

Nacimiento de un mercado especial. El servicio telefónico en la ciudad de México, 1881-1911¹

Víctor Cuchí Espada

Introducción

La interrogante que, de modo muy somero, intento resolver con este trabajo es si un mercado puede crearse como resultado de una política. Desde luego, ello es posible; los procesos de industrialización de diversas naciones modernas lo atestiguan. A diferencia de la agricultura del Neolítico, que acaso surgiera de manera casi accidental, la revolución industrial, sobre todo durante el siglo XIX, fue un proceso deliberado que respondió, si acaso *a posteriori*, a proyectos gubernamentales que intentaron fortalecer al Estado nación e identificaron los intereses sociales nacionales con los del empresariado local e internacional. En el caso del mercado telefónico de la ciudad de México, empero, el asunto obedecería a lo que a primera vista asemeja la conjunción de un accidente y una oportunidad sólo parcialmente aprovechada.

El mercado telefónico capitalino surgió como resultado del afán de una empresa. En 1882, merced a un folleto (conservado en la Biblioteca Nacional de México), una “Compañía Telefónica de México” anunció que se disponía a inaugurar una “central telefónica” para servir a los profesionistas y empresarios capitalinos. Prometía que la tecnología les acarrearía diversas ventajas, no sólo económicas sino también de control de sus proveedores y de acceso de

¹ Este trabajo se basa en una investigación efectuada en el Archivo Histórico del Distrito Federal a partir de 1992, así como de varias fuentes adicionales localizadas en el Centro de Estudios de Historia de México de Condumex y en la Biblioteca Nacional. Se compone de documentación administrativa: oficios, mapas, planos, contratos, proyectos...

diversos servicios urbanos. Por otra parte, quizás intentaba revertir la difamación que sufría la naciente telefonía de entonces a manos de la prensa.² La empresa aseguró que operaría con el permiso de las autoridades mexicanas y se identificó como filial de la American Bell Telephone Company. Fundada en Boston, en 1879, era la propietaria de las patentes del inventor Alexander Graham Bell y sus socios. Por lo mismo, por política corporativa, pronto el naciente consorcio optó por explotar su propiedad intelectual, al menos durante la vigencia de dichas patentes, y dejar la erección y operación de los sistemas telefónicos a otros. Esta política resultó tan eficaz que en poco tiempo que conformó un vasto mercado en las poblaciones de la costa este de Norteamérica. En efecto, para 1880 unas 60 mil personas abonaban a diversas empresas locales.

En 1881, A. G. Greenwood, agente de una de ellas, la Continental Telephone Company de Boston, había tramitado sendos permisos ante el Presidente de la República y ante los ayuntamientos de la ciudad de México y de Puebla, con el fin de emplear la infraestructura urbana para erigir redes telefónicas. El permiso federal fue bastante vago; fue más bien un visto bueno de una instancia que no estaba facultada constitucionalmente para regular las vías generales de comunicación.³

Por su parte, el ayuntamiento capitalino concedió su autorización prontamente, el 19 de julio de 1881, aunque en términos muy claros: no se permitiría a la potencial empresa de Greenwood clavar postes en las calles.⁴

² COMPAÑÍA TELEFÓNICO DE MÉXICO, 1882, pp. 1-4; CÁRDENAS DE LA PEÑA, 1987, p. 32.

³ Esto cambió con el *Reglamento de Teléfonos y Telégrafos* de octubre de 1881, que reformaba la fracción XXIII del artículo 72 constitucional. CUCHÍ ESPADA, 1998, p. 265; CUCHÍ ESPADA, 2004, pp. 60-61.

⁴ AHDF, *Teléfonos y telégrafos*, exp. 3, doc. 1, Greenwood al ACM, México, 18 de junio de 1881.

Con la inauguración del servicio de la Compañía Telefónica Mexicana, ante la falta de alternativas tecnológicas y un control tan avasallador de la telefonía, la empresa pudo operar como quiso. Sin embargo, la intervención del Ayuntamiento fue una constante. Ésta se manifestó en varios momentos y de diversas maneras, como vemos a continuación. Dicha intervención intentó acomodar la competencia mercantil con la modernización, la libertad comercial y el fomento económico con el ornato urbano y el bienestar al menos del empresariado local. De hecho, a lo largo de la década del noventa del siglo XIX, el Ayuntamiento discutió algunos proyectos telefónicos alternativos. Esto condujo a una controversia muy interesante en 1901 y 1902, que terminaría, entre otras consecuencias, con la llegada de la Aktiebolaget L. M. Ericsson AB durante la primera década del siglo XX.

En fin, se observan dos temas recurrentes: la red de postes y el monopolio. En este trabajo trataré de abordarlos muy brevemente en su conflictiva relación. *Preferencias tecnológicas y organización mercantil.* Puede decirse que se enfrentaron los deseos de las autoridades y de la clientela acaudalada con la realidad impuesta por la Compañía Telefónica Mexicana.

Necesidades

Partamos de una pregunta: ¿tenía sentido tener un teléfono en los últimos años del siglo XIX y primera década del XX? En vista del enorme éxito de la telefonía, hasta el punto de ser una de las puntas de lanza de la actual revolución industrial —entre otras cosas, de las telecomunicaciones y la informática—, suele pensarse que sus ventajas eran evidentes desde el principio. De hecho, el folleto de 1882 señala sus ventajas de un modo que, en

retrospectiva, se avenía bien con el imaginario y las aspiraciones del empresario mexicano y occidental de la época. Yendo más lejos, era afín a todo un ideal civilizador.

De entrada, cabe señalar que el principal objeto de la telefonía no es propiciar la comunicación a distancia. Integrado de lleno en el modelo de relaciones mecánicas de aquella época, la Compañía Telefónica Mexicana intentó venderla desde el inicio como un conocimiento que debía satisfacer las demandas logísticas de las empresas de negocios y servir para agilizar las relaciones dentro de las cadenas de mando entre propietarios, directores y sus empleados. Por añadidura, se incorporaba muy bien a una concepción muy clara de cómo debía operar una empresa u oficina de un modo sincronizado.

A la sazón, la economía capitalina se encontraba organizada muy posiblemente en unidades pequeñas y medianas de propiedad familiar. Difícilmente puede concluirse que necesitaban teléfonos, cuando la tecnología era desconocida o innecesaria en un ámbito de negocios basados en contactos personales. Es más creíble que los más interesados en adoptar la nueva tecnología hayan sido los burócratas civiles y militares. Sin embargo, el sistema telefónico se logró imponer en treinta años. Hubo de arrostrar obstáculos, por supuesto. Uno de los más importantes fueron las limitaciones propias de la telefonía de entonces y la insipiente de la infraestructura.

De todos modos, para 1885, Mexicana servía a unos 500 suscriptores. La labor de convencimiento del mercado debió ser ardua. En primer lugar, era necesario educar al usuario en el empleo y aprovechamiento del sistema. Un aparato eléctrico era inusual; sus baterías escurrían ácido, la conexión era lenta, la comunicación a ratos difícil por los cruzamientos de voces y la estática, y el

teléfono funcionaba activando un pequeño generador de manivela. Encima, Mexicana, como la Bell en otras latitudes, imponía un código de conducta que abarcaba desde el tiempo en que podía durar una conversación hasta el uso del lenguaje.

A un precio de 5.50 pesos al inicio del servicio, representaba al cliente un gasto mensual de consideración, que aumentó a 6.25 a principios de los años noventas y culminó en 8 pesos para 1910.⁵ Efectivamente, la historia del mercado telefónico hubo de coincidir con el de la construcción de grandes unidades burocráticas y empresariales, y la integración de la telefonía a sus estrategias de comunicación interna, inversión y de negocios. Por consiguiente, no debe asombrar que entre los actores que figuran en la *Lista de Suscriptores número 1*, que Mexicana publicó en 1891, y en el *Directorio General de la ciudad de México* de Ruhland & Ahlschier de 1902, las oficinas de gobierno, las grandes empresas y los comerciantes descollaran por su número. En efecto, para 1891 se cuentan 51 oficinas gubernamentales en la ciudad de México con conexión telefónica; para 1910 Ericsson servía a 163. En cuanto a las instituciones sociales —como los hospitales y las escuelas— si en el primer año se habían suscrito 23 a Mexicana, en el año del Centenario 61 abonaban a Ericsson, en tanto que las empresas registradas en los directorios en cuestión ascendieron de 275 en 1891 a 577 en 1902 hasta alcanzar los 2 432 en 1910.⁶ De cuatro bancos y sucursales en 1891, para 1902 el *Directorio general de la ciudad de México* reporta 17; ocho años más tarde, Ericsson había captado 24 oficinas bancarias. La misma tendencia se observa entre los comerciantes y los

⁵ Para apreciar las tarifas, consúltense COMPAÑÍA TELEFÓNICA MEXICANA, 1987; EMPRESA DE TELÉFONOS ERICSSON, 1910.

⁶ COMPAÑÍA TELEFÓNICA MEXICANA, 1987; RUHLAND & AHLSCHEER, 1902, 674p; EMPRESA DE TELÉFONOS ERICSSON, 1910.

tenderos. En 1902, 75 tiendas de abarrotes se habían suscrito al servicio de Mexicana; para 1910 la cifra se elevó a 116 a mitad del año. Respecto de los comerciantes y comisionistas, superan a los profesionistas, como médicos y abogados, por ejemplo, por 127 contra 19 y 30 respectivamente en 1902; la proporción apenas se revierte en 1910 en 163 contra 176 y 170.⁷

Esto bien pudo obedecer, naturalmente, a la conveniencia que brindaba el servicio telefónico para satisfacer las necesidades logísticas de las empresas. Para 1900 Mexicana brindaba servicios de llamadas locales, larga distancia, publicidad en directorios y de venta de aparatos. En el caso, por ejemplo, de una tienda de abarrotes o un gran almacén, como Boker o *Palacio de Hierro*, permitía mantener contacto con los proveedores y obtener, a la larga, ventajas competitivas que se tradujeran en una actividad de negocios más fluida y lucrativa para el dueño o gerente. Para un banco, a su vez, posibilitaba la comunicación entre la casa matriz y sus filiales. No en balde en 1891 los principales bancos capitalinos se habían registrado en la *Lista de suscriptores* y, claro, aparecen en los siguientes directorios. Grandes propietarios comunicaron sus despachos céntricos con sus casas en la periferia. El signo de los tiempos era la centralización.⁸

El mercado ideal

Parafraseando a Thorstein Veblen, la vida empresarial está imbuida por el paradigma de la máquina.⁹ Quizás los empresarios no lo inventaron, pero se integraría a sus valores al igual que el ahorro y el móvil de lucro. La moderna

⁷ RUHLAND & AHLSCHEER, 1902, 674p; ERICSSON, 1910b; véase también CUCHÍ ESPADA, 2001, p. 229. Infortunadamente no tengo mucha información acerca de la Compañía Telefónica y Telegráfica Mexicana, la cual rivalizó con Ericsson a partir de 1906.

⁸ Como bien observó Henry Adams, ARMITAGE, 1970, p. 197.

⁹ Veblen, 1904, cap. 2.

empresa de negocios entraña la organización centralizada y concertada de diversos equipos de personas en pro de una meta común e institucionalizada, que, en muchos casos, es la conquista y salvaguarda del dominio de un espacio llamado “mercado” donde concursan diversos actores en lucha.

Desde fechas muy tempranas, en México el desarrollo de este modelo de vida económica se vio como deseable. Aparte, durante el final del siglo el auge de la economía bien pudo explicarse por la adopción de nuevas tecnologías mecánicas, muchas de ellas procedentes de países cuyas experiencias se deseaba emular. Por su composición, las instituciones del gobierno no pudieron por menos de facilitar este proceso. Ariel Rodríguez Kuri observó cómo el Ayuntamiento de la ciudad de México fue poco a poco “colonizado” por personeros oriundos de los círculos financieros y empresariales, que se agruparon en ese grupo llamado “los científicos”.¹⁰

La primera red funcional sirvió al cuerpo de gendarmería del Distrito Federal. Poco después, el cabildo recibió solicitudes de proyectos telefónicos. Por supuesto que no resistió el impulso de imponer condiciones, a veces políticas, pero en su descargo hay que decir que muy posiblemente le atraía la idea de que la ciudad de México contase con una o varias redes telefónicas; tal vez no comprendía los beneficios de contar con una red única —que después se concebirían como obvios— y de concederle un permiso a un solo proveedor.¹¹

Y es que el mercado telefónico fue muy peculiar. No era un mercado de intercambio de bienes sino de lo que podría llamarse de “facilitadores de tráfico” de mercancías. Las concesiones aprobadas entre 1881 y 1884 —que

¹⁰ RODRÍGUEZ KURI, 1996, *passim*. Cabe aclarar que no se limitó a este grupo.

¹¹ Como se solía hacer desde tiempos coloniales, como en efecto se hizo con el abasto de agua o de carne; véase CUCHÍ ESPADA, 2004, p. 81.

coincidieron con el trámite de Greenwood y sus primeros conflictos de Mexicana con el ayuntamiento capitalino— a Adolfo Hoff, Juan Gutiérrez y Compañía, Saturnino Islas y Jorge Wiley, Federico Euphrat y J. Schliemann no se tradujeron en sistemas viables.¹²

La competencia es la clave del mercado, reza la máxima liberal. La apertura del mercado que el ayuntamiento intentó a raíz del vencimiento del contrato con Mexicana en 1891 fue, en todo caso, tan sólo un éxito parcial. Para aprovechar la oportunidad y la demanda real de insumos telefónicos, comerciantes como Eusebio Baranda, Teóduo Baz, Luis Rivero, J. Edward Torbert, Guillermo Larsen y Luis Lavie, solicitaron tender líneas a favor de clientes de la talla de Tomás de Torre, G. & O. Braniff, Luis Labadie, que deseaban obviar el servicio de Mexicana.¹³

La política es, entre otras cosas, el conjunto de estrategias para obligar o inducir a un grupo o varios grupos de actores a hacer aquello que de otra manera no harían por sí mismos. No está claro si fue un proyecto deliberado del ayuntamiento. Pero al analizar la correspondencia entre ciertos comerciantes y la Comisión de Policía se transparentan dos temas: la aceptación fácil de las solicitudes y el afán de imponer condiciones, incluso a la oferta tecnológica. A lo largo de la década del noventa del siglo XIX, el Ayuntamiento —que a la sazón presidieron Pedro Rincón Gallardo, Fernando Sayago, Sebastián Camacho, Miguel S. Macedo y Guillermo de Landa y Escandón— estaba más que dispuesto a escuchar.¹⁴ De hecho, a medida que

¹² *Ibidem*, p. 63; CUCHÍ ESPADA, 1998, p. 274.

¹³ CUCHÍ ESPADA, 2004, pp. 67-68.

¹⁴ CUCHÍ ESPADA, 1998.

se acercaba el siglo XX se analizaron decenas de solicitudes de líneas privadas y unos tres proyectos de empresas telefónicas que no fructificaron.¹⁵

Desde el comienzo, los ediles sintieron aversión por los postes de madera. Afeaban la ciudad y entorpecían el tránsito callejero. Para 1900 llegaron a sumar más de seiscientos. Dos regidores, Lorenzo Ceballos en 1883 e Ignacio de la Torre y Mier en 1890, los consideraron motivo suficiente para impugnar los contratos firmados con Mexicana, y en 1901, en respuesta a un proyecto sometido por Prince H. Look, un mercader estadounidense, el ayuntamiento designó una comisión especial que discutió la factibilidad de construir una red municipal de ductos subterráneos.¹⁶ Mexicana, por supuesto, siempre se opuso a cualquier ingerencia gubernamental en su red, pero en dos ocasiones hubo de ceder y modificar su oferta tecnológica: en 1893, cuando accedió a sustituir los alambres de cobre por cables aislados, y en 1903 cuando finalmente aceptó enterrar las líneas en ciertas calles céntricas. De todos modos, el consistorio capitalino aprobó un reglamento de postes en 1899.¹⁷

En rigor, la intervención municipal en el servicio telefónico fue real a lo largo del periodo y se manifestó en los instrumentos legales con los que impuso sus preferencias: los contratos, los dictámenes y los reglamentos municipales. De todos ellos puede extraerse un verdadero temario que pudiera clasificarse en estos rubros: preocupación por la oferta telefónica —como se observa en las cláusulas acerca de las características físicas de las redes, la introducción de insumos más modernos, así como en cuáles calles se autorizaban postes—, la

¹⁵ Iniciado el siglo se sometieron otros tres, como consta en la documentación del Archivo Histórico del Distrito Federal.

¹⁶ AHDF, *Teléfonos. Mexicana y Ericsson*, exp. 1, doc. 11, Ceballos al ACM, 8 de febrero de 1883; *ibidem*, exp. 3, doc1, Torre y Mier, 19 de septiembre de 1890; AHDF, *Teléfonos y Telégrafos*, exp. 61 *bis*, doc.1, Look al ACM, 3 de octubre de 1901.

¹⁷ CUCHÍ ESPADA, 2004, p. 100; AHDF, *Postes*, exp. 17, doc. 11, *Reglamento de postes*, 30 de mayo de 1899.

preocupación acerca del respeto a la propiedad privada ciudadana y el cuidado de la infraestructura urbana, acerca del respeto a las autoridades jurisdiccionales —sea el Ayuntamiento, el Gobierno del Distrito Federal o el Gobierno de la República—, la obligación de Mexicana, y luego Ericsson, de prestar servicios especiales a las autoridades a precios preferenciales e incluso de gratis, las imposición de un paulatino control tarifario junto con la regulación fiscal y jurisdiccional —en la forma de exenciones arancelarias a los insumos, multas por infracciones a los contratos e impuestos por los postes—, la duración de los contratos, y condiciones de caducidad que incluyeron la reversión de la propiedad de las redes a la nación.¹⁸

El mercado real

Y, sin embargo, el mercado telefónico del Ochocientos capitalino siempre fue monopólico. En esto se asemejó a otros mercados de servicios públicos.

A vuelo de pájaro, en su primera década de operación, Mexicana resistió cualquier intento de sus potenciales rivales por conformar un mercado mínimamente abierto. Si bien las leyes mexicanas no le conferían monopolio alguno, la filial de American Bell empleó las patentes, nacionales y estadounidenses, como armas. Aparte de las que el gobierno de Estados Unidos concedió a Bell en 1876, la empresa obtuvo las de los inventos de Edison, Berliner, Watson y Anders, vigentes hasta 1894. En 1888 un juzgado de la capital mexicana falló a favor de Mexicana en el juicio que entabló contra la cristalería G. Lohse y Sucesores, la cual había osado vender aparatos

¹⁸ Para mayor detalle, véase CUCHÍ ESPADA, 2004, pp. 90-100.

telefónicos. Un año más tarde, Mexicana demandó a la funeraria Gayosso ante los tribunales por haber tendido líneas sin permiso.

Este predominio, empero, continuó después de 1894, a pesar de la autorización del cabildo a E. & E. Ascorve y su Compañía Nacional de Luz Eléctrica para construir una red telefónica aprovechando su proyectada infraestructura de alumbrado y fluido eléctrico.¹⁹ Lo común de la coyuntura de los años noventa sería la coexistencia del sistema de Mexicana con varias líneas telefónicas privadas instaladas en beneficio de algunos potentados o para servir a empresas como G. & O. Braniff, el Nacional Monte de Piedad y la Compañía Noruego-Mexicana.

Parte de lo que ocurrió después se gestó allende las fronteras mexicanas y el Atlántico. A raíz de una operación crecientemente deficitaria, la American Bell Telephone Company desapareció para dar paso a la American Telephone and Telegraph en 1900. Allá como aquí, la inversión en infraestructura sobrepasó la rentabilidad del mercado; simplemente, la facturación bien pudo haber sido insuficiente para sostener el negocio por mucho tiempo. La competencia entre diversas empresas pequeñas fue tan ruinosa que el gobierno federal estadounidense hubo de tolerar que la American Telephone and Telegraph impusiera un monopolio de alcance nacional, para que la quiebra no dejara al país sin sistemas telefónicos viables.²⁰ En México, mientras tanto, la filial acaso intentaba compensar la cortedad de su facturación mediante la expansión a otras ciudades; en efecto, para mediados de la década del noventa del siglo XIX, contaba con un verdadero archipiélago de sistemas autónomos en México,

¹⁹ AHDF, *Teléfonos y telégrafos*, exp. 18, doc. 1, ASCORVE al ACM, 26 de agosto de 1891; *ibidem*, exp. 18, doc. 2, contrato entre ASCORVE y el ACM, 24 de noviembre de 1891.

²⁰ Lipartito, 1997, p. 29.

Guadalajara, Oaxaca, Veracruz, Mérida, Guanajuato, León, Querétaro, Zacatecas, San Luis Potosí, Villahermosa y Monterrey. No obstante, a los costos de mantenimiento de las redes —muy vulnerables a las vicisitudes climáticas de la capital— y de la mudanza de la oficina central, se sumaron las presiones de las autoridades municipales, las cuales en 1901 aprovecharon el vencimiento del contrato de 1891 para insistir en que la empresa construyera, o apoyara la construcción, de una red de ductos subterráneos.

A principios de 1903 Josef Sitzenstatter ofreció al ayuntamiento de la capital brindar un servicio alternativo en una red subterránea. Este agente húngaro-estadounidense afirmaba representar a un “sindicato inglés”, cuya identidad aún se ignora. Al cabo de firmar dos sendos contratos, uno con la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas y otro con el ayuntamiento de la ciudad de México, los cedió a la Aktiebolaget L. M. Ericsson de Suecia.²¹

De esta manera, en los años subsecuentes nació un cártel telefónico sostenido por una falsa rivalidad. Mexicana no desapareció. En su lugar, fue vendida o traspasada a la Boston Telephone Company, subsidiaria de la AT&T. La nueva empresa, llamada Compañía Telefónica y Telegráfica Mexicana, recibió nuevas inversiones, renovó su red, y se lanzó a competir con la empresa sueca. Los sistemas resultantes, que existían uno junto al otro, eran básicamente similares, y los servicios casi idénticos. En primer lugar, por limitaciones técnicas, los sistemas telefónicos capitalinos no permitían la comunicación entre sí. Por ello los clientes se vieron obligados a abonar a ambas empresas por separado a un mayor costo para el consumidor de entonces y de los años

²¹ Esta empresa sueca, fabricante de insumos, jamás había operado un sistema urbano. Sólo lo hizo en México, a través de su filial Empresa de Teléfonos Ericsson. Esta empresa desapareció en 1946 al conformarse Teléfonos de México, SA. Su historia puede estudiarse en ATTMAN *et al*, 1977.

subsecuentes.²² Ello no fue óbice para la triplicación de la cobertura telefónica que se observó en la capital durante las postrimerías del Porfiriato.

Así pues, a primera vista el mercado telefónico se conformó gracias a la acción de una empresa. A las autoridades políticas les convino aceptarlo, como única opción viable para hacerse de un sistema de comunicaciones al servicio de la burocracia y las empresas. Sin embargo, dicha aceptación fue contractual. El gobierno capitalino toleró el negocio telefónico a cambio de que un *good business environment* sirviera para dotar a la ciudad de México de una infraestructura moderna.

Siglas y referencias

AHDF Archivo Histórico del Distrito Federal

Referencias bibliográficas

AHDF, ramo de postes, *Policía. Postes*, 77 expedientes.

AHDF, ramo de teléfonos y telégrafos, *Teléfonos y Telégrafos*, 79 expedientes.

AHDF, ramo de teléfonos y telégrafos, *Teléfonos. Mexicana y Ericsson*, 17 expedientes.

ARMYTAGE, W. H. G.

1970 *Historia social de las tecnocracias*, Barcelona: Ediciones Península, Colección Historia, ciencia, sociedad, 65, 472p.

ATTMAN, Artur; KUUSE, Jan; OLSSON, Ulf; JACOBÄUS, Christian

1977 *L. M. Ericsson. 100 Years*, Örebro: Interbook Publisher's AB, 3 vols.

CÁRDENAS DE LA PEÑA, Enrique

²² Estos sistemas siguieron operando por separado aun después que Ericsson y la CT&TM fueron comprados por la Internacional Telephone and Telegraph.

1987 *Historia de las comunicaciones en México: el teléfono*, México: Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

COMPAÑÍA TELEFÓNICA DE MÉXICO

1882 *Compañía Telefónica de México, San Andrés num. 18*, Imprenta de Francisco Díaz de León, México, 8p.

COMPAÑÍA TELEFÓNICA MEXICANA

1888 *Contestación de la Compañía Telefónica Mexicana al alegato de buena prueba de los Sres. G. Lohse y Cía Sucesores en el juicio que siguen sobre la validez de los privilegios de 24 y 25 de Mayo de 1886. Pedimento del Sr. Promotor Fiscal y sentencia de Juzgado 1º de Distrito de esta Capital*, México: Imprenta de Francisco Díaz de León, 81p.

COMPAÑÍA TELEFÓNICA MEXICANA

1987 *Directorio Telefónico de la Ciudad de México, Año de 1891*, México: Centro de Estudios de Historia de México-Conдумex.

CUCHÍ ESPADA, Víctor

1999 “Cambio de costumbres o cómo ser moderno: comerciantes, Ayuntamiento y mercado telefónico en la ciudad de México, 1881-1905” en *Cuicuilco*, nueva época, número 15, México: Escuela Nacional de Antropología e Historia, enero-abril de 1999, pp. 265-303.

2001 “El mercado telefónico en la ciudad de México durante el Porfiriato”, tesis de maestría en Historia de México, México: FYLUNAM, 236p.

1999 “La ciudad de México y la Compañía Telefónica Mexicana: la construcción de la red telefónica, 1881-1902” en *Anuario de Espacios Urbanos. Historia, cultura, diseño*, México: Universidad Autónoma Metropolitana, plantel Azcapotzalco, pp. 117-158.

2004 “Sistemas telefónicos privados y regulación pública en la ciudad de México, 1881-1915”, en José Mario Contreras Valdez, María Eugenia Romero Ibarra y Pablo Serrano Álvarez (Coord.), *Actividades, espacios e instituciones económicas durante la Revolución Mexicana*, México: Facultad de Economía, DGAPA-UNAM, pp. 57-102.

Ruhland & Ahlschier (ed.)

1902 *Directorio General de la ciudad de México*, Ruhland & Ahlschier, México, 674p.

EMPRESA DE TELÉFONOS ERICSSON, S.A.

1910 *Directorio número 37, 1 de julio de 1910*, México: Imprenta Lacaud, 431p.

LIPARTITO, Kenneth

SF “Cutthroat Competition, Corporate Strategy, and the Growth of Network Industries”, en *Research on Technological Innovation, Management and Policy*, sle: JAI Press Inc., Vol. 6, pp. 1-53.

RODRÍGUEZ KURI, Ariel

1996 *La experiencia olvidada: El Ayuntamiento de México: política y gobierno, 1876-1912*, México: Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco/Colegio de México, 301p.

SABAS Y MUNGUÍA, A.

1870 *Recopilación de leyes, decretos y providencias de los poderes legislativo y ejecutivo de la Unión, formada por la redacción del “Diario Oficial”*, México: Palacio Nacional, tomo XXXVIII.

VEBLEN, Thorstein

[1904] *The Theory of Business Enterprise*, <http://socserv2.socsci.mcmaster.ca>