

# Un catálogo de vistas estereoscópicas comercializado por dos casas fotográficas

Silvana Berenice Valencia Pulido\*  
FOTOTECA NACIONAL. INAH

**RESUMEN:** *Las investigaciones sobre fotografía en México suelen enfocarse en la autoría de las imágenes que analizan, que parten de una perspectiva de la Historia del Arte, dirigida a las cualidades estéticas de una obra. Sin embargo, la mayor parte de la producción fotográfica del siglo XIX no se relaciona con los objetivos de la creación artística, de hecho, está conectada con los propósitos comerciales de casas fotográficas, organizadas como empresas mercantiles. Afirmación que se verifica en este trabajo mediante el examen de tres grupos de vistas estereoscópicas sobre México del siglo XIX, los cuales reproducen las mismas imágenes fotográficas, pero presentan diferencias materiales. Se sostiene que estas series tienen como origen un mismo conjunto de tomas realizadas por una única casa fotográfica, pero que fueron comercializadas por diferentes empresas fotográficas, de acuerdo con los fines comerciales de la época.*

**PALABRAS CLAVE:** *fotografía, estereoscopía, vista, empresa, comercio.*

A catalog of stereoscopic views sold by two photographic companies

**ABSTRACT:** *Research on photography in Mexico tends to focus on the authorship of the images they analyze, based on an Art History perspective that studies the aesthetic qualities of a work. However, most of the photographic production of the 19th century is not related to the objectives of artistic creation, their purposes are connected to the commercial determinations of photographic companies organized as commercial enterprises. This affirmation is verified in this work through the examination of three groups of stereoscopic views of Mexico in the 19th century, which reproduce the same photographic images, but present material differences. The present study establishes that different photographic companies sold these series originated from the same*

---

\* [berenice\\_valencia@inah.gob.mx](mailto:berenice_valencia@inah.gob.mx)

*set of shots, taken by a single photographic enterprise, according to the commercial purposes of the time.*

KEYWORDS: *photography, stereoscopy, view, company, trade.*

## INTRODUCCIÓN

En el presente artículo se sostiene que la realización de vistas estereoscópicas en el siglo XIX en México se relaciona con la producción comercial de bienes, no con la obra artística de un fotógrafo-creador. Este planteamiento se fundamenta en que las vistas estereoscópicas mexicanas decimonónicas fueron creadas a partir del interés del sector económicamente privilegiado de la época por conocer el mundo, así que corresponden a la esfera lucrativa, determinada por la oferta y la demanda.

Las relaciones comerciales del siglo XIX, establecidas entre distintos productores de objetos fotográficos, permitían reproducir la misma imagen sin relación con la noción de autoría vinculada con las obras de arte. No obstante, en el ámbito académico, relativo a los estudios de fotografía de dicho siglo en México, la perspectiva dominante corresponde al sistema autor-creación, que ha condicionado gran parte de la investigación para pensar en estos términos.

El presente trabajo tiene como objetivo esclarecer la relación entre un mismo catálogo de vistas estereoscópicas, con la producción comercial de dos diferentes empresas fotográficas. Para ello se consideró el análisis de las evidencias materiales y figurativas de un grupo de estas vistas, resguardado en la Fototeca Nacional del Instituto Nacional de Antropología e Historia (FN-INAH). El corpus documental está conformado por las tarjetas estereoscópicas que en este trabajo se han considerado como un catálogo de vistas y por las series fotográficas denominadas “Vistas fotográficas de la República Mexicana” y “Vistas mexicanas”, éstas últimas fueron comercializadas por Flaviano Munguía y F. Hals respectivamente.<sup>1</sup>

Este texto se propone, desde la perspectiva del estudio de la cultura visual, como un planteamiento fundamentado en la historia social del arte. Asimismo, la investigación se afianza en el paradigma de inferencias indiciales, expuesto por Ginzburg [1994: 138-175], como un modelo epistemo-

<sup>1</sup> Las imágenes de las vistas estereoscópicas que se mencionan dentro de este texto pueden ser consultadas en línea, por medio de su número de inventario (en adelante, No. Inv.), en la Mediateca del INAH. <<https://mediateca.inah.gob.mx/>>.

lógico que explica la forma de generar saberes a partir del conocimiento subjetivo, asentado en el método interpretativo que basa su entender en la percepción y la comprensión de datos, en apariencia, marginales, definido como conocimiento cambiante. Por ello, se ha recurrido a la descripción como instrumento de análisis, relacionado con la interpretación, debido a que dicho proceso dirige la atención hacia las cualidades destacadas que integrarán el argumento de la investigación [Jordanova 2012: 19]. Esta característica de la descripción se corresponde directamente con el uso de la analogía como técnica de estudio, cuyo propósito es identificar las diferencias y las similitudes que son fundamentales para la interpretación [Jordanova 2012: 21].

Los principales conceptos tratados en el presente trabajo son: el espacio discursivo, planteado como el entorno para el cual fueron hechas originalmente las vistas estereoscópicas mexicanas y dentro del cual circularon [Krauss 1985: 146]; la figura como término que identifica a los objetos poseedores de un significado determinado para un sujeto, los cuales pueden ser contrastados con otras figuras pertenecientes al mismo campo y horizonte [Bozal 1987: 20-27]; y la repetición como mecanismo estructural y condición de consumo donde el valor seductor de las obras no reside en su unicidad sino en la actitud de deleite [Calabrese 1989: 44-45].

Este artículo se contrapone a las propuestas de considerar las vistas estereoscópicas del siglo XIX como obras de arte, producto de un fotógrafo-artista-creador.

## 1. LAS VISTAS ESTEREOSCÓPICAS DEL SIGLO XIX EN MÉXICO Y SU ESTUDIO

La realización de vistas fotográficas de diferentes lugares del mundo fue una actividad ampliamente difundida en la segunda mitad del siglo XIX hasta principios del XX, las tarjetas estereoscópicas no fueron la excepción en el auge del consumo de imágenes. Por ello, es posible encontrar diferentes técnicas fotográficas en su elaboración, como albúminas, impresiones de revelado directo (colodiones y gelatinas POP), de revelado químico (gelatina DOP), incluso procesos fotomecánicos, diferentes de los procesos de revelado químico. El atractivo principal de la fotografía estereoscópica reside en el efecto tridimensional que proporcionan dos imágenes bidimensionales, generado al observarlas por medio de un visor estereoscópico.

No se tienen datos precisos sobre el arribo de la fotografía estereoscópica a México, sin embargo, se sabe que, en diciembre de 1853, D. Antonio Ulloa llevó a la ciudad de Zacatecas "las primeras vistas en vidrio hechas en Europa; las cuales, por estar acompañadas por un estereoscopio, hicieron

gran impresión en las personas que las vieron" [*El siglo XIX* 1854: 3]. En 1855, Latapí y Martel anunciaban que tenían a la venta estereoscopios y vistas estereoscópicas en su establecimiento de la segunda calle de Plateros N°2, en la capital del país [*El siglo XIX* 1855: 4]. Y para 1858, Eugenio Latapí ofrecía un curso de fotografía que incluía "pruebas estereoscópicas" [*El siglo XIX* 1858: 4].

La gran demanda de vistas fotográficas de México en el extranjero y en el país se relaciona directamente con las ideas de la época, en especial con la noción de conocimiento científico objetivo y con el interés por el desarrollo industrial. El afán por adquirir este tipo de productos fotográficos convirtió la comercialización de vistas en una actividad muy rentable. Como producto comercial, las vistas intentaban complacer a un público amplio y diverso para quienes el autor no era un elemento preponderante para su consumo; a diferencia del retrato, que busca complacer a un cliente definido, en el caso de las vistas este consumidor se vuelve genérico y más variado [Córdova 2000: 26].

Como consecuencia, la creación de vistas en el siglo XIX requería generar fotografías con un criterio de calidad en el proceso de manufactura que involucra la participación de varias personas, con el objetivo de lograr una amplia comercialización. En este periodo de la tecnología fotográfica, la elaboración de fotografías implicaba la participación de un amplio equipo en las diferentes etapas de su realización, lo cual determinó que los fotógrafos adquieran el esquema de trabajo de la empresa. Usualmente, las compañías fotográficas decimonónicas estaban formadas de un director, quien la administraba y establecía los parámetros creativos; un equipo de fotógrafos, encargados de las tomas, su procesado y de su impresión final; y un grupo de personas encargadas de otras actividades durante el registro *in situ*, como el traslado del equipo [Carreón *et al.* 2013]. En la actualidad sólo se conoce el nombre de quien dirigía la empresa y que, en diversas investigaciones de fotografía, se ha considerado como el fotógrafo creador de las imágenes; esto debido a que la presencia de un nombre en los objetos fotográficos frecuentemente se piensa que es la firma del autor.

Las vistas eran comercializadas como compilaciones de imágenes, generalmente organizadas en entregas coleccionables denominadas series, que son agrupaciones de imágenes asociadas con un tema específico. Cada empresa fotográfica solía promover la venta de sus series en la prensa nacional y en los anuncios publicados dentro de las guías de viaje. Estas compañías le asignaban un título a cada colección e imprimían de forma individual sus vistas para venderlas por separado.

A partir de la revisión de las investigaciones sobre fotografía en México es posible establecer la preponderancia de los trabajos monográficos sobre un fotógrafo en específico; la mayor parte de estas investigaciones se plantean desde un mismo enfoque de la historia del arte. Por ello, en los primeros trabajos sobre fotografía mexicana se intenta hacer, por un lado, un reconocimiento de la evolución de esta práctica asociada a los géneros pictóricos y, por otro, rescatar la biografía de fotógrafos de los que se conoce su producción fotográfica para determinar el carácter de sus obras como huella de su obra artística.<sup>2</sup> De forma generalizada, en estos estudios relativos a la fotografía mexicana se ha observado que los espacios y las actividades capturados en las vistas del país se repiten constantemente. Esta característica de las vistas decimonónicas ha provocado confusiones respecto a la atribución de autorías de ciertas tomas, las cuales sólo basaron su análisis en la imagen y dejaron de lado la materialidad, por lo tanto, la factura característica de cada empresa fotográfica.<sup>3</sup>

En específico, sobre fotografía estereoscópica destaca el texto de Córdova [2000] enfocado en los contextos de circulación que ésta puede tener, aunque el presente estudio tampoco escapa a la práctica de enumerar a los principales exponentes de la técnica, sin llegar a considerarlos como artistas. No obstante, desde los primeros trabajos de historia general de la fotografía en México se menciona este tipo de fotografías sin ahondar en ello [Meyer 1978; Debroise 1994; Casanova 2005]. En estos estudios se difunde la idea de que dichos registros fotográficos fueron realizados exclusivamente por fotógrafos viajeros de otros países, además, suele usarse el término de paisaje para referirse al registro fotográfico del entorno natural, término empleado para designar un género pictórico. Aunque desde 1989 comienza a emplearse el concepto de vistas para designar este tipo de imágenes [Casanova *et al.* 1989], como se conocían en el siglo XIX, suelen continuar las referencias al paisaje.

El interés del presente trabajo se centra en un corpus total de 370 de vistas estereoscópicas sobre México del siglo XIX, el cual se ha dividido en tres grupos que ostentan las mismas imágenes, pero que en un conjunto presentan diferentes particularidades materiales; para su análisis se pro-

<sup>2</sup> Estas investigaciones se relacionan con el planteamiento de Vasari, quien explica la biografía de los artistas con relación a las obras que ejecutaron para definir el estilo característico de cada uno de ellos [Vasari 1550]. Véanse Camacho [2008], Canales [1980], Gutiérrez [2012], Malagón [2012], Massé [1998], Montellano [1994], Negrete [2006].

<sup>3</sup> Sobre el tema de las atribuciones autorales basados en la materialidad de las producciones fotográficas, véanse Carreón y Valencia [2016].

puso el estudio comparativo de estos bienes fotográficos concebidos como objetos imagéticos.<sup>4</sup>

En esta investigación se afianza la perspectiva de la cultura visual que comienza en un área fuera de lo artístico y lo estético, dentro de las experiencias y formas visuales no mediadas o inmediatas a lo que no se presta atención en otras disciplinas. Resulta indispensable, en este enfoque, privilegiar el significado cultural y social de los objetos imagéticos, más allá de su valor artístico; donde la materialidad de las imágenes hace referencia a un tipo de conocimiento comprometido por las actitudes y valores implicados en su producción, de forma que cada objeto imagético contribuye a estructurar el entorno cultural y social donde está localizado. Es necesario señalar que la materia que hace posible la existencia de la imagen expresa diversas formas de producción que conllevan a formas precisas de representar y que dicha representación expresa una forma de ver.

Por lo tanto, en este trabajo se propone que los distintos aspectos que implican la materialidad de la fotografía se deben articular y contextualizar para generar explicaciones a partir de su uso. Como resultado, se plantea un acercamiento distinto a las series de vistas estereoscópicas. Por una parte, se establece el espacio discursivo en que circularon las imágenes a estudiar, ya que de éste se deriva la información que transmite y los términos aplicables a su interpretación por parte de las personas a quienes se dirigió inicialmente [Krauss 1985: 145-163], y por otra, se sustenta el análisis en la noción de figura, propuesto por Bozal para referirse a todos aquellos objetos que poseen un significado y que se articulan con otras figuras [Bozal 1987: 21].

Ambos conceptos, espacio discursivo y figura, están estrechamente relacionados. El término de figura hace alusión a un punto de vista en particular, donde se identifica al objeto como parte de un campo determinado, es decir, que corresponde a una forma específica de entenderlo y valorarlo, un modo diferente de mirar ese objeto. De esta forma, figura y significación implican la posición y la orientación de un sujeto, que no son personales ni arbitrarias debido a que están determinados por su horizonte<sup>5</sup> y por el espacio discursivo. Esta configuración se adquiere consciente e inconscien-

<sup>4</sup> Término utilizado para referirse a cualquier tipo de documento que se caracterice por portar una imagen, que hace énfasis en toda su materialidad, no sólo en su efigie [Aguayo *et al.* 2012: 8].

<sup>5</sup> Para Bozal, el horizonte hace referencia a las convenciones comunes a un grupo social, figuras con las que es posible contrastar o relacionar una figura determinada [Bozal 1987: 28-36].

temente por medio de la percepción cotidiana, que selecciona las cosas y las articula con otras del mismo horizonte en que se colocan.

Las vistas estereoscópicas del siglo XIX no pertenecen al campo de las obras de arte sino a un horizonte de producción a gran escala dentro de las relaciones comerciales de la época; en concreto, las personas que adquirirían este tipo de vistas no apreciaban sus imágenes por sus atributos estéticos, también las poseían en estimación porque significaban para ellos los vínculos culturales, sociales y económicos que tenían, como el gusto y la posibilidad por viajar, el conocimiento de la diversidad mundial y la facultad de invertir en la producción industrial.

En correspondencia con la finalidad comercial de la elaboración de las vistas estereoscópicas en el siglo XIX se ha optado por el uso del concepto de empresa o casa fotográfica, en contraposición a la conceptualización simple del fotógrafo como autor-creador. Previamente se mencionó que la autoría en una vista fotográfica en esta época no dependía sólo de quién realiza la toma, más aún en imágenes que se enfocan hacia una distribución masiva. De la misma manera, se indicó que en la mayoría de los trabajos sobre historia de la fotografía, únicamente se reconoce el nombre de quien dirigía este tipo de empresas como el fotógrafo creador de una determinada obra.

A partir de los intereses comerciales de las compañías fotográficas que producían vistas estereoscópicas, se retoma la categoría de repetición propuesta por Calabrese [1989] para el estudio de los productos culturales derivados de la industria, es decir, desde de la reproductibilidad técnica y estética de las estructuras. Este autor establece el término de repetición con base en los intereses que presentan los consumidores, no los productores o creadores, quienes seleccionan determinados aspectos que se reproducen en diferentes formas [Calabrese 1989: 44-63]. Es pertinente aclarar que el concepto de repetición aplicado en las imágenes analizadas no se relaciona nada más con la noción utilizada en la industrialización como un modo de producción por medio de una matriz única (negativo), lo que coincide con la manera de elaboración de vistas fotográficas, sino también con la idea de repetición como mecanismo estructural de generación de propuestas y con la repetición como condición de consumo por parte del público de los productos de comunicación.

## 2. UN CATÁLOGO DE VISTAS ESTEREOSCÓPICAS

La colección de Fotografía Estereoscópica, resguardada como parte del acervo de la FN-INAH, conserva un grupo de tarjetas con fotografías estereoscópicas que comparten características materiales, por lo que en esta

investigación se considera este conjunto como un catálogo de vistas, debido a que presentan una relación ordenada numéricamente con un criterio geográfico.

En primer lugar, es necesario precisar que la colección de Fotografía Estereoscópica es una agrupación de 1 241 tarjetas con vistas estereoscópicas que se realizó internamente en la FN-INAH como parte de las actividades de este archivo fotográfico, con la finalidad de reunir y facilitar la consulta y el estudio de este tipo de imágenes. Anteriormente, estas vistas se encontraban dispersas en varias colecciones de la FN-INAH, en la actualidad se desconoce su origen de procedencia, condición que hace posible la existencia de más tarjetas de este primer conjunto, albergadas en otras colecciones del acervo. A continuación, se describen las características del conjunto de 55 objetos fotográficos que fundamentan el presente estudio.

Este catálogo de vistas estereoscópicas está integrado por 55 tarjetas de cartón de 17.6 x 8.6 cm (con una variante de +/- 1 mm) y 1 mm de espesor; tienen entre dos y ocho orificios en uno o los dos márgenes laterales, los cuales presentan evidencias de que fueron utilizados para congregar las tarjetas. En 28 tarjetas el cartón es de color amarillo, en 16 es de color salmón (rosa anaranjado) y en 11 el cartón es rosa en una cara y naranja en la otra. Cada tarjeta presenta dos pares de vistas estereoscópicas, uno de cada lado; por tanto, este grupo está conformado por 110 imágenes. Todos los registros fueron impresos en papel albuminado; las dos imágenes que integran una vista estereoscópica fueron hechas por separado, cada una tiene medidas promedio de 7.4 x 7.9 cm. (foto 1).







Foto 1. Anverso y reverso de una tarjeta del catálogo de vistas, es posible observar los orificios utilizados para congregar las tarjetas (“209 San Miguel Allende. Plaza” y “210 Sn Miguel Allende. Baños del Chorro”). Fuente: SECRETARÍA DE CULTURA- INAH-MEX, No. Inv. 427623 y 427624. “Reproducción Autorizada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia”.

Todos los pares están numerados en la esquina inferior izquierda de la primera imagen, los números fueron inscritos desde el negativo por medio de un método aditivo, por lo que se ven blancos en las copias positivas<sup>6</sup> (foto 2). El número menor encontrado en estos 110 registros fotográficos es 22 y el mayor es 224. Suponiendo que el total de vistas corresponde al número mayor hallado, este catálogo estaría conformado por 224 imágenes estereoscópicas, por lo que faltaría por conocer o ubicar 57 tarjetas, es decir 114 tomas.

<sup>6</sup> Las inscripciones en los negativos pueden realizarse por medio de dos técnicas: aditivas o sustractivas. La primera se refiere a la aplicación de algún material como pigmentos, barnices o tintas; la segunda se relaciona con la reducción o la eliminación de densidad por medio de objetos punzocortantes como navajas, bisturís o agujas [Herre-ra 2011: 126]. Las técnicas aditivas generan textos blancos o claros, mientras que las técnicas sustractivas producen inscripciones más oscuras o negras.



Foto 2. Vista general y detalle de la numeración presente en cada par estereoscópico ("195 Durango. Cº del mesón").

Fuente: SECRETARÍA DE CULTURA-INAH-MEX, No. Inv. 426419. "Reproducción Autorizada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia".

Además, casi todas las vistas están rotuladas en el margen inferior del segundo par, este título está inscrito a mano con tinta negra y está conformado por la denominación del lugar registrado, precedido de la localidad donde se ubica (foto 3). En lo que hasta ahora se conoce de este catálogo, las fotografías registran ocho estados de la República Mexicana.

De acuerdo con la secuencia que presenta esta serie, las entidades fotografiadas son: Distrito Federal, Guanajuato, Puebla, Querétaro, Jalisco, Aguascalientes, Zacatecas y Durango; es el registro más amplio, realizado en el estado de Guanajuato. en su mayoría, este catálogo contiene vistas urbanas, principalmente registros arquitectónicos, aunque también existen algunos registros del entorno natural.



Foto 3. Vista general y detalle del título asignado a cada par estereoscópico (“133 Guanajuato. C.e de Sopena”). Fuente: SECRETARÍA DE CULTURA-INAH-MEX, No. Inv. 426638. “Reproducción Autorizada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia”.

### 3. “VISTAS FOTOGRÁFICAS DE LA REPÚBLICA MEXICANA” POR FLAVIANO MUNGUÍA

La serie fotográfica titulada “Vistas fotográficas de la República Mexicana” es un conjunto de fotografías estereoscópicas sobre México producidas y comercializadas por Flaviano Munguía en el siglo XIX. Varios de estos ejemplares se conservan en la FN-INAH y en la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos (LC, por sus siglas en inglés).

En el presente texto sólo se han considerado el análisis de las vistas de esta serie encontradas en la FN-INAH, debido a que las resguardadas en la LC no han sido catalogadas ni digitalizadas por esta institución. A continuación, se describen los rasgos distintivos de dichos bienes.

En el acervo de la FN-INAH se han localizado un total de 24 tarjetas estereoscópicas asociadas a la casa fotográfica de Flaviano Munguía. En la actualidad 19 de ellas forman parte de la colección Fotografía Estereoscópica y las otras cinco pertenecen a la colección Felipe Teixidor. Estos objetos fotográficos tienen como característica principal un sello estampado con

tinta negra al reverso del soporte secundario de cartón con el título de la serie (“Vistas fotográficas de la República Mexicana”), el nombre de Flaviano Munguía y su dirección (Calle de la Merced No.8, México). Asimismo, este grupo de pares estereoscópicos impresos en papel albuminado están adheridos sobre tarjetas de cartón de 17.6 x 8.6 cm (con una variante de +/- 1 mm) y 1 mm de espesor. En 16 tarjetas el cartón es de color amarillo, en cinco es de color lila y en tres, el cartón es rosa, en una cara y naranja en la otra. Las dos imágenes que integran una vista estereoscópica de este grupo fueron impresas por separado, cada una tiene medidas promedio de 7.4 x 7.9 cm (foto 4).

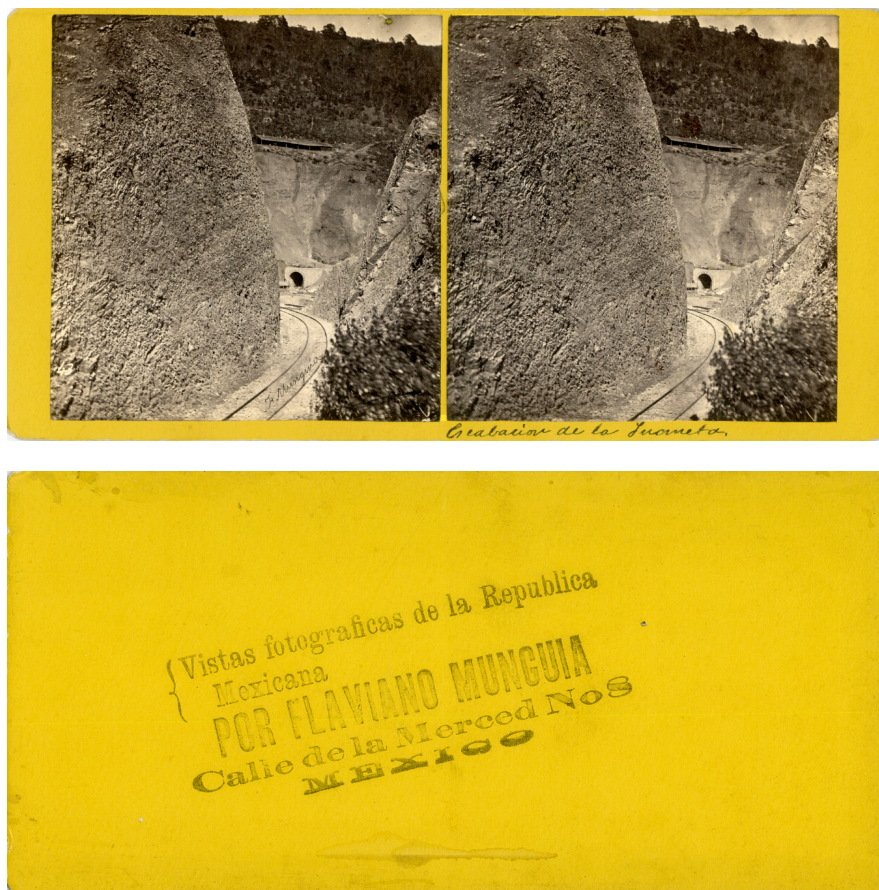


Foto 4. Anverso y reverso de una tarjeta de la serie “Vistas fotográficas de la República Mexicana” por Flaviano Munguía (“F Munguía Excavación de la Juaneta”). Fuente: SECRETARÍA DE CULTURA-INAH-MEX, No. Inv. 464510. “Reproducción Autorizada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia”.

Gran parte de estas fotografías están numeradas en la esquina inferior izquierda de la primera imagen, los números fueron inscritos desde el negativo, por medio de una técnica aditiva, por lo que se ven blancos en las copias positivas. El número menor encontrado en estos registros fotográficos es 93 y el mayor es 327. Además, estas imágenes presentan la firma F. Munguía, realizada en la matriz con sustractivos, por tanto, este texto se observa en tono oscuro en las impresiones. Algunas de estas vistas tienen inscripciones en el margen inferior del segundo par, este título está inscrito a mano con tinta negra (foto 5).



*Facónutaro. C. de las Cumbres.*



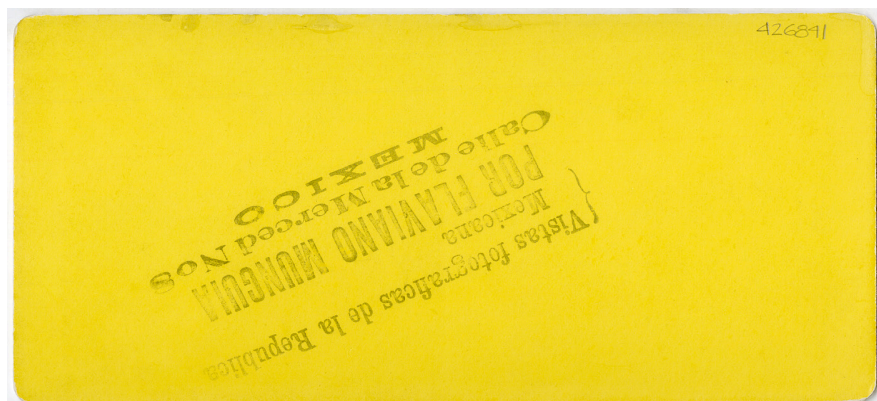
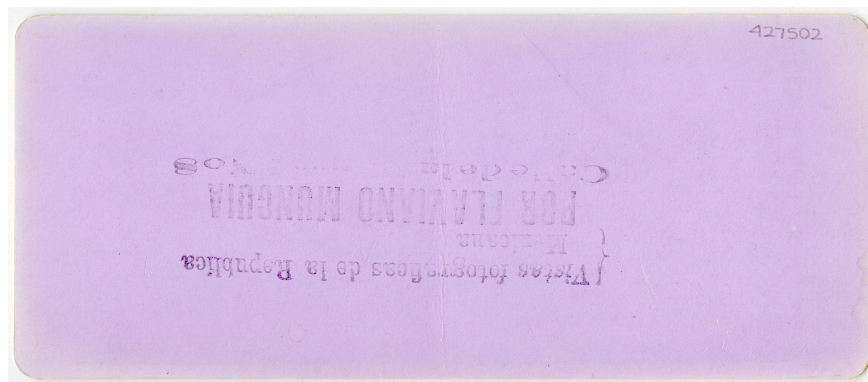


Foto 5. Vista general y detalle de las inscripciones presentes en algunas vistas de la serie “Vistas fotográficas de la República Mexicana” (“269 F. Munguía Tacámbaro. C. de las Cumbres”). Fuente: SECRETARÍA DE CULTURA-INAH-MEX, No. Inv. 426841. “Reproducción Autorizada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia”.

Por otro lado, se identificó un grupo de otras 32 tarjetas con vistas estereoscópicas que presentan las mismas características materiales de los soportes secundarios (tamaño, color y espesor) que los bienes reconocidos como parte de las “Vistas fotográficas de la República Mexicana”. Además, una de las imágenes que ostenta este conjunto (No. Inv. 426856) coincide con el par estereoscópico identificado con el número 195 de esta misma serie (No. Inv. 427502). Estas tarjetas presentan una forma diferente de identificación que consiste en un texto manuscrito en tinta negra al reverso de ésta, conformado por la denominación del lugar registrado, antecedido de la localidad donde se ubica. En este trabajo, se considera que estos 32 objetos fotográficos forman parte de la empresa Flaviano Munguía debido a que coinciden en varios rasgos físicos e imagéticos. Por tanto, la producción identificada como parte de las “Vistas fotográficas de la República Mexicana” está conformada por un total de 56 tarjetas estereoscópicas (foto 6).



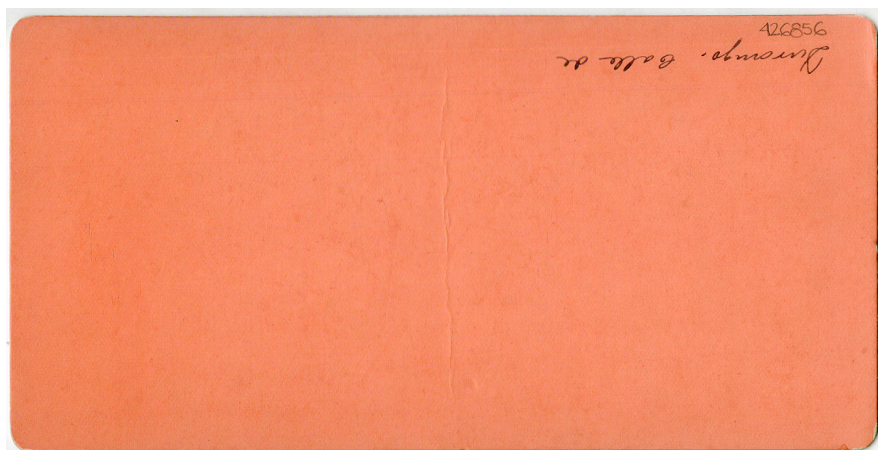


Foto 6. Anverso y reverso de los dos ejemplares hallados del número 195 de la serie "Vistas fotográficas de la República Mexicana" ("195 Munguía" y "Durango. Calle de"). Fuente: SECRETARÍA DE CULTURA-INAH-MEX, No. Inv. 427502 y 426856. "Reproducción Autorizada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia".

#### 4. "VISTAS MEXICANAS" POR F. HALS

La serie fotográfica titulada "Vistas mexicanas" es un grupo de fotografías estereoscópicas sobre México producidas y comercializadas por F. Hals en el siglo XIX. En este estudio se considera únicamente el examen de los ejemplares que se conservan en la FN-INAH, debido a que es el único acervo donde se han localizado piezas de esta producción. A continuación, se describen los rasgos distintivos de las tarjetas fotográficas.

En la FN-INAH se han localizado un total de 82 tarjetas estereoscópicas realizadas por la casa fotográfica de F. Hals. Hasta el día de hoy, todas ellas forman parte de la colección Fotografía Estereoscópica. Estos objetos fotográficos tienen como característica principal una impresión litográfica con tinta negra al reverso del soporte secundario de cartón. Al centro de la impresión se encuentra el título de la serie ("Vistas mexicanas"), debajo se encuentra el grabado de un águila con una serpiente en el pico parada sobre una roca y, abajo, la leyenda: por F. Hals. En la esquina inferior izquierda se lee, también en impresión litográfica: "Litógrafo de C Adler, Hamburgo".

Este grupo de pares estereoscópicos impresos en papel albuminado están adheridos sobre tarjetas de cartón de 17.3 x 8.5 cm (con una variante de +/- 1 mm) y 0.5 mm de espesor. En todas las tarjetas el cartón es de color



ocre claro. Las dos imágenes que integran una vista estereoscópica de este grupo fueron impresas por separado, cada una tiene medidas promedio de 7.3 x 8 cm. Gran parte de estas fotografías están rotuladas en el margen inferior del reverso, entre el texto y el dibujo central, y la leyenda inferior; las inscripciones están hechas a mano con tinta sepia y están integradas por la denominación del lugar registrado, antecedido de la localidad donde se ubica (foto 7).



Foto 7. Anverso y reverso de una tarjeta de la serie "Vistas mexicanas" por F. Hals ("San Miguel de Allende. baños del chorro"). Fuente: SECRETARÍA DE CULTURA-INAHMEX, No. Inv. 427631. "Reproducción Autorizada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia".

También se identificó otro grupo de 177 tarjetas con vistas estereoscópicas que presentan características materiales similares a las realizadas por Hals y ostentan las mismas imágenes. Los soportes secundarios tienen medidas y grosor iguales a la serie “Vistas mexicanas” pero pueden ser de color blanco en ambos lados, incluso hay cartones naranja o amarillo en el anverso y crema (amarillo anaranjado muy claro) al reverso. Además, estas tarjetas presentan la misma forma de identificación que consiste en un texto manuscrito en tinta sepia al reverso, conformado por la denominación del lugar registrado, antecedido de la localidad donde se ubica (foto 8). En dicho estudio se considera que estos objetos forman parte de la producción fotográfica de la empresa F. Hals, debido a que coinciden en varias cualidades físicas e imagéticas. Por tanto, el total de tarjetas estereoscópicas identificadas en este trabajo como parte de las “Vistas mexicanas” es de 259.





Foto 8. Anverso y reverso de dos ejemplares hallados con una misma imagen de la serie "Vistas mexicanas" ("Santuario de Atotonilco el alto" y "Santuario de Atotonilco."). Fuente: SECRETARÍA DE CULTURA-INAH-MEX, No. Inv. 427596 y 427417. "Reproducción Autorizada por el Instituto Nacional de Antropología e Historia".

##### 5. MISMAS IMÁGENES, PRODUCCIONES DIFERENTES

A partir de confrontar las características de estos tres grupos de tarjetas con vistas estereoscópicas es posible identificar que varias de las imágenes están presentes en todos ellos y que hay varias copias de ciertas tomas. No obstante, debido a que los rasgos materiales no son iguales entre las tres

agrupaciones, se considera que estas series tienen como origen un mismo conjunto de tomas, realizadas por una única casa fotográfica pero que fueron elaboradas en diversos tiempos y por diferentes empresas fotográficas.

La producción de tarjetas con vistas estereoscópicas siguió estándares muy similares, como tamaño de soporte secundario y distancia entre los pares de imágenes, debido a que todas debían poder observarse por medio de los visores estereoscópicos que produjeron diversas compañías. Sin embargo, también presentan diferencias materiales entre las distintas empresas que comercializaron este tipo de productos fotográficos, como el espesor y el color de los cartones, la conformación sintáctica de los textos que acompañan la imagen, la técnica y el color de las inscripciones, la forma de imprimir las imágenes fotográficas, las características del papel fotográfico, entre otras. Estas particularidades son evidentes al observar detenidamente las colecciones de fotografía estereoscópica que se resguardan en diferentes acervos del mundo.

A partir de la comparación del corpus de este trabajo, se verificó que los grupos que comparten más características materiales son el catálogo de vistas estereoscópicas y la producción de la empresa de Flaviano Munguía, asociada con la serie denominada "Vistas fotográficas de la República Mexicana". Ambos conjuntos tienen soportes secundarios de las mismas medidas y grosor; además, presentan colores llamativos. Casi todas las vistas de las series se encuentran numeradas desde el negativo y presentan un título inscrito en el soporte secundario que coincide en aludir la localidad y la denominación del lugar registrado; asimismo, comparten caligrafía y tipo de tinta (fotos 1 a 6).

Con base en la materialidad de estos objetos fotográficos se afirma que las 55 tarjetas del catálogo de vistas estereoscópicas y las 24 fotografías, que presentan el sello de la empresa Flaviano Munguía, fueron elaboradas por la misma casa fotográfica y durante igual temporalidad.<sup>7</sup> Pero, las 32 vistas vinculadas a la empresa de Munguía, que carecen de datos de identificación, corresponden a una factura de otro periodo; ya que en ellas se omite el número de serie y se modifica la caligrafía y la tinta de las inscripciones, que mantienen la sintaxis del texto.<sup>8</sup> A pesar de estas diferencias, no existen

<sup>7</sup> Como ejemplo se pueden comparar las siguientes tarjetas estereoscópicas: 93, Calle de Belén, No. Inv. 426888 y 426987; 171, Fresnillo, No. Inv. 426371 y 426545; 177, Fresnillo. Parroquia, No. Inv. 426574, 426572 y 427156.

<sup>8</sup> A manera de muestra, se pueden confrontar las siguientes vistas estereoscópicas: 110, Silao. Cerro del Cubilete, No. Inv. 427550 y 426991; 144, Lagos, No. Inv. 426969, 426631 y 427546; 149, Lagos. Interior de la Parroquia, No. Inv. 427400 y 427247; 152, Aguascalientes. Ce de la Cárcel, No. Inv. 426435 y 427618; 154, Aguascalientes, Ce. del Obrador,

evidencias que puedan aclarar cuál producción fue realizada primero. Es probable que las tarjetas que presentan menor información sean las que se hayan elaborado primero y que, más adelante, cuando la casa fotográfica contó con más recursos o cuando se amplió su capacidad de venta, la factura de sus productos fotográficos se haya complejizado, con el objetivo de distinguir su mercancía de otras presentes en el mercado fotográfico. Aunque esto es una hipótesis.

Por otro lado, en cuanto a la materialidad del grupo de tarjetas estereoscópicas, vinculadas a la empresa F. Hals, estos objetos fotográficos coinciden con el tamaño, espesor y color de sus soportes secundarios; de hecho, todas estas vistas están rotuladas al reverso con el mismo tipo de tinta, de caligrafía y de sintaxis (fotos 7 y 8).

Al igual que en el caso de las tarjetas realizadas por la empresa de Munguía, se determinó que existen dos distintas temporalidades de elaboración en las vistas de Hals. A partir de las características físicas de estos objetos fotográficos, se observó que la principal diferencia entre ambas producciones es el tipo de soporte secundario. Sobre los simples cartones de color destacan aquellos que presentan una impresión litográfica con la imagen propia de la casa fotográfica (foto 7). Este tipo de soportes implica una proyección de la cantidad y la calidad de los productos fotográficos, que la empresa pondría a la venta, determinada por el impacto que se desea tener en el mercado comercial, no sólo por la virtud de sus fotografías sino por el renombre de la casa fotográfica. De hecho, la cantidad de tarjetas estereoscópicas que se encontraron creadas por Hals (259) es mayor a la producción de Munguía (111). En este caso, tampoco se cuenta con elementos que permita definir el orden en que fueron realizadas los dos tipos de producciones de la compañía de Hals.

Acerca de las similitudes de las series analizadas, se puede verificar que los tamaños de las vistas, producidas por las casas de Flaviano Munguía y de F. Hals, son muy similares, ya que debían ajustarse a los distintos modelos de visores estereoscópicos; sin embargo, los cartones de estas empresas varían en grosor.

También resalta que ambas casas fotográficas inscriben en español la identificación del lugar que registran sus vistas, sin importar que una de éstas sea de origen nacional y otra de procedencia extranjera, situación que indica que las dos empresas realizaron sus series de vistas estereoscópicas,

---

No. Inv. 426431y 426429; 160, Zacatecas, Ce. del Gorrero, No. Inv. 426973, 427641 y 427645; 166, Zacatecas, Alameda, No. Inv. 427636 y 427032; 199, Durango, Casa de moneda, No. Inv. 426421, 426414 y 427370.

pensando en el mercado de habla hispana para la adquisición de sus productos fotográficos. Por otro lado, la conformación de los textos es similar en ambos casos, es decir, la denominación del lugar registrado, antecedido de la localidad donde se ubica; no obstante, el título presenta algunas variaciones entre la producción de las dos casas fotográficas.<sup>9</sup> Las variantes en los textos permiten distinguir rasgos particulares de cada casa fotográfica. Uno de los cambios más sutiles en las inscripciones son las abreviaturas que presentan los textos de Hals, en especial el nombre de lugares, por ejemplo, para referirse a Guanajuato, la empresa Hals. escribe: Guanaj<sup>10</sup>; mientras que en la empresa de Munguía se expresa el nombre completo.

Las discrepancias más importantes entre ambas casas fotográficas se encuentran en la forma de identificar su producción y en la manera de organizar sus fotografías.

Para el reconocimiento de los productos de la empresa Munguía, esta empresa optó por estampar, con un sello entintado, sus datos al reverso de las tarjetas, que incorporaba su dirección. Al parecer, la decisión fue tomada después de que esta casa ya había adquirido determinada cantidad de cartones de colores llamativos, debido a que este tipo de soportes secundarios permanece a lo largo de diferentes lapsos de producción y en algunos aparece el sello mientras que en otros no. En cuanto a la empresa de Hals, eligió comprar cartones con un diseño gráfico más elaborado, impreso en litografía, la cual incluía una imagen que puede asociarse visualmente a sus productos fotográficos. La alternativa de colocar información en los soportes secundarios, por medio de un sello, tendría menor costo que la adquisición de cartones con un proyecto litográfico, creado específicamente para una casa fotográfica. Además, la opción del estampado con sello permite aprovechar los cartones que se tengan e integrar a ellos la identificación de la empresa que ofrece las vistas fotográficas.

<sup>9</sup> Tal situación se puede verificar si se cotejan las siguientes tarjetas estereoscópicas: 32, Guanajuato. El jardín, No. Inv. 426975 y Guanaj<sup>10</sup> Jardín de la Union, No. Inv. 427222; 79, Guanajuato, Calle del ensayo, No. Inv. 426639 y Guanajuato, Plazuela de los ángeles, No. Inv. 427074; 101, Guanajuato, Hotel del Comercio, No. Inv. 426980 y Guanajuato, Antiguo Hotel del comercio, No. Inv. 427067; 103, Guanajuato, Combento de Sn Diego, No. Inv. 426622 y Guanajuato, Sn Diego, No. Inv. 426622; 126, Guanajuato, El Panteon, No. Inv. 426970 y Guanajuato, Ynterior del Panteon. No. Inv. 426985; 137, Guanajuato, Cerro de la bufa, No. Inv. 426498 y Alrededores de Guanajuato y cerro de la Bufo, No. Inv. 427070; 206, Sn. Miguel Allende, Plaza, No. Inv. 426418 y Sn Miguel Allende, Plaza Principal, No. Inv. 426552; 213, Sn Miguel de Allende, Sn Francisco, No. Inv. 426624, S.M. de Allende, Convento de Sn Francisco, No. Inv. 426556 y S.M. de Allende, Torre del convento de Sn Francisco, No. Inv. 426547.

La principal diferencia conceptual sobre la conformación de una serie fotográfica estriba la forma en que este producto comercial se presenta a los posibles consumidores. Sobresale que la colección denominada “Vistas fotográficas de la República Mexicana” de Munguía está organizada numéricamente, lo que implica una propuesta del recorrido visual, que muestra estas fotografías, ordenada a partir de la visión que tiene esta compañía sobre cómo ver la secuencia de imágenes de México que comercializa. En tanto que la recopilación de fotografías nombrada “Vistas mexicanas”, de Hals, no fue concebida con una sucesión específica para su apreciación.

Cabe mencionar que, aunque en las vistas comercializadas por las dos casas fotográficas estudiadas, se repiten varias imágenes, existen una cantidad importante de fotografías que no coinciden en ambas colecciones. En cuanto a las convergencias, las vistas que aparecen repetidamente en las producciones de Munguía y de Hals están las que registran diferentes aspectos de las poblaciones de Guanajuato, San Miguel de Allende, Dolores Hidalgo y Zacatecas. Acerca de las discrepancias, la serie conformada por la empresa de Munguía también incluye vistas de la villa de Guadalupe, de las ciudades de Puebla, Querétaro, Celaya, Silao, León, Lagos, Aguascalientes, Fresnillo, Sombrerete y Durango. Sobre las tomas que incorpora Hals a su serie, únicamente está el registro de Colima.

En este punto, es importante retomar que se halló un mayor número de tarjetas estereoscópicas vinculadas a la empresa de Hals. En este grupo de fotografías el registro de lugares es más limitado que en el caso de la empresa de Munguía. Sin embargo, se encontraron varios ejemplares de una misma toma, por ello es que existen más objetos elaborados por Hals, por ejemplo, de las imágenes caracterizada como “Sn. Miguel de Allende Baños de Chorro” y “Sn Miguel de Allende. La Parroquia” se identificaron siete copias de cada una.<sup>10</sup> En tanto que, de la serie de Munguía, de las vistas que más impresiones se encontraron, sólo hay tres ejemplares: “Lagos”, “Zacatecas. Ce. del Gorrero” y “Fresnillo. Parroquia”.<sup>11</sup>

Sobre las casas fotográficas aquí estudiadas se tiene poca información. Se encontró que Casanova y Konzevik [2006: 271] hacen una mención sobre el fotógrafo que realizó la fotografía estereoscópica del retrato de Hidalgo (No. Inv. 426751), que se publica como parte del mismo texto; estas investi-

<sup>10</sup> Sn. Miguel de Allende Baños de Chorro, No. Inv. 426548, 426550, 426557, 426558, 426563, 427631 y 427289; Sn Miguel de Allende, La Parroquia, No. Inv. 426551, 426560, 426608, 426579, 426593, 427591 y 427609.

<sup>11</sup> Lagos, No. Inv. 426969, 426631 y 427546; Zacatecas, Ce. del Gorrero, No. Inv. 426973, 427641 y 427645; Fresnillo, Parroquia, No. Inv. 426574, 426572 y 427156.

gadoras afirman que Frederick Hafs, descrito como un fotógrafo austriaco activo en Colima, Jalisco y Guanajuato entre los años 1860 a 1870, es el autor de dicha imagen. Sin embargo, en el presente estudio se piensa que la tipografía usada en la impresión litográfica de la empresa que aquí se ha denominado F. Hals, se ha confundido con Hafs desde el primer texto académico sobre historia de fotografía en México, que incluye una imagen de sus vistas y menciona otras [Meyer 1978: 43 y 109]. Esta consideración se sustenta en que las imágenes atribuidas a Hafs, que se han publicado, tienen la misma impresión litográfica al reverso del soporte secundario de las vistas estereoscópicas que aquí se presentan como procedentes de la producción de Hals (véanse fotos 7 y 8); aun así, no se ubicaron en la prensa ni en publicaciones de la época anuncios o noticias sobre ninguno de estos apellidos con relación a la casa fotográfica que comercializó la serie titulada “Vistas mexicanas”.

Aunque en los diversos estudios sobre fotografía mexicana que se han publicado a la fecha no se encuentran datos sobre Flaviano Munguía, en varios de ellos se publican tarjetas estereoscópicas vinculadas a su casa fotográfica desde el inicio de los estudios de fotografía en México [Meyer 1978: 55 y 112]. Sólo, se halló el nombre de Flaviano Munguía,<sup>12</sup> asociado a la industria en México. La familia Munguía era dueña de una fábrica de puros y cigarros llamada “La Bola sin Rival” y de la imprenta y fábrica de naipes “El Águila en Guanajuato”. Después de que esta familia se mudara a la ciudad de México, estableciéndose en la calle de la Merced en las casas marcadas con los números 7, 8 y 9, fundan la fábrica de chocolates “La Cubana S.A.” en 1872 [García 2013: 10-17].

A partir de la coincidencia del nombre y la dirección asentada en las vistas estereoscópicas con el lugar de residencia de este personaje es posible inferir que se trata de la misma persona, quien no se dedicó de tiempo completo a la actividad fotográfica. De hecho, a partir de la información vertida en el *Padrón General de los habitantes de la Cuidad de México* de 1882 [GDF 1882: fojas 49v y 50], Flaviano Munguía fue censado junto con varios miembros de su familia como habitantes de los predios ubicados en en la 2ª. Calle de la Merced, al norte en los números 7, 8 y 9, donde además todos declararon tener como patria Guanajuato. En este documento, Flaviano Munguía se identifica como comerciante de profesión. Con esta misma dirección se registraron la fábrica de chocolates “La Cubana”, en los bajos del número 7, y la fábrica de cigarros “La Bola” en los números 8 y 9; ade-

<sup>12</sup> Hijo mayor de Pedro Munguía y Juana García, nacido en Guanajuato y casado con Paula Servín [García 2013: 10-14].



más se identificó un pozo artesiano a la altura de la fábrica de cigarros, que pudo ser fotografiado por el mismo Munguía y aparece en su serie “Vistas fotográficas de la República Mexicana”.<sup>13</sup>

No se encontró información específica referente a la casa fotográfica que creó las tomas iniciales de donde procederían los negativos de cámara,<sup>14</sup> sin embargo, a partir de las evidencias materiales expuestas, en esta investigación se considera que los negativos fueron hechos por la empresa de Flaviano Munguía, aunado a la predominancia de registros hechos en Guanajuato, estado natal de este empresario. Sin embargo, para confirmar esta hipótesis es necesario realizar un estudio más amplio de esta producción, que excede los límites del presente trabajo.

Tampoco se cuenta con evidencia relacionada con la forma en que las dos casas fotográficas compartieron materiales que les permitieron elaborar sus propias colecciones de vistas que incluían las mismas imágenes. De igual forma, no se hallaron datos sobre alguna discrepancia entre estas empresas sobre el hecho de reproducir como propias las mismas tomas fotográficas, como ha sucedido en otros casos de los que se preservan testimonios en la prensa nacional.<sup>15</sup>

La ausencia de altercados puede deberse a la existencia de algún tipo de acuerdo para compartir el material fotográfico que permitiera la impresión de las mismas imágenes sin detrimento a la noción de autoría que resultaba intrascendente para la comercialización de vistas durante el siglo XIX. A diferencia de lo que establece el paradigma predominante dentro de las investigaciones sobre fotografía decimonónica que ensalzan la figura del fotógrafo como creador de una obra.

## CONCLUSIONES

Considerar las vistas estereoscópicas como evidencias complejas facultó una nueva perspectiva para su estudio, ya que enriqueció el conocimiento de las prácticas fotográficas del siglo XIX y resaltó los valores históricos y tecnológicos de las series de vistas como una unidad documental y cultu-

<sup>13</sup> No. Inv. 427579 y 464699.

<sup>14</sup> Término utilizado para identificar los objetos fotográficos que se generaron desde la toma indicial, es decir, al momento de colocar la cámara fotográfica frente al referente. Este concepto permite diferenciar estas matrices de aquellas obtenidas a partir el registro de otros objetos fotográficos, conocidos como negativos copia.

<sup>15</sup> Como ejemplo está la inconformidad que presentó C.B. Waite por la venta de copias del retrato de Porfirio Díaz sentado en el sillón presidencial, que hicieron diferentes casas fotográficas y que él reclama como de su propiedad [*El País* 1905: 2].

ral. La complejidad de estos documentos radica en la variedad de aspectos que convergen en su existencia debido a que no son imágenes aisladas sino forman parte de series donde se vinculan con otras fotografías, además, la materialidad que conforma su presencia física aporta información sobre la estructura laboral y social que permitió su producción.

La idea tradicional de incluir la fotografía del siglo XIX dentro del ámbito artístico posiblemente procede desde la misma época que originó estas imágenes. El pensamiento está presente en los anuncios publicados por los fotógrafos, el objetivo era exaltar las cualidades estéticas de las imágenes que ellos registraban para lograr la preferencia del público consumidor de sus servicios. Además, ciertas fotografías retoman algunos elementos presentes en los paisajes pictóricos como su referente visual más cercano. Sin embargo, las vistas estereoscópicas no fueron realizadas para exhibirse en espacios públicos de recreación estética, tampoco como parte de la decoración dentro de las residencias de sus poseedores. En principio, las imágenes fueron adquiridas como recuerdos de viaje, evidencias de realidades geográficamente distantes y culturalmente diferentes, muestra de los recursos naturales presentes en una región o prueba de las condiciones de desarrollo de una nación.

Así, las vistas estereoscópicas sobre México pertenecen a la lógica de los propósitos comerciales que tenían los fotógrafos que dirigían las empresas dedicadas a la venta de fotografías en gran escala. El espacio discursivo de estas representaciones está estructurado a partir del deseo de conocer las características naturales y culturales de lugares considerados, desde el eurocentrismo, lejanos y exóticos en el siglo XIX. De esta forma, las vistas que se repiten en las series que produjeron las compañías de Munguía y de Hals no se contraponen a la noción de autor, derivada del arte, debido a que no pertenecen a dicho espacio discursivo.

Acorde con estos intereses, las casas fotográficas, que comercializaban vistas fotográficas durante el siglo XIX, elaboraban sus productos con base en los intereses de los consumidores, no los de los creadores, por ello, es posible afirmar que para la realización de tomas estereoscópicas lo más importante era el atractivo que éstas tendrían para los posibles compradores y dejar de lado el valor de quién operaba la cámara fotográfica, es decir, del reconocimiento del fotógrafo como creador de una imagen.

La repetición de las mismas imágenes fotográficas en las series de diferentes empresas se relaciona con la variación de un idéntico que alude a productos que parten de un prototipo que se multiplica en situaciones diversas. La decisión de reproducir estas vistas estereoscópicas responde a la preferencia de los compradores por dichas fotografías, que las ubicaba en

el rango de productos de gran interés, es decir, en la significación de ideas utilizadas como modelos. De esta forma, la comercialización de una misma vista, por parte de las dos casas fotográficas estudiadas, obedece a la estética de la repetición, donde el valor de las obras no reside en su unicidad, sino en la actitud de deleite de grupos que eligen determinados bienes reproducibles y les otorgan el rango de “productos de culto” [Calabrese 1989: 45].

#### HEMEROGRAFÍA

##### *El país*

1905 15 de enero: 2.

##### *El siglo XIX*

1854 21 de octubre: 3.

1855 11 de marzo: 4.

1858 20 de junio: 4.

#### REFERENCIAS

##### **Aguayo, Fernando y Lourdes Roca**

2012 *Investigación con imágenes. Usos y retos metodológicos*. Instituto Mora. México.

##### **Bozal, Valeriano**

1987 *Mímesis: las imágenes y las cosas*. Visor Distribuciones-Ediciones Antonio Machado. Madrid.

##### **Calabrese, Omar**

1989 *La era neobarroca*. Ediciones Cátedra S.A. Madrid.

##### **Camacho, Arturo**

2008 *Octaviano de la Mora. Fotógrafo*. El Colegio de Jalisco, Instituto Cultural Cabañas. México.

##### **Canales, Claudia**

1980 *Romualdo García. Un fotógrafo, una ciudad, una época*. INAH. México.

##### **Carreón, Daniela y Berenice Valencia**

2013 Análisis de la factura y las alteraciones materiales de un grupo de documentos fotográficos sobre México, registrados por la firma William Henry Jackson, en *Panorama de la Conservación del Patrimonio Documental*, Victoria Casado, Roxana Govea y Pilar Tapia (comp.). INAH, ADABI. México.

2016 La fotografía del Distrito Federal 1880-1885, en *Estudios sobre conservación, restauración y museología*, vol. III. ENCRYM. México: 136-150.

**Casanova, Rosa**

2005 De vistas y retratos: la construcción de un repertorio fotográfico en México, 1839-1890, en *Imaginario y fotografía en México: 1839-1970*. INAH-Lunwerg Editores. México: 3-58.

**Casanova, Rosa y Oliver Debroise**

1989 *Sobre la superficie bruñida de un espejo*. Fondo de Cultura Económica. México.

**Casanova, Rosa y Adriana Konzevik**

2006 Fondo Fotografía Estereoscópica, en *Luces sobre México. Catálogo selectivo de la Fototeca Nacional del INAH*. INAH-CONACULTA. México: 270-271.

**Córdova, Carlos**

2000 *Arqueología de la imagen. México en las vistas estereoscópicas*. Museo de Historia Mexicana. Monterrey.

**Debroise, Olivier**

1994 *Fuga mexicana: un recorrido por la fotografía en México*. CONACULTA. México.

**García Flores-Chapa, María**

2013 *Fundación Merced. Historia de un legado*. Fundación Merced. México.

**Ginzburg, Carlo**

1994 *Mitos, emblemas e indicios*. Editorial Gedisa. Barcelona.

**Gobierno del Distrito Federal (GDF)**

1882 *Padrón General de los habitantes de la Ciudad de México*. Archivo Histórico de la Ciudad de México, Ayuntamiento, padrones, municipalidad de México, vol. 3429.

**Gutiérrez, Ignacio**

2012 *Una mirada estadounidense sobre México. William Henry Jackson empresa fotográfica*. INAH. México.

**Herrera, Rosina**

2011 Técnicas de retoque de negativos fotográficos: historia y conservación. *Pátina*, 16: 125-136.

**Jordanova, Ludmilla**

2012 *The Look of the Past. Visual and Material Evidence in Historical Practice*. Cambridge University Press. Nueva York.

**Krauss, Rosalind**

1985 *La originalidad de la vanguardia y otros mitos modernos*. Alianza Editorial. Madrid.

**Malagón, Beatriz**

2012 *Winfield Scott: retrato de un fotógrafo norteamericano en el porfiriato*. UAM-Xochimilco. México.

**Massé, Patricia**

1998 *Simulacro y elegancia en tarjetas de visita. Fotografías de Cruces y Campa*. INAH, Colección Alquimia. México.

**Meyer, Eugenia**

1978 *Imagen histórica de la fotografía en México*. INAH, SEP. México.

**Montellano, Francisco**

1994 *C.B. Waite, fotógrafo: una mirada diversa sobre el México de principios del siglo XX*. CONACULTA, Grijalbo. México.

**Negrete, Claudia**

2006 *Valleto Hermanos. Fotografos mexicanos de entresiglo*. IIE- UNAM. México.

**Vasari, Giorgio**

2005 *Las vidas de los más excelentes arquitectos, pintores y escultores italianos desde Cimabue hasta nuestros tiempos*. Cátedra Madrid.

