

Entre salones y ferrocarriles: Un acercamiento al piano del México porfiriano como instrumento educativo y objeto de importación

Family rooms and railways: An approach at piano's use in Mexican 'porfiriato'⁴, as an educational tool and as an import item

Bernardo Jiménez-Casillas*

Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM, Facultad de Música, Programa de Doctorado en Música (Musicología). Correo-e (*e-mail*): bechstein7_7@hotmail.com

*Autor a quien debe dirigirse la correspondencia

Recibido: Abril 10, 2021

Aceptado: Mayo 15, 2021

Resumen

El piano, en su andar entre las familias mexicanas acaudaladas de finales del siglo XIX y principios del XX, ha dejado tras de sí una serie de significados que trascienden la esfera puramente musical. Eslabón entre diversas actividades sociales y culturales de la época, con el paso del tiempo este instrumento cedió su condición sonora para convertirse en documento indispensable, en fuente insustituible de todo estudio sobre la vida cotidiana de las clases acomodadas mexicanas de aquella época. Dos de estos significados se abordarán en el presente artículo: La de ser un instrumento idóneo en la educación de toda señorita de alcurnia y la de ser un bien cultural cuya importación de los Estados Unidos se vio ampliamente favorecida por los sistemas ferroviarios inaugurados por el régimen porfirista. Las fuentes primarias que se han utilizado para abordar ambas significaciones provienen de la literatura costumbrista mexicana, de diversos documentos de carácter económico emitidos por instituciones de México y su vecino país del norte y de una selecta compilación de anuncios de pianos estadounidenses que entonces circularon por territorio mexicano. Cabe señalar que, a diferencia de su estudio como instrumento educativo, la musicología mexicana no solamente apenas se ha interesado por el examen del piano en cuanto objeto comercial, sino que el análisis pertinente siempre ha sido en relación con el mercado trasatlántico. Debido a ello, la investigación realizada en este artículo sobre las importaciones de pianos desde los Estados Unidos podría considerarse pionera en la materia.

Palabras clave: Piano, porfiriato, educación femenina, comercio de pianos, Estados Unidos

Abstract

The piano, in its route through wealthy Mexican families from late 19th Century to the early 20th, has left a trail of important historic indicators which transcend the purely musical. It turned into a link between multiple social and cultural activities. Meanwhile, this instrument transcended its sound properties to become an essential document, an irreplaceable source for studying the daily lives of wealthy Mexican families of the time. The present article will expand two of the many qualities: The piano as an ideal tool for every young high-class miss' education; and the piano as an economic resource being transported from the United States to Mexico, via the railway system in the porfiriato (1876-1911). The primary sources that were used in supporting said piano traits come from Mexican literary costumbrismo, multiple documents gathering trade and price information between the United States and Mexico, and a special compilation of printed American piano advertisements which was spread throughout the Mexican territory. It is also important to recognize the fact that Mexican musicology has not given enough attention to piano as a source of commercial trade, while it has been busy analyzing transatlantic sales almost exclusively. This is why the research in this article about U.S. piano importation may be considered the first approach.

Keywords: Piano, 'porfiriato', women's education, piano trade, United States

4 Porfiriato. The **Porfiriato** is a term given to the period when General Porfirio Díaz ruled Mexico as president in the late 19th and early 20th centuries, coined by Mexican historian Daniel Cosío Villegas/ El Porfiriato es el nombre dado al lapso en que el general Porfirio Díaz gobernó a México como Presidente desde fines del siglo XIX y principios del siglo XX (Daniel Cosío Villegas)

Introducción

En septiembre de 1880, pocos meses antes de que finalizara su primer mandato presidencial, Porfirio Díaz dio un giro radical a la política ferroviaria de su régimen. Hasta ese entonces, el plan porfirista se cimentaba en la conjunción de recursos de los estados de la federación y de los capitales locales, a los cuales el Estado les otorgaba subvenciones. Los lentos y moderados resultados obtenidos mediante esta política hicieron prever que dicha estrategia ferroviaria, lejos de fomentar una sólida red de comunicación nacional, a lo sumo proporcionaría una serie aislada de entramados regionales. De allí que se optara por un cambio de dirección: El nuevo proyecto —que sería seña de identidad del gobierno de Manuel González (1880-1884)— estaría orientado hacia la apuesta por una inversión extranjera no exenta de fuertes subsidios federales (Kuntz-Ficker, 1994).

Los Estados Unidos⁵ (EE. UU.) vieron en esta política una oportunidad inmejorable para expandir su red ferroviaria —y con ella, los límites de su mercado capitalista— hacia territorio mexicano, por lo que no tardaron en convertirse en el principal inversionista de la nueva política de Díaz. Fue tal su empeño que, aún antes de iniciar la presidencia de González, a dos compañías estadounidenses se les otorgarían las concesiones para la construcción tanto del Ferrocarril Central Mexicano como del Ferrocarril Nacional Mexicano⁶. Evidentemente, las redes ferrocarrileras favorecieron los intercambios comerciales entre ambos países norteamericanos, como lo demuestra el hecho de que ya para 1894 los mexicanos se convirtieron en los mayores consumidores latinoamericanos de productos estadounidenses (Rodríguez-Centeno, 1996).

A decir verdad, esta situación no hubiera sido posible sin la bonanza económica que México disfrutó durante el porfiriato. Para dar una idea de la entonces privilegiada situación del país se ha de mencionar que, entre 1875 y 1910, el Producto Interno Bruto real *per capita* de los Estados Unidos creció a razón de 2% anual, con lo cual rebasó y superó al Reino Unido —cuya tasa de crecimiento durante este periodo fue de tan solo 0.9%— como líder industrial del mundo. Durante este periodo, México creció a un ritmo incluso un poco más acelerado con respecto a su vecino del norte, con una tasa de crecimiento del 2.1% anual (Kehoe y Meza, 2013).

Esta prosperidad hizo emerger, entre las clases acomodadas de México, una cultura del consumo que pronto se identificaría con los valores de una supuesta modernidad: Los patrones consumistas no sólo subrayaron “la pertenencia a determinado estrato social”, sino que revelaron, sobre todo, “el aprecio a ciertos bienes materiales y a un estilo de vida en el que el progreso y el bienestar”—valores ambos asociados con el entonces imperante positivismo— eran fundamentales (Ortiz-Gaitán, 2013).

Así pues, la cultura del consumo reflejó la idea que de sí mismas tenían las capas acomodadas del porfiriato, a saber: Su propia consideración como “grupos progresistas que veían en la modernización del país un impulso de carácter nacionalista”, lo cual no les impedía declararse “partidarios de adelantos tecnológicos, aparatos, gustos, modas, hábitos y costumbres fuertemente influenciados por modelos culturales europeos y estadounidenses” (Ortiz-Gaitán, 2013). Podría decirse, entonces, que el cosmopolitismo formó parte de la modernidad a la que todo burgués mexicano aspiraba en el umbral del siglo XX.

5 El gentilicio para este país, Estados Unidos, es estadounidense y no ‘norteamericano’ ya que los canadienses y los mexicanos también son norteamericanos [nota de los(as) editores(as)]

6 En esos años, la expansión ferrocarrilera de los EE. UU. por suelo mexicano no se limitaría a estas dos compañías, pues otras tantas empresas estadounidenses lograrían conectar sus vías con diversas estaciones ferroviarias ubicadas en la frontera mexicana: “... el *Southern Pacific* llegó a El Paso en 1881; el *Atchison Topeka and Santa Fe* enlazó con el anterior en Deming, en 1881, y llegó a Nogales en 1882; el *Texas and Pacific* enlazó con el *Southern Pacific* en 1882; el *International and Great Northern* llegó a Laredo en 1881; y el *Galveston, Houston and San Antonio* llegó a Eagle Pass en 1883” (García-de Fuentes, 1987)

El piano: Alegoría de la virtud femenina y de la opulencia

Una de las manifestaciones más evidentes de esta pretensión internacionalista —tal y como puede apreciarse en la historiografía musical que trata sobre las prácticas socio-culturales propias de las élites porfirianas— fue el gusto por la interpretación y escucha de obras para piano, las cuales se encontraban adscritas, en su amplia mayoría, a la estética del romanticismo musical europeo.⁷ Ahora bien, se ha de aclarar que estas actividades musicales no posicionaron, sino que reafirmaron al piano como indispensable bien cultural de la vida familiar y social, pues desde hacía décadas que este instrumento fascinaba a las clases acaudaladas.

La literatura costumbrista da cuenta de que, al menos para el segundo tercio del siglo XIX, el piano ya era un instrumento habitual entre las élites mexicanas. Así, por ejemplo, Madame Calderón de la Barca (1804-1882) en su obra *La vida en México* (1843), dejó constancia de que en cualquier “lugar de México, de la ciudad o la provincia, [había] un piano en cada casa” (Calderón de la Barca, 1959). Si bien la aceptación literal de esta afirmación es sin duda alguna exagerada, revela en cambio que ya para aquel entonces dicho instrumento era bastante popular al menos entre la alta sociedad, a cuyos integrantes frecuentaba la autora (Figura 1).

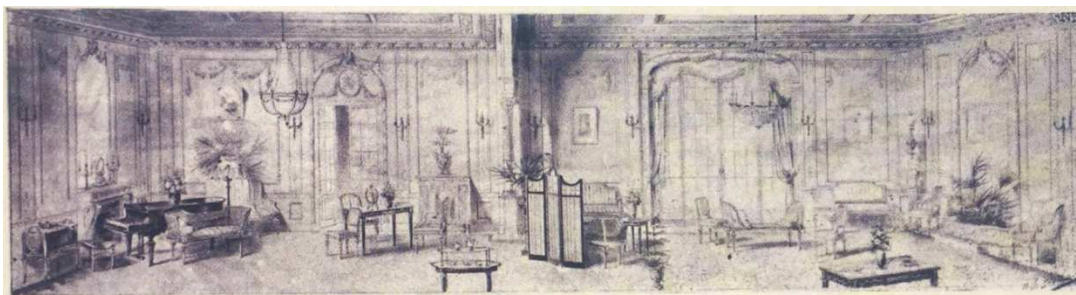


Figura 1. Interior de una casa burguesa de finales del siglo XIX, en la cual puede apreciarse la existencia de un piano -extremo izquierdo de la imagen- (Matabuena-Peláez et al., 2016)

Esta literatura también ha legado descripciones sobre el lugar privilegiado que ocupaba el piano en la casa de una familia pudiente. En este sentido, Manuel Payno (1810-1894) en *Los bandidos de Río Frío* (1891-1893), dice lo siguiente:

... el gran salón era el que reunía invariablemente los jueves a la familia y a los amigos. Era la pieza más grande y también la más curiosa de la casa. Dos grandes balcones a la calle, dos puertas a los costados que comunicaban a las recámaras y dos enfrente de los balcones, que conducían al interior de la habitación, y esas seis puertas con grandes cortinas de damasco franjeadas de galón amarillo, del corte y hechura de las cortinas de iglesia.[...] Entre los dos balcones, un piano o forte piano, como se le llamaba entonces; es decir un instrumento tan bueno como podía encontrarse en México y en Europa (Payno, 2011).

Las reuniones sociales en los salones de las casas burguesas, a las que Payno hace referencia, fueron una de las formas de socialización más importantes a lo largo de todo el siglo XIX, pues propiciaban “la oportunidad ideal para comentar los recientes acontecimientos, intercambiar recetas, ponerse al día con las obras de teatro u óperas [y] organizar bailes”; así mismo, constituía para los jóvenes “la ocasión esperada para encontrarse con los pretendientes” (Pérez-Salas, 2005). Por supuesto, en estas

⁷ Un ejemplo historiográfico de dichas prácticas socio-culturales sería el artículo de Ricardo Miranda titulado *A tocar señoritas: Una mirada al repertorio mexicano para piano durante el siglo XIX* (2000), el cual será citado varias veces en este apartado. Vale la pena señalar que las obras para canto con acompañamiento de piano también fueron recurrentes dentro de estas prácticas, siendo las piezas pertenecientes a la tradición operística italiana decimonónica las más requeridas por el gusto de las élites

tertulias se pedía a las jóvenes que hicieran lucimiento de sus habilidades en el piano, actividad que realizaban mientras “los caballeros respetuosamente escuchaban atentos los progresos musicales de las bellas asistentes” (*Idem*) (Figura 2).



Figura 2. Detalle de la portada de una partitura de principios del siglo XX integrada por obras para piano correspondientes al género “de salón”. En esta imagen puede apreciarse uno de los roles sociales establecidos para los participantes de una tertulia de la época (Matabuena-Peláez et al., 2016)

Tanto este tipo de actividad femenina como su correspondiente recepción masculina también fueron recogidas por diversas obras literarias costumbristas, tales como *Clemencia* (1868) de Ignacio Manuel Altamirano (1834-1893), en la que se puede leer:

Isabel, ya repuesta y con semblante risueño y ruboroso, acompañada también de Flores, obedeció a su amiga y fue a buscar en el aparador un libro ricamente encuadernado [...] Era una colección de melodías alemanas. Isabel eligió una muy a propósito para interpretar el estado de su corazón. Era una de esas piezas en que la ternura y la melancolía están unidas a las más difíciles combinaciones de la ciencia musical. Enrique estaba conmovido y admirado. Isabel realmente era una artista, y una artista que habría brillado en el salón más aristocrático de Europa. [...] Enrique se entusiasmaba gradualmente y manifestaba de mil modos su admiración. Isabel, tocando, se había transformado de la niña tímida y dulce que era, en un ángel seductor e irresistible (Altamirano, 2013).

Vale la pena detenerse un momento en este fenómeno social, pues es clara expresión de la educación propia de la época. Durante todo el siglo XIX el cultivo del piano se insertó dentro de un modelo de enseñanza que, como afirma Miranda, era casi en exclusiva un asunto femenino:

... eran [las mujeres] quienes tomaban clases y quienes, llegado el día de la tertulia, hacían alarde de sus avances musicales. Para ellas estaba destinado un repertorio que no buscaba explayarse en avances técnicos ni en novedad alguna, sino simplemente ofrecer una página de música que favoreciera el efímero deleite de una tarde de tertulia (Miranda, 2000).

El orden sociocultural del siglo XIX dictaba que el aprendizaje del piano debía formar parte de la educación de toda mujer de alcurnia; y es que al arte musical se le consideraba idóneo para desarrollar el sentido innato de lo bello, asociado entonces con lo femenino:

La Música es sin duda uno de los adornos más bellos que pueden acompañar la educación de una señorita. Ella refina y perfecciona aquella dulzura de genio, buen gusto y sensibilidad que la caracteriza y que, formando el consuelo de la casa paterna, acaba por ser la delicia del esposo (Galli, 1826).

A partir de esta concepción, se entiende por qué el ejercicio musical de una dama instruida en el arte del piano quedaba circunscrito al ámbito privado o, más en específico, al espacio doméstico; así mismo, se explica por qué una mujer del siglo XIX, salvo raras excepciones, no podía aspirar a la consolidación pública similar a la de un pianista varón.

Como puede verse, la cultura gestada en torno a los salones domésticos de las clases acaudaladas no escapó a los discursos sociales sobre las funciones y destinos reservados a mujeres y hombres. No obstante, la riqueza musical de este espacio, su razón de ser “no fue precisamente el cultivo desinteresado de la música sino la manifestación del status social, la representación de una especie de rito social en el que todos los participantes estaban sujetos a una serie de normas de comportamiento particulares” (Miranda, 2000). Dicho en otras palabras, el salón decimonónico constituyó “un espacio social en el que se desplegaron una serie de convenciones genéricas y sociales tendientes a reafirmar la hegemonía social que nada [tenía] que ver con el cultivo intrínseco de la música” (Miranda, 2000).

El piano estadounidense: Un deseado objeto de consumo

Además de un impacto social, el salón tuvo también repercusiones en el ámbito económico. Dado que la música y el baile eran actividades fundamentales en las referidas tertulias, la demanda del piano se incrementó al ofrecerle, a todo anfitrión, la posibilidad de “contar con música de manera permanente y a un costo mucho menor que el [que implicaba] alquilar conjuntos musicales de manera consuetudinaria” (Miranda, 2000).

Durante prácticamente todo el siglo XIX la importación de pianos a México fue de carácter trasatlántico; sin embargo, esto cambiaría hacia los últimos años de dicha centuria debido a que, para aquel entonces, las líneas de ferrocarril ya unían a los Estados Unidos con la República Mexicana. Y es que a partir de ese momento el monopolio de los pianos europeos —que desde finales del siglo XVIII se exportaban a la Nueva España— comenzó a verse amenazado por la irrupción estadounidense en este particular mercado, fenómeno del que dan cuenta, por ejemplo, los cada vez más frecuentes anuncios de pianos estadounidenses en periódicos y revistas que entonces circularon en territorio mexicano (Figura 3).



Figura 3. Anuncio publicitario de principios del siglo XX de una sucursal, ubicada en la Ciudad de México, de la empresa de pianos estadounidenses *American Piano Co., S. A.* (Matabuena-Peláez et al., 2016)

La recepción que desde el principio tuvieron los pianos estadounidenses en México fue tan favorable que, no obstante, la competencia que suponían sus homólogos europeos, ya para los últimos años de la década de 1900 se encontraban firmemente establecidos en el mercado mexicano (USDCL, 1908a). Según la documentación disponible, fue la empresa *Heuer & Co. E.*, con domicilio en la calle Alcaicería 27 de la Ciudad de México, la primera en introducir a territorio mexicano los pianos fabricados en EE.

UU. (USDS, 1903). Si bien no se sabe el año exacto en que esto ocurrió, los datos vertidos por Arthur B. Butman —que en 1908 era agente especial en México del Departamento de Comercio y Trabajo de los Estados Unidos— señalan que debió suceder en algún momento del último lustro del siglo XIX (USDCL, 1908a).

Desde un inicio, la demanda mexicana de pianos fabricados en los EE.UU. creció en exponencial ascenso, como demuestran los siguientes datos: 158 pianos se exportaron a México en 1902, representando un gasto total de \$36,197 dólares; 192 en 1904 (\$43,694); 380 en 1906 (\$85,050) y 443 en 1907 (\$110, 805)⁸. Vale la pena mencionar que ya para 1906 México se había posicionado como el segundo país más grande de importadores de pianos estadounidenses, superando al Reino Unido, que en ese año gastó un total de \$84,717 dólares (USDCL, 1908a)⁹.

Ahora bien ¿Cuáles eran las marcas de pianos estadounidenses que en aquel entonces las élites mexicanas podían adquirir? Un buen referente de esta oferta lo constituye la edición de 1893 del libro *De México a Chicago y Nueva York. Guía para el viajero en la que se describen las principales ciudades y ferrocarriles de México y los Estados Unidos 'del Norte'*. Publicado originalmente en 1892, por S. Adalberto de Cardona, este libro buscaba “estrechar las relaciones de amistad y comercio entre [México] y los Estados Unidos del Norte”, en un momento en que los ferrocarriles mexicanos habían dejado en el olvido “los peligros y las incomodidades del antiguo modo de viajar”, al tiempo que acercaban “las hermosas a la par que populosas” ciudades estadounidenses a las crecientes “corrientes de turistas mexicanos” (De-Cardona, 1893).¹⁰

Dentro de la ingente cantidad de información que proporciona De-Cardona (1893) en las centenares de páginas que constituyen su obra, existe una sección titulada *Anuncios de los Estados Unidos*, en donde se incluye la publicidad de varias compañías estadounidenses constructoras de pianos que tenían su sede en Chicago. Si bien es evidente que estas empresas no agotaban la oferta entonces existente, dan una idea de aquellas que gozaban de un mejor posicionamiento, al menos en la década de 1890.

El que la totalidad de estos promocionales provinieran de la gran urbe de Illinois obedecía a dos hechos: El primero, a que esta ciudad era entonces sede de una floreciente industria fabricante de pianos; el segundo, a que la edición de 1893 de la *Guía para el viajero* buscaba convertirse, a ojos de los mexicanos, en un extraordinario promocional para la Exposición Mundial Colombina, que se celebraría entre el 1 de mayo y el 30 de octubre de 1893. En ella se darían “muestras de cuanto ha descubierto la fecunda imaginación del hombre y de cuanto notable ha sido ejecutado por sus manos” (De-Cardona, 1893). El piano, por supuesto, era uno de estos últimos objetos.

Cuatro eran las compañías fabricantes de pianos que la *Guía para el viajero* publicaba: *Chicago Cottage Organ & Piano Company*, *Smith & Barnes Piano Company*, *Emerson Piano Company* y *Steger Piano Company*. Dentro de la producción de pianos de la primera de ellas, el Conover constituía la joya de la corona (Figura 4). Con una producción anual cifrada en al menos 2,000 ejemplares, la *Chicago Cottage* lo anunciaba como el “verdadero favorito en todas partes donde se [sabía] apreciar un piano

8 En ese entonces, el impuesto de entrada a México para un piano estadounidense era de 55 centavos por kilogramo, considerado éste en cuanto a su masa legal, es decir, en cuanto a la masa del piano incluyendo su envoltorio o cualquier otro tipo de embalaje excepto la caja de envío (USDCL, 1908a) [Nota de los(as) editores(as): La masa y el peso no son sinónimos. Ver Glosario]

9 El primer lugar lo ocuparía Canadá, con un muy superior costo de importación tasado en \$211,340 dólares (USDCL, 1908a)

10 Para el momento en que la *Guía para el viajero* fue publicada, se podían realizar viajes desde la Ciudad de México hasta Chicago y Nueva York por medio del Ferrocarril Central Mexicano —que llegaba hasta El Paso, donde entroncaba con el *Atchison, Topeka & Santa Fe*— o el Ferrocarril Nacional Mexicano —que finalizaba su recorrido en Laredo, donde enlazaba con el *International & Great Northern*—. Así mismo, el Ferrocarril Internacional Mexicano también comunicaba a la capital mexicana —mediante su entronque con la estación El Torreón, del Ferrocarril Central— con ciudades como Nueva Orleans, Filadelfia o Nueva York. Por su parte, si bien el Ferrocarril de Sonora no incluía a la Ciudad de México dentro de su itinerario, también comunicaba a ambos países al trazar su recorrido una línea recta entre el puerto de Guaymas, Sonora, y Nogales, Arizona (De-Cardona, 1893; Nieves-Medina, 2009)

de alto grado”, al tiempo que se le ensalzaba por haber “dejado su justamente adquirida reputación siempre bien sentada en todas partes” (De-Cardona, 1893).¹¹



Figura 4. Ilustración que representa un piano de cola Conover (De-Cardona, 1893)

Si bien este anuncio publicitario no da muchos detalles sobre el célebre instrumento, se sabe que para principios del siglo XX existían cinco grandes modelos Conover, todos ellos producidos por la sucesora de la *Chicago Cottage: The Cable Piano Company*, que desde 1890 se había unido a *The Conover Piano Company*. Los pianos en cuestión eran los siguientes:

... el Modelo 66, que medía 5 pies y 5 pulgadas, el cual también se llamaba 'Fairy Grand'; el Modelo 77, de alrededor de 5 pies y 10 pulgadas; el Modelo 88, que medía 6 pies y 4 pulgadas; [...] el Modelo 99, que era el Mason BB; y el Modelo 100, que era el Mason & Hamlin CC1 de 9 pies y 4 pulgadas. El 'Fairy Grand' tenía el borde Crownstay, el cual contaba con un resonador de tensión de barra única y un sistema circular de vigas para soporte del borde. Los otros modelos no tenían resonador de tensión, pero, en cambio, usaban mucha madera. El lado largo del borde, a menudo de ceniza blanca laminada, tenía 8 pulgadas de espesor (Anónimo, 2021b).¹²

11 La *Chicago Cottage Organ & Piano Company* fue fundada en 1879 por un grupo de socios apellidados Wolfinger, Comstock y Cable, quienes en un principio la denominaron *Wolfinger Organ Company*. Su cambio de nombre se produjo en 1885, año en que la empresa comenzó a fabricar pianos. Este corporativo se disolvería a principios del siglo XX para convertirse en *The Cable Piano Company* (Anónimo, 2021a)

12 Los modelos Mason BB y Mason & Hamlin CC1 pertenecían a *The Mason & Hamlin Piano Company*, empresa que en 1904 fue parcialmente adquirida por la ya para entonces denominada *The Conover Cable Company* (Anónimo, 2021a)

La segunda de estas compañías, la *Smith & Barnes Piano Company*, se anunciaba como fabricante de pianos verticales “de elegante, esmerada y durable construcción”, todos ellos con una garantía de 5 años. Los instrumentos que fabricaba esta empresa tenían como reputación poseer un gran volumen y una inmejorable “dulzura de voz”, virtudes a las que achacaban su general aceptación. Cabe mencionar que, no obstante su excelente cualidad, estos pianos se vendían “a precios mucho más reducidos que otros”, a los que además consideraban “muy lejos de poseer [los] méritos” de un *Smith & Barnes* (De-Cardona, 1893).¹³

La *Emerson Piano Company* se preciaba de haber vendido, tras casi medio siglo de existencia, 60,000 instrumentos, y de encontrarse “entre las más grandes y prósperas fábricas de pianos de América”. Para la década de 1890, la empresa se jactaba de exportar sus productos “no solamente a todas partes de los Estados Unidos, sino [...] también a Europa, Australia, Sud-América y las Indias Occidentales”. Es importante señalar que su anuncio publicitario llamaba la atención sobre “la elegante ornamentación de las cajas de [sus] pianos verticales”, las cuales se construían “de hermosísimas y costosas maderas, tales como nogal, caoba, cedro español, madera lustrosa de color de limón, fresno de Hungría y roble, así como también de ébano y palo de rosa” (De-Cardona, 1893).¹⁴

Por último, la *Steger Piano Company* anunciaba sus instrumentos como aquellos que preferían y compraban “los más eminentes profesores”, así como “los seminarios y escuelas debido a su gran durabilidad y excelente tono” (Figura 5). Esta empresa también publicitaba “pianos de segunda mano, de todas [...] las fábricas y casi tan buenos como [los] nuevos”, que podían adquirirse “desde cincuenta duros” (De-Cardona, 1893).¹⁵

Estas cuatro empresas ofrecen un pequeño muestrario de los pianos estadounidenses que podía comprar un mexicano a principios de la década de 1890. Acerca de sus costos, solamente la *Steger Piano Company* brinda una referencia al mencionar que un piano de segunda mano costaba como mínimo 50 duros.¹⁶ Habría que ver cuáles eran las condiciones de un piano vendido en 1893 por semejante cantidad, pues en ese año 1.6 pesos equivalían a 1 dólar (INEGI, 1986), lo cual vendría a figurar que uno de estos instrumentos de segunda mano vendido por la compañía *Steger* podía ser adquirido a partir de poco más de 30 dólares. Este valor resulta insignificante comparado con el del promedio de las citadas exportaciones de los años 1902, 1904, 1906 y 1907, que puede fijarse en \$232 dólares por instrumento, y se vuelve irrisorio respecto al que menciona Arthur B. Butman en su reporte de 1908, que ubica hasta en 400 dólares el precio por un piano estadounidense de alta calidad (USDCL, 1908a).¹⁷

Observando estos costos queda claro que, durante el porfiriato, la adquisición de un piano se encontraba fuera del alcance de buena parte de la población, por lo que la posesión de uno de estos instrumentos siguió siendo distintivo de la riqueza de una familia mexicana de la época.¹⁸ El piano

13 La *Smith & Barnes Piano Company* se fundó en 1884 como la *C. A. Smith Piano Company*. En 1891, Barnes se unió a la firma, por lo que su apellido se agregaría al nombre de la compañía. En 1906, Strohber haría lo mismo, por lo que el corporativo se convertiría en la *Smith, Barnes & Strohber Piano Company*, empresa que fabricaría los pianos de marca: Smith & Barnes, Strohber, Hoffmann y Lessing & Willard (Anónimo, 2021c)

14 Esta empresa fue fundada en Boston, en 1849, como *W. P. Emerson Piano Company*. A finales de la década de 1870, tras la muerte de su creador, William P. Emerson, el nombre de la compañía cambió a *Emerson Piano Company*. La empresa adquirió tal prestigio que llegó a construir pianos bajo contrato para firmas estadounidenses tales como *Thomas Goggan & Brother*, ubicada en San Antonio o *Junius Hart Piano House*, establecida en Nueva Orleans (Anónimo, 2021d)

15 El nombre completo de esta empresa era: *Steger & Sons Piano Manufacturing Company*. Fundada en 1879 por John V. Steger, la compañía dejaría Chicago en 1897 para establecerse en Steger, un pueblo ubicado en el mismo estado de Illinois que sería fundado por el creador de esta compañía de pianos (Anónimo, 2021e)

16 En aquel entonces, al peso mexicano también se le conocía popularmente como “peso duro” o, simplemente, “duro” (Muñoz, 1984)

17 En 1908, 1 peso mexicano equivalía a 0.498 dólar—es decir, había una equivalencia de prácticamente 2 pesos por 1 dólar—, con lo cual se puede afirmar que en aquel año un piano estadounidense de primera clase podía rebasar los 800 pesos (USDCL, 1908b)

18 Durante el porfiriato, el salario mínimo variaba según la ocupación y la zona geográfica en que aquella se desarrollaba. Así, por ejemplo, para el año de 1900, un agricultor del centro de la República Mexicana ganaba diariamente 0.27 pesos, mientras que uno ubicado en el

durante esta época se terminaría consolidando como un deseado objeto de importación que le daría a sus pretendientes no sólo un estatus entre los demás miembros de su clase social, sino también los aires de modernidad que tan apremiantes eran en aquel entonces.



Figura 5. Anuncio publicitario de la compañía *Steger Piano Company* (De-Cardona, 1893)

Consideraciones finales

En este artículo se ha visto cómo el piano, en cuanto objeto cultural, es capaz de arrojar luz no solamente sobre el comportamiento de un determinado estrato social, sino incluso sobre aquella función que cada género debía desempeñar, especialmente, en la alta sociedad mexicana decimonónica. Al respecto, se mencionó la participación de las mujeres en una tertulia musical, tema que, no obstante los diversos acercamientos que se le han dado, tiene aún mucho que ofrecer.¹⁹

Responder a una pregunta tan básica como la de por qué el piano terminó por convertirse en el instrumento por excelencia de una mujer de familia acaudalada o documentar la vida de aquellas mujeres que, rompiendo el *corset* socio-cultural, gozaron de una trayectoria como pianistas, son solamente dos ejemplos de temas aún pendientes de estudio para la comunidad musicológica.

Por otra parte, los esbozos aquí realizados sobre el piano en cuanto objeto comercial importado de los Estados Unidos, abren un abanico de posibilidades cuya trascendencia apenas puede vislumbrarse. Entre ellas se podría mencionar que las redes nacionales de distribución de dicho instrumento serían, tanto un extraordinario asistente para la construcción de las historias musicales regionales —que tanta falta hacen para diversificar la visión, aún muy centralizada, de la historia de la música en México— como una inmejorable ayuda para establecer los patrones de consumo de un estrato social que fue determinante para el desarrollo del arte del piano en México.

Golfo era remunerado por 0.50 pesos; en cambio, el pago diario que obtenía un minero por laborar en estas dos regiones era de 0.38 y 0.46 pesos, respectivamente. Es decir, para el mejor de los ejemplos proporcionados —un agricultor del Golfo— el más barato de los pianos americanos de segunda categoría vendido por la compañía *Steger* equivalía a 100 días de salario mínimo. Tomando en cuenta de que en 1900 los agricultores representaban el 56% del total de mano de obra de todo el país, puede afirmarse que las importaciones de los mexicanos no estaban dirigidas, especialmente, hacia bienes suntuarios tales como los pianos (INEGI, 1986)

19 Como ejemplos de estas aproximaciones se pueden citar las abordadas en la tesis doctoral de Yael Bitrán-Goren, titulada: *Musical Women and Identity-Building in Early Independent Mexico (1821-1854)* (2012). En este trabajo se analiza la música de las primeras décadas del México independiente en relación con las mujeres, dando como resultado el acercamiento a este arte sonoro en cuanto concepto romántico, instrumento educativo, objeto de consumo y ejercicio tanto doméstico como público

Así pues, sirva el presente artículo para estimular el acercamiento al piano desde sus muy variadas significaciones—algunas de ellas incluso extra-musicales— con el fin de abonar a la comprensión de una época que tuvo a dicho instrumento de teclado como uno de sus bienes materiales y culturales más preciados: Las recompensas por explorar tierras aún ignotas para la musicología mexicana prometen ser cuantiosas.

Reconocimientos

Ninguno.

Glosario de términos

Término	Significado
a la par	1. Locución adverbial. Juntamente o a un tiempo. 2. Locución adverbial. Igualmente, sin distinción o separación. 3. Locución adverbial. En monedas, efectos públicos u otros negociables, con igualdad entre su valor nominal y el que obtienen en cambio (https://dle.rae.es/par?m=form#8YPqh16)
Masa	Propiedad intrínseca de los cuerpos, su unidad en el sistema internacional es el kilogramo, kg
Peso	En física moderna, el peso es una medida de la fuerza gravitatoria que actúa sobre un objeto, su unidad en el sistema internacional es el Newton, N
Porfiriato	The Porfiriato is a term given to the period when General Porfirio Díaz ruled Mexico as president in the late 19th and early 20th centuries, coined by Mexican historian Daniel Cosío-Villegas. ^{20 21 22} Seizing power in coup in 1876, Díaz pursued a policy of "order and progress," inviting foreign investment in Mexico and maintaining social and political order, by force if necessary. There were tremendous economic, technological, social, and cultural changes during this period. As Díaz approached his 80th birthday in 1910, having been continuously elected since 1884, he still had not put in place a plan for his succession. The fraudulent 1910 elections are usually seen as the end of the Porfiriato. Violence broke out, Díaz was forced to resign and go into exile, and Mexico experienced a decade of regional civil war, the Mexican Revolution

Referencias bibliográficas

- Altamirano, I.M. 2013. Clemencia. Ed. Tomo. Pp. 79-81. Ciudad de México, México.
- Anónimo. 2021a. Chicago Cottage Organ. <https://antiquepianoshop.com/online-museum/chicago-cottage-organ/>
- Anónimo. 2021b. Conover. <https://antiquepianoshop.com/online-museum/conover/>
- Anónimo. 2021c. Smith & Barnes. <https://antiquepianoshop.com/online-museum/smith-barnes/>
- Anónimo. 2021d. Emerson. <https://antiquepianoshop.com/online-museum/emerson/>
- Anónimo. 2021e. Steger&Sons. <https://antiquepianoshop.com/online-museum/steger-sons/>
- Bitrán-Goren, Y. 2012. Musical women and identity-building in early independent Mexico(1821-1854). Tesis doctoral. Royal Holloway, University of London. Londres, Inglaterra.
- Calderón-de-la-Barca, M. 1959. La vida en México. Ed. Porrúa. P. 237. Ciudad de México, México.
- De-Cardona, S.A. 1893. De México a Chicago y Nueva York. Guía para el viajero en la que se describen las principales ciudades y ferrocarriles de México y los Estados Unidos del Norte. Imprenta de Moss Engraving Co. Puck Building. Pp. III, 1-2,145, 371, 507, 521, 768, 776, 784, 786 y 788. Nueva York, Estados Unidos.

- 20 Camp, R.A. 1996."Porfiriato". In Encyclopedia of Latin American History and Culture. Vol. 4, p. 440. Charles Scribner'sSons. Nueva York, EE.UU.
- 21 Cosío Villegas, Daniel. 1955. Historia Moderna de México. El porfiriato. La vida social [Modern History of Mexico. El Porfiriato, social life] (in Spanish). Editorial Hermes. México
- 22 Speckman-Guerra, Elisa. 2011. "El Porfiriato". Nueva historia mínima de México (in Spanish). El Colegio de México. p. 200. ISBN 968-12-1139-1. México

-
- Galli, F. 1826. Música. El Iris. 4:32.
- García-de-Fuentes, A. 1987. La construcción de la red férrea mexicana en el porfiriato: Relaciones de poder y organización capitalista del espacio. Investigaciones Geográficas. 17:137-154.
- INEGI. 1986. Estadísticas históricas de México. Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. INEGI. Vol. 1. Pp. 155, 180 y 182. Vol. 2. P. 810. Ciudad de México, México.
- Kehoe, T.J., Meza, F. 2013. Crecimiento rápido seguido de estancamiento: México (1950-2010). El Trimestre Económico. 80(318):237-280.
- Kuntz-Ficker, S. 1994. Algunos efectos de la comunicación ferroviaria en el porfiriato. Sociológica. 9(26):149-176.
- Matabuena-Peláez, M.T. (Coord.), Rodríguez-Lobato, M., Palacios-Franco, J.E., Sánchez-De-la-Vara, M.C. 2016. La reina del baile. Una selección de portadas de partituras ilustradas. 1860-1935. Universidad Iberoamericana. Pp. 21, 27, 35. Ciudad de México, México.
- Miranda, R. 2000. A tocar señoritas: Una mirada al repertorio mexicano para piano durante el siglo XIX. En Música Iberoamericana de Salón. Peñín, J., ed. Fundación Vicente Emilio Sojo-Ministerio de Educación, Cultura y Deportes-Consejo Nacional de Cultura. Vol. 1. Pp. 131-171. Caracas, Venezuela.
- Muñoz, M.L. 1984. La moneda llamada un peso. Jurídica. Anuario del Departamento de Derecho de la Universidad Iberoamericana. 16:179-185.
- Nieves-Medina, A. 2009. Los ferrocarriles en Sonora. Mirada Ferroviaria (en línea). 7. https://museoferrocarrilesmexicanos.gob.mx/sites/default/files/adjuntos/mirada_feroviaria_7_digital.pdf
- Ortiz-Gaitán, J. 2013. La Ciudad de México durante el Porfiriato: "... el París de América". En MéxicoFrancia: Memoria de una sensibilidad común. Siglos XIX-XX. Pérez-Siller, J., Cramaussel, Ch., eds. Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos. Vol. 2. Pp. 179-196. Ciudad de México, México.
- Payno, M. 2011. Los Bandidos de Río Frío. Ed. Porrúa. P. 657. Ciudad de México, México.
- Pérez-Salas, M.E. 2005. El trajín de una casa. En Historia de la vida cotidiana en México. A. Staples, ed. El Colegio de México-Fondo de Cultura Económica. Vol. 4. Pp. 179-212. Ciudad de México, México.
- Rodríguez-Centeno, M. M. 1996. México y las relaciones comerciales con Estados Unidos en el siglo XIX: Matías Romero y el fomento del café. Historia Mexicana. 45(4):737-757.
- USDCL. 1908a. American Musical Instruments. United States Department of Commerce and Labor. Monthly Consular and Trade Reports. 333:13-16.
- USDCL. 1908b. Winning Foreign Markets. United States Department of Commerce and Labor. Government Printing Office. P. 22. Washington, Estados Unidos.
- USDS. 1903. Commercial relations of the United States with foreign countries during the year 1902. United States Department of State. Government Printing Office. Vol. 1. P. 464. Washington, Estados Unidos.