.pdf

Peñafiel, A. (1889). *Explicación del edificio mexicano para la Exposición Internacional de París en 1889*. Secretaría de Fomento.

Pérez, T. (2005) El uso de las imágenes como documento histórico. Una propuesta metodológica. En G. Hernández (*et. al.*), *Memorias Memorias del simposio Diálogos entre la historia social y la historia cultural.* Escuela Nacional de Antropología e Historia.

"Por las avenidas desfilaron los suntuosos carros alegóricos". (1910d, 5 de septiembre). *El Imparcial,* p. 6.

"Por las principales avenidas desfilaron ayer los suntuosos carros alegóricos". (1910e, 5 de septiembre). *El Imparcial,* p. 1

Ramírez, F. (2008). *Modernización y modernismo en el arte mexicano.* Universidad Nacional Autónoma de México – Instituto de Investigaciones Estéticas.
Romero, J. (1910). *Guía de la ciudad de México y demás municipalidades del Distrito Federal con un plano en colores al final.* Librería Porrúa Hnos.

Tenorio, M. (1998). *Artilugio de la nación moderna. México en las exposiciones universales, 1880-1930.* Fondo de Cultura Económica.

"Vimos pasar ayer una época de historia nacional". (1910f, 16 de septiembre). *El imparcial,* p. 6.

Zárate, V. (2001). El lenguaje de la memoria a través de los monumentos históricos en la Ciudad de México (siglo XIX). *Nuevo Mundo Mundos Nuevos.* (s.p.). https://doi.org/10.4000/nuevomundo.214

Zurián, C. (2010, ene-feb). 1910 y 1921. Los años que fuimos Centenario. Del festejo a la memoria escrita. *Antropología. Boletín oficial del INAH.* INAH, (88), pp. 2-13.