

Por un cigarro... Noticia de una novela colectiva en la revista *Cómico* (1898)

Por un cigarro... News of a Collective Novel
in the Magazine *Cómico* (1898)

ESTHER MARTÍNEZ LUNA*

Universidad Nacional Autónoma de México
Instituto de Investigaciones Filológicas
mlester@unam.mx

GAMALIEL VALENTÍN GONZÁLEZ**

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Filosofía y Letras
lenguamuerte@gmail.com

* Doctora en Letras Mexicanas por la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. Es investigadora de tiempo completo en el Instituto de Investigaciones Filológicas. Profesora de Literatura Mexicana siglo XIX, en la Facultad de Filosofía y Letras. Fue directora de la revista *Literatura Mexicana* del Centro de Estudios Literarios de 2016 a 2019. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Ha sido corresponsable de varios proyectos colectivos y responsable principal del proyecto "Representaciones, discursos y tradiciones intelectuales del hombre de letras en el ámbito hispánico. Siglo XIX. Estudios y documentación crítica". Entre sus publicaciones más recientes se encuentran: *Dimensiones de la cultura literaria en México (1800-1850). Modelos de sociabilidad, materialidades, géneros y tradiciones intelectuales. Historia de las Literaturas en México* (edición y coordinación). UNAM, México, 2018. La edición, notas y estudio a *Vida y hechos de don Catrín de la Fachenda y Noches tristes y día alegre de José Joaquín Fernández de Lizardi*. Colección Penguin Clásicos, Penguin Random House Mondadori, México, 2019. Actualmente se encuentra en prensa, *Estudios culturales y literarios del mundo hispánico. En honor a*

José Checa Beltrán Consejo Superior de Investigaciones Científicas, España (editora), <<http://orcid.org/0000-0002-4099-3460>>.

** Licenciado en Lengua y Literaturas Hispánicas por la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. Fue becario Grijalbo-CONACULTA en 2016 y asistente de Dirección de *Literatura Mexicana*, revista del Centro de Estudios Literarios del Instituto de Investigaciones Filológicas (2017-2019). Ha colaborado en diversos proyectos editoriales tanto académicos como independientes. Actualmente participa en el área editorial del Laboratorio Nacional de Materiales Orales (LANMO), de la Escuela Nacional de Estudios Superiores, unidad Morelia, como miembro del proyecto Adugo Biri: etnopoéticas, <<http://orcid.org/0000-0003-1851-4344>>.

RESUMEN: El propósito del presente artículo es dar noticia de la novela experimental y colectiva *Por un cigarro...*, que fue publicada en varias entregas en la revista *Cómico* (1898). La novela fue un escrito de circunstancia que aprovechó el anonimato para retratar las tensiones políticas y culturales entre los escritores y *reporters* a finales del siglo XIX en México.

ABSTRACT: The purpose of this article is to report on the experimental and collective novel *Por un cigarro...*, which was published in several installments by the magazine *Cómico* 1898. The novel was a writing of circumstance that took advantage of anonymity to portray the political and cultural tensions between writers and *reporters* at the end of the 19th century in Mexico.

PALABRAS CLAVE: Novela corta; prensa literaria; *reporter*; revista *Cómico*; nota roja.

KEYWORDS: Short novel; literary press; *reporter*; magazine *Cómico*; crime news.

Recibido: 25/03/2021

Aceptado: 04/10/2021

DOI: doi.org/10.19130/iifl.litmex.2022.33.1.7122X14

¡Conque *Cómico* va á publicar una novela escrita por siete literatos afamados! [...] Vaya si se necesita andar con el ingenio en huelga para intentar tal desbarajuste literario. Y para mayor complicación me han dicho que la obra de esos siete [...] va a titularse “Por un cigarro”. Pero qué cosas van a decir esos siete escritores sobre el cigarro. De un cigarro no puede sacarse más que humo, cenizas y nicotina (*Cómico* 28.8.1898: 12).

Durante los años finales que precedieron a la celebración del centenario de México como nación independiente, el país experimentó amplios cambios en diversos órdenes de la vida cultural, política y social. En este nuevo contexto, bajo el aún robusto régimen de Porfirio Díaz, la prensa escrita cobró un importante auge por el polémico papel que desempeñó al evidenciar los desacuerdos o simpatías con la gestión del general oaxaqueño. En ese sentido, el mecanismo idóneo para regular las opiniones desfavorables fue la subvención, ya sea a través de la compra de ejemplares o suscripciones por recomendación del presidente a los gobernadores, permitiendo el empleo de imprentas oficiales o simplemente entregando dinero en efectivo a las publicaciones.¹

De entre las figuras beneficiadas por el gobierno de Porfirio Díaz, sobresale la del oaxaqueño Rafael Reyes Spíndola, quien supo capitalizar tal ventaja con la compra de maquinaria nueva de “alta tecnología” y papel a precio subsidiado.² Este apoyo repercutió, primero, en la publicación de la revista dominical *El Mundo Ilustrado* —hito del diseño y el periodismo gráfico en México— y diarios como *El Imparcial* y *El Mundo*³ y, posteriormente, en la circulación de la revista, también dominical, llamada *Cómico*.

Recordemos que inicialmente *Cómico*⁴ fue una “pequeña nota humorística”, casi un “apéndice” de las páginas de *El Mundo Ilustrado*, pero dado el interés que suscitó en los lectores del semanario, esta inserción cobró vida propia. Así se anunciaba el surgimiento de *Cómico*: “Este periódico queda separado de *El Mundo Ilustrado* desde el presente número. Quien quiera seguir recibiendo *El Mundo Ilustrado*, sírvase pedirlo a los señores agentes de *El Mundo Ilustrado*” (*Cómico* 2.1.1898: 5).

El domingo 2 de enero de 1898 apareció *Cómico* por vez primera, bajo la dirección del yucateco Pedro Escalante Palma (Pierrot / Esopo), como un volumen independiente de *El Mundo Ilustrado*,⁵ en donde había figurado como una sección más que poco a poco fue ganándose la aceptación de los lectores. El primer número tuvo en la portada un grabado de José María Villasana y, en las páginas subsecuentes, contribuciones gráficas de Eugenio Olvera, Torreblanca y Carlos Alcalde. En este primer número se publicaron poemas satíricos de Cascabel (Lorenzo López Evia), de Juan A. Mateos, L. Gómez de Tagle y Arturo González. La columna “De picos pardos” fue una especie de editorial, firmada inicialmente por Pierrot, que resumía las actividades más destacadas de la semana.⁶

El semanario se publicó cada domingo sin interrupción hasta el 1° de septiembre de 1901. Se imprimía en un formato de 33.5 x 25.5 cm y constaba regularmente de 16 páginas, pero esta cantidad podía aumentar cuando se trataba de números especiales. Los interiores alternaban la disposición de la caja de acuerdo con el tipo de contenido, predominando la formación a dos columnas. Acaso por su “material variado y escogido [sic]” (*Cómico* 21.8.1898: 12), únicamente algunas secciones, como la publicitaria, el editorial, la correspondencia literaria y las novelas por entregas, conservaban su diseño.⁷ En sus páginas interiores encontramos notas, tiras cómicas, versos, chistes, pequeños relatos y composiciones, tanto de los redactores del semanario como de los supuestos suscriptores que enviaban sus colaboraciones. De la misma manera, hubo espacio para el entretenimiento, al publicar juegos de palabras, acrósticos, adivinanzas y chistes. Debido al auge que comenzaba a tener el cine, circularon también *sesudos* artículos en torno al séptimo arte. Asimismo, otro tema que se trató con cierta abundancia fue el uso de la bicicleta, en ese sentido los textos se acompañaban con ilustraciones en las que se mostraba a los ciclistas, a modo de chanza, sustituir sus caballos por una bicicleta; parece ser que este invento, tan común en nuestros días, sorprendía a la sociedad del México finisecular del XIX. Sin embargo, debemos señalar que una característica fundamental de *Cómico* fue el amplio espacio que brindó al discurso publicitario, pues en sus páginas abundaron avisos de productos y servicios de lo más diverso (vinos,

ropa, tiendas, venta de camas, médicos, parteras, medicinas, tónicos para la calvicie, etcétera).

Dado el título de la publicación, no es difícil percibir que ésta se caracterizó por su espíritu jocosos e irreverente. La parte gráfica es digna de destacarse, ya que solían publicarse caricaturas, fotografías y grabados de los diversos tipos sociales que conformaban la sociedad de fin de siglo (un paseante por la Alameda, un guardia, un vendedor, un ciclista, etc.), salpimentados con un tono costumbrista de fuerte veta humorística. Sin embargo, no era extraño también encontrar imágenes de mujeres sensuales y voluptuosas que daban un tono pícaro a las páginas de *Cómico*; incluso esta publicación coqueteaba con llegar a ser una revista sólo para caballeros (Martínez Luna 2014: 428). La publicación contó con una planta de importantes redactores que muchas veces firmaron sus colaboraciones bajo simpáticos seudónimos que venían a cuento con la vena humorística de la publicación.⁸

Novelas por entregas

Cómico muy rápidamente se hizo de un público amplio.⁹ Los editores de la revista lo advirtieron y, para tener contentos a sus lectores, constantemente hacían mejoras en la publicación, dotándola de mejor papel, incorporando más de dos tintas, cambiando el diseño, poniendo las portadas a color, sumando abundantes materiales gráficos entre los cuales se destacaban la fotografía, álbumes artísticos, etc. Si bien entonces ya existía un público cautivo en torno del semanario dominical por todo lo que ofrecía, resulta lógico pensar que los editores desearan incrementar aún más el número de lectores, razón de que optaran por publicar novelas cuyas tramas narrativas despertaran el interés de sus abonados y los mantuviera a la expectativa cada semana, asegurándoles así más ventas con cada entrega. Esta práctica había sido común con respecto de una de las publicaciones del propio Reyes Spíndola, *El Universal*, y no era del todo desconocida para la prensa del siglo XIX mexicano. Por ejemplo, el periodista oaxaqueño, entre 1889 y 1891, había apoyado las ventas de

su diario con las entregas paulatinas de novelas de Benito Pérez Galdós, Pedro Antonio de Alarcón y Alphonse Daudet, entre otros (Martínez Luna 2014: 430).

Es así que la publicación de novelas por entregas no era desconocida para la prensa mexicana de aquel entonces, por lo que los editores de *Cómico* buscaron captar la atención de los lectores comenzando con una novela colectiva. En su edición 34, correspondiente al 21 de agosto de 1898, apareció el siguiente anuncio con una caricatura que representaba a siete “escritores” sentados, sosteniendo en sus manos un largo letrero con la leyenda: “Una novedad para los lectores del cómico”, e inmediatamente, líneas abajo, el siguiente texto:

En el próximo número [...] ocuparemos las dos planas que hemos dedicado a ese asunto, con una verdadera novedad. A, B, C, D, E, y F, siete escritores [sic] de los más celebrados, han tomado a su cargo escribir, en la forma más original, una novela para “El Cómico”. Cada uno de ellos dio un título para la obra. Se sortearán dichos títulos, y por suerte también, se dictará el orden en que deban escribir los autores. Siete capítulos contendrá la novela, y uno tocará redactar a cada escritor. El asunto queda a voluntad del primero, y escusado es decir el aprieto en que se verán los demás para formar la trama de la obra, desarrollar la acción y llevarla a su desenlace. Las condiciones a que tendrán que sujetarse los autores para su tarea, son las siguientes: La novela será esencialmente humorística, de la época actual, y los sucesos de que trate se pondrán acaecidos en México. Responde “El Cómico” de que las firmas *son conocidas y muy acreditadas*, pero no puede asegurar nada sobre el resultado de esa original competencia, torneo literario o *rifa novelera*, porque la verdad es que no puede presumirlo (*Cómico* 21.8.1898: 12).

La novela, en efecto, constó de siete entregas, la primera de ellas vio la luz el 4 de septiembre y la última el domingo 23 de octubre de 1898. Estuvo acompañada de ilustraciones realizadas por los caricaturistas Eugenio Olvera y Carlos Alcalde.¹⁰ No obstante las dudas de algún incrédulo lector acerca de la viabilidad y llegada a buen puerto dadas las características de ser una novela escrita a siete manos, la novela colectiva *Por un cigarro*

fue la obra que abrió la serie de relatos breves que se publicarían en el semanario dominical para dar paso a otras más.¹¹

El éxito de *Por un cigarro...* fue tan bueno para los propósitos de *Cómico* que, meses más tarde, se anunciarían nuevas “novelas gratis”, impresas en un mejor papel y con una tipografía encargada expresamente para esta empresa. De esta manera, la pluma de Amado Nervo se hizo presente con *El donador de almas*; se incluyó una versión en español de *The Time Machine*, de Herbert George Wells, traducida en México como *La máquina para explorar el tiempo*; Ángel de Campo, colaborador de *El Mundo Ilustrado*, ofreció *El de los claveles dobles*; de los españoles Pedro Antonio de Alarcón, Eusebio Blasco y Jacinto Octavio Picón se publicaron, respectivamente, *El sombrero de tres picos* y *El capitán veneno*, *Una señora comprometida* y *La novela en el tranvía*, así como *Tres mujeres*. Finalmente, con *Buscar tres pies al gato*, de Alfonso Karr, concluyó —sin mediar explicación alguna— este esfuerzo editorial y se dio paso a la publicación de cuentos de autores internacionales.¹²

De algunas de las obras señaladas se imprimieron sobretiros con el fin de que pudieran encuadernarse en volúmenes coleccionables y fueran obsequiados a los suscriptores de la revista o se vendieran directamente en la sede editorial, tal fue el caso de los autores españoles; sin embargo, el sino de *Por un cigarro...* fue el de permanecer en las páginas de *Cómico* durante todo el siglo xx y parte del xxi. Por el contrario, no sucedió así con las otras novelas que la sucedieron, pues hoy día se pueden adquirir y consultar con relativa facilidad.

Por un cigarro..., novela colectiva

El desarrollo de esta novela corta no estuvo muy lejos de las características que se prometían en el prospecto, es decir, tocó temas de actualidad y dejó ver la ríspida tensión que existía entre la prensa de la época y la poca credibilidad que tenían algunos periodistas, al tiempo que brindó atención a cuestiones referentes a la ciencia médica y a la enfermedad; su tono fue

ágil, divertido y, por supuesto, se advierten estilos y matices diferentes en los siete capítulos que la conforman.¹³

La trama en particular se centró en un caso de nota roja y el enfrentamiento entre dos periódicos: *El Pífono* y *El Teléfono Nacional*. Este conflicto sirvió para evidenciar la escasa ética periodística de los *reporters* de la época, al tratar de ganar lectores a cualquier precio y mantenerlos a la expectativa sobre asuntos o situaciones turbias, de violencia o escándalos públicos. La narración estuvo impregnada de un tono jocoso y satírico al que se sumaba un aire popular y costumbrista que fue planteando los enredos del supuesto asesinato del niño Atenógenes, de escasos ocho meses de edad, quien aparece muerto en un canasto de ropa sucia. La acción tiene lugar a finales del siglo XIX en una céntrica vecindad del primer cuadro de la Ciudad de México, en la zona cercana al barrio de la Lagunilla, y recrea la atmósfera y el ambiente populares de diversos sujetos sociales que representan variados oficios y profesiones. Tan es así que por la novela desfilaron una amplia gama de personajes: la guapa de la vecindad, la señora honorable, la sirvienta, los amantes clandestinos, un perico testigo de los hechos, el supuesto culpable, un trío de estudiantes pránganas, los abogados, un médico legista, el policía, el juez y los infaltables reporteros de notas sensacionalistas. Ante este espectro tan amplio de personajes, y a partir del descubrimiento del *cuerpo del delito*, van develándose nuevos datos y testimonios de vecinos que complican la historia, por lo que cualquiera de éstos podía ser el culpable.

En la novela son escasas las descripciones pormenorizadas de lugares o personajes, en cambio sí apreciamos abundantes diálogos caracterizados por su fuerte carga coloquial. Por su parte, el lenguaje empleado por los diversos narradores es digno de destacarse, pues son constantes los chistes, las notas de humor o las situaciones chuscas que, con sus referencias particulares, nos remiten al mundo cultural y político del periodo. En ese sentido, el humor negro se hace presente, por ejemplo, cuando van a realizarse la autopsia al niño:

La madre del difunto llora porque no habrá velorio y van a *destazarle* al niño.
—Ser tan chiquillo y *destriparlo*, doctor, ¿pos en qué va a quedar? El médico

legista afirma con tono severo: —Señora, el amor de madre está después que la justicia..., la justicia ante todo... —Pero, ¿me permitirán siquiera *rejuntarlo* después? —Creo que no habrá inconveniente (35, subrayado nuestro).¹⁴

Señalemos también que la novela colectiva *Por un cigarro...* fue una experiencia escritural que insinúa el antecedente, en cierto sentido, de un “cadáver exquisito”, pero con la salvedad de que cada autor, al tomar su turno, conoce el capítulo o capítulos anteriores, y es a partir de estos que debe dar continuidad a la historia.¹⁵ En ese sentido, las “nuevas rutas” que sigue el relato están íntimamente relacionadas con la autoría compartida de la novela, ya que el ejercicio lúdico presupone que sea el primer autor quien disponga las características narratológicas generales con las que el resto continuará. En virtud de ello, los párrafos finales de cada una de las entregas prometían mayor acción en el siguiente capítulo con el propósito de estimular las expectativas de los lectores, por cierto no siempre satisfechas. En cuanto a su temática, *Por un cigarro...* fue un escrito de circunstancia que aprovechó el anonimato para, como ya se apuntó, hacer escarnio de los *reporters* y, así, mostrar la tensión en el campo cultural de la época que se disputaban los hombres letrados frente a una figura profesional en ascenso.¹⁶

En busca de un autor

Por la escasa información con la que contamos, resulta difícil conocer la identidad de las plumas que participaron en esta novela experimental y colectiva. Lo natural es pensar que fueron los mismos redactores y escritores que colaboraban en *Cómico* o *El Mundo Ilustrado* quienes se dieron a la tarea de redactar dicho juego literario; sin embargo, para saberlo sería necesario analizar y cotejar el estilo de cada capítulo con otros textos del semanario dominical, tarea ajena a los propósitos del presente artículo. No obstante, “es muy probable que entre los redactores de esta novela apresurada estuvieran Amado Nervo, Efrén Rebolledo, Micrós y Pedro Escalante” (Martínez Luna 2014: 431). Recordemos que Pedro Escalante

dirigió el semanario, mientras que Nervo participó en *Cómico* con *El donador de Almas* y Ángel de Campo publicó, ahí mismo, *El de los claveles dobles*. Una edición reciente de esta última —editada por Dulce María Adame González (2009)— nos da pie para especular y considerar, a partir de una de sus notas, que la aparición del periódico ficticio llamado *Pífano* podría ser la pista para identificar al menos a uno de los posibles autores de *Por un cigarro...*: “En la revista *Cómico* se publicó una novela con el título *Por un cigarro*, escrita a varias manos [...]. En esta novela también se alude a una publicación periódica llamada *Pífano*, por lo que podría tratarse de una referencia al interior de la revista por los escritores que colaboraron en ella, entre ellos Ángel de Campo” (2009: 32).

Es importante destacar que la novela de Micrós se publicó entre el 17 de septiembre y el 5 de noviembre de 1899, en seis entregas, prácticamente un año después de *Por un cigarro...*, por lo que —creemos— las referencias intertextuales pertenecen a la obra de Micrós. Además de mencionar al periódico el *Pífano*, Ángel de Campo en *El de los claveles dobles* retoma frases y emplea un vocabulario que los personajes de la novela colectiva utilizan de manera similar en el primer capítulo (*gran meneo*, *paciencia* y *barajar*, *escrofulosa*, *pistonudo*, *sagitario*, *Chorritos*); hecho que nos permite sugerir que al menos este primer capítulo fue escrito por Ángel de Campo. Si bien expresiones como “paciencia y barajar” no son exclusivas de un individuo, el nombre ficticio del periódico el *Pífano* bien puede ser producto del ingenio particular de Micrós, lo mismo que el emplear la palabra *sagitario* para referir la similitud que guarda la figura del *reporter* montado en bicicleta con el centauro arquero; cabe destacar, también, la mención de los cigarros *Chorrito*, que tuvieron un rol protagónico en la novela colectiva. Una similitud más es el curioso intercambio de apellidos entre los personajes de ambas novelitas, como Chole, hija de don Paco Alcoforado y Simona de la O, su casera, en el primer capítulo de *Por un cigarro...*, y las homónimas Chole de la O, moza, y Simona, igualmente casera en *El de los claveles dobles*. Por si fuera poco, el espacio que habitan los personajes de sendas narraciones es una vecindad del centro de la Ciudad de México con características muy similares. Por último, baste recordar *La Rumba* (1889), obra en la que Micrós se da a la tarea de criticar

la figura del *reporter*. Con estos elementos a vuela pluma consideramos que es muy probable que Ángel de Campo sea el autor del primer capítulo de *Por un cigarro...*, de cualquier manera, queda abierta la posibilidad de que futuros estudios, cuyo objetivo sea distinto del presente, profundicen más a este respecto.

Disonancias en algunos personajes

A pesar de la brevedad de *Por un cigarro...*, el número de personajes que aparecen en la novela es vasto, tan es así que hemos consignado más de 30, entre principales y secundarios, sin contar algunos más que son incidentales. Muy probablemente este número tan grande, en una novela corta, se debe a la intervención escritural que cada uno de los siete autores realizó a la trama, pues, dado su planteamiento, dio pie al relato de otras historias que ocurren a partir de la muerte del niño Atenógenes. Al inicio de la narración se presume la responsabilidad de Francisco Alcoforado en el deceso del niño, para después, en los capítulos subsecuentes, ir modificando las causas y buscando nuevos culpables de la muerte del infante; es decir, cada capítulo busca ir complicando la trama con los enredos que suscita la prensa amarillista. Si bien estos múltiples relatos sostienen intencionalmente la intriga de la novela hasta el final, existen disonancias en la identidad de determinados personajes, así como en los sucesos en los que participan. En este sentido, la construcción narrativa por algunos momentos no es clara y deja ver más de una pifia por parte de los autores, en lugar de un ejercicio narrativo premeditado.¹⁷

Destaquemos que las divergencias en la caracterización de los personajes no inciden en la resolución de la trama ni impiden que los sucesos principales tengan sentido, ya que a partir del sexto capítulo, con el relato de Tito Muñoz Chufo, se aclara toda confusión. La intervención de los distintos autores hace que la narración se alimente de diversos matices y genere disonancias que sólo pueden observarse con la lectura continua y total de los capítulos; lectura que no hizo el grueso del público de 1898, pues debía esperar al menos una semana para continuar con el ritmo y la

secuencia de una historia que por muchos años permanecería fragmentada. Cabe señalar que el sentido lúdico de esta “rifa novelera” no estaba condicionado únicamente por la escritura de cada relevo literario, sino que el escritor que recibía la estafeta debía resolver algunas veces el capricho o el juego forzado de su predecesor, tal como sucede en el capítulo tercero: *Donde se cuenta cómo empiezan a aclararse algunas dudas y nacen otras que harían interminable esta verídica historia, si no sobreviniera el lamentable caso que verá el lector en el capítulo cuarto* (37), obligando, de este modo, al siguiente redactor a conducirse por determinadas veredas para continuar la historia.

Es muy probable que *Por un cigarro...*, dada su estructura argumental, haya sido pensada como una “comedia de enredos”, pues la sospecha, el humor y los equívocos están presentes pero, sin duda, las diversas voces narrativas construyen varios lugares de enunciación que complican de más la historia con el pretexto de mostrar el sensacionalismo o la manipulación de la información por parte de los *reporters* en aras de obtener el interés del público.

Nota roja con tintes de humor negro

En el estudio preliminar a *El de los claveles dobles*, Miguel Ángel Castro comparte que mientras investigaba en las páginas de *El Imparcial* tuvo noticia del suicidio de Sofía Ahumada, mujer de veinte años que decidió arrojar desde una de las torres de la Catedral metropolitana, dejando una carta que explicaba los motivos de su determinación. Este suceso permitió al investigador conocer que Ángel de Campo inspiró parte de su novela en dicho suceso, pues Micrós publicó una crónica del episodio en su sección “Semana alegre”. En ese sentido, una vez más, *El de los claveles dobles* nos da herramientas para el análisis de la obra que nos ocupa. Por ejemplo, la muerte de Atenógenes en la vecindad de la calle de Los Parados —al igual que el suicidio de Sofía Ahumada— despierta la curiosidad e interés de la gente, además de avivar las consabidas pugnas entre la prensa que divulga la nota roja.

Es de resaltar que de todas las novelas que *Cómico* publicó cada domingo, probablemente sea *Por un cigarro...* la que mejor expresó el espíritu humorístico de la revista; no obstante abordar la muerte de un niño. Lo que pudo motivar una historia guiada por la solemnidad, la tristeza, la compasión u otros sentimientos afines derivó en una serie de escenas que mueven a la risa. El humor negro, ese “enemigo mortal del sentimentalismo con aire perpetuamente acorralado —el eterno sentimentalismo sobre fondo azul—” (Breton 2005: 13), fue el instrumento empleado por los autores para orientar su creación. Este tipo de humor se muestra por medio de epítetos denostativos entre los personajes de la prensa y con la construcción de situaciones salpicadas de ironía, como cuando el narrador menciona que “la madre del difunto llora porque no habrá velorio y van a *destazarle* al niño” (2021: 35) y la propia madre pregunta: “Pero, ¿me permitirán siquiera *rejuntarlo* después?” (35). El humor negro no actúa en la diégesis de la novela, es decir, no son los personajes quienes lo ejecutan porque para ellos no hay risa ni humor, sino angustia e incertidumbre. Es en el nivel extradiegético, con el (los) narrador(es), donde distinguimos el escarnio y la mofa.

Por otro lado, es importante recordar que el ejercicio periodístico finisecular del XIX había cambiado el paradigma de décadas pasadas para perseguir las notas *vivas*, en pleno desarrollo, promoviendo una competencia por la preferencia de los lectores que muchas veces no admitía reparos éticos. A este respecto, resulta importante la figura del *reporter*, quien buscaba la inmediatez y la explotación del morbo que despertaban el crimen, el escándalo y las vidas ajenas, a diferencia del cronista que ponía cuidado y esmero en redactar sus notas. El punto de vista de Reyes Spíndola a propósito de las primeras publicaciones de *El Imparcial* arroja mucha luz sobre este tema:

La prensa no tiene ya esa misión casi divina, doctrinaria y sagrada, que obligaba a tomar la entonación magistral y la frase altisonante y pomposa para el asunto más baladé [...]. Aquellos artículos sin fin y sin color como el caos atiborrado de sentencias, trufados de citas, salpicados de anotaciones, embadurnados de latines, están tan pasados de moda como los zapatos de hebilla [...].

Para nosotros el periodismo es una especialidad como cualquiera. Si es verdad que debe tener fines instructivos, lo esencial es saciar esta enorme curiosidad que tenemos de saberlo todo, hasta lo que nada nos importa. Pretender llenar el primer requisito, esto es, hacer un periódico doctrinario, sin dar preferencias a la información sensacional, es estrellarse en la indiferencia del público. El reportero es cazador que recoge y lanza la noticia aún fresca, cuando todavía el suceso es palpitante. Ya no se le pide un estilo maestro, sino buenos pies, un ojo avisado e investigador (*El Imparcial* 6.3.1896: 2).

El *reporter* cultivaba un estilo de claras intenciones sensacionalistas que fijaba la atención en los aspectos más crudos de los hechos, tal como sucedió con el suicidio de Sofía Ahumada. Una hoja suelta de la imprenta Venegas Arroyo brindaba la información de que el cadáver de la mujer lucía “pavoroso”, “horrible”, con la masa encefálica “pendiente en la cornisa del primer piso de la torre” (Castro 2008: 12). Algo parecido, pero con humor, sucede en *Por un cigarro...* cuando el *reporter* de *El Teléfono* le hace una fotografía a don Paco en el momento en que éste se encuentra al borde del desmayo y le pide que no se mueva, que

contenga su emoción [...] a ver acuéstese otra vez en la zalea. Así, *lánguidamente...*, eso es [...] ¿me permite arreglarle ese brazo? *Estaría mejor sobre el corazón...* como si sintiere usted un *agudo dolor* [...]. Voy a retirar un poco la cámara..., eso es [...]; favor de poner la *cara más patética...*, eso es..., *la mirada más triste...*, muy bien, eso es, a la una, a las dos, a las tres, muy bien, eso es... salud y pesetas (30, las cursivas son nuestras).

En esta guerra por “ganar la nota” en la novela colectiva, el periódico *El Teléfono Nacional* entabla una “competencia” con *El Pífano* para descalificarse con adjetivos soeces. Por otra parte, ni uno ni otro impreso muestran imparcialidad ni mesura en el ejercicio de su labor, ya que sus *reporters* no dudan en entrometerse en las diligencias judiciales —así como sucedió con el suicidio de Sofía Ahumada—, al grado de quitarle, incluso, protagonismo a la muerte del niño Atenógenes. El propio don Paco Alconforado,

al ser falsamente inculgado, deja ver su miedo, pues sabe que un *reporter* “es capaz de colarse por la más pequeña rendija” (31) de su casa.

A lo largo de la novela, estos gatilleros de la pluma inventan y tergiversan la realidad a tal punto que debe intervenir un tercer periódico, *El Criterio Público* —nombre que simbólicamente representa el buen juicio—, para desmentir y aclarar las cosas: “Es inconcebible que por tan nefando modo se vulneren los fueros de la inocencia, como lo han hecho los órganos de la *prensa militante*, explotando para su provecho las aflicciones de una familia desheredada pero honesta [...]. Aquí hay una mujer egoísta que tuvo temor de hacer el bien; pero nunca ‘crimen tenebroso’ ni ‘infanticidio flagrante’ como dijeron *El Pífono* y *El Teléfono*” (53-54, las cursivas son nuestras).

Es relevante que se hable de “prensa militante” porque, como es de sobra conocido, Reyes Spíndola recibía subvenciones del gobierno de Díaz, lo que hace pensar que este pasaje no es una expresión de autocritica; quizá, tal vez, una ligera aproximación mordaz a los señalamientos de otros diarios “doctrinarios”, como los calificó el editor oaxaqueño líneas arriba. Así, en esta novela corta, la diferencia de intereses entre *El Teléfono Nacional* y *El Pífono* no existe, ambos responden a una batalla comercial a costa de la verdad y la ética.¹⁸ Esta relajación de la ética y banalización de los hechos se muestra en los encabezados que podemos leer en la novela: “Lo último en el escándalo del Perico”. “El asunto —loro— Alcanforado. O sea del Perico. Nuevos datos” y “El asunto alcanforado —atroz calumnia—” (35).

La comparación con el caso de Sofía Ahumada y la muerte de Atenógenes tiene un sentido referencial, pues es claro que un relato se inspiró en un hecho de la vida real y el otro es pura ficción literaria. Sin embargo, creemos que al tratarse de dos novelas cercanas en la fecha de aparición, haberse publicado en un mismo espacio editorial y, quizá —al menos parcialmente— compartir autoría, bien podían vincularse y servir de ejemplo para exponer el ambiente periodístico de finales del XIX, que el lector podrá descubrir con la lectura de la novela.

Por un cigarro... ¿publicidad cigarrera?

Sabemos que la génesis de la novela *Por un cigarro...* es resultado de un sorteo de la llamada “rifa novelera”; sin embargo, el hecho de que las siete destacadas plumas hayan podido crear una historia con ingenio, lucidez y sagacidad no exenta de yerros —a partir de un título un tanto vago—, nos lleva a considerar que la novela haya sido el escaparate publicitario de alguna compañía cigarrera.¹⁹

Como es de suponerse, a lo largo de la historia son varias las situaciones en las que fumar es un hábito natural y constante en los personajes. Además, recordemos que la presunción de que la muerte del niño fue causada por un cigarro persiste durante buena parte del relato, hasta que se devela que no fue así. Por su parte, la policía jamás habría intervenido ni se hubiera inculpado a don Francisco Alcoforado de no ser por el deseo ansioso de los jóvenes estudiantes de medicina y su obsesión por fumar: “Preparado el café, ¡fumamos un cigarro! Hacía cinco horas que ayunábamos del vicio y no, no lo chupábamos, lo absorbíamos con el alma” (73). Esta obsesión de los jóvenes por fumar será el hecho que determine el desenlace de la historia.

En este ánimo, en la novela abundan los ejemplos que nos conducen a afirmar que el tabaco desempeña un papel protagónico en la historia, de tal manera que los cigarros llamados Chorritos bien podrían ser un personaje en sí mismo dentro del relato.²⁰ Señalemos que los Chorritos fueron producidos por la empresa El Buen Tono S. A., fundada en 1884 por el francés Ernesto Pugibet. Según afirma Denise Hellion, “el Buen Tono era uno de los más constantes anunciantes en la industria editorial de Reyes Spíndola, a quien el ingreso por la publicidad reportaba una ganancia que podía ser mayor a la subvención del gobierno del general Díaz” (Hellion 2013: 163). Por nuestra parte, resaltamos que en la novela la mención de la marca de los cigarrillos es constante y traza la ruta polémica entre los periódicos encargados de dar seguimiento a la noticia de la muerte del pequeño infante. Así, por ejemplo, *El Teléfono* informaba:

Tenemos que añadir una nota misteriosa a este desgraciado suceso que cada día se vuelve tenebroso. Hecha la autopsia del niño Atenógenes, muerto en el canasto, se le encontraron en los intestinos huellas de nicotina y mariguana, por lo que se supone que el cigarro en cuestión era *Chorrito* y no del A. B. C., ni del orozuz como maliciosamente insinúan los redactores de *El Píffano*, acaso por sugerencias de alguna colonia extranjera mezclada en el asunto, y a la cual le conviene el desprestigio de cierta fábrica (35).

Mientras que *El Píffano* toma la defensa de los Chorritos:

Miente con desvergüenza inaudita *El Teléfono Nacional* al asegurar que se hayan encontrado en el cadáver del niño Atenógenes huellas de nicotina y mariguana y, más aún, cuando se atreve a decir que el cigarro en cuestión era *Chorrito*. Ese párrafo fue inspirado por una empresa norteamericana que trata solapadamente de causar desprestigio a los cigarros *Chorritos* que son, con justicia, *los más aceptados del país*. ¡Qué prensa! ¡Qué prensa! (45, énfasis nuestro).

A partir de estos ejemplos, se advierte el encono con que sendos periódicos tratan el asunto y se enfrentan, casi como si fueran más importantes los cigarros que la muerte del niño; en ese sentido, la propia trama nos hace pensar también en la pugna que existía, por esos años, entre las fábricas productoras de cigarros que intentaban dominar el mercado nacional. Nos referimos a las cigarrerías de El Buen Tono y La Tabacalera Mexicana, cuyas diferencias fueron tan grandes que dirimieron públicamente sus disputas en las páginas de la prensa del periodo “mediante cartas y anuncios, a modo de inserciones pagadas” (Hellion 2013: 164).²¹ Por ello, no es extraño suponer que en las páginas de *Cómico* —y por medio del conflicto narrativo creado para la novela— se hicieran referencias a los famosos cigarros llamados *Chorritos*, enrollados a máquina o a los hechos con papel de orozuz, como síntoma de la intensificación de esas disputas económicas que respondían a la incipiente sociedad de consumo.

La batalla por el mercado cigarrero fomentó que las compañías se promocionaran en la prensa, crearan loterías u ofrecieran imágenes temáticas de interés para el público. En este punto destaca la figura de Juan Bautista

Urrutia, dibujante y litógrafo que comenzó a trabajar en 1899 en el taller de El Buen Tono. Urrutia demostró ser muy ingenioso en el campo de la publicidad al lograr incorporar textos a las imágenes que ya se imprimían, mismas que fueron convirtiéndose en pequeñas historietas donde los cigarrillos desempeñaban un papel protagónico.²² Cuando Urrutia se afianzó dentro del taller y comenzó a tener más confianza para escribir y dibujar las historietas “usó con más frecuencia nombres de objetos como nombres propios. Es probable que para ello se haya inspirado en la nota roja” (Carmacho Morfín 2013: 81).

Sabemos con claridad que el auge de las historietas de El Buen Tono fue posterior a la publicación de *Cómico* —incluso fue hasta 1904 cuando dejaron de imprimirse en el taller litográfico de la compañía cigarrera para comenzar a aparecer en las páginas de *El Imparcial*—. No obstante, nuestro propósito ha sido plantear que *Por un cigarro...* sentó las bases para practicar un tipo de publicidad que combinaba la narrativa visual con la escrita, aunque se hubiera ejercido unos años más tarde.²³

La novela colectiva aquí estudiada se nutre de diversos temas que configuraron una buena parte de los discursos literarios que circulaban a finales del siglo XIX, entre los cuales podemos destacar la intervención del cuarto poder en la vida cotidiana y en los espacios más íntimos de un puñado de habitantes para generar el interés morboso de los lectores por consumir textos de la llamada prensa amarillista. Otro asunto que se desarrolla de manera harto humorística se refiere a las enfermedades que en la época se creía determinaban el “comportamiento vicioso” de las personas. En virtud de ello, los diversos escritores de *Por un cigarro...* hacen mofa y escarnio de las explicaciones supuestamente “científicas” de ciertos padecimientos, responsables de que una persona estuviera predeterminada genéticamente a cometer actos violentos e ilícitos.

Finalmente, tal como lo establecieron las reglas de este ejercicio narrativo, *Por un cigarro...* fue urdiendo su trama, entrega por entrega, gracias al ingenio y compromiso de cada uno de sus redactores. El misterio fue un ingrediente que, desde los puntos suspensivos del título, evidenció la intriga y el suspenso que regiría la habilidad narrativa de los escritores. De este modo, la trama de la novela cumplió con las exigencias que los

editores de *Cómico* habían determinado: siete entregas, distintos autores, humor y suspenso para crear expectación en el público consumidor del hebdomadario.

Cómico fue una publicación que, a lo largo de sus páginas, buscó imprimir en sus contenidos (notas, crónicas, editoriales, cuentos, ilustraciones), y en particular en sus novelas, un acusado tono humorístico. *Por un cigarro...*, sin duda, es un ejemplo contundente del empleo del humor como pieza que engrana múltiples objetivos editoriales, pues la novelita, además de divertir, buscó que una parte del público lector se identificara con los personajes que centraban su existencia en la populosa vida de alguna vecindad del centro, o bien padecían las injusticias por parte de la policía, o simplemente su cotidianidad transcurría en el ir y venir de las agitadas calles de la ciudad. Si esto fuera poco, la “rifa novelera” con su eficaz ironía retrató las prácticas poco honorables de los *reporters* como protagonistas que basaban su existencia en husmear vidas ajenas, opinar con gran superficialidad y conducirse con pocos escrúpulos a cambio de obtener jugosas ganancias económicas.

En suma, esta experimentación escritural refleja con gracia y humor algunas de las prácticas más recurrentes de la sociedad finisecular mexicana, entre las que destacan el empleo de estrategias publicitarias novedosas para vender cualquier producto, en este caso cigarrillos. No dudamos en decir que la recuperación de *Por un cigarro...* entre las numerosas páginas del semanario *Cómico* merece una mayor atención por parte de los estudiosos interesados en el periodo, pues sólo una parte de su riqueza ha quedado apuntada en este artículo.

Bibliohemerografía

Bonilla de León, Laura Edith. *Manuel Caballero, historia y periodismo en la conformación de una modernidad porfiriana*. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Facultad de Estudios Superiores-Acatlán, 2014.

Breton, André. *Antología del humor negro*. 7ª ed. Barcelona: Anagrama, 2005 (Compactos, 33).

- Breton, André y Paul Éluard. *Diccionario abreviado del surrealismo*. Madrid: Si-ruela, 2003.
- Bunker, Steven B. *La creación de la cultura de consumo mexicana en la época de Porfirio Díaz*. México: Fondo de Cultura Económica, 2021.
- Camacho Morfín, Thelma. *Las historietas de El Buen Tono (1904-1922). La litografía al servicio de la historia*. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Estéticas / Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo-Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades, 2013.
- Campo, Ángel de. *El de los claveles dobles. Entretenimiento novelesco de buen humor en varios cuadros y algunos coloquios a manera de apuntes, para un libreto del género mediano*. Presentación, edición y notas de Dulce María Adame González, 2009. En línea disponible en: <<https://silo.tips/download/el-de-los-claveles-dobles>> [consultado el 16 de marzo de 2021].
- Castro, Miguel Ángel. "Estudio preliminar", en Ángel de Campo. *El de los claveles dobles. Ni amor al mundo ni piedad al cielo. El suicidio de Sofía Ahumada. Expediente de prensa y literatura mexicanas*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2008 (Al siglo XIX. Ida y regreso). 15-35.
- Cómico*. t. I. núm. 1. México: Ramón Murguía y Comp., 2 de enero de 1898.
- Cómico*. t. I. núm. 1. México: Ramón Murguía y Comp., 16 de enero de 1898. 3
- Cómico*. t. I. núm. 34. México: Ramón Murguía y Comp., 21 de agosto de 1898.
- Cómico*. t. I. núm. 35. México: Ramón Murguía y Comp., 28 de agosto de 1898.
- Cómico*. t. I. núm. 38. México: Ramón Murguía y Comp., 18 de septiembre de 1898.
- Cruz García, Ricardo. *Nueva Era y la prensa en el maderismo. De la caída de Porfirio Díaz a la Decena Trágica*. México: Universidad Nacional Autónoma de México -Instituto de Investigaciones Históricas, 2016.
- El Mundo Ilustrado*. "Reformas en este periódico". México, 24 de octubre de 1897. 282.
- García, Clara Guadalupe. *El imparcial: primer periódico moderno de México*. México: Centro de Estudios Históricos del Porfiriato, 2003.
- Hellion Puga, Rosa Denise. *Exposición permanente: anuncios y anunciantes en El Mundo Ilustrado*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia / Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, 2008.

- Hellion Puga, Rosa Denise. *Humo y cenizas. Los inicios de la publicidad cigarrera en la Ciudad de México*. México: Conaculta / Instituto de Antropología e Historia, 2013.
- Mackinlay, Horacio. "La agroindustria del tabaco en México y la formación de la empresa paraestatal Tabamex: 1920-1972", en *Polis*. México: Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa-Departamento de Sociología. 7-2 (2011): 213-262.
- Martínez Luna, Esther. "Un cupón y diez centavos: las novelas de *Cómico* (1898-1901)", en Gustavo Jiménez Aguirre (coord.). *Una selva tan infinita. La novela corta en México (1891-2014)*. III. México: Universidad Nacional Autónoma de México / Fundación para las Letras Mexicanas, 2014. 425-443.
- Martínez Luna, Esther (ed.). *Por un cigarro... Novela colectiva*. Notas de Esther Martínez Luna y Gamaliel Valentín González. México: Investigaciones Filológicas / <lanovelacorta.com>, 2021. Edición digital disponible en: <<https://lanovelacorta.com/novelas-en-transito/por-un-cigarro.pdf>>.
- Ortiz Gaitán, Julieta. *Imágenes del deseo. Arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2003.
- Ortiz Marín, Ángel Manuel y María del Rocío Duarte Ramírez. "El periodismo a principios del siglo XIX (1900-1910)", en *Revista Pilquen*. Dossier Bicentenario. México: Universidad Autónoma de Baja California-Facultad de Ciencias Humanas. XII-12 (2010): 5.
- Reyes Spíndola, Rafael. "Editorial", en *El Imparcial*. México, 6 de marzo de 1896. 2.
- Ruiz Castañeda, María del Carmen, Luis Reed Torres y Enrique Cordero y Torres. *El periodismo en México: 450 años de historia*. México: Tradición, 1974.
- Saborit, Antonio. *El Mundo Ilustrado de Rafael Reyes Spíndola*. México: Grupo Carso, 2003.
- Valentín González, Gamaliel. *Estudio y edición anotada de la novela colectiva Por un cigarro*. Tesis. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Facultad de Filosofía y Letras, 2020.

Notas

¹ Esta situación la describe Laura Edith Bonilla, al señalar los diversos tipos de apoyo por parte del gobierno a las publicaciones periódicas; por ejemplo, entregando dinero en efectivo a los editores, mediante el préstamo de espacios e imprentas del gobierno, o bien exhortando a los gobernadores a comprar suscripciones y apoyar la circulación de los periódicos en cuestión. Este tipo de intervención fue decisiva “al proporcionar la infraestructura necesaria para el desarrollo tecnológico y económico [pues] la prensa mexicana de finales del siglo XIX será producto de estas transformaciones tecnológicas, económicas y políticas, matizadas por las particularidades de su contexto” (2014: 147). El tema de las subvenciones por parte del gobierno de Díaz ha sido ampliamente estudiado, sirva de ejemplo, además de lo referido por Bonilla, los trabajos de María del Carmen Ruiz Castañeda, Luis Reed y Enrique Cordero (1974: 238) y Ricardo Cruz García (2016: 21).

² De acuerdo con Antonio Saborit: “Es bien sabido que la subvención a Reyes Spíndola ascendía a mil pesos semanales, cuando al principio las oficinas de su empresa ocuparon el número 20 de la calle Tiburcio, enfrente de la residencia de Justino Fernández, pues en su momento el dato llegó a circular hasta en letras de molde” (2003: 27).

³ Como ejemplo de los esfuerzos de Reyes Spíndola por innovar en las artes gráficas a fin de estar a la altura de los mejores impresores europeos, podemos mencionar que para la fundación de *El Imparcial*, en 1896, había invertido cerca de 30 mil pesos en una rotativa comprada en Chicago (Hellion 2008: 40), se trataba de una Goss Straight Line capaz de realizar “no menos de 12 mil impresiones en una hora” (García 2003: 47), cuyo empleo fue compartido para la impresión de *El Mundo Ilustrado*.

⁴ Hasta donde tenemos noticia, no existen estudios específicos sobre el semanario *Cómico*; sólo se le refiere de manera general y brevemente en artículos, así como algunas tesis acerca del devenir de las historietas en México, la publicidad de la época, las artes gráficas, la prensa misma o la novela por entregas. La visión más amplia hasta ahora del hebdomadario se ofrece en “Un cupón y diez centavos: las novelas de *Cómico* (1898-1901)” (Martínez Luna 2014).

⁵ En las páginas del *El Mundo Ilustrado* así se anunciaba la independencia de esta nueva publicación: “Aumentaremos un Suplemento Humorístico titulado *El*

Mundo Cómic, quitando solamente los anuncios que se publicarán en la edición de venta” (24.10.1897: 282). Por su parte, Antonio Saborit, habla de una publicación titulada *El Mundo Cómic*, “que pasado algún tiempo cambió su nombre a *Cómico* y *La Ilustración Popular*, suplemento de *El Imparcial* que se publicaba los jueves, y posteriormente los domingos” (2003: 43).

⁶ A los cuatro meses de haberse publicado el primer número de *Cómico*, Ramón Murguía se convirtió en el propietario y desde entonces figuró como editor en las últimas páginas del semanario, junto a la información del precio de los ejemplares, las suscripciones, domicilio, apartado postal, atención administrativa y comercial. Por su parte, el precio de un número suelto de la revista comenzó costando cinco centavos; las suscripciones mensuales en la capital del país, 25; y en los estados de la República, 40. Estos precios se incrementaron muy pronto y la revista a los pocos meses de haber salido subió su precio a diez centavos el ejemplar suelto, la suscripción en la capital a 40 y en el resto de los estados a 60.

⁷ El formato del semanario en cuanto a dimensiones e ilustraciones a color, prácticamente se mantuvo igual durante los tres años en los que circuló la revista, dado el tema específico del presente artículo, cuando hablamos del diseño, distribución y tipo de contenidos, nos referimos particularmente tanto a los siete números en los que se publicó la novela *Por un cigarro...* como al número especial del 18 de septiembre y a los referidos en la bibliografía correspondiente.

⁸ Como son Andrés Niporesas, Antolín, C. Pillo, Crick, Fray Trucha, José 8 Calvo, Juan Clavija, Juan Palomo, Juvenalito, Maravelo, Plutarquillo, Poco, P. Pino, PP. Nando, Tesifonte Lemus, XYZ, etc. Además, debemos mencionar las colaboraciones de Agustín Valero Méndez (Maravelo), Amado Nervo, Ángel de Campo, Aurelio González Carrasco, Elías Torres, Javier de Ulma, José Jackson Veyán, Juan A. Mateos, Luis Frías Fernández, Juan Pérez Zúñiga, Pedro Escalante Palma, Sinesio Delgado y Vital Aza, por mencionar sólo a algunos.

⁹ El primer número del hebdomadario se agotó casi de inmediato, así nos lo hace saber el editor en un anuncio publicado el 16 de enero de 1898, donde comenta que se “hará una nueva reimpresión para que los suscriptores no tengan trunca su colección” (*Cómico* 16.1.1898: 3). De esta manera, la empresa y sus editores promovían coleccionar la revista y ofrecían encuadernar *Cómico* por tomos semestrales a sus suscriptores, destacando orgullosos que de enero a marzo de 1898 había aumentado el tiraje de 15 a 16 mil ejemplares, es decir, en sólo un

par de meses. Es un tiraje considerable, ya que por esos años diarios como “*El Monitor Republicano* y *El Universal* alcanzaron tiradas de 10 a 20 mil ejemplares. *El Imparcial* [del propio Spíndola] logró tirajes de más de 100 mil ejemplares” (Ortiz y Duarte 2010: 5).

¹⁰ Incluyó un total de 18 ilustraciones de distintos tamaños y distribuidas sin un orden regular, probablemente supeditadas a la longitud de los textos y a las necesidades del cajista. Puntualmente, tres en cada uno de los primeros cuatro capítulos y únicamente dos en los restantes tres capítulos (quinto, sexto y séptimo).

¹¹ La novela, en este juego de ocultar la identidad de los “destacados literatos” se firmó de la siguiente manera, capítulos: I-A, II-B, III-C, IV-D, V-E, VI-F y VII-G. Es importante señalar que *Por un cigarro...* había permanecido, durante más de 123 años, publicada sólo de manera fragmentada en las páginas de *Cómico*, pero, por fortuna, en la actualidad existe una edición anotada que se puede consultar en <lanovelacorta.com>. Esta edición es la que utilizamos en las citas del presente artículo.

¹² Para mayor información respecto de las novelas cortas publicadas en *Cómico* véase el ya citado artículo de Martínez Luna (2014: 430-440), quien hace una revisión detallada de las obras en cuestión.

¹³ Su publicación dominical únicamente se vio interrumpida por los festejos de la Independencia, por lo que en el número 38, correspondiente al día 18 del mes de septiembre, cedió su espacio a un especial de 20 páginas, no sin antes advertir en una nota: “suprimimos hoy el capítulo III de la novela ‘Por un cigarro’ para dar lugar al abundante material preparado para este número dedicado a los asuntos de las fiestas de la Independencia. Dicho capítulo aparecerá en el próximo *Cómico*” (18.9.1898: 16).

¹⁴ Todas las citas de la novela *Por un cigarro...* corresponden a la edición digital preparada por Esther Martínez Luna y anotada en colaboración con Gamaliel Valentín González (2021), disponible en <<https://lanovelacorta.com/novelas-en-transito/por-un-cigarro.pdf>>.

¹⁵ Recordemos que para los surrealistas el juego del escribir un “cadáver exquisito” consistió “en que varias personas componen una frase o un dibujo en cada uno de los pliegues de un papel sin que ninguna de ellas pueda saber qué han escrito o dibujado las anteriores. El ejemplo clásico que ha dado nombre al juego se obtuvo con este procedimiento: El cadáver - exquisito - beberá - el vino - nuevo” (Breton y Éluard 2003: 25-26).

¹⁶ Para muestra un botón: “Aquella tarde Don Trifón Vinagrete, director del *El Pífono*, reunió a todos sus *reporters*, recortadores cómplices, compiches y demás genticilla de pluma, y les clavó en el espíritu el siguiente discurso, que había preparado desde la noche anterior: —Hijos míos, sois entre otras cosas, unos distinguidos idiotas. Habéis puesto en ridículo al *Pífono*; me habéis desprestigiado, hundido. Sabed, jóvenes imbéciles, que un periodista no debe equivocarse nunca. Habéis inventado un crimen que no ha existido, sino en vuestro desordenado calestre. *El Teléfono Nacional* se ha burlado de nosotros; la suerte del periódico peligra, yo también peligro, vosotros peligros” (2021: 55).

¹⁷ Para ejemplificar lo señalado podemos mencionar que en el capítulo primero se dice que Nieves Regalado es la doméstica de Francisco Alcoforado, mientras que para el siguiente, desde el inicio se indica “*un misterioso diálogo entre don Paco y su doméstica Demetria*” (2021: 29). El nombre de Nieves no vuelve a aparecer sino hasta el capítulo quinto, cuando un empleado de Trifón Vinagrete, director de *El Pífono*, le dice: “—Además, usted recordará que Abelardo Pérez, el *reporter* de *El Teléfono*, sometió a un interrogatorio a don Paco, en el que éste confesó que ignoraba cómo se encontraban en el baúl de la criada Nieves Regalado el retrato, el pañuelo y los botones del viejo” (56). La propia Nieves es inquirida en el capítulo quinto acerca de la referida sospecha y, a partir del sexto capítulo no se le menciona más, mientras que a Demetria sí, ya que es presentada como portera de la vecindad y, aunque pudiera ser portera y criada a un tiempo, en el mismo episodio se habla también de un portero cuando el gendarme que visita el domicilio de Los Parados da su parte a otro oficial. Además de lo expuesto, un eslabón que une en identidad a Nieves y Demetria es que, tanto a la una como a la otra, se les llame por igual maritornes.

¹⁸ En el caso de Sofía Ahumada, la información terminó siendo banalizada a tal punto que las declaraciones de los testigos intrigaban a la vez que divertían porque, a decir de Miguel Ángel Castro, “traslucen, sin duda, cierto humor negro” (2008: 12-13), de modo que “la polémica en torno al suicidio de Sofía terminó en reflexiones de los periodistas encargados de bordar sobre los hechos de la semana, y en burlas e ironías para entretener a los lectores de revistas populares” (15).

¹⁹ De acuerdo con Steven B. Bunker: “Las empresas [cigarreras] se esforzaron por ganarse a los ciudadanos mediante exposición y exhibición visual, y asignaron inmensos recursos y energías creativas para abarcar el mayor mercado urbano y

nacional posible. En la Ciudad de México, los anunciantes de tabaco lo comercializaron en todas las colonias y establecimientos posibles de la creciente urbe, desde las pulquerías en Tepito hasta los acaudalados grupos en el Tívoli de Eliseo. Los anuncios de tabaco en los periódicos y en las calles se combinaron con espectáculos patrocinados por la industria que no sólo pretendían vender productos de sus marcas [...], sino también fomentar al mismo tiempo identidades individuales y grupales como consumidores y ciudadanos” (2021: 33).

²⁰ “Baratos y abundantes, los cigarros enrollados a máquina simbolizaban el progreso económico y cultural de México más que ningún otro artículo de consumo producido en masa durante el porfiriato. Fumar cigarros de El Buen Tono [...] era demostrar que se era moderno”, además de fomentar una identidad nacional mexicana que “promovía el hábito de fumar cigarros como universal y moderno” (Bunker 2021: 32).

²¹ Horacio Mackinlay señala que las principales compañías tabaqueras, además de El Buen Tono, eran la Tabacalera Mexicana y la Compañía Cigarrera Mexicana; la primera concentraba un capital predominantemente francés; la segunda, español, y la tercera, alemán, además de mexicano y francés por igual (2011: 220). Por su parte, Thelma Camacho Morfín señala que la empresa de El Buen Tono contaba con un taller litográfico propio dentro de sus instalaciones, ahí se realizaban todos los procesos de impresión de las cajetillas, empaquetado y toda la publicidad requerida. El concentrar todos los procesos en un solo lugar hizo que la empresa de Pugibet aventajara considerablemente a sus competidores. Pero no fue sino hasta 1898 —año en que *Por un cigarro...* fue publicada— que El Buen Tono vio amenazado su dominio del mercado cuando, tras la asociación de Antonio Basagoiti y Zaldo Hermanos, surgió la Tabacalera Mexicana y tiempo después la Compañía Cigarrera Mexicana (Camacho Morfín 2013: 55). Lo que al inicio fue una coexistencia sin conflictos, en unos años se tornó una guerra por el mercado que desató una serie de ataques, principalmente entre Pugibet y Basagoiti, y fueron las páginas de *El Imparcial* el escenario de críticas a las condiciones de trabajo de una y otra empresa, mofas y burlas hechas a través de cartas que sólo terminaron en 1906 cuando “de común acuerdo habían decidido poner fin a la polémica” (56-57).

²² Su trabajo se desarrolló durante las dos primeras etapas de la publicidad en la prensa ilustrada mexicana, que Julieta Ortiz Gaitán señala en *Imágenes del deseo*,

la que tiene influencia del *art nouveau*, de 1894 a 1914, y del *art déco*, de 1914 a 1933 (2003: 421-422). Por su parte, Camacho Morfín comenta que “la estética de las historietas de El Buen Tono también deriva de impresos cuyos elementos narrativos integran el lenguaje escrito y el icónico, los cuales circulaban a finales del siglo XIX y principios del XX, tales como la gráfica popular mexicana, la caricatura política mexicana del siglo XIX, la publicidad de la prensa, los grabados de José Guadalupe Posada, las aleluyas y las estampas de Epinal” (2013: 13).

²³ Es importante remarcar que Juan Bautista Urrutia, desde su ingreso al taller litográfico de El Buen Tono —en 1899, y hasta el final de su vida, en 1938— no dejó de hacer la publicidad de las diversas marcas de cigarrillos que fabricaba la empresa de Ernesto Pugibet. Sus temáticas y personajes siempre fueron inspirados por el diario acontecer capitalino y, por supuesto, buscaban promover el consumo de tabaco. Acaso el ejemplo más claro de estos recursos narrativos y publicitarios se aprecia en *Aventuras maravillosas de Ranilla*, historieta publicada a partir de 1922. En ésta un hombre de ojos saltones, cual rana, se enfrentaba a diversos conflictos que siempre tenían una solución, debido a la inspiración que le brindaba fumar Chorritos o alguna de las otras marcas comercializadas por El Buen Tono (Valentín González 2020: 44-47).