

***Revista de revistas* (1910-1920): fotografía y reorganización del orden impreso**

Revista de revistas (1910-1920): photography and the reorganization of the printed order

Revista de revistas (1910-1920): fotografia e a reorganizaçã da ordem impressa

Carolina Herrera Zamarrón

Instituto de Investigaciones Bibliográficas,
 Universidad Nacional Autónoma de México, México

ROR <https://ror.org/01tmp8f25>

carolnahz@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-7371-4691>

Resumen

Este artículo analiza el proceso de incorporación de la fotografía en las páginas del semanario mexicano *Revista de revistas*, desde los inicios de la publicación en 1910 hasta los primeros años de la década de 1920. El estudio aborda el tránsito de la imagen fotográfica desde su introducción como elemento ilustrativo en las columnas hasta su progresiva centralidad en el espacio editorial, con el objetivo de examinar su evolución dentro de las configuraciones discursivas de la página impresa. Metodológicamente, la investigación concibe el espacio de la página como un sistema en continua transformación, en el que convergen dimensiones técnicas, visuales y editoriales, y propone un análisis basado en el examen comparativo del espacio visual y de la organización formal del impreso (Martin, 2004; Pantin, 2008). Inscrita en el género del magazine fotográfico surgido en el primer tercio del siglo XX, *Revista de revistas* participa en un cambio del régimen de lectura heredado de la cultura tipográfica, en el cual la imagen adquiere un papel protagónico en la construcción del sentido y en la experiencia del lector, contribuyendo a la emergencia de nuevas formas de comunicación que dan progresivamente lugar a un nuevo tipo de público: el *pictolector*.

Palabras clave: Historia de la fotografía, Estudios de la imagen, Magazine, Historia cultural, México.

Abstract

This article examines the process through which photography was incorporated into the pages of the Mexican weekly *Revista de revistas*, from the journal's beginnings in 1910 through the late 1920s. The study traces the transition of photographic images from their initial use as illustrative elements within columns to their gradual centrality in the editorial space, with the aim of analyzing their evolution within the discursive configurations of the printed page. Methodologically, the research conceives the page as a system in continuous transformation, in which technical, visual, and editorial dimensions converge, and proposes an approach based on the comparative analysis of visual space and the formal organization of print (Martin, 2004; Pantin, 2008). Situated within the genre of the photographic magazine that emerged in the first third of the twentieth century, *Revista de revistas* participates in a shift in the reading regime inherited from typographic culture, in which the image assumes a leading role in the construction of meaning and in the reader's experience, contributing to the emergence of new forms of communication that progressively give rise to a new type of audience: the *pictolector*.

Keywords: History of photography, Image studies, Magazine, Cultural history, México.

Recepción: 30 Agosto 2025 | Aceptación: 10 Febrero 2026 | Publicación: 01 Abril 2026

Cita sugerida: Herrera Zamarrón, C. (2026). *Revista de revistas* (1910-1920): fotografía y reorganización del orden impreso. *Palabra Clave* (La Plata), 15(2), e273. <https://doi.org/10.24215/18539912e273>



Resumo

Este artigo analisa o processo de incorporação da fotografia nas páginas do semanário mexicano *Revista de revistas*, desde o início da publicação, em 1910, até o final da década de 1920. O estudo aborda a transição da imagem fotográfica desde sua introdução como elemento ilustrativo nas colunas até sua progressiva centralidade no espaço editorial, com o objetivo de examinar sua evolução no interior das configurações discursivas da página impressa. Metodologicamente, a pesquisa concebe o espaço da página como um sistema em transformação contínua, no qual convergem dimensões técnicas, visuais e editoriais, e propõe uma análise baseada no exame comparativo do espaço visual e da organização formal do impresso (Martin, 2004; Pantin, 2008). Inserida no gênero do magazine fotográfico surgido no primeiro terço do século XX, *Revista de revistas* participa de uma mudança no regime de leitura herdado da cultura tipográfica, na qual a imagem assume um papel protagônico na construção do sentido e na experiência do leitor, contribuindo para o surgimento de novas formas de comunicação que dão progressivamente lugar a um novo tipo de público: o *pictolector*.

Palavras-chave: História da fotografia, Estudos da imagem, Revista, História cultural, *Revista de revistas*, México.

1. Introducción

Revista de revistas forma parte de las publicaciones de contenido misceláneo surgidas a finales del siglo XIX en Europa, conocidas como *magazines*; un término que con frecuencia se asocia a los grandes almacenes departamentales que aparecen en la Europa de mediados del siglo XIX, como el *Bon Marché* de París: lugares donde se podía encontrar mercancía diversa y a los que el consumidor acudía también a pasear. Del mismo modo, este género de revistas ofrece una variedad de lecturas a un público amplio, que se convierte asimismo en consumidor. El *magazine* constituye un fenómeno internacional que circula y se multiplica en distintas regiones, incorporando temáticas y formas visuales específicas de cada contexto cultural.

Pertenece a la prensa industrial ilustrada de gran tiraje, que encuentra en la imagen un recurso eficaz para captar la atención del lector. En sintonía con los avances tecnológicos que marcan la época —impulsados, además, por la competencia en el mercado—, sus páginas se transforman en un campo de experimentación para la cultura visual. La fotografía participa como una nueva forma de representación, vinculada asimismo con esta dinámica industrial. Este artículo examina el proceso de incorporación de la imagen fotográfica en las páginas del semanario *Revista de revistas*, considerando las relaciones que implica el espacio editorial.

La investigación propone una aproximación que concibe el espacio de la página como un sistema en constante evolución: un dispositivo en el que confluyen dimensiones técnicas, discursivas y visuales, y donde cada cambio formal refleja nuevas adaptaciones a los contextos sociales y tecnológicos de su tiempo. El análisis se organiza en dos momentos. El primero aborda la evolución de la fotografía en las páginas del semanario desde sus inicios, cuando la publicación carece aún de imágenes, hasta la aparición de las primeras fotografías y su incorporación en las páginas de portada. En este apartado se examina la transformación de la organización formal que acompaña la introducción de este nuevo medio. Se trata de un periodo breve, que abarca de 1910 a 1911, pero en el que se producen cambios significativos: la publicación transita de un formato heredado del diario, compuesto exclusivamente por texto, hacia un primer estadio de publicación gráfica. En esta etapa predomina una lógica ilustrativa: la fotografía opera principalmente como imagen subordinada al texto y orientada a representar visualmente aquello a lo que este alude.

El segundo momento está marcado por una renovación técnica y el anuncio explícito de la adopción del modelo de las publicaciones ilustradas. Aquí se examina la evolución de las formas visuales en las portadas en relación con la fotografía, a lo largo de las primeras dos décadas de circulación. En una lógica expresiva, la imagen deja de limitarse a una función ilustrativa para emplearse como recurso expresivo, participando activamente en la construcción del sentido y en la captación de la mirada.

La metodología combina el análisis comparativo del espacio visual con el estudio de la organización editorial, atendiendo a la manera en que las innovaciones gráficas y de impresión se inscriben en una constelación más amplia de transformaciones sociales y culturales vinculadas a la cultura de lo impreso.

Para este estudio se realizó una revisión sistemática de *Revista de revistas* a partir de un muestreo regular, consistente en el análisis de un ejemplar cada seis números, desde sus inicios hasta 1949, de los ejemplares que resguardaba la Hemeroteca Nacional de México–IIB–UNAM.¹ Este procedimiento permitió observar tendencias formales y usos recurrentes de la fotografía a lo largo del periodo considerado, complementados con el examen detallado de números clave en los que se identificaron cambios significativos en la organización visual y editorial.²

2. De la prensa ilustrada hacia la prensa gráfica

El domingo 23 de enero de 1910 sale a la luz el primer número de *Revista de revistas*, *El semanario más completo, variado e interesante de la República*. Según su programa inicial, según anuncia su título, se trata de un semanario que reúne información procedente de otros medios. Su propósito es recopilar, resumir, traducir y

difundir lo más “notable” de la prensa nacional y extranjera en los ámbitos literario, social, mercantil, científico y político, con el objetivo de ofrecer al lector una selección de lo más interesante del momento.

Esta publicación miscelánea se inscribe en el modelo de la prensa moderna e industrial que surge en México durante el último período del Porfiriato. Su director fundador fue el licenciado Luis Manuel Rojas, abogado y periodista liberal, colaborador de *El Imparcial* entre 1900 y 1901 e impulsor de *La Gaceta de Guadalajara* (1904-1907) (del Palacio Montiel, 1995, p. 64). *El Imparcial*, fundado en 1896 por Rafael Reyes Spíndola, destaca como precursor de la prensa comercial de masas: fue el primer periódico mexicano en utilizar linotipos y rotativas de gran tiraje, instaurando un modelo de periodismo concebido como negocio que “privilegió la información, explotó el amarillismo y se vendió a centavo el ejemplar” (Musacchio, 2016, p. 134).

En este panorama, la figura de Luis Manuel Rojas puede considerarse un eslabón entre dos momentos de la prensa ilustrada mexicana. Formado en el entorno editorial impulsado por Rafael Reyes Spíndola y su empresa periodística -*Revista de revistas* inicia, de hecho, su circulación en los talleres de dicha empresa (Alto Aguilar, 2004, p. 42; del Palacio Montiel, 1995, p. 65)-, Rojas pertenece ya a una generación que comienza a operar en un contexto histórico distinto, marcado por la crisis del régimen porfirista y el estallido revolucionario. Si bien su proyecto no puede desligarse del modelo establecido por publicaciones como *El Mundo Ilustrado* (Alfaro Cuevas, 2013), tampoco se limita a reproducirlo. *Revista de revistas* se inscribe así en una lógica de continuidad técnica y empresarial, pero al mismo tiempo ensaya un camino propio, tanto en su programa editorial como en la progresiva reorganización del espacio visual. Más que una simple prolongación del modelo porfiriano, la revista participa en la apertura de un nuevo ciclo en las publicaciones ilustradas, en el que convergen herencias previas y nuevas condiciones sociales, políticas y mediáticas.

Con el cambio de siglo, el estándar de los diarios de gran circulación pasa de tirajes de 20 000 ejemplares a más de 70 000, e incluso a 125 000 ejemplares, como registra *El Imparcial* en 1907 (Toussaint Alcaráz, 2018, p. 43). Este período del gobierno de Porfirio Díaz (1876-1911), conocido como el Porfiriato, se caracterizó por una modernización económica acompañada de un régimen autoritario, en el que la prensa crítica fue objeto de persecución y cierre sistemático. En este contexto, según Armando Bartra, *El Imparcial* es

una empresa comercial y no política, don Rafael no pretende hacer oposición, pero tampoco aspira a vegetar como uno más de los subvencionados apologistas del régimen. Su meta es vender periódicos, no difundir ideas; obtener ganancias, no tristes subsidios. [...]

Para *El Imparcial* la forma de hacer política progobiernista radica, precisamente, en no poner énfasis en lo explícitamente político, sino en la diversión y la noticia trivial: menos discursos y más crónica de sociales, menos informes ministeriales y más nota roja. De esta manera el nuevo diario puede ser, a la vez, informativo y gobiernista, subvencionado y rentable; puede ser órgano oficioso del gobierno y llamarse, sin sonrojo, *El Imparcial* (Bartra, 1995, p. 92).

La prensa de masas se inserta en la lógica de la producción industrial, regida por la búsqueda constante de innovaciones técnicas que permitan producir más en menos tiempo, y por la tendencia global a desarrollar sistemas de comunicación capaces de acortar distancias. En el periodismo moderno, se aprovechan las nuevas redes, especialmente el telégrafo y el ferrocarril, para obtener información con rapidez, incluso desde lugares remotos, y así satisfacer la curiosidad de un número creciente de lectores. En esta “era del periódico”, cada ejemplar se convierte también en una mercancía dentro de la lógica de la economía capitalista. La innovación supone una inversión que incrementa los costos fijos, lo que lleva a privilegiar los grandes tirajes para ofrecer un producto de bajo costo y desplegar estrategias de seducción orientadas al lector, con el fin de aumentar las ventas. En este contexto, la imagen se convierte en un recurso estratégico no solo para atraer al lector, sino también para diferenciar visualmente el producto periodístico en un mercado cada vez más competitivo.

Por lo demás, otra consecuencia de la adopción de las rotativas en los talleres fue la separación en líneas de producción para productos específicos: el libro siguió alimentando las prensas planas en talleres más pequeños. Rara vez se encuentran ediciones con tirajes que hagan conveniente la impresión en rotativa, mientras que para el modelo de la empresa periodística la rotativa pasa a formar parte de su infraestructura de producción natural.

Así pues, *Revista de revistas* anuncia en su primera entrega un tiraje de 60.000 ejemplares, explicando que serían distribuidos en todas las entidades del territorio nacional que contaran con una oficina de Correos, además de la venta directa por voceo y por medio de agentes particulares, con el propósito de llegar a todas las ciudades y poblados importantes de la República. Conviene recordar que, para ese momento, aún había muchos estados que no recibían un solo diario (Toussaint Alcaráz, 2018, p. 23), por lo que este semanario puede representar el único medio informativo disponible.

En la primera plana de este primer número, el director, licenciado Luis Manuel Rojas, presenta el programa del semanario, articulado en dos grandes líneas rectoras: no abordar cuestiones religiosas y evitar tomar partido, con el propósito de ofrecer al público una información plural. En esa misma plana se da a conocer el proyecto editorial, destacando el carácter misceláneo de los contenidos y la composición de la publicación, integrada por 24 páginas en tamaño duplo (30 x 42 cm). En distintos apartados se dirigen mensajes a dos públicos claramente diferenciados: por un lado, al lector, a quien se subraya la calidad y seriedad de los contenidos, así como la incorporación de una sección literaria con material original; y, por otro, a los comerciantes, a quienes se invita a aprovechar la red de distribución que el semanario comienza a consolidar, construyendo un servicio denominado “Bultos a Rembolso”, inspirado en el modelo norteamericano del “Mail Order Business”.

A través de este sistema se busca aprovechar las rutas de circulación de la revista para comercializar paquetes pequeños, estableciendo un circuito entre los anunciantes y los lectores que permite hacer llegar las mercancías hasta lugares distantes. Los ejemplares incluyen además cupones de descuento exclusivos para los lectores, reforzando la interacción entre consumo y lectura. Los editores subrayan el alcance potencial de la publicidad, cuya eficacia -aseguran- puede comprobarse en las listas de distribución de correos, “disponibles para quien quisiera consultarlas”. Todo ello hace de la publicación un verdadero “agente de la modernidad”, al ofrecer a los lectores la posibilidad de conocer lo que ocurre en el país y en el extranjero, y al mismo tiempo enterarse de los productos “de última moda”, que incluso podrían recibirse en la puerta de sus casas. La publicidad actúa así como factor decisivo en la transformación del modelo económico de la prensa, al introducir una fuente de financiamiento que permite abaratar el precio de los ejemplares y las suscripciones, incluso ofrecer precios por debajo del costo, ampliando con ello su alcance social. Como táctica comercial, *Revista de revistas* ofrece regalar a sus suscriptores los números del primer mes.

2.1 Evolución de la fotografía en la página

El 23 de enero de 1910, cuando inicia la circulación de *Revista de revistas*, no se presenta como publicación ilustrada (Figura 1). Se desconoce la razón exacta de la ausencia de imágenes en sus planas, pues para ese momento la técnica del fotograbado ya era ampliamente conocida en México, lo que sugiere que esta decisión responde más a criterios editoriales y económicos que a limitaciones técnicas. Según Rojas Olvera (1998, p. 92), el fotograbado debió introducirse en el país entre 1888 y 1890, siendo *La Ilustración Mexicana. Periódico Científico y Literario* la primera publicación en utilizarlo para imprimir una imagen fotográfica (octubre de 1891). En esa publicación se acreditó a Ángel Ortiz Monasterio como fotograbador, quien posteriormente formaría a toda una generación de especialistas en esta técnica. Sin embargo, otros autores sostienen que la

primera fotografía impresa apareció el 11 de noviembre de 1894 en *El Mundo Ilustrado* (también de Rafael Reyes Spíndola, Bartra, 1999, p. 33; Musacchio, 2003, p. 46). En la primera entrega de *Revista de revistas* no se distingue ninguna imagen asociada al contenido textual; no obstante, entre sus 24 páginas se contabilizan 61 anuncios, de los cuales 42 usan algún tipo de imagen -solo uno de ellos fotográfica-, lo que representa un 69% del total, mientras que 19 son exclusivamente tipográficos (31%). Solo la primera plana carece de publicidad, lo que arroja un promedio de 2.5 anuncios por página. Esta disparidad evidencia que, si bien la imagen formaba ya parte del lenguaje publicitario, su incorporación como recurso visual aún no se había consolidado.

Figura 1

Revista de revistas, N° 1 (23 de enero de 1910)



Fuente: Hemeroteca Nacional de México-IIB-UNAM.

Entre los anuncios destaca uno dedicado a la promoción de la cámara “Brownie N° 1”, que, de manera reveladora, se representa mediante un grabado y no mediante una fotografía. Pequeña, ligera, de fácil manejo y de bajo costo, la “Brownie N° 1” fue un modelo que contribuyó decisivamente a abrir la práctica fotográfica a sectores más amplios del público. Lanzada en los Estados Unidos en 1900 con un precio inicial de un dólar, en México —según indica este anuncio— se vendía en 8.75 pesos (Figura 2). Su introducción marcó un punto de inflexión en el proceso de democratización de la fotografía y en su progresiva incorporación a la vida cotidiana de ciertos sectores. Este contexto permite comprender cómo, en los números posteriores, las páginas de *Revista de revistas* comienzan a poblarse de imágenes fotográficas, tanto producidas por profesionales como enviadas por aficionados, lo que evidencia la ampliación social de la práctica fotográfica y su tránsito hacia el espacio editorial.

Figura 2
Anuncio de la cámara Brownie N° 1



Fuente: *Revista de revistas*, N° 1 (23 de enero de 1910, p. 3).

Nota: En el texto se lee: “Esta cámara es una de las más populares entre los niños y ha sido la base sobre la que se han edificado reputaciones fotográficas profesionales. Con los conocimientos adquiridos con esta cámara, muchos fotógrafos disfrutaban de una vida cómoda e independiente. Usa película en rollo; se carga y descarga a plena luz y produce retratos 2 ¼ x 2 ¼ pulg. ing. Puede hacer retratos de duración e instantáneas; su lente es acromático y su obturador de disco patentado. Se provee con buscador brillante y con equipo completo para revelar e imprimir, que incluye películas, papel, virador, fijador, cubetas para las varias operaciones, linterna de cuarto oscuro, pegamento, tarjetas, etc.”. Hemeroteca Nacional de México-IIB-UNAM.

Unos meses después, en el N° 17, del 15 de mayo de 1910, *Revista de revistas* presentará por primera vez imágenes vinculadas al texto. Se trata de cinco retratos impresos en la primera plana, cada uno acompañado de una línea con el nombre del personaje. Cuatro de ellos parecen de origen fotográfico, aunque la calidad de reproducción es deficiente y, pese a distinguirse la trama de medio tono, cabe la posibilidad de que se trate de dibujos, pues en ese momento existía una tendencia gráfica a imitar el detalle y la apariencia de la fotografía. De estas imágenes, dos se insertan en el cuerpo del texto que las menciona, mientras que las restantes se sitúan al pie de la página, sin un indicio que facilite su asociación con una nota específica. El retrato del “Sr. Creel” aparece junto a un artículo sobre el cometa Halley; “S.M. Jorge V”, centrado en la plana y enmarcado por líneas, carece de relación visible con los textos inmediatos; y “Morelos”, colocado a la derecha, tampoco guarda vínculo con las notas que lo rodean, pues el párrafo que lo menciona se encuentra en otra columna, separada por una línea divisoria.

Para el lector contemporáneo, las imágenes parecen dispuestas de forma desordenada, lejos del texto que ilustran. Sin embargo, este aparente desorden invita a reflexionar sobre la evolución de las convenciones gráficas y la organización editorial, así como sobre la forma en que se van consolidando ciertas lógicas en la organización de la página y en la disposición de sus elementos, texto e imágenes. Aquello que hoy resulta natural -la lógica de las referencias visuales que guían al lector- es, en realidad, una conquista histórica. Como advierte Henri-Jean Martin (2000) al estudiar el nacimiento del libro moderno, muchas de las formas gráficas y textuales que se acostumbran se establecieron apenas en el siglo XVII. Tomando esto en cuenta, conviene situarse históricamente: en los talleres de *Revista de revistas* este momento constituye la primera experiencia de incorporación de fotografías vinculadas a los artículos o notas. Aunque en otras publicaciones de la época esto no ocurre, aquí las imágenes aparecen lejos del lugar donde se les menciona y sin notas textuales que orienten la lectura. A ello se suman otros problemas de composición tipográfica: algunas columnas se interrumpen abruptamente y continúan en zonas alejadas de la misma página, lo que dificulta la fluidez de la lectura. Lo que se observa no es tanto un error como el registro de una etapa de aprendizaje en la organización gráfica de la página.

En esta primera edición aparecen anunciantes como El Palacio de Hierro, El Puerto de Veracruz, la Cervecería Moctezuma y la cigarrera El Buen Tono, reconocida por su estrategia de promoción mediante tiras cómicas.³ Todos ellos continúan privilegiando el dibujo a línea y el grabado, lo que indica que la incorporación de la fotografía, incluso en el espacio publicitario, se producía de manera gradual.

Revista de revistas muestra un incremento de imágenes a partir de la entrega 18, del 22 de mayo de 1910. Ese número presenta, por ejemplo, dos retratos y una vista arquitectónica en la primera plana: “Mr. T. Roosevelt”, captado durante un discurso en la Sorbona de París, y la Srta. Amparo Corral, asociada a una vista del Casino Español, que ilustran el baile de reconocimiento ofrecido por la Cruz Roja Española en honor a Amparo Corral por sus labores altruistas. En la sección “Vida social” (p. 4), los retratos de Catalina Escandón y Javier Arrangoiz Jr. anuncian su enlace matrimonial. En otras tres secciones también se incorporan fotografías: en “Vida artística”, la imagen de Blondinette d’Alza acompaña una nota en tono ligero sobre su trayectoria; en la “Página literaria”, un retrato de Juan de Dios Peza acompaña su relato; y en “Popularización de Ciencias Naturales”, tres pequeñas fotografías de Marte, tomadas “con el nuevo telescopio del Monte Wilson”, ilustran un texto que refuta la existencia de canales en el planeta rojo. A estas se suman seis dibujos: cinco dedicados a la ejecución de ejercicios “Para las damas” y uno a un proyecto de puente sobre el Sena. Finalmente, una tira cómica cierra el número en la “Página humorística”.

Este conjunto permite observar una incorporación progresiva de la fotografía en la página. En el recuento de imágenes destaca su presencia frente al grabado, con el uso de seis retratos y una toma arquitectónica, lo que señala un desplazamiento incipiente en el lenguaje visual del espacio del impreso. Se trata, por tanto, de un número que marca un punto de inflexión y que plantea preguntas fundamentales para el análisis: ¿cómo se utiliza la fotografía?, ¿qué vínculo establece con la palabra escrita?, ¿qué tipo de experiencia propone al lector?

En la página impresa, el estudio de la fotografía puede inscribirse dentro del campo de la ilustración; sin embargo, las relaciones que establece con el texto no se limitan a una función meramente ilustrativa. Esta distinción resulta central, pues permite atender no sólo a lo que la imagen representa, sino también a las relaciones que construye en el espacio impreso, con la palabra y el discurso en el que se inserta. Como medio de expresión que responde a un registro distinto, cada imagen introduce elementos específicos en el conjunto, cuya función e interpretación dependen del contexto material, editorial y discursivo en el que se presenta.

En la obra dirigida por Martin, *La naissance du livre moderne. Mise en page et mise en texte du livre français, (XIVe-XVIIe siècles)* (2000), se incluye un estudio pionero sobre este tema. En él, Jean-Marc Chatelain y Laurent Pinon (2000, pp. 237-269) examinan la participación de la imagen y las relaciones que esta establece con el texto en el libro del Renacimiento, ofreciendo un panorama de sus posibles funciones expresivas. Aunque este período pueda parecer lejano en el tiempo, su estudio permite comprender dichas relaciones dentro de una continuidad histórica que alcanza también a la fotografía. Cuando esta surge, se inscribe en una línea histórica de la imagen que prolonga la voluntad de representar el mundo real bajo un ideal de transparencia y objetividad. Los primeros usos de la fotografía en *Revista de revistas* ilustran claramente esta búsqueda de una representación “no imaginaria”, al poner ante el lector la imagen misma de aquello que el texto menciona. Este ideal de “transparencia y objetividad” corresponde asimismo al formato que adopta la prensa moderna, “con una inclinación informativa por sobre el editorial” (Toussaint, 1995, p. 50).

Además, el formato misceláneo responde también al interés de alcanzar a un público cada vez más amplio y diverso, capaz de sostener tirajes masivos. Esta ampliación del lectorado genera, a su vez, nuevas necesidades de organización del contenido. La división en secciones surge precisamente para atender los distintos intereses de ese público heterogéneo. Así, los editores de *Revista de revistas* anuncian que los artículos y las notas se dispondrán en secciones fijas “para comodidad del lector”, de modo que cada quien pueda, “según sus gustos, profesión, sexo o temperamento, leer tan solo aquélla parte del material que agrada o se necesita, y la cual está seguro de encontrar en lugares fijos”.

Entre estas secciones figuran “Revistas de revistas”, “Notas locales”, “Correos de los Estados”, “Página literaria”, “Pequeñas novelas”, “Variedades”, “Notas curiosas”, “Filosofía, Sociología, Lingüística y Bibliografía”, “Popularización de Ciencias Naturales”, “Vida social”, “Vida artística”, “Correo del extranjero”, “Para los hombres de campo”, “Para las damas”, “Deportes”, “Problemas, concursos y notas para los lectores”, “Por los ministerios”, “Minas, comunicaciones, fomento e industria”, “Para los hombres de negocios”, y “Página humorística”. Esta organización, que muestra contenidos para público diverso y revela una estructura editorial jerarquizada, forma parte de los cambios asociados al surgimiento de la prensa moderna: dota a la publicación de una arquitectura interna que, como ocurre en las grandes ciudades, ofrece al lector un sistema de señales visuales para orientarse con facilidad dentro de sus páginas. De este modo, la división en secciones no sólo ordena el contenido, sino que configura un nuevo modelo de lectura fragmentada y selectiva, característico del *magazín ilustrado* moderno.

Aunque la presencia de fotografías en las páginas de *Revista de revistas* aumenta con cada edición durante los primeros años, los cambios más significativos que se observan no están directamente vinculados a su inclusión. La disposición de los elementos en la página evoluciona progresivamente hacia un formato más cercano al de la revista moderna. Al inicio de este período, la organización recuerda aún a la de un diario, particularmente en la página uno, que carece de portada. La información se distribuye en cinco columnas a lo largo de todas las páginas, utilizando para el cuerpo del texto sólo una familia tipográfica: un tipo de transición similar a una Caslon. En las páginas interiores, los cabeceras de sección responden a un mismo modelo visual: un recuadro que simula una placa atornillada, en cuyo interior se inscribe, con un trazo caligráfico, el nombre de cada sección. Esta placa se ubica siempre a la cabeza de la caja tipográfica, centrada sobre el ancho de tres columnas. Los títulos de nota, en contraste, se presentan en una tipografía condensada, sin patines y de mayor grosor, separados por blancos y plicas que funcionan como divisores visuales. Las fotografías, por su parte, aparecen insertas como pequeñas viñetas, a menudo sin pies de imagen y con una calidad de reproducción deficiente, marcada por una trama muy abierta que impide distinguir los detalles (Figura 3).

Figura 3

Revista de revistas, N° 15 (18 de septiembre de 1910, p. 1 y 4)



Fuente: Hemeroteca Nacional de México-IIB-UNAM.

Entre los cambios formales que se registran en este período destaca -en el número 37, del 2 de octubre de 1910- el primer uso de una portada gráfica. En ella sobresale el cabezal con el nombre de la publicación a todo lo ancho de la plana, así como una composición de siete fotografías con leyendas breves y dos recuadros que funcionan como sumario. Curiosamente, esta portada no incluye datos de referencia como el número o la fecha de publicación, circunstancia que ha provocado incluso algunas confusiones en la Hemeroteca Nacional Digital de México, donde estas páginas aparecen ubicadas al final del número precedente. No se presenta un título que vincule las imágenes con un artículo específico; sin embargo, a partir de la información contenida en los pies puede inferirse que se trata de escenas de la celebración del Centenario de la Independencia. La adopción de esta plana gráfica representa un primer momento de transformación en el espacio visual de la revista, pues la imagen adquiere un papel central y comienza a ocupar una mayor superficie en la página. En el interior, no obstante, se mantiene la plana que hasta entonces funcionaba como portada y no se modifica de manera sustancial la organización general. Lo que sí se distingue es una ampliación en la extensión de algunos pies de foto: dejan de limitarse a identificar escuetamente al personaje o la toma en cuestión y pasan a describir y contextualizar la fotografía. Este cambio no es menor, pues implica la aparición de elementos iconotextuales: se ha “dotado de verbo” a la imagen, que ahora puede *narrar por sí misma*, con lo que gana cierta independencia respecto del texto de la columna: “Mr. Frank P. McLennan, Vicepresidente de la Prensa Asociada, que vino entre los periodistas extranjeros que nos visitan” (Figuras 4 y 5).

Figura 4

Revista de revistas, N° 37 (2 de octubre de 1910, p. 1)



Fuente: Hemeroteca Nacional de México-IIB-UNAM.

Figura 5

Detalle del N° 15 (18 de septiembre de 1910, p. 4)



Fuente: Hemeroteca Nacional de México-IIB-UNAM.

Este período corresponde a una etapa de transición: la técnica ofrece ya posibilidades que permitirían composiciones y formas inéditas; sin embargo, persiste una inercia cultural que conduce a seguir produciendo aquello que se conoce. Se requiere, por tanto, un tiempo de adaptación para descubrir esas nuevas posibilidades, asimilarlas y reconocer también sus límites. En el caso de *Revista de revistas*, la incorporación de la fotografía no se da como una sustitución directa del grabado en los mismos emplazamientos visuales.⁴ Más

bien, se manifiesta como un elemento nuevo que se integra progresivamente en la página, por lo general acotado a un espacio mínimo de una columna, de aproximadamente 5.5 cm de ancho, aunque existen también planas que concentran un número considerable de imágenes, con seis, ocho o incluso doce fotografías (Figura 6).

Figura 6

Revista de revistas, N° 43 (13 de noviembre de 1910, p. 20)



Fuente: Hemeroteca Nacional de México-IIB-UNAM.

Al final del primer año de circulación, los editores de *Revista de revistas* publican un anuncio dirigido a sus lectores en el que se explicitan con notable detalle las condiciones técnicas de impresión del semanario y las limitaciones que estas imponían al uso de la imagen:

[...] hasta hoy nuestro semanario se ha impreso en una rotativa Duplex, que gasta papel en rollos y que es á propósito, por su rápido tiro, para publicaciones ordinarias de gran circulación, pero que sólo permite ilustraciones muy corrientes, con pantalla de sesenta puntos en los grabados; de la mitad de Enero en los sucesivo, empezaremos á usar los modernos talleres de imprenta y linotipia que ha comprado la nueva “Empresa Editora de “*Revista de revistas*,” los cuales se están montando á gran prisa en la calle de Donato Guerra, número 19 de esta ciudad. Las magníficas prensas Optimus que vamos á emplear en breve, son de impresión directa, y aunque no tan rápidas como las rotativas Duplex, hacen un trabajo mucho más fino, pudiéndose gastar en ellas papel satinado (que viene en resmas) y hacer uso de grabados con pantalla de ciento cincuenta líneas ó más. Como se ve, estamos en vísperas de completar la evolución á un periódico verdaderamente ilustrado.

[...] Estará profusamente ilustrado con magníficos grabados, para lo cual hemos hecho un contrato con los señores Ancira García & Hno., conocidos fotograbadores de mérito sobresaliente en este país. (25 de diciembre de 1910, N° 49; ortografía original)

Este anuncio revela que la aspiración a convertirse en un “periódico verdaderamente ilustrado” no dependía únicamente de una voluntad editorial, sino de un cambio en la infraestructura técnica y en los procesos de impresión, lo cual remite también a una dimensión económica. Sin embargo, este proyecto no se concreta sino

hasta el número 57, del 26 de febrero de 1911, donde se observa que las reformas no se limitan a una mejora material.

En una nota titulada “La ‘Nueva Era’ de *Revista de revistas*”, el director explica a los lectores que, dada la situación política del país, “también modificamos desde ahora uno de los puntos fundamentales de su programa inicial”. En efecto, si en sus comienzos el semanario se comprometía a no intervenir en campañas políticas y a mantener una postura imparcial, ahora declara abiertamente:

En lo venidero queremos formular juicios y dar á conocer opiniones de personas diferentes sobre los asuntos que llamen la atención pública. [...] porque bien sabido es que en las grandes crisis políticas de un país, es una criminal cobardía permanecer indeciso, sin abrazar una causa y levantar una bandera. (Ortografía original)

Este anuncio se publica apenas unos meses después del estallido de la Revolución mexicana. Desde 1909, el licenciado Luis Manuel Rojas se manifiesta como partidario del movimiento maderista, que busca derrocar al dictador Porfirio Díaz. En octubre de 1912, durante el gobierno de Francisco I. Madero, será electo diputado a la XXVI Legislatura y deja la dirección de la revista en manos de Fernando R. Galván (del Palacio Montiel, 1995, p. 65).

3. Camino a la modernidad

El anuncio de “La Nueva Era de *Revista de revistas*” marca, en efecto, el inicio de una metamorfosis del semanario: a partir de ese número comienza a desplegarse una serie de transformaciones que modifican la publicación, llevándola de un formato próximo al del periódico cotidiano hacia una redefinición moderna en la que la imagen adquiere un papel central. La fotografía participa en esta evolución, aunque no como un elemento aislado, sino como parte de un conjunto más amplio de cambios sociales y culturales que, en distintos ámbitos, definen y expresan el espíritu de la modernidad. Las revistas de gran tiraje convierten la imagen en un recurso privilegiado para captar la atención del lector y, al mismo tiempo, funcionan como un nuevo modelo de negocio en el que la publicidad desempeña un papel fundamental. *Revista de revistas* combina columnas de opinión con información nacional y extranjera, literatura, notas políticas, científicas o educativas, además de secciones de cine y entretenimiento, en un dispositivo editorial atravesado por la publicidad, con el propósito de conquistar un público cada vez más amplio. Para sus lectores, la exposición a esta diversidad de contenidos procedentes de distintas latitudes implicaba también una ampliación de los horizontes de percepción y comprensión del mundo.

Conviene, no obstante, matizar esta noción de “modernidad”. Muchos de los rasgos aquí descritos —el uso intensivo de la imagen, los grandes tirajes, la centralidad de la publicidad y la apelación a un público amplio— no constituyen una novedad absoluta en el panorama de la prensa mexicana, sino que se inscriben en un modelo que comienza a consolidarse desde finales del siglo XIX, en publicaciones como *El Imparcial* o *El Mundo Ilustrado*. En este sentido, *Revista de revistas* no inaugura este modelo, sino que se adhiere a él y lo reconfigura en función de un nuevo contexto técnico, marcado por los avances en los talleres de impresión, las mejoras en los procesos de reproducción fotográfica y el desarrollo de tecnologías de captura y transmisión de imágenes. Su interés no radica, por tanto, en la invención de estas prácticas, sino en la manera en que las actualiza, las articula y las hace operar dentro de un nuevo régimen visual y editorial, en un contexto histórico particular marcado por transformaciones técnicas y mediáticas de alcance internacional.

Las mejoras técnicas y materiales introducen ajustes tanto en el formato como en el diseño: el tamaño se reduce a 35.5 cm de alto por 27 cm de ancho, y la maquetación adquiere un aspecto más aireado y ordenado, con elementos tipográficos más sobrios y modernos, dispuestos en tres columnas en la portadilla y en cuatro en las páginas interiores. En el número 58, del 5 de marzo de 1911, se incorpora el uso de una portada gráfica, lo que inaugura un nuevo período en la revista, que se extiende de marzo a noviembre de ese año (del número 58 al 94).

Esta portada se imprime en tinta negra, con una imagen enmarcada en un recuadro blanco, situada bajo el cabezal, el cual contiene únicamente el nombre de la revista y los datos de año, fecha y número. La imagen puede ser indistintamente un dibujo o una fotografía. La mayoría de las portadas se dedica a temas de actualidad política y, cuando se trata de una fotografía, suele presentarse una única imagen, con predominio del retrato. En diecisiete portadas de este periodo se han identificado once fotografías, de las cuales siete son retratos, tres representan escenas de eventos y una corresponde a una composición de tomas de carácter testimonial. Todas estas imágenes se acompañan de una leyenda de función informativa que las complementa.

Con el número 95, correspondiente al 19 de noviembre de 1911, se abre una nueva etapa con la introducción de una portada a color que modifica de manera sustancial el formato descrito en los párrafos previos. Se trata de un dibujo que representa a dos águilas en vuelo sobre un fondo degradado que pasa del azul al naranja y que desborda los límites de la plana. En esta composición, el título de la revista ha sido trazado por el dibujante -sin crédito- con letras que se engarzan entre sí y se disponen en dos líneas descendentes: una vertical y otra formando un semiarco. El conjunto resulta dinámico y está cargado de un simbolismo alegórico de la libertad que, al situarse en su contexto histórico, permite reconocer el abandono de las intenciones iniciales de neutralidad política para celebrar el triunfo de Francisco I. Madero y su toma de posesión como presidente de la República (Figuras 7 y 8).

Figura 7

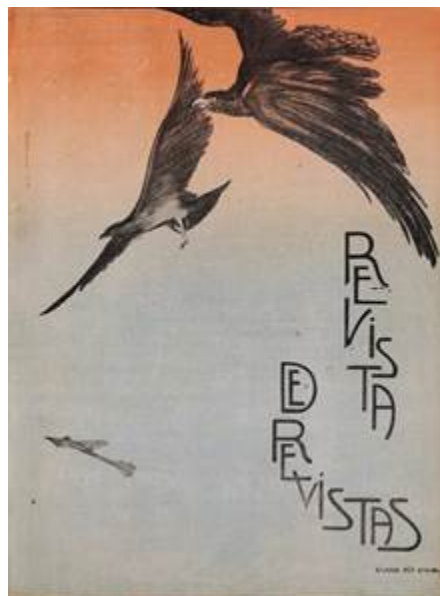
Revista de revistas, N° 72 (11 de junio de 1911)



Fuente: Hemeroteca Nacional de México-IIB-UNAM.

Figuras 8

Nº 95 (19 de noviembre de 1911)



Fuente: Hemeroteca Nacional de México-IIB-UNAM.

Con esta portada se introduce el uso del color en las cubiertas, lo que marca el inicio de un periodo que se extiende hasta 1918, año en que aparece la primera contribución firmada por Ernesto García Cabral. Esta portada se distingue de las demás por el modo en que la imagen desborda los límites de la plana, mientras que en la mayoría de las portadas, tanto anteriores como posteriores, se respeta un marco alrededor de la ilustración. Este marco no solo delimita el espacio de la imagen, sino que opera como un dispositivo que instituye una relación específica de visibilidad y de posición con el espectador; cuando desaparece, en cambio, la imagen parece situarse más a su alcance (Herrera Zamarrón, 2021, pp. 164-206; Marin, 1993).

En este conjunto predomina el dibujo en color, y solo en algunos números aparecen fotografías; cuando estas se incluyen, se trata de medios tonos integrados en composiciones gráficas delimitadas por un marco en color (Figura 9). El periodo se caracteriza por una marcada diversidad estilística: cada número queda a cargo de un dibujante distinto,⁵ con libertad para decidir la organización de los elementos, incluido el trazo del nombre de la revista, que alterna entre letras romanas y estilos *art nouveau* o *art déco*. La única constante es la información editorial (nombre de la revista, número, fecha y precio), cuyo valor, por cierto, se había mantenido en 10 centavos desde los inicios, pero aumenta en este periodo a 20 y posteriormente a 25 centavos.

Figura 9

Revista de revistas, N° 153 (12 de enero de 1913) y N° 285 (10 de octubre de 1915)



Fuente: Hemeroteca Nacional de México-IIB-UNAM.

Como se mencionó antes, la primera contribución de Ernesto García Cabral, en el número 404 del 27 de enero de 1918, señala un nuevo momento que se prolonga hasta la década de 1930. Esta etapa puede definirse por el singular estilo que García Cabral desarrolla en las portadas de *Revista de revistas*, caracterizado —en relación con el tema que nos ocupa— por su atractivo estético y su sentido de narratividad visual, así como por la distribución del espacio, el manejo sintético de las formas y el contraste de colores. Si bien la obra de García Cabral resulta de gran interés por la riqueza de sus aportaciones al campo de la ilustración y la cultura visual, su análisis excede los objetivos de este estudio, centrado específicamente en la fotografía impresa. Cabe señalar, además, que su producción ha recibido una atención crítica creciente en las últimas décadas, lo que ha permitido una revisión más amplia de su trabajo (Alcocer & Moyano, 2005; Álvarez Baldit, 2012; Barajas Tinoco, 2017; Domínguez Ávila, 2014).

El proceso de incorporación de la fotografía en *Revista de revistas* se caracteriza por estar influido por múltiples factores. Está estrechamente vinculado con los progresos tecnológicos, visibles en las innovaciones incorporadas a lo largo de la producción de la publicación, pero también con factores sociales y culturales que determinan un desarrollo no lineal. El examen realizado hasta aquí —que toma la incorporación de la cubierta gráfica como hilo conductor— ofrece una primera lectura parcial y situada de este proceso.

En los primeros números de *Revista de revistas* se observa que el elemento gráfico utilizado en relación directa con las notas informativas es, de manera predominante, la fotografía. En un primer momento, las fotografías aparecen como pequeñas viñetas y funcionan como un medio para mostrar al lector aquello que el texto menciona. Tal uso responde a la concepción de la fotografía como una técnica capaz de reproducir una toma de la realidad sin mediaciones visibles, es decir, como una imagen “transparente” de la realidad. Desde la introducción de una plana que funciona como portada, en septiembre de 1910, la fotografía continúa empleándose bajo esta misma lógica, como un recurso destinado a acompañar la noticia. Sin embargo, la cubierta introduce un desplazamiento físico que viene acompañado de un cambio en las proporciones entre texto e imagen. En este nuevo espacio, la imagen se despliega de tal manera que el texto pasa a ocupar un lugar secundario, funcionando como una apostilla de la imagen. Ya no es la fotografía la que ilustra el texto, sino el

texto el que acompaña a la imagen, orientando su lectura. De este modo, la imagen en la portada adquiere también un valor simbólico, al operar como índice de un contenido que se desarrolla en las páginas interiores.

El número 95, correspondiente al 19 de noviembre de 1911, muestra la primera portada impresa a color. Se trata de un cambio significativo que coincide con un momento clave en la historia del país: se vive un clima de celebración tras el triunfo de la Revolución, el fin del Porfiriato y la reciente toma de posesión de Francisco I. Madero como presidente de la República. En esta coyuntura histórica parecen emerger nuevas necesidades expresivas. El énfasis deja de estar en la reproducción directa de la realidad para desplazarse hacia composiciones visuales de carácter metafórico. En este contexto, la fotografía, asociada a un ideal de objetividad, entra en tensión con estos usos expresivos y pierde su centralidad como medio privilegiado. Se trata, no obstante, de una etapa de búsqueda y experimentación: cada entrega propone soluciones gráficas distintas, sin adherirse aún a una estética fija. Cuando la fotografía se integra en estas composiciones, se transforma en materia de creación al ser situada en un espacio metafórico, donde lo imaginario y la representación de lo real entran en tensión para dar lugar a configuraciones expresivas de un nuevo orden (Ricœur, 1975, pp. 13–86). Este período puede entenderse, finalmente, como un tiempo de redefinición simbólica e identitaria para el país.

Durante la década de 1920, las portadas de Ernesto García Cabral constituyen una constante que da identidad a la revista. En esos años, la fotografía aparece sólo de manera esporádica en ese espacio. En los escasos ejemplos que se distinguen se hace patente la irrupción del cinematógrafo y la conformación de una nueva constelación de relaciones visuales y culturales. Un retrato de Geraldine Farrar, presentada como “la bellísima ‘estrella’ norteamericana de cine”, se imprime a color en la entrega 509, del 1° de febrero de 1920. Se trata aún del retrato de una persona real; sin embargo, se sitúa lejos de una lógica de “representación objetiva”, al funcionar como vehículo de un nuevo imaginario procedente de Hollywood. Esto muestra también que la portada puede usarse como un espacio privilegiado para una publicidad discreta.

En otro ejemplo, con el número 518 del 4 de abril de 1920, es la “Señorita Georgina Robertson, de la alta sociedad de Monterrey”, quien posa frente a la cámara. Con este retrato, también impreso a color, se revela otra constelación de vínculos que la revista establece con la sociedad a través de la fotografía. Se trata de “una de las bellezas mexicanas”, ganadora de uno de los concursos recurrentes organizados por la publicación, en los que se solicita la participación del público mediante el envío de retratos, que posteriormente eran difundidos en sus páginas, como parte de una estrategia destinada también a asegurar la venta de los ejemplares.

Conclusiones

El proceso de incorporación de la fotografía en *Revista de revistas* permite comprender los inicios de una transformación profunda en la configuración de la página impresa. Más allá de las innovaciones técnicas o formales, los usos que se otorgan a la imagen -y, de manera particular, a la fotografía- anuncian un cambio decisivo en las dinámicas de comunicación y lectura que llegarán a definir la primera mitad del siglo XX. La imagen desplaza progresivamente el predominio de la palabra escrita: deja de ocupar un lugar subordinado para adquirir centralidad en la construcción del discurso y en la experiencia del lector. Este desplazamiento implica un quiebre con el régimen de comunicación logocéntrico heredado de la cultura tipográfica moderna.

La fotografía introduce un modo de comunicación que activa una percepción inmediata, sensorial y emocional. No se limita a transmitir información, sino que suscita asociaciones, recuerdos y sensaciones, configurando una experiencia que articula lo racional con la imaginación. Este cambio en las formas de expresión y representación transforma no solo el aspecto de la página, sino también las modalidades de aprehensión del mundo. La página ilustrada deja de ser un espacio regido por el orden de lectura lineal para convertirse en un campo visual dinámico, en el que el lector aprende a desplazarse, a comparar, a interpretar y a sentir de acuerdo con ciertos estímulos.

¿Qué implica la instauración de este nuevo régimen comunicativo? Se considera que el auge de la prensa ilustrada con fotografía forma parte de un proceso más amplio de transformación social y cultural. En este sentido, coincidimos con Dominique Kalifa en que este periodo marca “una mutación antropológica mayor, en las raíces de nuestra modernidad mediática, y que nunca ha sido realmente estudiada como tal” (Kalifa & Vaillant, 2004, p. 201). Al modo de Elizabeth Eisenstein (1979), cabe preguntarse cuáles son las consecuencias de este viraje en nuestras formas de pensar y concebir el mundo, y en qué medida ha contribuido a reconfigurar el régimen logocéntrico de la racionalidad moderna.

El estudio de la página impresa ofrece, en este sentido, un terreno privilegiado para abordar estas cuestiones. Analizar sus transformaciones permite vislumbrar no solo un cambio técnico o estético, sino una reorganización profunda de las estructuras de representación, lectura y pensamiento (Pantin, 2008). *Revista de revistas* constituye una de las publicaciones que participa activamente en este proceso dentro del vasto universo del magazín fotográfico; a través de la evolución en la organización de sus elementos, la adopción progresiva de la fotografía como forma expresiva, la implementación de portadas gráficas y la experimentación con el color, se inscribe en la genealogía de esta mutación. Su trayectoria testimonia el paso hacia un nuevo régimen visual que prefigura la cultura mediática contemporánea y sitúa a la página impresa como un espacio de negociación permanente entre palabra, imagen y mirada.

Datos de autora y financiamiento

Carolina Herrera Zamarrón. Doctora. Programa de Becas Posdoctorales en la UNAM, Becaria del Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la Universidad Nacional Autónoma de México, asesorada por la Dra. Marina Garone Gravier.

Referencias

- Alcocer, G. & Moyano, M. J. (Eds.). (2005). *La vida en un volado: Ernesto “El Chango” García Cabral*. Lunwerg.
- Alfaro Cuevas, M. E. (2013). Revisión histórica del semanario “El Mundo Ilustrado” (1894-1914), en sus diez etapas, a partir del análisis de sus carátulas y portadas. *Diseño y sociedad*, (98), 96-107.
- Alto Aguilar, M. A. del (2004). *Revista de revistas: el semanario más completo, variado e interesante de la República (1910-1930)* [Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación]. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. <https://hdl.handle.net/20.500.14330/TES01000600563>
- Álvarez Baldit, P. (2012). *Las mujeres modernas en las portadas de Ernesto García Cabral para Revista de revistas: 1918-1938* [Tesis de Maestra en Estudios del Arte]. Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. <https://ri.ibero.mx/handle/ibero/330>
- Barajas Tinoco, J. A. (2017). Supervivencia de la ninfa: Ernesto García Cabral, ilustrador. En E. X. de Anda Alanís & D. P. Pérez Palacios (Eds.), *Estudios sobre imagen en publicaciones mexicanas del periodo 1920-1970* (pp. 59-80). Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Estéticas.
- Bartra, A. (1995). El periodismo gráfico de las dos primeras décadas del siglo: De la subversión a la restauración con intermedio escapista. En A. Cano Andaluz (Ed.), *Las publicaciones periódicas y la historia de México: ciclo de conferencias*. Hemeroteca Nacional.
- Bartra, A. (1999). La narrativa fotográfica en la prensa mexicana. *Luna córnea*, (18), 30-52.
- Camacho Morfín, T. (2002). *Imágenes de México: las historietas de El Buen Tono de Juan B. Urrutia, 1909-1912*. Instituto Mora.
- Chatelain, J.-M. & Pinon, L. (2000). L'intervention de l'image et ses rapports avec le texte à la Renaissance. En H.-J. Martin (Dir.), *La naissance du livre moderne (XIVe–XVIIe siècles)* (pp. 237-269). Éditions du Cercle de la Librairie.
- del Palacio Montiel, C. (1995). *La Gaceta de Guadalajara (1902-1914). Del taller artesanal a Industria editorial*. Universidad de Guadalajara. <http://hdl.handle.net/11117/1814>
- Domínguez Ávila, M. J. (2014). *Las portadas de Ernesto García Cabral en Revista de revistas 1918-1924: la vida en México a través de sus trazos* [Tesis de Licenciatura en Historia]. Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México.
- Eisenstein, E. L. (1979). *La imprenta como agente de cambio: comunicación y transformaciones culturales en la Europa moderna temprana*. Fondo de Cultura Económica.
- Hellion Puga, R. D. (2011). *Humo y cenizas: los inicios de la publicidad cigarrera en la Ciudad de México* [Doctorado en Historiografía]. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco. División de Ciencias Sociales y Humanidades. Posgrado en Historiografía, Ciudad de México. <https://hdl.handle.net/11191/6380>
- Herrera Zamarrón, C. (2021). *Esthétique de l'œuvre-livre de photographie* [Tesis de Doctorado en Estética, ciencias y tecnologías de las Artes]. Université Paris 8, Saint Denise. <https://theses.hal.science/tel-03591146/>
- Kalifa, D. & Vaillant, A. (2004). Pour une histoire culturelle et littéraire de la presse française au XIXe siècle. *Le temps des médias*, 2(1), 197-214. <https://doi.org/10.3917/tm.002.0197>

- Martin, H.-J. (2000). *La naissance du livre moderne. Mise en page et mise en texte du livre français (XIVe–XVIIe siècles)*. Éditions du Cercle de la Librairie.
- Martin, H.-J. (2004). La fabrique du lisible. En *Les métamorphoses du livre: Entretien avec Jean-Marc Chatelain et Christian Jacob* (pp. 259-288). Albin Michel.
- Musacchio, H. (2003). *Historia gráfica del periodismo mexicano*. Gráfica Ediciones.
- Musacchio, H. (2016). *Historia crítica del periodismo mexicano*. Luna Media Comunicación-Biblioteca Nacional de México.
- Pantin, I. (2008). Mise en page, mise en texte et construction du sens dans le livre moderne: Où placer l'articulation entre l'histoire intellectuelle et celle de la disposition typographique? *Mélanges de l'École Française de Rome, Italie et Méditerranée*, 120(2), 343-361. <https://doi.org/10.3406/mefr.2008.10550>
- Ricœur, P. (1975). *La métaphore vive*. Éditions du Seuil.
- Risco, A. M. (2023). Un ocaso para la stampa. El ingreso de la fotografía a la prensa periódica latinoamericana en los inicios de la cultura contemporánea de masas (1880-1920). *Iberoamericana. América Latina – España – Portugal*, 23(84), 111-142. <https://doi.org/10.18441/ibam.23.2023.84.111-142>
- Rojas Olvera, M. E. (1998). *Los inicios de la fotografía en la prensa de la Ciudad de México: 1890-1900* [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras, Ciudad de México.
- Toussaint Alcaráz, F. (1995). La prensa y el porfiriato. En *Las publicaciones periódicas y la historia de México: ciclo de conferencias* (pp. 45-51). Hemeroteca Nacional.
- Toussaint Alcaráz, F. (2018). *Escenario de la prensa en el porfiriato*. Editorial Elementum.

Notas

- 1 IIB UNAM es el Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- 2 Los ejemplares de *Revista de revistas* citados en el texto son los siguientes: N° 1, 23 de enero de 1910; N° 15, 18 de septiembre de 1910; N° 17, 15 de mayo de 1910; N° 18, 22 de mayo de 1910; N° 37, 2 de octubre de 1910; N° 43, 13 de noviembre de 1910; N° 49, 25 de diciembre de 1910; N° 57, 26 de febrero de 1911; N° 58, 5 de marzo de 1911; N° 72, 11 de junio de 1911; N° 95, 19 de noviembre de 1911; N° 153, 12 de enero de 1913; N° 285, 10 de octubre de 1915; N° 404, 27 de enero de 1918; N° 509, 1° de febrero de 1920; N° 518, 4 de abril de 1920.
- 3 Sobre el tema de la publicidad en la prensa se recomiendan los estudios de Camacho Morfín (2002) y Hellion Puga (2011).
- 4 En relación con el proceso de transformación en la visualidad en las publicaciones periódicas en el momento de introducción de la fotografía, puede consultarse Risco (2023).
- 5 Durante este período, las portadas de la revista incluyen créditos a artistas como Roberto Montenegro, Saturnino Herrán y Ernesto García Cabral.