



Universidad Nacional Autónoma de México

Posgrado en Artes y Diseño

Facultad en Artes y Diseño

Diseño y comunicación visual

**La mujer moderna y su representación visual en la prensa. *Dos revistas de la Ciudad de México de 1933 a 1935***

Tesis que para optar por el grado de Doctora en Artes y Diseño

Presenta:

Lucía Ayala Rosas

Tutora principal:

Dra. Marina Garone Gravier, IIB-UNAM

Comité tutorial:

Dra. Julieta Ortíz Gaitán, IIE-UNAM

Dra. Liliana Cordero Marines, FAD-UNAM

Lectores:

Dra. Kenya Bello Baños, FFyL-UNAM

Dr. Ricardo Pavel Ferrer Blancas, FAD-UNAM

Ciudad de México, enero 2019



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Universidad Nacional Autónoma de México  
Posgrado en Artes y Diseño, FAD- UNAM

LA MUJER MODERNA Y SU  
REPRESENTACIÓN VISUAL EN LA PRENSA.  
DOS REVISTAS DE LA CIUDAD DE MÉXICO DE 1933 A 1935



Tesis que presenta Lucía Ayala Rosas  
para obtener el grado de Doctora en Artes y Diseño

México, enero de 2019



Universidad Nacional Autónoma de México  
Posgrado en Artes y Diseño  
Facultad de Artes y Diseño  
Diseño y comunicación visual

**La mujer moderna y su representación visual en la prensa.  
 *Dos revistas de la Ciudad de México de 1933 a 1935***

Tesis que presenta Lucía Ayala Rosas  
para obtener el grado de Doctora en Artes y Diseño

Tutora principal:

Dra. Marina Garone Gravier, IIB-UNAM

Comité tutorial:

Dra. Julieta Ortíz Gaitán, IIE-UNAM

Dra. Liliana Cordero Marines, FAD-UNAM

Lectores:

Dra. Kenya Bello Baños, FFyL-UNAM

Dr. Ricardo Pavel Ferrer Blancas, FAD-UNAM



México, enero de 2019

*A la memoria de mis padres*

## AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional Autónoma de México y al Posgrados en Artes y Diseño, por darme la oportunidad de estudiar y aprender.

Un especial agradecimiento a mi tutora, la Dra. Marina Garone, quien además de sus puntuales y enriquecidos aportes a mi formación académica, su crítica y construcción me impulsó a terminar esta investigación. Además, fue invaluable su apoyo y generosidad en todos los sentidos.

A mi comité tutorial conformado por la Dra. Julieta Ortíz Gaitán y la Dra. Liliana Cordero, su acompañamiento a lo largo de la investigación y sus constantes aportes de una visión fresca y complementaria a mi trabajo fueron enriquecedores.

Al Dr. Pavel Ferrer y la Dra. Kenya Bello, por conformar parte de mi comité y darle una lectura exhaustiva y precisa a mi tesis, así como por su contribución a mejorar su estructura.

A mi hermana Ana, quien sin su apoyo y cariño durante estos años no hubiera logrado estar aquí el día de hoy.

A mis amigas y hermanas: Nuria, Julieta y Olivia, por su compañía y cariño. Gracias por cuidarme.

A Tavo, Héctor y Moyao, muy agradecida de encontrarlos en el camino y por brindarme su amistad y afecto.

A mis tíos Rosas (Memo, Beto, Joss y Pati) quienes han estado a mi lado.

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
CAPÍTULO 1 · LA REVISTA: UN ESCAPARATE Y LA ENVOLTURA DE IDEOLOGÍAS.....	23
1.1 Definiciones de “revista”, sus variantes y categorías, p. 35	
1.2 Antecedentes históricos y panorama internacional de las revistas femeninas. Un acercamiento al caso mexicano, p. 46	
1.3 Tipología, clasificación y morfología de las revistas femeninas, p. 57	
1.4 Un soporte que revela quién la dirige y quién la lee, p. 63	
1.5 Las representaciones sociales e identidades culturales en las revistas femeninas, p.73	
CAPÍTULO 2 · LA VIDA EN MÉXICO EN LOS AÑOS TREINTA: IMAGINARIO Y URBANIDAD.....	77
2.1 La construcción de la ciudad y su arquitectura, 78	
2.2 Un proyecto nacionalista y un estado moderno, p.95	
2.3 La vida social y el entretenimiento para la “ciudadanía moderna”, p. 104	
CAPÍTULO 3 · LA MUJER: BELLEZA - MODA / FAMILIA - MANUALIDADES.....	111
3.1 Las representaciones corporales modernas, p. 112	
3.2 El cuerpo: una narrativa visual, p. 119	
3.3 Tensiones en el ser de la mujer mexicana, p. 127	
CAPÍTULO 4 · DISCURSOS Y PRÁCTICAS COTIDIANAS EN LOS CÓDIGOS VISUALES.....	135
4.1 <i>Belleza: la revista de la cultura estética</i> y <i>El Hogar: la revista de las familias</i> , objetos de pensamiento, p. 136	
4.2 Sistema de descripción de tipos para el modelo de análisis de las revistas, p. 148	
4.3 Las representaciones metafóricas del cuerpo de la mujer y el diseño, p. 160	
4.4 Las representaciones metafóricas del cuerpo de la mujer, la imagen y la tipografía a través del diseño editorial, p. 170	
CONCLUSIONES GENERALES.....	235
FUENTES DE CONSULTA.....	245

# INTRODUCCIÓN



Algunos de los estudios realizados en torno a la imagen refieren los códigos culturales como elementos aprendidos por medio de la prensa, la literatura y la convivencia social, en tanto que éstos promueven ciertos valores respecto a un estilo de vida, conducta, identidad y educación de una población en un espacio y momento histórico particular. Sin embargo, las grandes interrogantes son ¿de dónde surgen estos códigos? ¿hasta qué nivel son adoptados o rechazados? y/o ¿qué impacto tienen a nivel social?

Si se considera que la prensa contribuyó en la formación de los habitantes de la Ciudad de México y del imaginario social, partiendo de que las publicaciones son un discurso construido con la posibilidad de desarticular, me surge la pregunta: ¿de qué manera y a partir de qué elementos se construye su discurso de tal suerte que logre persuadir efectivamente a su público lector? Una de las posibles respuestas a esta interrogante radica en la relación indisociable entre imagen y texto que se puede ver en las revistas, y es que esta relación comunica en conjunto y funciona como unidad, lo que es mucho más complejo y rico que la mera suma de ambos elementos, y este es el papel que funge el diseño en las publicaciones (y que como metáfora—decir una cosa en términos de otra—permite a una editorial comunicar su proyecto particular).

Dentro de las publicaciones nos encontramos con el fenómeno de la revista, que puede ser una respuesta a estas cuestiones, porque por su periodicidad permite evaluar la permanencia o cambio de valores o ideas en el tiempo; por otro lado se puede realizar un contraste al oponer la evolución de dos o más propuestas editoriales; y, finalmente porque es un discurso construido cuyo contenido visual y lingüístico se puede desarticular para ser analizado a nivel discursivo y simbólico.

Deliberar sobre las metáforas en las revistas es reflexionar sobre los significados que se le atribuyen a este objeto cultural, además de: cuáles son sus cualidades, qué se puede hacer con ellas, o cómo experimentarlas: además es detenerse a conocer la práctica del público lector, la relación que los lectores establecen con las revistas desde su experiencia, ya sea concebida ya sea expresada metafóricamente. Por último, es pensar en un recurso de mediación cultural entre las revistas y los lectores.

La presente investigación parte de la premisa de que las revistas son la explicación para entender las metáforas<sup>1</sup> y la articulación de la modernidad en México durante finales de los años veinte y mediados de los treinta, cuando la producción cultural transformó los

<sup>1</sup> En esta investigación se parte de que la metáfora es una relación entre dos términos distintos entre sí, los cuales ayudan a comprender la realidad. Las metáforas rigen nuestra vida y siempre nos expresemos por medio de



conflictos que suscitaron en el país, tras la revolución y cuando las nuevas tecnologías se hicieron presentes como medios culturales de representación de la modernidad; y es cuando las revistas fueron uno de estos medios por todo el contenido que reflejaban.

El eje de este trabajo gira en torno a la revista como *cuerpo* paralelo al de una mujer, al de una ciudad, al de una imagen y a la de una tipografía; que funcionan bajo una *arquitectura* y donde se entretajan los fenómenos que se dieron en esos años a consecuencia de la introducción de la tecnología y las formas de representación en los medios de comunicación. Es decir, la arquitectura construye una serie de ideales y es llevado hacia una materialización, y lo mismo sucede con las *revistas*, los *cuerpos*, la *ciudad* y la *tipografía*, que cobran una tangibilidad y expresividad después del pensamiento.

El planteamiento de la tesis, es pues, desplegar las metáforas visuales del diseño, de las revistas de los años treinta (1933-1935), dirigidas al público femenino, en las que se muestran representaciones de la mujer moderna mexicana, y donde los proyectos editoriales configuraron un discurso y fueron portadores de significados.

Entre los objetivos que persigo, es posible mencionar:

- Examinar las formas en que se representaba a la mujer mexicana, desde un discurso de la modernidad, fundado en un espacio social y simbólico, por medio de la tipografía y las imágenes, en dos revistas.
- Articular la representación corporal de la mujer con la tipografía y la composición de la revista desde un estilo visual.

Mi hipótesis de trabajo es que el espacio social de la modernidad y la feminidad puede ser develado mediante el análisis del diseño de las revistas, utilizando el recurso de las metáforas para vincular el proyecto editorial con las lectoras.

La idea de trabajar sobre el tema se gestó desde mi tesis de maestría,<sup>2</sup> y a partir de esa experiencia investigativa, en el proceso del doctorado procuré perfilar la prensa femenina hacia un concepto específico, que fue el de la modernidad. El corpus documental no partió del mundo de la prensa, más bien devino de los estudios previos que realicé y sobre todo por el interés que pudo haber marcado el México posrevolucionario en la prensa femenina y los contextos que se vieron implicados ante este suceso. La búsqueda de material dentro de

---

ellas porque constituyen parte de nuestro lenguaje y comunicación. Lakoff, George y Johnson, Mark, *Metáforas de la vida cotidiana*, Madrid, Cátedra, 1980, p. 40.

<sup>2</sup> Ayala Rosas, Lucía tesis de maestría, *La cultura impresa y la participación femenina. De la señora porfiriana a la chica moderna*, UNAM, México, 2011.

la Hemeroteca Nacional se basó en dos principios: revistas femeninas y el que su edición se hubiera dado entre los años veinte y cincuenta.

Los estudios de caso son dos revistas femeninas que circularon en la Ciudad de México en la década de los treinta: *Belleza, la revista de la cultura estética* y *El Hogar, la revista de las familias*. La aproximación a estas dos revistas partió de una búsqueda bajo la premisa de la construcción de la mujer moderna en la prensa, que resultó demasiado extensa y sólo pudo ser punto de partida para indagar sobre la prensa femenina, pero todavía más específica fue la revista femenina. En este punto se encontraron varios títulos<sup>3</sup> que circularon entre los años veinte y los cincuenta que cumplían con el criterio de ser una revista femenina;<sup>4</sup> entonces la siguiente toma de decisión fue acotar los años para el estudio de la modernidad, donde si bien en los años veinte inició la reconstrucción de México después del periodo de guerra interna, no se encontraba claramente el concepto de modernidad<sup>5</sup> que funge como eje a lo largo de esta investigación, por lo que se decidió acotar el periodo de estudio de la modernidad a la década de los años treinta.

Acotado el concepto al de revistas femeninas de la Ciudad de México, la elección de las dos revista se debe a la temporalidad inicial de su publicación y a que pueden marcar las diferencias o similitudes entre estilos de ser mujer mexicana en tres niveles:

- a nivel visual: se da por medio de las ilustraciones, la fotografía, la tipografía y el uso de la publicidad. Cada revista, por medio de lo visual, refleja los lineamientos de la editorial
- nivel visual y lingüístico, el uso de los conceptos varios de mujer, que afecta de manera directa en la propia revista y su contenido

---

<sup>3</sup> Las revistas localizadas en la Hemeroteca fueron: *La familia: revista de labores para el hogar* (1933-1975), *La familia para la familia: revista mensual especializada en cocina, repostería y dibujos prácticos y modernos para bordados* (1931-1933), *Femenil: revista mensual* (1942-1952), *Fémima* (1946-1948), *Feminidades: revista de labores para la mujer y el hogar* (1947-1976), *Madame* (1950-1969), *Mignon: la revista de la mujer* (1936-1977), *Mujer* (1947-1948), *Mujer: revista quincenal ilustrada* (1926-1929), *Mujeres de hogar* (1950-1953), *Negro y blanco y labores: revista mensual* (1932-1951), *Nosotras* (1944-1966), *Paquita: semanario para grandes y chicos* (1938-1963), *Maruca* (1942-1944), *Noctámbulas* (1945-1947) y *Rex: revista ilustrada* (1937-1938).

<sup>4</sup> Esto se abordará en el primer capítulo, donde se darán las características que hacen que una revista sea femenina.

<sup>5</sup> La modernidad se abordará en el sentido de búsqueda de una transformación a partir de una ruptura, donde se dividen dos modalidades como el ser tradicional y moderno, ello como parte del contexto mexicano donde buscaban parte de la identidad nacional en medio de la configuración. Szurmuk, Mónica y Mckee Irwin, Robert (coord.), *Diccionario de estudios culturales latinoamericanos*, Inst. Mora- S. XXI, México, 2009, p. 179.

- nivel ideológico, las portadas como envoltura de ideologías particulares.

Otra variable que se tomó en cuenta para determinar el corpus fue la posibilidad que podía otorgar el diseño como enfoque, considerando que esta investigación se inscribe en el posgrado de Artes y Diseño y su fin es el diseño y la comunicación visual. Por ello, la importancia del aporte en términos de tipografía, imagen y composición ayudarían a entender las posibles decisiones que se tomaron para determinar el proyecto editorial como parte de un discurso hacia un tipo de lectora muy específica.


Otros factores relevantes para limitar este estudio fueron, el tiempo (duración de la investigación doctoral), la reproducción (cantidad de páginas y años de circulación) y el acotamiento del tema de investigación. Todos ellos determinaron que trabajara como objeto de estudio la revista *Belleza: la revista de la cultura estética* y *El Hogar: la revista de las familias*. Ahora bien, la idea de trabajar con dos publicaciones se da porque justamente con ello se puede hacer un estudio comparativo desde el diseño de la visión de lo femenino y la modernidad, a partir de un mismo objeto, pero con las particularidades que implica cada uno de los proyectos editoriales.

### **El cometido de esta investigación**

Pensar en una revista como un objeto de diseño, donde se inscriben discursos determinados para dirigirse a un público específico me llevó a pensar en que las metáforas podían usarse como construcciones simbólicas, es decir, a partir de la cultura escrita (desde donde se inscribe una revista) se organiza la manera en que los ciudadanos se apropian de las publicaciones y las configuran como una representación conocida en su vida cotidiana, además interpretan, se relacionan y le dan sentido a lo que leen. Esto resulta importante porque la apropiación remite tanto a las ideas como a las prácticas de los lectores en su relación con las publicaciones, entre ellas con las revistas, en este caso *Belleza* o *El Hogar*, donde despliegan un tipo de interpretación y apropiación a través del diseño que determina la tipografía, los recursos visuales, la composición, la publicidad, etcétera.

Para responder a dichas preguntas desde la perspectiva del diseño, entendido como un acto comunicativo gráfico en las revistas, planteo los siguientes puntos:

- el diseño busca modelos de acción discursiva
- las publicaciones tienen como medio persuadir a un público lector
- el diseño es partícipe de los significados sobre los cuales los discursos serán persuasivos

- 
- para la construcción del discurso del diseño, el público lector es el punto de fuga
  - el diseño recurre a estrategias conceptuales y expresivas que construyen el discurso visual y que afectará a los lectores mediante las metáforas

Ello me llevó a buscar la respuesta y reflexionar sobre la metáfora y sus *formas* de representación visual en las revistas, analizado desde las portadas, ya que consideré que esta parte constitutiva de la revista era el escaparate y vitrina del proyecto editorial y era un trabajo específico en cuanto a su contenido por el formato que implica (título, imagen, cintillo, etcétera). Sin lugar a dudas, las revistas están llenas de información muy valiosa como son los artículos, secciones y anuncios; si bien no serán utilizados los interiores a profundidad, servirán de apoyo para analizar y entender las metáforas sobre las cuales se rigen los conceptos de mujer, tipografía, ciudad y la propia revista, además de ayudar a entender que la revista se piensa como un conjunto de todas sus partes que resultan imposibles de aislar.

### **Contenido y organización de la tesis**

La tesis está articulada en cuatro capítulos. En el primer capítulo se define el concepto de “revista femenina” como un soporte, o dicho en términos metafóricos, una arquitectura a partir de la cual se estructuran los contenidos del proyecto editorial según su contenido. Uno de los conceptos madre de este trabajo es el de “revista”, la que, como parte de la cultura impresa, responde a una materialización de ideas que conciernen al trabajo de una empresa editorial y será la portadora de dicha ideología hacia un público específico. Se verá cómo es importante escudriñar un poco sobre las definiciones que existen sobre ésta, y a través de ello el objeto de estudio que nos interesa cobrará un matiz importante: las revistas femeninas, y ello sólo podrá ser entendido bajo esta exploración. A mayor profundidad se establecerá la tipología, clasificación y morfología de dichas revistas, pues ello nos permitirá entender bajo qué temática se mueven y cuáles son los principios que las rigen para considerarlas como tales.

Otro aspecto sumamente importante, que va de la mano con la definición, es el ámbito de la producción. Es decir, en torno a la revista existe un grupo o persona encargada de realizarla, quien o quienes determinan la dirección ideológica que contendrá dicho proyecto editorial. En esta cadena de comunicación, evidentemente también se debe entender a quién está dirigido el producto o publicación, ya que de ello dependerán las características bajo las cuales se construirá el trabajo y la temática que resulta de mayor interés para el público lector.

Todo ello determina los contenidos no sólo a nivel de secciones de una revistas, también a nivel visual, tipográfico, de publicidad, entre otros.

Regresando a la idea que motivó este estudio, esta se conecta con la parte final del primer capítulo y el subsecuente, donde se verá cómo las revistas femeninas ayudaron a configurar a la ciudadanía de los años treinta en la Ciudad de México desde las representaciones sociales e identidades. Los vehículos para aportar esta información eran las revistas y dentro de ellas se mostraba lo que la ciudad y los intereses de los habitantes de ella reflejaban e impactaban en la sociedad.


En el segundo capítulo se desarrolla la construcción de la urbanidad y el imaginario sobre el mexicano moderno en la Ciudad; donde las ideas decimonónicas sobre la modernidad estuvieron presentes,<sup>6</sup> sin embargo al mismo tiempo existía un desdén sobre lo que representaban como decadencia y fue hasta el México posrevolucionario y entrados los años treinta que se le dio un privilegio a la introducción de las máquinas y la tecnología, así como la preponderancia a la construcción de la ciudad en un sentido más urbanizado. Es entonces que la ciudad continuó con la renovación de las calles y avenidas, los mercados, el sistema de drenaje, las plazas públicas, las zonas residenciales, entre otros; y cuando se consideró la vida cotidiana como un aspecto relevante en el nuevo ciudadano alejado de los conflictos y dando la bienvenida a la máquina de escribir, el radio, la cámara fotográfica y el cine.

Todos los elementos que formaron parte de esta transformación fueron un reflejo de la representación de la modernidad como detonador de un mejor mundo, si bien la crisis de 1929 en Estados Unidos de América (en adelante EUA) afectó a nivel global, en México se buscó mantener la transformación propiciando las comodidades y beneficios que la tecnología podía propiciar. La ciudad al igual que las revistas daba muestra de ello por medio del transitar de los ciudadanos y las ofertas de actividades para realizar en comunidad, esto implicaba modos de enseñar cómo ser ante un panorama nuevo en la década de los treinta.

De tal suerte que se encuentran estrechamente ligadas la disposición de una revista con todo lo que implica y el de una ciudad, ambas van a la par de las innovaciones tecnológicas así como de las ideologías sobre lo que se quiere *transitar*, justamente esta es otra de las metáforas que se verán reflejadas como eje constructor de la investigación y que es la articulación entre los dos primeros capítulos.

---

<sup>6</sup> Por ejemplo, continuar con el desarrollo y proliferación de proyectos urbanizadores, convertir a la sociedad en ciudadanos que supieran cómo desplazarse por el auge de las ciudades, la introducción de maquinaria para fomentar la producción económica del país, etcétera.



La perspectiva que se abordará en el tercer capítulo implica la corporeidad, como se ha mencionado líneas arriba, la propia revista y la ciudad son un cuerpo donde se recorre y moldean ciertas representaciones sociales, del mismo modo el cuerpo de la mujer ejerce estas ideas sobre una narrativa visual que permite entender cómo se veían y entendían las mujeres por medio no sólo de su propio cuerpo, sino de lo que proporciona cada proyecto editorial y su temática femenina, es decir, la mujer se entiende como moderna (en el sentido en que la ciudad construía edificios desde los estilos *art déco* y funcionalista) y por otro lado como tradicional (con los estilos neocoloniales conservando lo tradicional pero con un toque nuevo).

Sin lugar a dudas, los cuerpos son una materialidad de las ideas, tanto en sentido metafórico como pueden ser los conceptos de revista y ciudad, como en la manera de ser significados. Los ideales de los proyectos editoriales y de la construcción de la ciudadanía moderna se ven reflejados en las posturas de cómo entender ser mujer en los años treinta en la Ciudad de México. No todo ello implicaba una ecuanimidad, por el contrario, generaba una tensión entre la mujer que se preocupaba por estar a la moda, el maquillaje, el cine, los chismes, estar en forma, saber de consejos sobre belleza, etcétera; y la mujer centrada en la familia, las manualidades, los consejos de cocina, sobre los cuidados de los hijos y los maridos, las historias de amor, etcétera. Estas tensiones eran una clara muestra de lo que ocurría y para ello se establecerá en los primeros capítulos la importancia que llevaron a las mujeres a entenderse desde las representaciones de su propio cuerpo a partir de cómo se construían y concebían, es decir, en el ser mujeres ciudadanas y mexicanas.

En el cuarto capítulo se detallarán y analizarán las revistas desde uno de los ejes conceptuales que determinan esta investigación: *la metáfora*. Para los autores Lakoff y Johnson: “La esencia de la metáfora es entender y experimentar un tipo de cosas en términos de otra”.<sup>7</sup> Es entonces un concepto general que existe en la mente de los miembros de una comunidad, una entidad mental sistemática y colectiva, antes que una expresión lingüística aislada e individual. Cuando se habla “de metáforas [...] debe entenderse que metáfora significa concepto metafórico”,<sup>8</sup> es decir, que siempre se establecen desde lo conceptual.

En este capítulo también se aborda la tipografía, debido a que las formas tipográficas aun cuando tienen una misma base genética, nos puede ayudar a entender el origen o pertenencia, debido a los rasgos que se manifiestan y que le imprimen un estilo con referentes sociales, políticos, culturales, entre otros. Por ello, se consideró que la tipografía tiene consecuencias

---

<sup>7</sup> Lakoff, George y Johnson, Mark, *op. cit.*, p. 40.

<sup>8</sup> Lakoff, *op. cit.*, p. 42.

en la historia y a veces por la visualidad podemos reconocer su nacimiento aún cuando no comprendamos la palabra. Podemos decir, entonces, que la forma de la tipografía genera una metáfora desde el ámbito conceptual porque se concibe un tema sobre el proyecto editorial.

La elección de una tipografía para emitir un mensaje está determinada por el contenido, que si bien no es explícito, si logra identificarse dentro de un tejido cultural y representa los motivos por los cuales surgió. Rubén Fontana dice “La tipografía es código, pero también es identidad.”<sup>9</sup> Así, la tipografía es una consecuencia del idioma y su lengua, además de su acreditación como elemento “legible” y “estético” en un tiempo específico.

La cultura va cambiando a través del tiempo debido a diferentes factores, entre las diversas formas de apreciarlo, está el lenguaje, esto debido a que el habla sufre transformaciones lo que también afecta a la palabra escrita, que deriva de la palabra hablada y obviamente a la tipografía. Un factor ejemplo de transformación es la tecnología, la cual evoluciona nuestra comunicación: el lenguaje, el habla, lo impreso, la tipografía, el soporte, etcétera, gracias a la cual hay un efecto dinámico de innovación que conlleva a modificar nuestra manera de recibir el mensaje.

Por lo tanto, la tipografía propicia puntos de comunicación, construye estructuras y parte de contextos, que darán condiciones para leer un mensaje en las publicaciones. Las circunstancias históricas repercuten en los sistemas abstractos de las representaciones culturales y temporales, y darán una lectura específica buscada con una intención por parte del proyecto editorial que, como se menciona líneas arriba, muchas veces existe una intención, sin embargo es el público lector quien realiza otra lectura de acuerdo a sus propios intereses.

Ellen Lupton<sup>10</sup> refiere que la manera en que se usan los textos se vuelve más importante incluso que lo que ellos significan, dado que puede dar información sobre el público. Por ejemplo: quién lo compró, dónde, cómo lo usó, con quién vive, qué miembros de la familia lo leen, a qué se dedica, qué le gusta, etcétera. Datos que la historiografía<sup>11</sup> ha considerado de suma importancia para comprender la vida cotidiana de los individuos y no sólo hablar sobre cosas generales que sucedieron en la historia.

Asumiendo lo dicho anteriormente, las metáforas forman parte de la vida cotidiana de las personas, sobre todo en el sistema conceptual por medio del cual rigen sus pensamientos y acciones, mismas que quedan determinadas por las propias metáforas. Las metáforas no

<sup>9</sup> Fontana, Rubén, *Ganarse la letra*, UAM, México, 2012, p. 75.

<sup>10</sup> Lupton, Ellen, *Thinking with type*, Princeton architectural press, New York, 2010.

<sup>11</sup> Burke, Peter (ed.), *Formas de hacer historia*, Alianza, Madrid, 1996.

son únicamente formas del lenguaje, también son formas conceptuales. Es decir, la metáfora es un dispositivo central para la comprensión humana, que se encuentra en todo proceso de comunicación social; lo mismo sucede con las tipografías, algo que veremos como uno de los puntos centrales del último capítulo.

### **Panorama de los estudios sobre revistas**

La revista como objeto material de un discurso ha sido trabajada bajo diferentes miradas dependiendo del perfil del estudio y desde el análisis que se requiera para su comprensión, en primer lugar porque su definición puede abarcar un espectro amplio, desde su consideración etimológica hasta ser considerada como objeto cultural; y porque la construcción del propio objeto tiene un sentido literario y material.

A partir de la búsqueda bibliográfica realizada, con lo que se buscó entender el concepto de la revista, se podrían mencionar tres líneas principales de estudio, que si bien no se excluyen, en ocasiones los estudiosos del tema utilizan la óptica que más les conviene: diseño, ciencias de la comunicación e historia.

El tema del diseño resulta de importancia para este trabajo de investigación; por ello, fue la primera perspectiva a la que se acudió para explorar lo que se dice sobre la revista. En primera instancia la mayoría de los libros aborda el tema desde una postura formal y estética, es decir que sólo se piensa en la tipografía, las imágenes y la composición como elementos aislados que no interfieren con el resto de la producción de la revista, incluso con el propio texto y de lo que éste podría significar o cobrar sentido; por ello, estos libros son únicamente muestras de ejemplos de cómo diseñar, amén de ser catálogos de diferentes revistas del mundo.

Una cantidad menor de bibliografía estudia la revista desde la historia del diseño y su impacto en las páginas impresas, lo cual ofrece un panorama de cómo los acontecimientos sociales, políticos y culturales mantuvieron una estrecha relación con la manera en que se diseñó; la tipografía y la composición no quedaron excluidas de este proceso, por el contrario, fueron consecuencia de lo que se vivía en el mundo. La historia ha contribuido a dilucidar cómo el diseño intervino en las manifestaciones sociales a la par de los avances técnicos que permitieron que se desarrollaran diversos medios de comunicación, como la imprenta o la cámara fotográfica.

En esta misma línea incluye la Historia del Arte que ha realizado estudios de la revista desde la misma perspectiva, por otro lado y de manera más especializada, se encuentran los estudios de la cultura visual, donde la imagen cobra una preponderante importancia y los



análisis básicamente parten de ella, así como de la intervención de artistas que participaron en ella. Por ejemplo, en el libro *Revistas culturales latinoamericanas, 1920-1960*,<sup>12</sup> a lo largo de los ensayos se trabajan diferentes revistas desde una visión donde el arte se vio estrechamente vinculado, ya que fueron una manifestación de él, o bien porque la imagen era un vehículo indispensable en este medio de comunicación. Esto nos da cuenta de cómo se aborda la revista desde una visión donde la imagen es la protagonista, sin embargo, en algunos casos queda excluida la tipografía u otros elementos que la configuran.

El diseño también ha explorado otras líneas de investigación, muestra de ello es el libro *Star system y la mujer: representaciones de lo femenino en Colombia de 1930 a 1940*,<sup>13</sup> donde se aborda la revista desde el campo de la semiótica, la retórica y la historiografía, realizando un campo de análisis más extenso para comprender el objeto de estudio. El ensayo titulado “Cuerpo, discurso y diseño: contrastes entre lo tradicional y lo moderno” postula el uso de la imagen como recurso para definir a la mujer desde una modernidad que se gestaba en aquellos años y que la revista se apropió; en palabras de la autora: “El diseño gráfico es lenguaje en tanto produce discursos visuales, dispositivos discursivos que hacen parte de un sistema de comunicación visual en cuyo eje está la imagen”.<sup>14</sup> Lo interesante de su planteamiento es el pensar el diseño como un discurso, pero al parecer sólo se centra en la imagen olvidando que dentro del discurso se manifiesta el vehículo comunicativo de la propia revista: tipografía, color, composición, entre otros. Podemos decir que todo lo resume en lo visual sin tomar en cuenta la comunicación gráfica, o bien, en todos los elementos que intervienen en el interior de una revista.

En el ensayo “La imagen como sistema semisimbólico: un método de análisis de la representación de las mujeres en anuncios publicitarios” de Felipe Beltrán Vega,<sup>15</sup> se propone que los signos icónicos mantienen una relación con sus objetos desde lo que llama parecidos “naturales”, el autor realiza un extenso método de cada uno de los elementos dentro de un anuncio, por ejemplo en la categoría de aseo se ubica la subcategoría boca y una descripción

<sup>12</sup> Elizalde, Lydia (coord.), *Revistas culturales latinoamericanas 1920-1960*, Conaculta/UAEM/U. Iberoamericana, México, 2002.

<sup>13</sup> Reyes Sarmiento, Claudia Angélica, (et. Al.) *Star system y la mujer: representaciones de lo femenino en Colombia de 1930 a 1940*, UTADDEO, Bogotá, 2016.

<sup>14</sup> Reyes Sarmiento, Claudia Angélica, “Cuerpo, discurso y diseño: contrastes entre lo tradicional y lo moderno”, en Reyes Sarmiento, Claudia Angélica, (et. Al.) *Star system y la mujer: representaciones de lo femenino en Colombia de 1930 a 1940*, UTADDEO, Bogotá, 2016, p. 28.

<sup>15</sup> Reyes, *op. cit.*

formal (arriba, abajo, adelante, atrás, gráfico, pictórico, etcétera). Sin embargo, estas descripciones no llevan a un significado de lo que podría tener sentido para las lectoras, para un soporte como la revista, entre otros. Este método da una buena descripción pero queda corto en cuanto a los significados a los que nos puede llevar, ya que la línea del libro plantea las representaciones femeninas dentro de una revista y no de forma aislada.

El ensayo de Diego Giovanni Bermúdez Aguirre, “Manifestaciones gráficas: las revistas como productos editoriales de una época”,<sup>16</sup> enmarca su trabajo desde la historiografía porque menciona: “el lugar de producción donde se produce el ejercicio interpretativo (desde donde se lee), comprendiendo la historia como relato, método y representación de un tiempo para aproximarnos al pasado por medio de la operación historiográfica.”<sup>17</sup> En él, da cuenta de la importancia de la imagen como fuente histórica y de información, dando cabida al diseño gráfico y por ello postula que la revista se convierte en un sistema. No es la suma de todos sus elementos, puesto que el significado que dará depende del funcionamiento de sus elementos informativos. Un aporte interesante de su trabajo es una matriz descriptiva de eje gráfico tomando en cuenta: elementos gráficos, composición, orden, movimiento, diagramación, ilustración, tipografía, proporción, tamaño, forma, textura, gama tonal y color. Todos ellos componentes que determinan la configuración de las revistas, es decir que el autor vincula a todo lo que constituye a la revista sin hacer divisiones, ya que en el análisis constata cómo se articulan los elementos dentro del corpus de investigación.

“Análisis del sistema editorial de las revistas: 1930- 1940”<sup>18</sup> es un ensayo que a partir del corpus de investigación las entiende como un sistema donde se conjuntan los elementos formales (las imágenes) y los textos (títulos, cornisas, etcétera). Esto puede dar indicios de los procesos técnicos así como de la incursión del diseño gráfico como disciplina. Los aspectos que se utilizan para el análisis formal son: factores cromáticos, factores compositivos, factores tipográficos, factores de identificación, factores de división interna, factores conceptuales de referencia, y factores iconográficos. Dichos datos ayudan a los autores a llegar a una conclusión de las constantes que se manifiestan en las revistas analizadas, posiblemente exista una investigación más profunda en la cual más allá de la descripción, den cuenta de lo que podría significar en la representación de la mujer esas constantes.

El último ensayo “La <techné> del diseño: consideraciones finales sobre el proceso de

---

<sup>16</sup> *Ídem.*

<sup>17</sup> *Ídem*, p. 87.

<sup>18</sup> *Ídem.*

creación del libro”, de Jesús Alfonso Gallardo Vega<sup>19</sup> argumenta sobre el proceso creativo y el diseño, ya no del corpus de investigación, sino del propio libro; para ello aplica las operaciones retóricas como generadoras de un discurso dando como resultado la materialización del libro. Entonces aquí se ven implicados diversos aspectos desde la intención de la publicación así como la selección de los medios para representarla, cuestiones importantes porque los productos impresos no pueden verse de forma aislada ni destacar de ellos sólo la estética, ya que vienen de una toma de decisiones, desde la deliberación del problema hasta la ejecución, además del hecho de que un lector tenga en sus manos el libro.

Continuando con las aproximaciones que existen en torno a la revista desde el diseño, podemos mencionar el de la tipografía y el diseño editorial desde la materialidad de los impresos como es el caso del trabajo de la Dra. Marina Garone Gravier,<sup>20</sup> quien a lo largo de sus investigaciones destaca el papel de la tipografía y lo relaciona con la producción editorial y el discurso de los impresos desde la Historia de México. También está el trabajo de Ellen Lupton<sup>21</sup> quien nos invita a reflexionar sobre la relación entre la escritura, la tipografía y el cuerpo, como factores culturales que provienen del pensamiento y son expresados; es decir que la tipografía no es solamente la elección de “una letra” que se vea bien, tiene otras connotaciones al momento de interactuar con ella.

Otra línea de estudio de la revista son las ciencias de la comunicación, las cuales profundizan más en el medio y canal comunicativo, donde intervienen directamente con el discurso destinado a un auditorio propiciando las representaciones sociales y los ideales sobre algunas opiniones. Tal es el caso de las autoras María Garrido Rodríguez,<sup>22</sup> Elvia Montes

---

<sup>19</sup> *Ídem.*

<sup>20</sup> Se pueden consultar los siguientes libros: Garone, Gravier, Marina, *La tipografía en México. Ensayos históricos (siglos XVI al XIX)*, México, UNAM-ENAP, 2012; Garone Gravier, Marina y Corbeto, Albert, *Historia de la tipografía. La evolución de la letra desde Gutenberg hasta las fundiciones digitales*, España, editorial Milenio, 2015; Garone Gravier, Marina, “La Abeja Poblana (Imprenta liberal, Puebla, 1820): consideraciones básicas en las publicaciones periódicas a través de un impreso poblano”, en Lombardo García, Irma (coord.), *Los impresos noticiosos a debate. Hacia una definición de conceptos*, UNAM, México, 2014.

<sup>21</sup> Se pueden consultar los siguientes libros: Lupton, Ellen *Thinking with type*, Princeton architectural press, New York, 2010. Lupton, Ellen y Miller, Abbot, *La escritura en el diseño gráfico. Diseño/escritura/investigación*. Ars optika, México, 2015.

<sup>22</sup> Garrido Rodríguez, María *Revistas femeninas de alta gama. Crónica de un desdén*, Comunicación social, Salamanca, 2012.

de Oca Nava<sup>23</sup> y María Isabel Menéndez Menéndez,<sup>24</sup> quienes buscan indagar en el medio de la revista las formas de representación de la mujer y cómo afecta a la audiencia, es decir a las lectoras, para lo cuál es crucial determinar los contenidos editoriales y el perfil bajo el cual se construye un proyecto editorial. Cabe resaltar, que estas autoras también trabajan las representaciones de la mujer en este medio y el efecto que puede tener en el desarrollo del producto como las secciones, las imágenes, los colores, etcétera.

La tercer línea de estudio es la historia en términos generales, sin embargo se ha ido especificando en la aproximación hacia los “textos”, como lo es: la historia del libro, la bibliografía, la sociología de los textos, la cultura escrita y la impresa. Es necesario destacar que esta investigación parte del diseño, por ello no se detallará sobre las discusiones de cada una de estas posturas, pero sí sobre los puntos relevantes que ayudarán a completar el estudio de las revistas. En el caso de la historia del libro, si no se habla específicamente de la revista sí aporta el circuito que contribuye a la comprensión como discurso y no como elementos aislados. La bibliografía y sociología de los textos ayudan a evitar la dicotomía entre texto e imagen, forma y contenido; por el contrario la unidad permite generar significados al público lector. Sobre esta línea de estudio se detallará más en el primer capítulo.

### **La metáfora como concepto madre de esta investigación**

A partir del breve panorama que se encontró para iniciar un acercamiento a la revista y valorar los recursos que serán pertinentes para analizar el corpus de esta investigación, el eje a trabajar será a partir de la metáfora porque una vez establecido que la revista es un discurso y éste parte de un pensamiento que es materializado bajo un proyecto editorial, las metáforas son las que operan para hacer un puente de comprensión. En palabras de Gerardo Kloss Fernández del Castillo:

La disposición y organización de los contenidos, los tipos de letra y las maneras de poner el texto en página o en pantalla (márgenes, retículas, cajas, orlas, blancos, estructuras de

---

<sup>23</sup> Montes de Oca Navas, Elvia, “La mujer ideal según las revistas femeninas en México. 1930-1950”, en *Convergencia*, No. 32, Mayo-Agosto, México, Universidad Autónoma del Estado de México, 2003, pp. 143-159

<sup>24</sup> Menéndez, Menéndez María Isabel “Aproximación teórica al concepto de prensa femenina” en *Comunicación y sociedad*, vol. XXII, núm. 2, 2009, pp. 277-297. Menéndez, Menéndez María Isabel, “Tipología de la prensa femenina. Una propuesta de clasificación” en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 19, núm. 1, 2013, pp. 191-203.

relación texto-imagen, inclusión de textos o imágenes complementarias o adicionales, etcétera) siempre han metaforizado y ayudado a poner en evidencia el pensamiento con el que se concibe y materializa un texto.<sup>25</sup>


Los sistemas metafóricos son inseparables del discurso y éste del pensamiento, como se ha mencionado. La revista no es la suma de los elementos, ya que no está por un lado la forma y por el otro el contenido. Partimos de que la metáfora es, en palabras de Juan Couceiro-Bueno:

- a) La metáfora esclarece nuestro pensamiento, y constituye la realidad misma.
- b) El ser humano necesita predicar el pronombre a través de la metáfora, liberándose así de nuestra condición caótica.
- c) Para responder a las preguntas sistemáticas hay que saltar fuera del sistema, es decir, trasladar un campo con sentido a otro que no lo tiene.
- d) Las experiencias complejas hacen que recurramos a las metáforas. La vida expresiva la recuperamos a través de ellas.
- e) La predicación metafórica ofrece una panorámica más amplia de la vida social. Su forma de organización de la experiencia sigue la dinámica destacar/ocultar, incluir/excluir, etc.
- f) Todo lo anterior debe de entenderse en relación con la idea de acción social interpretada como descripción mediante metáforas, símbolos, figuras o tropos de los procesos sociales: lo concerniente a la retórica del discurso público. Si no la dominamos, es indudable que no se puedan articular sus poderes expresivos y su fuerza retórica en la organización comunitaria.<sup>26</sup>

Por ello, refiere que el cerebro busca expresarse en el mundo por medio del lenguaje, donde las metáforas funcionan, y son la conexión. Entonces, el trabajo que se desarrollará será a partir de las metáforas inscritas en las dos revistas, articulándose con el diseño y el discurso, es decir, ya establecido que la producción editorial está formada por un circuito de comunicación, se sigue que diversos elementos lo componen y convergen para relacionar nuestra realidad con la mostrada en la revista.

<sup>25</sup> Kloss Fernández del Castillo, *Gerardo Historia, diseño y edición*, UAM-Xochimilco, México, 2013, p. 131.

<sup>26</sup> Couceiro-Bueno, Juan C., *La carne hecha metáfora. La metaforicidad constituyente del mundo*, Bellaterra, Madrid, 2012, p. 177.



Podemos decir que las metáforas sirven para explicarnos conceptos o experiencias que de otra manera resultarían muy complejas, se detallará cómo es que ellas están impregnadas en el lenguaje (visual/verbal/escrito). Por ejemplo, en las revistas, el recurso de las metáforas sirve para mostrar por medio de los recursos visuales cuál es la línea editorial que se ejercerá y ello debe de ser respaldado por el propio producto, es decir la revista.

Ahora bien, resulta de suma importancia entender que las publicaciones buscan interpretar y comunicar un texto por medio de la tipografía y la imagen. La producción de un autor será leída y vista por el público lector, porque existen una serie de factores que determinarán todo el proceso del diseño. Por lo que en esta investigación se busca una fragmentación de cada una de las partes que se proponen como análisis para responder las preguntas y proposiciones mencionadas antes.

Entre las primeras formas de comunicación se encuentra el habla, más adelante surgió la necesidad de escribirse para materializar la lengua, materialización que a su vez encontró formas estéticas y visuales de decir la información e ideas que son intangibles.

El lenguaje hablado es primero e invisible porque se encuentra en la mente, es espontáneo y organizado en el tiempo; mientras que el lenguaje escrito es secundario, visible, estudiado, planeado y organizado en el espacio. El lenguaje hablado puede implicar y ayudar a ser comprendido a partir de los gestos, expresiones, intensidad del tono, timbre de voz, etcétera, mientras que el escrito no puede registrar esto. Por eso, la tipografía ayuda a darle esa comprensión e interpretación a la materialidad de la mente. Cada decisión tipográfica y de composición determinará, o por lo menos, intentará darle un sentido a un texto triste, alegre, científico, infantil, etcétera.

Sin embargo, menciona Phil Baines y Andrew Haslam que la tipografía puede ocultar ciertos aspectos como la pronunciación, el acento de una región, la identidad de clase, género o edad, la geografía, el volumen, o la rapidez. Algunas veces pueden ser inferidas, pero la tipografía tiene una estructura rígida que por conservar el significado deja de lado los elementos referidos.

El lenguaje tiene una estructura invisible, no sólo es un conjunto de palabras sino que se posee un orden para cobrar sentido. Raimondo dice:

los símbolos que se agolpan en apretadas hileras no están dispuestos al azar sino que representan una unidad superior (el texto, el libro) articulada en unidades más pequeñas de

diversos órdenes (por ejemplo, las letras y los trazos que las componen); en la escritura hay un antes y un después, un principio y un fin y en general se sabe que ese orden de símbolos visuales debe encerrar un contenido, un conocimiento que debe de descubrirse pero que se oculta de manera impalpable (y sin embargo demostrable) entre los signos.<sup>27</sup>

Este tipo de consideraciones están presentes en todas las culturas cuando metaforizan las publicaciones en otros campos de la “experiencia”, especialmente en el sentido de enseñanza que se adquiere con la práctica o conocimiento. Y es que Aristóteles ya había planteado la metáfora del texto escrito como el cuerpo viviente; es decir, cuerpo y texto están compuestos por la agregación de elementos; el cuerpo es un texto capaz de ser leído; el científico disecciona un cuerpo y en el sentido inverso un literato le da un estilo al texto.<sup>28</sup>


En este mismo sentido, Phil Baines y Andrew Haslam realizan una metáfora de la escritura como arquitectura: los libros son edificios, las páginas son los pisos, los párrafos son las habitaciones, las frases son las paredes, las palabras son los muebles, las letras son los ladrillos, los fonemas son la arcilla y la gramática el mortero. E incluso la propia anatomía de la letra se relaciona con algunas partes del cuerpo (ojo, brazo, etcétera).

El sistema gráfico, y la manera en que se utiliza, resulta de un procedimiento totalmente arbitrario, en oposición a lo que sucede con la fonética donde intervienen fenómenos como los condicionantes biológicos de los que incluso se puede realizar un inventario de tipos fonológicos. Por el contrario, en los sistemas gráficos nada de ello se encuentra presente y no existe una universalidad de los caracteres de los que varios sistemas puedan derivar sus tipos. Ello contribuye a determinar y hacer referencia a una cultura, los elementos gráficos pueden aportar quién los creó, dónde, cuándo, etcétera. ¿Pero qué criterios utilizaron para elegir ese sistema gráfico? ¿Cómo era su visión del mundo? ¿Qué procesos mentales fueron los que determinaron esta sistematización?

---

<sup>27</sup> Raimondo Cardona, Giorgio, *Antropología de la escritura*, Barcelona, Gedisa, 1994, p. 186.

<sup>28</sup> Incluso en la cultura islámica se encuentran estos conceptos metafóricos: para los tuareg de Hoggar los escritos inician con una *cabeza* y terminan con los *pies*. En culturas donde se practican las escarificaciones, tatuajes y otra serie de *marcas*, se habla de elementos significativos y por ello sus cuerpos son “leídos” para adquirir información, historias y significados de la persona en el contexto de la comunidad; ello es lo que plantea en el tercer capítulo. Raimondo, *op. cit.*, p. 187.



El sistema gráfico se encuentra intervenido por la cultura y la personalidad. Es decir que la cultura está marcada por la visión que se tiene del mundo en una determinada cultura, en la manera en que interpretan la comunicación, en la forma de clasificarla y en la manera de apropiársela. En cuanto a la personalidad puede reflejar los pensamientos y sentimientos de quien lo escribe, de quien elige una tipografía, etcétera.



# CAPÍTULO I

LA REVISTA: UN ESCAPARATE Y LA ENVOLTURA DE IDEOLOGÍAS



Los impresos son producto del pensamiento, a la vez que productores de este. En este circuito de producto-producción, los caracteres impresos funcionan como intermediarios de un proceso que involucra variaciones en el tiempo y el espacio, así como relaciones políticas, económicas, culturales y sociales. Esta investigación no busca hacer una historia de la revista impresa en México en la primera mitad del siglo XX, sin embargo con esta introducción se plantea la perspectiva con la que se realizaron las “lecturas” en torno a ello. Por otro lado, este primer capítulo aborda los aspectos que rodean a la revista con los que se define y determina el rumbo de un proyecto editorial y su impacto a nivel de diseño —punto que se desarrollará hacia el último capítulo— y que son consecuencia de un circuito de comunicación.

En el estudio del proceso del impreso, se cuenta con diversos enfoques, uno de ellos es la propuesta de Robert Darnton quien estipula que la historia del libro: “es entender cómo se transmitían las ideas a través de la imprenta y de qué manera la exposición a la palabra impresa afectó el pensamiento y la conducta de la humanidad en los últimos quinientos años”.<sup>29</sup> Esto, bajo el entendido de que los libros impresos tienen un ciclo de vida, y generan un circuito de comunicaciones, en el que se dan interacciones entre los sujetos que participan en torno al objeto impreso, llamados actores.

La propuesta del modelo de Darnton implica que dentro de un circuito de transmisión de textos, resulta fundamental relacionar los elementos que intervienen, porque de ello deviene un esquema conceptual. Por otro lado, dicho modelo parte de que los impresos son productos que dependen de diversos actores. Para comprender la transmisión de los textos es necesario pensar que existe una relación entre el escritor, el editor, el impresor, el librero o/y el crítico, como a continuación se plantea:

Los autores se encuentran en primera instancia, dado que son las intenciones de producir un texto por parte de un autor lo que inician el proceso de publicación. La relación que se plantea entre este actor y los demás, es un filtro para llegar al lector, dado que no llega de una manera inmediata el texto al lector. Cabe puntualizar que el producto de un escritor (una obra) realiza un recorrido para que llegue a las manos del lector.

Los editores, estos son la fuente más prominente para la historia del libro, porque de ellos dependía la intersección entre autor y librero. En general, un editor maneja las finanzas, los suministros, los envíos y la publicidad; todos ellos elementos que sin lugar a dudas ayudan

---

<sup>29</sup> Darnton, Robert, “¿Qué es la historia del libro?”, en *Prismas. Revista de historia intelectual*, 2008, núm. 12, p. 135.

a comprender las condiciones hacia los impresos. Un rol primordial que tienen es el de fungir como intermediarios en el proceso de publicación.

Los impresores, son los actores que se encargan de la producción de libros. Sus procesos han permitido entender la transmisión de textos gracias a su labor de materializar los textos; entendiendo que en este proceso intervenían bajo la toma de decisión en cuanto a la producción y su organización. Gracias a los impresores se puede entender al resto de los actores, si bien no todo el trabajo recaía en ellos, si es posible decir que ellos lograban la materialización de las ideas que serían transmitidas.

Los expendedores, hay poca información y datos cuantitativos respecto al recorrido de los libros de los talleres de imprenta a las librerías. En este caso, si bien analizar o estudiar el transporte es importante, también lo era la estrategia de comercialización de las editoriales. Ahora bien, esto es igual para cualquier impreso, dado que el que una publicación pudiera llegar al resto del país dependía de que hubiera la disposición de trasladar el producto fuera de la imprenta.

Los libreros, ellos tenían un papel fundamental porque eran los mediadores entre el libro y la demanda sobre él, es decir, el comercio. Ello no sólo implicaba conocimientos comerciales sino que también los presentaba como un agente cultural, porque tomaban decisiones sobre lo que se leería más y en qué puntos estratégicos se colocarían las obras.

Los lectores, son los actores fundamentales en este proceso, gracias a ellos cobraba sentido el producir una publicación. Ante ello Darnton hace unas preguntas importantes en torno al papel del lector dentro de este circuito de comunicación: “¿Cómo entendían los lectores los signos de la página impresa? ¿Cuáles son los efectos sociales de esa experiencia? ¿Y cómo ha variado ésta?”<sup>30</sup> Y, es que, los lectores van cambiando en el tiempo y el espacio, haciendo que una misma lectura tenga sentidos de significación variados.

De manera gráfica, Darnton realiza el siguiente esquema:

---

<sup>30</sup> Darnton, *op. cit.*, p. 151.

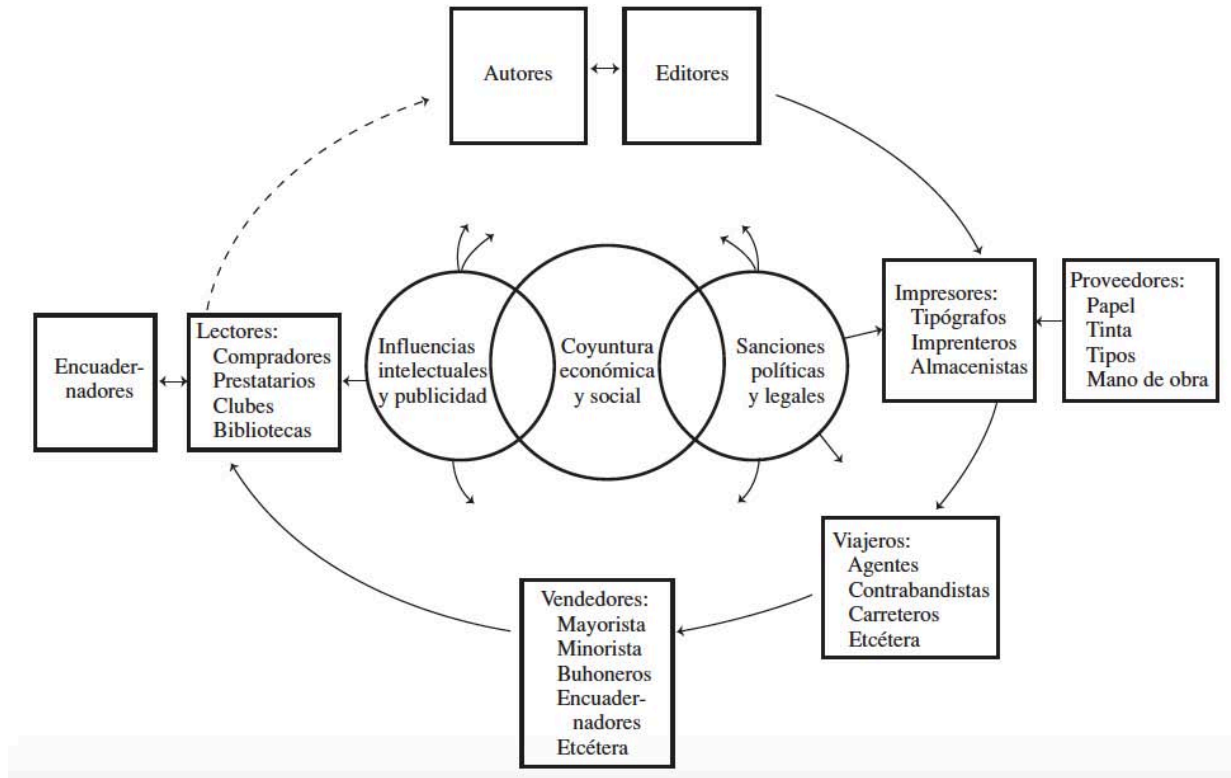


Figura 1: El circuito de comunicación, tomado de Darnton, *op. cit.*, p. 139.

Este circuito se diseñó para analizar el libro, sin embargo, se puede llevar hacia todo tipo de impresos. Así, considero que el estudio de los impresos, bajo el modelo Darnton, toma en cuenta los aspectos físicos, temporales o de contenidos; pero también va más allá de ello haciendo posible un estudio de la manera en que repercutió a diferentes niveles, donde necesariamente se ven implicados los factores mencionados antes.

Otra aproximación, que tiene influencia en esta investigación, es la de Donald McKenzie, con dos ideas principales:

El texto no siempre termina en forma de libro. Con este primer axioma, deshace una idea que ha prevalecido en esta área de investigación y reconoce la existencia de textos no verbales, como las imágenes, los mapas, las partituras, los territorios; arguye entonces, que esto es posible porque el humano les otorga un significado.

Las formas afectan los significados. Establecida la idea uno, puede decirse que los textos tienen un soporte material definido, y necesariamente producirán sentido porque la forma tiene una función expresiva, además el sentido va variando. Esta postura repercute sobre la idea de separar la lectura de textos verbales y las imágenes, y es importante porque

es justamente el diseño de una revista el que invita a que sea entendida y leída como un todo, gracias a que se encuentran llenas de significados. Así mismo, la revista es un soporte material diferente a otro tipo de publicación que por sus características dará sentido al público lector sobre una o varias ideas en torno a la propuesta editorial.

Estos dos ejes ideológicos sobre los que descansa el trabajo de McKenzie se encuentran articulados por el estudio sociológico de los textos, que es: “la disciplina que estudia los textos como formas registradas, así como los procesos de transmisión, incluyendo su producción y recepción”.<sup>31</sup> Y es justo aquí donde McKenzie y Darnton, se vinculan a los estudios de la lectura, con lo que principalmente en busca de respuestas a cuestiones en torno a los lectores, como: quiénes son, qué leen, en qué momento y qué efecto les produce; y proponer que las formas ( revista o libro, tipografía, fotografías, etc.) tienen un impacto en la relación texto-lector.

Sin embargo, para McKenzie no hay distinción entre los textos, para él los textos incluyen desde los que pueden llamarse evidentes, como los que permiten la lectura de un contenido, hasta los que generan variaciones de lectura a través de una serie de intervenciones a las cuales se someten en su producción, como es el caso de algunas alteraciones y/o correcciones producidas en el material, o que son parte de las formas gráficas que generan una construcción de significado—una mancha de tinta en el pliego, o una impresión impecable— que en conjunto o separadas producen un sentido en el lector. Esto da una idea de cómo las marcas que el texto genera desde su producción hasta las que el propio lector deja en ellas (por ejemplo hay estudios sobre los exlibris y las notas de los lectores en los libros para entender de qué manera leían y cómo leían), dan indicios de una forma de lectura y sobre todo la manera en que genera sentido a través de su apropiación para la interpretación.

Por otro lado, McKenzie estipula que para analizar el transcurso de las publicaciones respecto a la edición era indispensable pensar y entender el trabajo tipográfico en torno a ella, derivando de esto que se presente el estudio de la acción ejercida del impresor que conlleva a la actividad editorial como una vertiente más a tomar en cuenta. Es mas, dado que el soporte actúa en el mensaje, McKenzie dice que existe una aproximación desde la bibliografía, que debe incluir la relación entre **forma, función y significado simbólico**. Este abordaje es fundamental para comprender al objeto de estudio de esta investigación; es decir la triada: **forma, función y significado**, es el anclaje para pensar a la revista y las relaciones que se dieron alrededor de ella.

---

<sup>31</sup> McKenzie, D. F., *Bibliografía y sociología de los textos*, Akal, Madrid, 2005, p. 30.

Teniendo esto en mente, este trabajo considera que la bibliografía es una postura necesaria para acercarse a una publicación ya que implica una diversidad en su proceso y es importante dado “que ha estudiado de manera convincente la composición, el diseño formal y la transmisión de textos por parte de escritores, impresores y editores”.<sup>32</sup> Pero, sin que este trabajo se desarrolle desde esa disciplina, esto permitió entender la configuración de las revistas seleccionadas (analizadas en el último capítulo), no sólo a través de una mera descripción formal del producto, sino con la inclusión de aspectos de forma, función y significado lo que arrojó un análisis más rico.

El autor, a lo largo de sus obras, reflexiona y concluye que existe la necesidad de vincular los procesos de los textos dentro de un circuito, en el que sus componentes están relacionados. Porque además, entiende los textos no sólo como pertenecientes a lo verbal, sino también a lo visual, oral y numérico —en forma de mapas, impresos, música, películas, entre otros. Siguiendo esto, podremos entender a la revista bajo su formato del uso de recursos verbales y visuales (fotografía, litografías, íconos, etc.), y las relaciones entre los actores que no aíslan a los elementos.

Pero, dado que los significados se encuentran circunscritos en los signos verbales, como en los tipográficos, se implica la existencia de decisiones respecto a la materialización de un texto, porque se construyen puentes de comprensión entre autor y lector. Es así que se debe reconocer que los textos producen sentido y con ello, que hay una intención por parte del autor, impresor, diseñador y lector de llevar a cabo una interpretación.

En este sentido, David Olson<sup>33</sup> apunta que la escritura es un intento de representar hechos. Visto así, la escritura proporciona modelos más que transcripciones del habla; es decir, un sistema de escritura es un medio de comunicación que posteriormente se verbaliza al ser leído, con lo que se convierte en un modelo de verbalización. Ahora bien, las marcas de la tipografía dan un sentido a la escritura porque, al ser leídos, producen efectos que propician tener hechos o ideas y no únicamente ver aislada la escritura, el texto, la lectura, etcétera; por ejemplo, leer una tipografía con remates o sin ellos nos da pauta para “leerlos” bajo ciertos parámetros como facilidad, limpieza, tema del texto, época de escritura, entre muchos otros.

---

<sup>32</sup> *Íbid.*, p. 30.

<sup>33</sup> Dr. David Olson, psicólogo investigador de la Universidad de Harvard, trabaja la cultura escrita con lo que busca entender cómo los sistemas de escritura fueron transformándose para alcanzar formas que lograran una representación aproximada a las prácticas orales. Así mismo plantea las consecuencias que tienen las formas de la lectura y escritura sobre el pensamiento y la cognición.

Considero, que las aproximaciones de estudio de los impresos no deben de perder de vista que importa tanto la forma material de la publicación como el contexto en el cual es leído, escrito, publicado, diseñado, etcétera. Con esta perspectiva es que fueron elaborados los capítulos siguientes, considerando que al realizar esta investigación me di cuenta que existía una variedad de actores y no era posible aislar a la revista como un producto de diseño materializado para realizar una descripción formal incomunicada de las imágenes, tipografía, composición, color, etcétera.

Pensar en los libros como textos se debe a que adquirieron una forma material constituida que va desde los detalles de la tipografía y composición, hasta la manera en que serán leídas esas páginas. Esta forma materializada presupone la acción de construir significados en los diferentes sentidos a los que pertenece el circuito de comunicación y que generan variados significados a todos los partícipes de dicho circuito. Se puede decir entonces, que el texto es infinito porque va cobrando diversos significados a través del tiempo en tanto por la propia impresión que modifica las diversas ediciones como por los lectores que varían en el espacio. Un texto nos dará innumerables lecturas que se transforman.

Así mismo, si consideramos que el signo puede expresar significados ideológicos, y en este caso entendiendo que los signos son verbales, imágenes, mapas, películas, tipografías, audios, etcétera, deben de considerarse como textos, puesto que generan una serie de afectaciones humanas sobre: cómo se identifican, ideas alrededor de ello, intervenciones con otras personas, entre otras. Por ello, entender las formas materiales de un texto, implica entender que están relacionadas con las personas, los lugares y los tiempos específicos, porque de ello depende bajo qué características fue pensado un proyecto editorial y las circunstancias bajo las cuales fue leído.<sup>34</sup>

Es así que si se considera que las imágenes son signos, así como los textos, se debe tener en cuenta que las interpretaciones se pueden construir desde dos perspectivas:

---

<sup>34</sup> Por ejemplo, en los manuscritos iluminados de la baja Edad Media (las biblias y los Libros de las Horas) hacen una clara referencia a la representación gráfica de lo que se buscaba que significaran los textos. Olson menciona: “Las iluminaciones le dicen al lector que no se trata de palabras ordinarias, sino de textos sagrados. Los manuscritos son íconos y textos al mismo tiempo.” Olson, David, *El mundo sobre papel*, Gedisa, Barcelona, 1998, p. 119. Ellos son los recursos que se utilizan para controlar la manera en que serán leídos e interpretados los textos, en este caso los libros, donde todos los elementos son partícipes para dirigir al lector hacia un fin, si bien no se cumple como se quiere, siempre generará interpretaciones y significados. Una vez más se puede afirmar que las imágenes son textos en el sentido de ser signos porque están cumpliendo una función específica de cómo se debe leer un texto sagrado y cuáles son las marcas que dan la pauta de ello.

primero, la imagen se ve afectada por los límites que la contienen en un espacio, límites que son otorgados por la propia forma, como también por otros elementos como son el tipo de soporte, el tamaño y el medio, todos ellos determinan el modo y las posibilidades de lectura; segundo, la imagen cobra significado a partir de un conjunto de significados previamente adquiridos, por ejemplo, la expresión que muestra un rostro da pie para hacer una serie de lecturas infinitas pero partiendo de una cadena de significados que le anteceden, es posible llegar a una lectura y establecer si es tristeza o alegría lo que muestra.

Si se considera esto, se puede decir que la imagen se encuentra constreñida por sus características materiales y espaciales, que le serán otorgadas por un soporte como lo es una revista o cualquier otro tipo de impreso. Es así que la posible lectura que se hace de ésta imagen es gracias a los referentes que tenemos sobre esa imagen, es decir que recurrimos a nuestros recuerdos, a la memoria, al bagaje cultural y todos los elementos que nos permitan realizar una interpretación y sobre todo, darle un sentido.

Dicho lo anterior, es posible ver los impresos como un objeto discursivo a diferentes niveles; por ello será importante hablar sobre el trabajo que plantea W. J. T. Mitchell quien invita a reflexionar sobre la cultura visual<sup>35</sup> y las implicaciones que tiene en cuanto a las imágenes como construcciones históricas de diversos tiempos y espacios culturales.

La propuesta de Mitchell para analizar las imágenes es de nivel descriptivo-iconológico considerando a la imagen como un artefacto cultural<sup>36</sup> con múltiples niveles: político, religioso, social y estético. Con ello construye una teoría de las imágenes donde la interacción entre imágenes y textos es inherente de la representación. Las imágenes son heterogéneas, es decir ,

---

<sup>35</sup> El término cultura visual se le atribuye a Michael Baxandall, posteriormente usado por Svetlana Alpers. Alude a las diversas imágenes de una cultura particular en un momento específico; diferenciándose del trabajo que hasta el momento había hecho la historia del arte con sólo describir los sucesos históricos. El modo en que entendemos la noción cultura visual en este trabajo es bajo la perspectiva de Mitchell, quien lo piensa como un campo de estudio donde convergen diversas disciplinas y muchos puntos de vista. Sobre este tema se pueden revisar los trabajos de: Hernández, Fernando “De qué hablamos cuando hablamos de cultura visual”, en *Educação & Realidade*, núm. Julio-diciembre, pp. 9-34, 2005, y Alpers, Svetlana “Cuestionario sobre cultura visual” en *estudios visuales*, noviembre, 2003, recurso en línea: [www.estudiosvisuales.net/revista/pdf/num1/october.pdf](http://www.estudiosvisuales.net/revista/pdf/num1/october.pdf)

<sup>36</sup> Aquí cabría mencionar que el concepto de cultura puede resultar demasiado extenso e incluso ambiguo, y siempre depende de la disciplina desde la que se aborda, en esta investigación se entiende por cultura la definición dada por Néstor García Canclini: “producción de fenómenos que contribuyen, mediante representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social, es decir todas las prácticas e instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido.” García Canclini, Néstor *Las culturas populares en el capitalismo*, Nueva imagen, México, 1982, p. 32



no existe una pureza visual o verbal, y lo mismo ocurre cuando hablamos de la lectura de textos, donde se dan diversas interpretaciones por diferentes personas, en diferentes espacios y en diferentes momentos. Llevando este planteamiento a una publicación estaríamos hablando de todos los elementos que intervienen en el objeto impreso, que si fueran fragmentados no sería posible entenderla porque su comprensión depende uno del otro depende y la lectura completa que busca ser interpretada.

La palabra y la imagen forman un conjunto indicando el tipo de representación y la organización del campo de representación, que bajo la cultura motiva a una diversidad de connotaciones, sin limitarlo a las diferencias formales o estructurales. Por ejemplo, entre la cultura de la lectura y la cultura de la recepción no se constriñe a lo formal cualquier tipo de publicación (texto-imagen), las implicaciones constituyen la socialización y la subjetividad. Se debe reconocer que hay cosas que la escritura o las formas no representan, en dado caso lo que interviene es el contexto y el “tono” con el que se dice para propiciar la interpretación; es decir que el recurso de elementos en un texto como lo son los espacios y la puntuación ayudan a que se lea de cierta manera porque son recursos que no siempre han estado presentes, así concluyo que las circunstancias del contexto afectan y respecto a ello se escribirá más adelante.

El libro de Mitchell titulado *Teoría de la imagen*, marca un interés hacia el concepto de *imaginación pictorial*<sup>37</sup> como práctica en la formación de representaciones. En él indaga la relación entre lo pictorial y las palabras, por ejemplo, en las publicaciones impresas si se dividiera el texto y las imágenes, no permitiría analizar la manera en que la percepción humana realiza la captación de esta yuxtaposición instantáneamente y establece que no se puede entender como una desfragmentación: realizamos una lectura bajo totalidades y luego vamos hacia los detalles. Sobre ello, existen posturas donde plantean esta separación de la imagen y el texto, por ejemplo un pie de foto “completa” a la imagen o a la inversa, una imagen “ilustra” el texto verbal; esto es lo contrario a lo que se ha ido estipulando con las propuestas de los autores revisados, no se puede pensar que una imagen funciona como una decoración del texto. Además, en este libro busca, por el lado práctico, entender la indisoluble relación

---

<sup>37</sup> El autor usa en diferentes momentos las palabras *images* y *pictures* porque en la cotidianeidad tienen un uso indistinto, *picture* tiene dos significados: uno como pintura, retrato, fotografía, estampa, imagen, ilustración, etc.; otro, imagina el cual trabaja a mayor profundidad en su libro. En español la traducción de *image* es imagen y de *picture* retrato. Mitchell, W. J. T., *Teoría de la imagen. Ensayos sobre la representación verbal y visual*, Akal, Madrid, 2009.

de la cultura y el alfabetismo visual con el lenguaje y la literatura; sin embargo por el lado teórico, no busca hacer una teoría de la imagen, más bien *da imagen a la teoría* como una actividad práctica en la formación de representaciones. Por ello los textos al ser interpretados recurren a todos los acervos que se tiene sobre ellos, la cultura permite reconocer una serie de indicios que generan sentido en la lectura de las textualidades porque ello deviene de las posibles representaciones que surjan.

Así, Mitchell extiende la noción de texto hasta un punto donde la propia sociedad es un texto, lo que recuerda lo que McKenzie reflexiona acerca de cómo resultan ser los textos, por ello, concluye que sus representaciones son discursos, y para realizar una problematización, análisis y métodos se parten de las huellas visibles y materiales del lenguaje; bajo el entendido de que el lenguaje no se centra en un sólo modo de presentación, como lo es la fonética, por lo que se amplía su sentido en todas las publicaciones y formas en las que se materializa un texto.

El concepto de giro pictorial<sup>38</sup> que realiza Mitchell no pretende que las teorías de la representación sean copias o reproducciones de la realidad, más bien lo considera: “un redescubrimiento poslingüístico de la imagen como un complejo juego entre la visualidad, los aparatos, las instituciones, los discursos, los cuerpos y la figuralidad”<sup>39</sup> (este punto se desarrollará hacia el final del presente capítulo). Esto quiere decir que ante la experiencia y actividad de la lectura, en el sentido más amplio, la imagen y texto no se puede basar en un solo modelo textual, porque el giro pictorial no sólo implica la cultura visual, puesto que tiene consecuencias para la lectura y justamente por ello, se apunta en esta investigación los acercamientos metodológicos para entender la revista y que configura más allá que un impreso, es un texto que se articula con diferentes componentes para ser producido y leído.

El autor estipula que la iconología (ciencia de las imágenes) no busca hacer un cosido de imagen y texto, porque esta premisa parte de que son elementos fracturados y pensados como dos elementos ajenos que tienen que unirse; al contrario, para él conforman una alteridad, no como si las imágenes fueran el otro del texto, sino una unidad con elementos que entre ellos se someten, se sostienen y se preceden.

Si es así, las imágenes son un sustantivo que describen la manera en que las cosas o las ideas aparecen en la mente, el arte y la literatura; y esto se debe a que nuestros modelos provienen de pensar en todo tipo de imágenes: mentales, verbales, pictóricas y perceptuales,

---

<sup>38</sup> Se puede revisar sobre ello en: García Varas, Ana “Lógica (s) de la imagen”, en García Varas, Ana (ed.) *Filosofía de la imagen*, Universidad de Salamanca, España, 2011.

<sup>39</sup> Mitchell, W. J. T., *Teoría de la imagen. Ensayos sobre la representación verbal y visual*, Akal, Madrid, 2009, p. 23.

muestra de ello es que a lo largo de la historia de los sistemas de escritura se revelaban cualidades y funciones. Incluso, algunos dispositivos gráficos simbolizan no únicamente objetos o sucesos, sino que también representan especies de historias donde hay narraciones y no solamente algo aislado.

En ese sentido, Mitchell dice que las imágenes se entienden como un tipo de lenguaje, porque no sólo son un tipo particular de signo, también fungen como un actor en un escenario histórico, que participa en historias que nos contamos sobre nuestra evolución como criaturas que se hacen a ellas mismas y a su mundo a su propia imagen.

Por ejemplo para Olson, en el caso de los libros como las *Biblias* y los *Libros de las Horas*, las iluminaciones ocuparon un papel primordial en el significado del siglo XII, elementos que hasta el día de hoy se encuentran presentes aun con sus cambios por el tiempo. Él argumenta que:

La hipótesis interpretativa consistía en que las palabras y las imágenes presentaban modos o componentes de información que, al ser reunidos por el lector, proporcionaban una epifanía, una relación, del verdadero significado, que era, en última instancia, Dios mismo. En consecuencia, los textos se escribían de manera “nuclear” que consistía en una serie de puntos o partes que, aunque no estaban relacionados lógicamente, conducían al lector u observador a elaborar una síntesis.<sup>40</sup>

Es decir que nos encontramos relacionados entre pensamiento/idea y las imágenes, que es consecuencia de nuestra historia y por ello las formas materiales ayudan a que nos relacionamos y vinculemos desde las abstracciones hacia lo concreto, como se muestra en el ejemplo, donde las iluminaciones son anclaje de las ideas y que muestra cómo funcionan dentro de un texto sagrado. Lo mismo sucederá en las revistas, donde los imagotipos<sup>41</sup> usadas en las secciones de las revistas, cuyo papel es indicarle al lector lo que sugiere esa sección.

<sup>40</sup> Olson, *op. cit.*, p. 136.

<sup>41</sup> Los imagotipos son combinaciones entre texto e imagen, no son imprescindibles el uno del otro, más bien funcionan como complemento y justo le dan la pauta al lector para cerrar la idea, o bien, ayudan a que al ver uno de ellos se pueda relacionar la sección a la cual constituye dicho artículo. Por ejemplo, en la revista *El Hogar* se encuentra la sección de “Cocina y repostería”, la cual se encuentra acompañada de una cocinera que carga en una charola una serie de alimentos.

Ahora bien, Mitchell reconoce a la iconología como ideología<sup>42</sup> y a la inversa, donde la ideología es la ciencia de las ideas, es decir que regresamos a la idea anterior sobre cómo las ideas son imágenes debido a un acontecer sobre lo que nos representa; las ideas se materializan y una manera de ser representadas es por medio de las imágenes que al mismo tiempo nos dan ideas para identificarnos. Esto se retomará hacia finales de este capítulo y en el capítulo cuarto se abordará con ejemplos más específicos.

Bajo el nombre de imagen se alberga una serie de cosas como: estatuas, ilusiones ópticas, mapas, diagramas, sueños, alucinaciones, espectáculos, proyecciones, poemas, patrones, memorias e ideas, lo cual hace casi imposible unificarlas y entenderlas de la misma manera. Sería mejor pensar en ellas como una familia distante que se ha desplazado en el tiempo y el espacio. Por un lado tenemos que el concepto de texto nos permite ampliar e incorporar a diferentes elementos que no sólo constituyen los textos verbales, pero a la par que las imágenes no todas pueden ser iguales y cada una debe de tener su propia lectura sin olvidar que estamos hablando en este caso sobre las imágenes-textos de una revista.

Una aportación del trabajo de Mitchell para entender mejor el marco teórico sobre el que descansa este trabajo, son las imágenes verbales, las cuales se pueden entender como expresiones públicas y tienen que ver con las representaciones materiales que se crean, es decir que lo que las palabras significan son las imágenes verbales que han sido impresas en nosotros por las experiencias de los objetos. Por lo general, realizamos un recorrido entre las imágenes mentales que son privadas y subjetivas para ir hacia las imágenes materiales que la mente usa para representar al mundo, y es aquí donde podemos ver que una palabra es una imagen de una idea y una idea es una imagen de una cosa, lo que está operando una cadena de representaciones y significados. Sobre esto, dice Olson, que los textos representan cosas que pueden transformarse en signos que representan palabras y la manera de reconocerse es por medio de la lectura del objeto material.

---

<sup>42</sup> El autor Mitchell toma el concepto de ideología desde la postura de Althusser quien indica que este concepto: “representa la relación imaginaria de los humanos con las relaciones reales de existencia. Así mismo, estableció que la ideología tiene como función “constituir” a los *individuos* concretos en *sujetos*. El ser *sujeto* significa reconocer las *interpelaciones* que la ideología dirige hacia éste en nombre de un Sujeto. Althusser decía que los sujetos son sujetos desde siempre, porque los mecanismos ideológicos les preceden.” Citado por Rodríguez Soriano, Roberto “En torno a la teoría de Althusser sobre la construcción del sujeto, su aproximación al psicoanálisis y la crítica de Slavoj Zizek” en *Revista Observaciones filosóficas*, n° 14, 2012. Recurso en línea: <http://www.observacionesfilosoficas.net/entornoalateoriadealthuseer.htm#>, consultado el 5 de noviembre de 2016.

Las descripciones precisas producen imágenes que provienen de las expresiones verbales mucho más vívidas que las imágenes que vienen de los objetos, por ello, apunta Mitchell, la relación entre palabra e imagen es se da cuando representan, significan y comunican las relaciones entre los símbolos y el mundo, entre los signos y sus significados.

Pasemos ahora a los sistemas de escritura, para los que se han utilizado diversos medios gráficos para lograr representaciones de lo que acontece al habla, es decir para que los signos gráficos proporcionen información que de otra manera las palabras no podrían hacer, ejemplo de ello es lo que dice Olson:

Las distinciones marcadas informalmente en el discurso, tales como la elevación del tono o de las cejas, tiene que estar explícitamente representada por medios gráficos en la escritura. El signo de interrogación, para citar un ejemplo, es una duplicación de la primera letra de la palabra latina *quaestio*, que se invertía y se escribía sobre el periodo al final de la oración. Así pues, el uso del signo de interrogación dependía de la representación explícita, es decir, de categorizar el enunciado como pregunta.<sup>43</sup>

Entonces la escritura, mejor dicho los textos, son un dispositivo comunicativo que se caracteriza por ser una representación explícita.

Una vez establecido cual es el marco teórico sobre el que se fundamenta esta investigación para hacer la comprensión de un texto, en este caso la revista, que debe ser entendida como una publicación específica con sus características, historia, formato y actores que intervienen en el circuito de este mensaje. A continuación se relatará lo que es una revista y quienes participan en ella, además de establecer las características precisas de una revista femenina y sus cualidades en un contexto geográfico específico, que es México.

### 1.1 Definiciones de “revista”, sus variantes y categorías

La revista tuvo sus antecedentes en fenómenos culturales masivos y populares(i.e. ferias, desfiles, espectáculos). Estas manifestaciones al trasladarse a la palabra impresa, se vieron expresadas en las revistas periódicas, amén de ser resultado de que en los periódicos ya se venían incluyendo como secciones específicas con formatos propios.

<sup>43</sup> Olson, *op. cit.*, p. 134.



Las revistas se pueden diferenciar, en general, por sus contenidos preferenciales y por su formato. Más allá de eso, también se encuentran las que se dedican a temáticas culturales y literarias; de comentarios políticos; acontecimientos cotidianos y chismes de personajes públicos o famosos; sucesos de actualidad; sarcásticos; de divulgación cultural o científica; los que combinan algunos de los anteriores; y en la actualidad temas específicos, como la arquitectura sustentable.

La definición de revista que aparece en la Real Academia de la Lengua Española es: “publicación periódica por cuadernos, con escritos sobre varias materias, o sobre una sola especialmente.”<sup>44</sup> Por otro lado, Información y Control de Publicaciones la define como: “Comunicación impresa, puesta a disposición del público a intervalos regulares de tiempo, bajo el mismo título, en serie continua, con fecha y numeración correlativa”.<sup>45</sup> Estas dos definiciones resultan muy generales y no dicen mucho, teniendo en cuenta que existe una variedad de contenidos, formatos, periodicidad, entre otros. Dejándonos con una definición en el aire y poco comprensible, ante ello el autor Eduardo Santa Cruz refiere:

el intento de definir al género por alguna característica o propiedad interna de carácter absolutamente particular e identificable desde su propia lógica y coherencia no parece el mejor camino metodológico y se corre el riesgo de que cada nueva experiencia de revista magazinesca<sup>46</sup> se constituya en una nueva categoría de subdivisión del género hasta el infinito.<sup>47</sup>

Lo importante sobre estas publicaciones es que tanto literarias como de texto, su verdadera función es la competencia narrativa del público, es decir, son una estrategia de comunicación conformada a través de las prácticas de los sujetos, ya sea de los que las producen como de los que las adquieren. Podemos entonces pensar que, si se incluyen los hábitos y técnicas, y las relaciones narrativas, los formatos de la publicación son un producto de la industria cultural.

---

<sup>44</sup> Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, <http://www.rae.es/>

<sup>45</sup> Menéndez Menéndez, María Isabel, “Tipología de la prensa femenina. Una propuesta de clasificación” en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 19, núm. 1, 2013, p. 21.

<sup>46</sup> El autor Eduardo Santa Cruz es de origen chileno por lo que el término que utiliza para revista es el de *magazine*.

<sup>47</sup> Santa Cruz, “Modernización y cultura de masas en el Chile de principios del siglo veinte: el origen del género magazine” en *Globalización: identidades emergentes*, núm. 13, 2002, p. 170.

La definición de revista por José Martínez de Sousa en *Diccionario de información, comunicación y periodismo*, es extensa pero importante de anotar y sólo tomé los datos que resultan pertinentes para este trabajo:

Publicación periódica no diaria por cuadernos, con escritos sobre varias materias, o sobre una sola especialmente 1. + de actualidad. La que suele mezclar, en un solo cuerpo, las noticias y comentarios de actualidad correspondientes a un amplio espectro de temas. + femenina. La que contiene, principalmente, temas de interés para las mujeres y a ellas dirigidos 7. + general. La que acoge en sus páginas artículos y monografías o reportajes políticos, literarios, artísticos, históricos, etc. (Comprende: revista popular, femenina, de calidad, de opinión, de información, ilustrada, de modas, especializada, etcétera.) +gráfica. Revista ilustrada. + ilustrada. La que contiene, aparte de texto, fotografías (en negro o en colores), dibujos, etc.

1 La revista es un periódico, pero en España no suele dársele este nombre, que se reserva especialmente a los diarios, llamándose revista a aquellas publicaciones periódicas de aparición más espaciadas. Normalmente suelen ser semanales, sobre todo las de información general, si bien las especializadas suelen ser mensuales, quincenales, bimensuales, trimensuales, etc. La revista suele tener un formato más pequeño que el del periódico, usar mejor papel, ser impresa en colores (especialmente las de información general), al menos la cubierta y algunas páginas interiores, y tienen normalmente mayor número de páginas. Su organización interna es, en términos generales, más simple que la de un periódico. No todos sus trabajos son de publicación inmediata; muchos de ellos no se realizan en la redacción, sino que son enviados por sus autores. Sin embargo, las revistas importantes necesitan una redacción completa, con un director, redactor en jefe, redactores, jefes de secciones fijas, encargados de publicidad, etc., hasta el extremo de que la redacción de algunas revistas llega a ser más compleja que la de algunos periódicos.

7 Revista femenina. Su contenido está constituido por novelas, artículos e ilustraciones, además de secciones dedicadas a cocina, labores, decoración, modas, etc. Es un tipo de revista popular.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> José Martínez de Sousa en *Diccionario de información, comunicación y periodismo*, Paraninfo, Madrid, 1992, p. 457.



En *El género magazine y sus orígenes*, Eduardo Santa Cruz hace unas precisiones que junto a lo arriba referido por Martínez de Sousa, ayudan a complementar la idea general de lo que es una revista:

El magazine es definido convencionalmente como un periódico ilustrado, estructurado sobre la base de numerosas secciones y generalmente de muchas páginas y de aparición semanal o mensual. Se trata de un género que es capaz de albergar en su interior en forma entremezclada crónicas, entrevistas, reportajes de actualidad, ilustraciones, avisos publicitarios, cuentos y novelas por entrega, notas de vida social, caricaturas, poemas, etc. En este sentido, se trata de un género extraordinariamente maleable en cuanto a formatos y contenidos.

[...] el magazine como género fue consolidándose al calor del desarrollo de la industria cultural y de un mercado informativo y cultural en ampliación, lo que equivale a ratificar su origen como parte de los procesos de modernización en dicho ámbito, en el sentido de la configuración de ciertos fenómenos de transformación estructural en la clave universal de la modernidad.<sup>49</sup>

Una precisión destacable del origen de la palabra revista, *magazine* en inglés, es la que el autor Santa Cruz hace referencia a José Martínez de Sousa, indica que en el *Diccionario de información, comunicación y periodismo*:

señala que el vocablo inglés *magazine* pudiera haberse originado en la palabra francesa *magasin*, la que a su vez provendría del árabe *máhzan*, que significa almacén. En este sentido, el género *magazinesco* tendría como componente sustantivo el hecho de que en su interior es posible encontrar de todo, a la manera de un almacén.<sup>50</sup>

Lo mismo sucede cuando se pretende clasificar a las revistas y los criterios de selección. Dos categorías que resultaron útiles a esta investigación fueron: revistas de trabajo y revistas de consumo, sin embargo veremos líneas más adelante que esto puede resultar confuso y poco viable.

---

<sup>49</sup> Santa Cruz, *op. cit.*, p. 33 y 34.

<sup>50</sup> *Íbid*, en el pie de página 39 de la p. 33, la edición revisada por este autor es de la editorial Paraninfo, Madrid, 1991; aunque este dato no es encontrado en la edición revisada de 1992 del diccionario de Martínez Sousa.



Una definición diferente a las mencionadas anteriormente es la que da la autora María Isabel Menéndez:

El vocablo revista, que ha sido definido exhaustivamente y que se puede resumir en que son publicaciones seriadas, cuya aparición responde a intervalos de tiempo regulares y cuya fecha y numeración son correlativas. Además, se caracterizan porque no responden a la estricta novedad, ofreciendo una información más contextual y atraen a un público segmentado mediante elementos singulares, como la calidad del papel, los gráficos o los contenidos especializados.<sup>51</sup>

Parece que la autora se centra en elementos muy precisos en cuanto a forma y estructura, no habla de un proyecto donde involucre más elementos e información que nos permita entender lo que es una revista; sin embargo hace otras aportaciones en cuanto al repensar a la revista femenina, lo que se verá más adelante. Sin embargo, a lo largo de sus textos sí hace referencia al aporte del proyecto editorial y el público, así como los factores relacionados a la industria cultural en las revistas.

Por su parte, William Owen define a la revista como:


Una revista es más flexible que un libro y más rígida que un periódico; tiene mayor periodicidad que un libro (que no tiene ninguna) y menos que un periódico, y tiene una estructura híbrida de material de lectura en serie y paralelo. Se podría añadir, incluso, que el rigor intelectual requerido por una revista y por su lector está también en un punto intermedio entre libro y periódico, pero esta norma se rompería con demasiada frecuencia. Lo que importa no es el nivel, sino la proximidad de la relación intelectual entre la revista y sus lectores; relación compleja ésta que la revista dirige y alimenta a través de su contenido editorial y de su diseño.<sup>52</sup>

Es claro que para Owen, resulta necesario vincular al producto material y a los lectores porque de ello depende el diseño y el contenido editorial, es una especie de cadena que requiere de cada uno de los eslabones para que se de una comunicación óptima. Si bien para este autor el eje principal de su libro es el diseño, le da importancia al contexto y a la estructura

<sup>51</sup> Menéndez Menéndez, María Isabel, *Tipología de la prensa femenina. Una propuesta de clasificación*, p. 192.

<sup>52</sup> Owen, William, *Diseño de revistas*, GG, México, 1991, p. 126.





que genera la revista para ser leída, lo cual completa las definiciones que se han visto líneas arriba. Respecto a esto, McKenzie puntualiza que las revistas generan sentido en cuanto a los diversos rasgos que las caracterizan en su materialidad como la elección del tamaño y su relación con el formato, la relación entre la materia o tema y la disposición en la página, la función que producen los espacios en blanco y los elementos decorativos.

Algo importante de acotar sobre la revista que ayudará a su reflexión y articulación es que va a la par de los procesos de modernización, donde la industria cultural y el mercado de información son los generadores de los fenómenos de innovación estructural. Dentro de este contexto modernizador los actores socio-culturales juegan un papel fundamental en los proyectos de la industria cultural; aquí la revista cumple una función, lo cual será resultado de la investigación y por ello se anota el momento de reconocer lo que la industria cultural trajo a la vida cotidiana y transformó.

Durante el transcurso de modernización un papel importante que desarrolló la revista fue el divulgar y vulgarizar el conocimiento. El progreso tecnológico se incorporó a la vida social, por ello en los sectores masivos y populares se incluyó la educación y el acercamiento del conocimiento; muy impulsado por los atributos económicos y políticos para ser legitimados. En este proceso se llevó a cabo una cultura cotidiana de masas, y uno de los transmisores fue la revista.

### **El concepto de sección en las revistas**

Una característica de las revistas es que pueden aportar un contenido diverso pero en el mismo nivel; una serie de temas que podrían parecer variados comparten las páginas interiores, donde incluso los espacios de composición ocupados son similares. Por ejemplo, pueden compartir las recetas de cocina con un acontecimiento político, un evento deportivo con un cuento. Siendo así, una característica esencial de las revistas son las secciones, aunque no es exclusiva de este género de publicaciones. Para “sección”, la definición de Martínez de Sousa es:

Cada una de las divisiones de una publicación periódica donde se agrupan informaciones o temas del mismo género. Materia periodística que se imprime de forma periódica, característica y estable, con informaciones de naturaleza igual o afín. [...] Cada sección suele colocarse en el mismo cuadernillo y, si es posible, en la misma página, encabezado siempre por el mismo

título, cabecera o logotipo. (La palabra sección no suele aparecer en el título que le da nombre, sino el tema: “Religión”, “Economía y finanzas”, etc.) Todo el material referente a cada sección se recoge en ella.<sup>53</sup>

Por lo general cada sección es dirigida por un jefe de sección, aunque entre varios la pueden realizar, incluso algunas de estas secciones se encuentran firmadas por quien las escribió o se hace referencia a la persona que la llevó a cabo porque es reconocida en el ámbito del tema. Al público lector, muchas veces le interesa únicamente una sección, o le da mayor estatus si está escrita por una persona importante y que ha dado seguimiento al interés del público. Ante este aspecto Humberto Mussachio dice:

Las secciones culturales de diarios y revistas están obligadas a realizar un seguimiento puntual de cuanto hecho de importancia ocurra en el ámbito artístico-intelectual; han de atender realizaciones, pero también proyectos, obras y autores, deficiencias y diferencias. Si eso es exigible en el periodismo diario, en revistas y suplementos, más reposados por su periodicidad, debe de expresarse un punto de vista identificador, una política editorial coherente y la suficiente capacidad de convocatoria para reunir a los amigos y a muchos que no necesariamente lo son.<sup>54</sup>

Así mismo, la imagen es un elemento constitutivo pero no indispensable en la revista, es otro factor que no se puede establecer como parte descriptiva de una revista porque no necesariamente está dentro de estas publicaciones ya sea porque su contenido no lo incluye, o incluso porque los medios de reproducción y el bajo presupuesto no pueden incorporarla. Pero cuando se encuentra presente, el juego de la imagen cobra importancia dentro de las páginas y en su portada, ya sea para ilustrar o registrar un evento (como lo hacen las fotografías) o, como se detallará más adelante, para hacer una mancuerna entre el texto lingüístico y la imagen. Aquí también hay que recalcar que a partir de lo planteado al principio del capítulo, las imágenes no se pueden pensar como pertenecientes a otro mundo, es decir, no son leídas o entendidas a parte, más bien conforman partes de los textos.

<sup>53</sup> Martínez de Sousa, *op. cit.*, p. 465.

<sup>54</sup> Mussachio, Humberto, *Historia del periodismo cultural en México*, CNCA, México, 2007, p. 14.

## Usos de la imagen en la revista

La industria editorial y los procesos de impresión dieron pie a la posibilidad técnica de reproducir imágenes de forma masiva, con la facilidad de incorporarlas como parte de su contenido visual, así como de diversificar litografías, fotografías, ilustraciones, etcétera.

En este punto, es necesario acotar que la imagen no cumplía como “decoración u ornamento” para ilustrar un texto escrito, como ya se ha mencionado anteriormente, más bien las imágenes son autónomas y hablan por sí mismas. La articulación de texto e imagen funciona como una colaboración, es decir que una depende de la otra, muchas veces para entender la imagen se recurre al texto o a la inversa; cuando sucede esto, se está entendiendo como un todo y detrás hay una intención de producir un mensaje comunicativo específico para dialogar con el público, es decir, hay una planificación para cada proyecto editorial determinado.

La imagen para las revistas de cada época debió producir en el público lector un detonante, tanto por la curiosidad de ver, como por conocer a los personajes u otras realidades ajenas a sus vidas pero que causaban interés en un continuo con los procesos de modernización, este elemento de imagen propició una experiencia cotidiana en las personas, ya que implicó cuestiones sociales y de urbanización como elementos de pertenencia o transformación. Característica que no es ajena a las revistas de hoy en día, siempre son portadoras de otros mundos posibles que permiten conocer o reconocer en el público lector.

Las primeras revistas tenían un formato muy similar al de los libros: los títulos asemejaban a los inicios de capítulos, el texto se componía de arriba abajo y en dos columnas ya fueran sencillas o dobles; en cuanto a las ilustraciones, tenían un acomodo en una página completa y en la opuesta el texto. Al mismo tiempo existieron otras que pueden considerarse hijas de los periódicos, su formato era más parecido a la disposición periodística de elementos, lo que les daba ese dinamismo característico de dar información rápida y de gran contenido en poco espacio, así los encabezados eran jerarquizados como los de un periódico, la estructura era en columnas y se insertaban imágenes entre ellas. Con el paso del tiempo las revistas lograron distinguirse del resto de los impresos, gracias a que fueron generando una identidad única respecto a la relación entre el impreso y el lector.

La organización y estructura de una revista se organiza en una retícula, ella es la que rige la conexión y claridad del contenido respecto a la forma. Dentro de una página, cada uno de los elementos tiene una función objetiva respecto a la información y de ello depende la jerarquización del contenido y sus rasgos visuales. Es decir, la retícula es un esquema espacial que ayudará a estructurar el espacio en el que se inserta la tipografía y las imágenes, siempre

partiendo de los requerimientos editoriales preestablecidos (como puede ser la cantidad de imágenes, la extensión de las secciones, la publicidad, etcétera), así como de los técnicos porque de ellos dependerá el papel y la impresión.

Por ejemplo, para que una revista tenga una secuencia coherente que cobre un significado, los elementos de la página serán concluyentes: los títulos funcionan para atraer la atención del lector, así como introducir hacia el tema; los subtítulos detallan más pero siguen siendo breves, sólo dan información más concisa; el texto, que ya es el desarrollo del artículo o la sección correspondiente; y los elementos que ayudan a cerrar la lectura como los pies de ilustración, los créditos, el número de página, las plecas, etcétera.

### Géneros de la revista

La revista en la industria cultural, bajo cualquier forma y contenido, estaba designada a producir entretenimiento, y sobretodo placer en el público lector. Por otro lado, funcionaba para acompañar los ratos de ocio o tiempo libre y para la propagación de los círculos de amistad y familiares. A diferencia de otro tipo de publicaciones las revistas se pueden “ver”, leer u hojear en diferentes momentos, regresar a ellas, detenerse en los artículos de interés, pasar de mano en mano dentro de la familia o con amistades. Se consideraba que acompañaban a los lectores en más ocasiones que un periódico cuya información se convierte en pasado con rapidez.

Si bien un periódico se encarga de cumplir su principal función que es la de informar, quedando en segundo lugar el entretenimiento, en la revista sucede lo contrario. Aunque como refiere Santa Cruz, todos los géneros de la industria cultural buscaban llevar a través de formatos y contenidos variados los temas de entretenimiento, educación e información, y configuraban, desde estrategias diferentes, sus relaciones al interior de un producto comunicacional, lo cual dará parte de la distinción que un proyecto busca vislumbrar.

Ahora bien, las revistas de los años treinta en la capital del país fueron muy variadas, y estuvieron lejos de ser idénticas, es decir, en el sentido de modernidad que imperaba en el momento, el mercado cultural y de comunicación permitieron e incluso exigieron diferencias en las revistas buscando con ello generar competencia; aún así, es importante reconocer que había ciertas modas y estilos que se llevaron a cabo en los diseños propuestos por las revistas, lo cual es muy recurrente hasta nuestros días. Aunado a esto, el número de revistas en circulación con el tiempo fue creciendo, tanto por las técnicas de impresión y difusión como la demanda.

Un concepto que se encuentra constantemente es el de *revista cultural*. Dicho concepto puede generar un sesgo y llevar a una definición de revista distinta a las arriba mencionadas,



básicamente porque el término cultural se asocia a lo literario, a lo sofisticado o a lo de categoría mayor. Esta conceptualización puede resultar un problema porque ello implica que se encuentran fuera de esta categoría las que pertenecen al entretenimiento, la vida social, los acontecimientos, la moda, el hogar, entre otros. Sin embargo, el término cultura involucra todo lo relacionado y producido por el humano (tangible o intangible), ya que somos productores de cultura. Entonces, las revistas son puntos de encuentro de recorridos individuales y proyectos colectivos, con una serie de preocupaciones ocultas sobre la identidad nacional, con articulaciones entre política y cultura como eje de la modernidad.

Por lo general las *revistas culturales* se han convertido en referentes a lo largo de la Historia; hay casos en los que se institucionalizaron, gracias a lo cual perduraron por años, mientras que otras tuvieron periodos cortos de existencia. Pero, esto sucede en todo tipo de revistas y puede deberse a varios factores: al público no le interesan, el presupuesto no las hace costeables, la línea ideológica es radical, el proyecto editorial se disuelve, entre otros.

Musacchio opina, respecto a la “culturalidad” de las publicaciones periódicas:

La expresión “periodismo cultural” es redundante, pues todo periodismo se halla en el campo de la cultura si ésta se ha de entender como el conjunto de conocimientos, hábitos y tradiciones, expresiones creativas y recreativas, juicios y prejuicios de una colectividad. Sin embargo, la costumbre ha legitimado la expresión periodismo cultural para hacer referencia al que proporciona información, análisis, reflexión y crítica sobre las manifestaciones intelectuales y artísticas, que incluye frecuentemente muestras de creación literaria así como producciones y reproducciones de obra plástica.<sup>55</sup>

Resulta importante destacar que, si bien las revistas proliferaron en el siglo XIX, durante las primeras décadas del siglo XX las revistas suscitaron una manera diferente, o mejor dicho, una nueva organización de la cultura. Dichas publicaciones fueron un detonante en el fortalecimiento del campo cultural, ya que fueron proveedoras de ideas desde las experiencias políticas, sociales y hasta las culturales.

Como puede apreciarse, el concepto de cultura es importante en este trabajo, por ello es importante definirla, y, a partir de ahí, explicar cómo será utilizado el término. Como se menciona líneas arriba, la cultura está presente en la configuración y definición de una

---

<sup>55</sup> Musacchio, *op. cit.*, p. 13.

revista, sin embargo cuando entramos a la categoría cultural, pareciera que esta se moviera a otro sector en donde ya no tienen cabida las revistas, entonces ¿a dónde se van? Entender esto también funcionará para abordar el apartado sobre la clasificación y tipología de la revista.

La cultura es parte de la vida del humano, no se puede concebir uno sin el otro y por ello es un concepto complejo cuya definición y delimitación ha cambiado a lo largo del tiempo y a partir de diversas corrientes y pensadores. Este trabajo no busca abordar sobre este tema de manera exhaustiva, por el contrario, sólo de manera tentativa. Justamente para evitar que la cultura sea sólo un producto particular de producciones o de prácticas de un grupo exclusivo, Roger Chartier plantea que la cultura debe salirse del lugar común, es decir, verla bajo otra mirada y considerar otros aspectos de la vida que se consideran menos culturales,<sup>56</sup> ante ello cita a C. Geertz:

El concepto de cultura al cual me adhiero [...] denota una norma de significados transmitidos históricamente, personificados en símbolos, un sistema de concepciones heredadas expresadas en formas simbólicas por medio de las cuales los hombres se comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento de la vida y sus actitudes con respecto a ésta.<sup>57</sup>

En este sentido, las revistas tienen un contenido cultural y actúan como un puente entre la producción y el humano, porque el englobado transforma el concepto sociocultural. Las revistas desde su existencia han sido un agente de cambio, ya que tienen una aplicación instructiva dentro de la sociedad y la cultura, en tanto son capaces de comunicar mensajes complejos por medio de su lenguaje visual y material y mediante los valores y comprendidos ideológicos que aporta.

En el siglo XX la modernidad permitió un cambio en la interacción con el mundo, porque si bien las tiendas departamentales ya habían aparecido desde el siglo XIX,<sup>58</sup> generando una

<sup>56</sup> Chartier Roger, *El mundo como representación*, Gedisa, Barcelona, 2005, p. 43.

<sup>57</sup> Tomado de Chartier Roger, *El mundo como representación*, Gedisa, Barcelona, 2005, p. 43, cita 52.

<sup>58</sup> Los grandes almacenes aparecen a partir de mediados del siglo XIX, se considera a Le Bon Marché como el primer gran almacén parisino del año 1852, aunque tiene sus antecedentes con Les Trois Quartiers en 1829 y La belle jardinière en 1830. En el caso de Estados Unidos, en 1858 Macy abrió sus puertas y después en 1865 Field. Checa Godoy, Antonio, *Historia de la publicidad*, Netbiblio, España, 2007 y Serrano Saseto, Rafael "Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad del siglo XIX", en *Scripta*, revista electrónica de geografía y ciencias sociales, Universidad de Barcelona, vol. X, núm. 211, 15 de abril de 2006.

forma de mostrar un estilo de vida, la moda, los productos, etc. estableciendo una apariencia visual muy importante para la gente; lo mismo sucede con las revistas al constituirse como parte de la cultura material y visual, cobrando relevancia en un mundo fundamentalmente visual. Las portadas de las revistas tendieron a ser escaparates que invitaban al público lector a adentrarse en sus interiores y experimentar sus contenidos, mismos que interactuaban con sus propias vidas que les llevaba a identificarse. Del mismo modo funcionaban los títulos e imágenes, las cuales sugerían lo que podrían encontrar en su interior apelando a su curiosidad, interés, chisme, familiarización o moda.

## 1.2 Antecedentes históricos y panorama internacional de las revistas femeninas. Un acercamiento al caso mexicano

La publicidad y las revistas fueron en aumento, por un lado existieron las que estaban dirigidas a las mujeres, que apelaban a una serie de deseos y por otro lado estaban las que apremiaban a incrementar su cultura de consumo, todo esto en el marco de la modernidad. Las revistas femeninas tuvieron una expansión importante en la segunda mitad del siglo XIX, bajo dos ideas principales: la moda y el hogar. Como ya se ha mencionado, una de las funciones de la revista era la de informar, en el caso de las femeninas, funcionaban como guías de consumo, por ello, la publicidad en sus interiores ofrecía una serie de productos que mostraban un estilo de vida, cómo funcionaban los artículos, qué tipo de mujeres los usaban, cómo se comportaban, dónde se usaban, dónde se podían adquirir, etcétera. Se puede decir que una serie de objetos inmateriales, puesto que estaban en las páginas de las revistas, evocaban un estilo de vida deseable.

Para Pérez Iriarte la periodicidad, el enfoque del servicio ofrecido y los grupos demográficos a quienes va dirigida una publicación son las tres grandes líneas que concretan el principio de especialización, resulta muy importante para este autor que la periodicidad no diaria de los primeros *magazines* determinó su forma y su contenido. Ahora bien, a partir de dicha combinación, en el año 1741, Benjamin Franklin inaugura con *General Magazine and Historical Chronicle* un nuevo y definitivo rumbo en las publicaciones y su mercado.<sup>59</sup>

Se puede considerar que la primer ola de popularización de la revista semanal ilustrada se debió a los avances técnicos de la imprenta porque permitieron su producción en mayor

---

<sup>59</sup> Pérez Iriarte, *op. cit.*, p. 40.



tiraje, otros beneficios técnicos que tuvieron su influencia en este proceso de popularización fueron la mecanización de la fabricación de papel, se eficientó y aceleró la impresión con la prensa de fundición de palanca, se automatizó parte de la composición tipográfica, entre otros. Ejemplo de este proceso es la revista *Illustrated London News* en 1842 a cargo de Herbert Ingram.

Siguiendo la evolución de la tecnología, en 1896 aparecieron las planchas de metal calientes para la composición, por otro lado se dio la renovación de las prensas rotatorias cuya velocidad permitía producir millones de copias diarias y en 1890, Kavel Klic incorporó a la aplicación industrial el rotograbado. También aparece otro elemento que es la litografía en color, la cual surgió en 1860 bajo los experimentos de Jules Cheret en París; con lo que el color se incorporó por primera vez a las portadas e introdujo la capacidad de desarrollar la plasticidad.

Es interesante que los historiadores han apuntalado el año de 1893 como el inicio de la “revolución de la revista”,<sup>60</sup> porque es entonces que comenzó una nueva era de precios bajos y altos volúmenes de revistas subsidiados por la publicidad, sin embargo la revista desde mediados de XVIII ya se encontraba circulando y mostrando un aspecto diferente a lo que proponía un periódico u otro tipo de publicación. Para el autor Santa Cruz la primera revista sería el inglés *Gentleman’s Magazine* del periodista Edward Cave que circuló en 1731, esta tenía la característica de publicarse mensualmente y ser de 42 páginas impresas a dos columnas.

Existen registros de revistas anteriores a esta, como en Francia la *Gazzete de France* del año 1631 o en Inglaterra *Ladies Mercury* del año 1693, ambas eran publicaciones que ya estaban enfocados en el público lector femenino. Si bien ellas no necesariamente eran las directoras, si bajo la iniciativa de los hombres se llevaban a cabo estos proyectos editoriales con fin pedagógico, que según la época mostraban lo que era ser una mujer y las actividades que llevaba a cabo. Estas no están bajo el formato de revistas ilustradas, por ello la investigaciones históricas en ocasiones las denominan periódicos, pero su formato causa conflicto y se consideran como otro tipo de publicación. Estas publicaciones junto con *Mercure Galant* del año 1672, ya mostraban el modelo de publicación que se tiene un gran parecido hasta nuestros días: la moda, la belleza, la crónica social, las labores domésticas y el cuidado de la familia. Es decir que dicho modelo preserva la intención de contar con

<sup>60</sup> Santa Cruz, *op. cit.*

secciones fijas y otras que tienen temporalidad; si bien, las primeras revistas no son como las del día de hoy, si podemos decir que hay características que se han mantenido y por ello en la definición del concepto de revista se pueden establecer algunas distinciones propias de dicha publicación.

Mary Ellen Waller-Zuckerman<sup>61</sup> menciona que en 1792, en Estados Unidos, las mujeres tuvieron la oportunidad de comprar por primera vez revistas editadas especialmente para ellas, con la revista titulada *Lady's Magazine*. Al mismo tiempo, en Francia, entre 1797 y 1837, se publicó el *Journal des dames et des Modes*, que tenía el mismo público por objetivo y que se ilustraba con grabados ropa tanto para mujer como para hombre, acompañadas de textos que las describían.

Ya para el siglo XIX se da el inicio de las revistas ilustradas o con el formato que las define como tal, un ejemplo, de 1830, dirigida por el editor Louis Godey, es la revista *Godey's Magazine and Lady's Book*, con lo que se da inicio de las revistas para mujeres, publicaciones que consistían en historias sentimentales, poemas y láminas de moda femenina. La revista *Ladies' Home Journal* se fundó en el año 1883 y es un claro ejemplo al igual que el resto de revistas de la época, sin embargo, sufrieron varios obstáculos como: el poco interés y afluencia de lectores, problemas de distribución, producción inadecuada del producto, entre otros. Si bien hubo revistas femeninas que ingresaron a las listas de las 10 revistas más vendidas, no todas se vieron dentro de la lista; seguramente las mejor posicionadas eran las que tenían resueltos los problemas arriba mencionados. Para el año 1892 nace la revista *Vogue*, y es notorio que ha cambiado el público al que estaba dirigida, se trata más bien de personas de la alta sociedad, principalmente femeninas, y por ello su precio era más elevado que revistas como *Ladies' Home Journal*, *Good Housekeeping* y *McCall's*; esto algo que debe tenerse en cuenta al momento de realizar una tipología de las revistas.

Las revistas sufrieron una serie de cambios durante 1890 y 1916: incrementaron su tamaño, la calidad de impresión mejoró notablemente y sus contenidos se vieron más diversificados. Las mejorías en la tecnología y producción en la industria impresa fueron condiciones necesarias para propiciar una circulación en masas.

En el caso de México, se considera a *El Iris* de 1826, como la primer revista enfocada en la mujer. Se trataba de una publicación semanal, primera en ser ilustrada, y dirigida

---

<sup>61</sup> Waller-Zuckerman, Mary Ellen "Old Homes, in a City of Perpetual Change: Women's Magazines, 1890-1916" en *The Business History Review*, The President and Fellows of Harvard College, 1989, vol. 63, no. 4, pp. 715-756.

en su totalidad al público femenino, sus contenidos eran literarios pero incluyeron también políticos, que en el transcurso de sus números fueron creciendo y opacando a los primeros.<sup>62</sup>

Tanto en este caso y otros sobre prensa femenina, hay una patente dificultad para distinguir entre el formato de periódico y revista. En algunos casos el subtítulo lo menciona o sugiere, o bien, se denominan periódicos pero todas sus características son más típicas de una revista, siempre y cuando se ubique en un contexto contemporáneo, por ello utilizar la categorización por tipologías, ayudará a entender qué impreso son. Incluso los autores revisados para los antecedentes usan indistintamente el término revista y periódico como si fueran sinónimos o no tuvieran características específicas, esto nuevamente habla de una falta de claridad entre las diferentes publicaciones que existen.

María Esther Pérez Salas considera que *El Iris* marcó un precedente en las revistas ilustradas, tanto por ser la primer revista enfocada en la mujer como por el uso del recurso de la imagen. Los editores de *El Iris* fueron Claudio Linati,<sup>63</sup> Florencio Galli y José María Heredia, quienes propusieron temas diversos como literatura, poesía, ensayos, ciencia, artículos sobre arte y moda, biografías e incluyeron las estampas litográficas, recurso novedoso para la época.<sup>64</sup>

A esta revista le siguió en 1832 la *Revista Trimestre*, considerada la primera de carácter científico, si bien no es propiamente para un destinatario femenino, si contaba con una amplia variedad de secciones incluyendo temas de educación doméstica, literatura y artes; cuyos contenidos podrían interesar a una diversidad de lectores. Tanto esta revista como su continuidad (1935) la *Revista Mexicana*, y otras de la época, copiaron los modelos

<sup>62</sup> Claps Arenas, María Eugenia "El Iris. Periódico crítico y literario" en *Estudios de historia moderna y contemporánea de México*, núm. 21, enero-junio, 2001.

<sup>63</sup> Claudio Linati fue quien introdujo la litografía a México, sin embargo no tuvo mucha repercusión sino hasta diez años después cuando se fundaron los talleres litográficos y dio inicio a la proliferación de este método de reproducción. La importancia de las ilustraciones litográficas las considera Pérez Salas como un precedente en el país, ya que hasta el momento dicha técnica de impresión no se realizaba en México, únicamente en el extranjero; lo que permitió la litografía fue vincular los contenidos de las publicaciones, dando como resultado un mayor dinamismo tanto en la composición como en la legibilidad, puesto que podría permitir al lector relacionar el tema con lo que veía. Se puede consultar sobre el tema de la litografía a mayor profundidad en: Pérez Salas, María Esther, *Costumbrismo y litografía en México: un nuevo modo de ver*, UNAM-IIE, México, 2005.

<sup>64</sup> Para un acercamiento más puntual sobre *El Iris* se puede consultar Pérez Salas, María Esther "Las revistas ilustradas en México como medio de difusión de las elites culturales" en Altamirano Cozzi, Graziella (coord.), *En la cima del poder elites mexicanas 1830-1930*, Instituto Mora, México, 1999.

• • • • •

Europeos, ya que se consideraban que eran los estilos apropiados de una revista, es decir, eran los referentes estéticos a seguir.

En general, las primeras revistas mexicanas, se basaron e incluyeron artículos de publicaciones extranjeras, principalmente francesas, pero también inglesas y por último españolas. Por ejemplo, el semanario inglés *Penny Magazin* salió a la luz en el año 1832 e incursionó en el mercado con ilustraciones con grabados, ello marcó un precedente en las publicaciones porque la relación entre texto e imagen fungió como un transmisor de la educación, algo que buscaban las revistas, particularmente en los casos mexicanos como en la revista literaria *El Mosaico Mexicano* (1836), *El Diario de los Niños* (1839), *El Almacén Universal* (1840) y *El Recreo de las Familias* (1838). Estas publicaciones no son propiamente para las mujeres como lectoras exclusivas, pero debido a sus contenidos podrían incluirse como lectoras potenciales; lo importante a destacar en este punto es que ayudaron a que la imagen acercara a los lectores ante lo desconocido y a que se generara mayor interés en el mensaje que transmitía la imagen.

Ahondando un poco más en el recurso de la imagen como elemento novedoso en una revista ilustrada, se considera que su uso modificó la configuración de una revista, del lado de los editores y su contenido temático, como del lado de los lectores. En un principio en México las imágenes generalmente se reproducían por medio de la técnica de la litografía, la cual proporcionaba una mayor calidad de la imagen y permitía una reproducción más fidedigna que los grabados de madera. Este tipo de reproducción fomentó que la línea editorial estableciera un vínculo entre los temas del contenido y sus imágenes, incluso impulsó que las revistas fueran consideradas como un producto sofisticado basado en la calidad y estética de las litografías. Una de las características que hacían tan valiosas las litografías era que permitían reproducir texturas y tonalidades de una amplia iluminación.

Otra característica de las primeras revistas es que eran más bien generales y poco a poco se fueron especializando, ya fuera bajo una temática o para un tipo de público más específico, como los casos de *Año Nuevo. Presente amistoso* (1837), *Calendario de las Señoritas Mexicanas* (1838), *El Semanario de las Señoritas Mexicanas* (1841), *Panorama de las Señoritas Mexicanas* (1842),<sup>65</sup> *El Presente Amistoso Dedicado a las Señoritas Mexicanas* (1847), *La Semana de las Señoritas Mexicanas* (1850).

---

<sup>65</sup> Sobre estos títulos se puede consultar con mayor detalle el trabajo de Gali Boadella, Montserrat, tesis de doctorado en Historia del arte, *Historias del bello sexo: la introducción del romanticismo en México*, UNAM, México, 1995.

La producción literaria y cultural del país se vio interrumpida hacia 1846, debido a los problemas que se suscitaron tanto en México como en otros países, con ello la mayoría de las revistas dejaron de imprimirse y quedaron prácticamente solo los periódicos; dada esta situación, los temas sobre los que versaron las publicaciones fueron de corte político. Al finalizar el conflicto se retomaron los proyectos editoriales de las revistas con los mismos colaboradores, sin embargo, apunta Pérez Salas que la temática abordó un corte más moralista y dejaron de representar lo mexicano por algo más extranjero, aunque lo adoptaron a la realidad mexicana, tal es el caso de la revista *El Álbum Mexicano* (1849).

Hacia la segunda década del siglo XIX surgieron algunas publicaciones cuyo destinatario era el público femenino, como *El calendario de las señoritas mexicanas*, (1838) de Mariano Galván; y *Presente amistoso dedicado a las señoritas mexicanas*, de Ignacio Cumplido.<sup>66</sup> En ellas se pueden encontrar poemas, cuentos, adivinanzas, descripciones de la moda, recetas de cocina y artículos variados.

Entre finales del siglo XIX y principios del XX circularon diversas revistas y periódicos femeninos que en algunos casos fueron dirigidas o redactadas por mujeres, haciendo que ya no fueran solamente lectoras, sino que se tornaran en colaboradoras desde diferentes ámbitos. A continuación mencionaré algunas publicaciones como antecedentes de las revistas, si bien algunas podrían ser periódicos por su tamaño u alguna otra particularidad formal, lo importante es vislumbrar brevemente los aportes de la prensa femenina y lo que esto significó para el objeto de estudio.

Una de las primeras revistas categorizada como femenina es *La Siempreviva*, que en 1870, en Mérida, sale a luz en forma de “revista quincenal”. Su planta laboral se constituyó por mujeres: directoras, escritoras y colaboradoras; para la historiadora Lucrecia Infante<sup>67</sup> es la primera con esos rasgos, rompiendo con la costumbre de tener una participación bajo la dirección masculina. Los principales temas de la revista eran el amor, los paisajes, la religión, la exaltación patriótica, así como algunos ensayos y poemas; aunque también se tocó el tema de la educación para la mujer.

<sup>66</sup> Estas publicaciones junto con otras fueron empresas masculinas dirigidas hacia el “bello sexo”, esto fue normal pero con el paso del tiempo se fueron integrando al equipo las mujeres. Se puede consultar más información en la tesis de maestría de Kenya Bello, *La educación sentimental. Editoras y lectoras porfirianas de la Ciudad de México en el ‘Periódico de las señoras’ (1896)*, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, México, 2007.

<sup>67</sup> Infante Vargas, Lucrecia, tesis doctoral: “De la escritura al margen de empresas culturales: mujeres en la prensa literaria mexicana del siglo XIX. (1805-1907)”, UNAM, México, 2009.

Posteriormente, entre 1875 y 1879 se publicó la revista *El Paje. Periódico de modas, literatura, variedades, etc., dedicado al bello sexo de México*, el cual, nos cuenta Lucrecia Infante Vargas<sup>68</sup> se entregaba gratuitamente en la tienda la *Gran Sedería*, que vendía artículos relacionados con la confección de ropa femenina; debido a lo cual, los contenidos de la revista eran sobre la moda, el arreglo personal, los accesorios, el manejo de hogar, entre otros, y, contrariamente a lo que anuncia su título, no hay artículos literarios. Para la investigadora esta revista, se puede considerar, por sus características, como una dedicada a la publicidad y con un público exclusivamente femenino, siendo una posible muestra de cómo la mujer era considerada no sólo lectora sino también consumidora; viéndolo así se explica que en prácticamente todas las revistas hubo anuncios publicitarios de productos dirigidos a las mujeres.

Las revistas, durante el porfiriato, estuvieron dirigidas principalmente a un público con un perfil culto, intelectual y profesional (que era un bajo porcentaje de la población); aunque, ante el incremento del interés en leer una publicación, se extendió el público destinatario; y es que también la población baja era un público que se fue interesando en las revistas que contenían temas sobre cosas prácticas y útiles, o bien que publicaban para conocer lugares, y de cosas diferentes que se relacionaban a las de su vida cotidiana. Las categorías de las revistas de esta época son: literarias y científicas, de variedades (desde política hasta recetas de cocina) y útiles y prácticas (como las del órgano de Escuela de Artes y Oficios, entre muchas otras).<sup>69</sup>

Para 1880 circuló *La mujer. Semanario de la Escuela de Artes y Oficios*, donde se buscaba enseñar a la mujer desde diferentes temáticas, como biografías de personajes, historia, geografía, literatura, entre otros. Lo interesante de esta publicación es que las mujeres que estudiaban en esa escuela, aplicaban su conocimiento y esto se reflejaba en la realización de composiciones tipográficas del taller cursado e impreso por las propias alumnas. Un punto a resaltar de esta escuela es que se apoyaba la idea de que las mujeres fueran educadas y trabajaran para mantenerse lejos de los vicios, además de no ver mal la incursión de las mujeres en el área laboral.

---

<sup>68</sup> Infante Vargas, *op. cit.*

<sup>69</sup> Indica Mílada Bazant: "En total había en la república 665 periódicos, de los cuales eran: diarios 28, semanarios 147, quincenales 81, trisemanales 6, mensuales 32." (Mílada Bazant, *op. cit.*, p. 212) La autora refiere que en el año 1892 la cantidad de periódicos pudo ser menor, debido a que a algunas revistas se les consideraba diarios, esto debido a que existe una línea muy delgada para distinguirlos. sobre todo en las primeras apariciones de las revistas. "Según el *Anuario* de 1897 había en toda la república 531 periódicos; seguramente en este número incluyeron las revistas; para 1907 había 1571" (Mílada Bazant, *op. cit.*, p. 220).

Más adelante, en 1883 se publicó *El correo de las señoras. Semanario escrito expresamente para el bello sexo*, en ella se fomentaba que las mujeres cumplieran con su papel de amas de casa y educadoras de la familia; contó con secciones de moda, medicina, economía doméstica, bordados y costura, arte culinario, literatura y biografías de mujeres. Este mismo año da inicio *El Álbum de la Mujer*, dirigido por Concepción Gimeno quien escribió varios de los artículos, principalmente los de la sección de biografías; otros temas que estaban presentes eran sobre la moda, los bailes, las tradiciones y el arte. Una característica interesante de este “periódico ilustrado” es la calidad en su impresión así como la de los grabados, cuyo contenido y calidad enriquecía la publicación.

Pos su parte, la revista semanal *El Mundo* se publicó entre 1894 y 1899, y después cambió su nombre a *El Mundo Ilustrado*, circulando de 1900 a 1914. Estuvo bajo la dirección de Rafael Reyes Espíndola por algún tiempo. El público al que estaba dirigido era principalmente la familia de clase media y alta, por ello los contenidos eran muy variados: literatura, teatro, música, noticias novedosas. Tenía una sección específica para las mujeres, en ella se encontraban temas sobre hogar, moda, labores manuales y belleza. Para esta revista la mujer no debía de ocupar el espacio de los hombres, la educación y la instrucción estaba destinada para el cuidado de los hijos y la economía doméstica; las ideas extranjeras sobre el feminismo eran rechazadas. Era una publicación que navegaba entre lo tradicional y lo moderno, sus artículos a lo largo del tiempo revelan esta postura.<sup>70</sup>

Ahora bien, la revista *La Mujer Mexicana. Revista científico-literaria consagrada al progreso y perfeccionamiento de la mujer mexicana*, que estuvo bajo la dirección de Dolores Correa apareció mensualmente de 1904 hasta 1908, y se interesaba por defender el derecho a la educación de las mujeres. Era una revista dirigida, redactada y sostenida por señoras y señoritas, con artículos referentes a las ciencias naturales, sociales, literatura y variedades. En esta publicación les parecía importante el binomio hogar y educación, y no deseaban abandonar los papeles de madres y esposas ya que no les parecía que estuvieran peleados.<sup>71</sup>

<sup>70</sup> Torres Aguilar, Moreno y Atilano Villegas, Ruth Yolanda, “La educación de la mujer mexicana en la prensa femenina durante el porfiriato”, en *Revista Historia de la educación latinoamericana*, vol. 17, núm. 24, enero-junio, 2015, pp. 217-242.

<sup>71</sup> Para ampliar la información sobre esta revista se puede consultar: Alfaro Gómez, Cecilia, “‘La erudición de las bocas púrpuras’. Defensa pública en torno al derecho de educación femenina en la revista *La Mujer Mexicana*”, en *Letras Históricas*, núm. 6, primavera-verano 2012, pp. 117-136.

El semanario *La mujer moderna* (1915-1919) estuvo a cargo de la directora Hermila Galindo. Esta publicación se alejó de las ideas sobre el papel de la mujer exclusivamente como madre, hogareña y tierna; aquí se estableció una postura política con tendencia hacia el carrancismo y con la idea de incluir a la mujer en el proyecto nacionalista. Cabe mencionar que aún con un corte “feminista”, mantenía secciones de cocina económica, higiene y salud, elegancia, entre otros; lo novedoso fue la inclusión de temas y artículos como los beneficios sobre el voto de las mujeres y relató su asistencia a congresos feministas.<sup>72</sup>

*Mujer. Revista por la elevación moral e intelectual de la mujer*, de la directora María Ríos Cárdenas, circuló quincenalmente de 1927 a 1929. Esta revista como el subtítulo deja ver, procuraba que la mujer se educara porque podría orientar a los hijos y además ayudaría a establecer una dignidad moral y de costumbres en su hogar; una vez más vemos el interés por educar a la mujer por las diferentes temáticas que abordaba la revista, y por el otro, cuidar su papel de madre y guardiana del hogar.<sup>73</sup>

Era común que las publicaciones del siglo XIX y XX tuvieran títulos que giraban alrededor de los conceptos hogar y familia, ya que a partir de los estereotipos sobre el papel de las mujeres se reducía a lo privado, lo doméstico y a lo familiar. Como se mencionó antes, si bien la educación se fue volviendo un tema recurrente y necesario para las mujeres, nunca se desligó de sus obligaciones con el hogar y la familia.

Y finalmente llegamos a las revistas femeninas de los años treinta y cuarenta, que son las de interés a esta investigación. Entre varias se pueden mencionar algunos nombres como *La familia. Revista de labores para el hogar* (1933), *Paquita: la revista de la mujer y el hogar* (1936), *El niño. La revista de las madres conscientes* (1935), *La familia para la familia* (1931), *Negro y blanco y labores: revista mensual de la mujer* (1937), *Mujer y deportes* (1934), *Hoy* (1937), *México al día* (1926), *Labores, la revista de dibujos prácticos y modernos para bordados. Encajes y labores femeniles* (1929). Por mencionar algunas que se encuentran bajo la delimitación que se ha establecido de lo que implica una revista femenina y el contenido que refleja la empresa editorial.

---

<sup>72</sup> Véase: Noguez Noguez, Oliva, “Hermila Galindo y ‘La mujer moderna’ (1915-1916). Abriendo espacios: entre la domesticidad y los derechos por la igualdad”, en *Historia 2.0*, año II, núm. 4, julio-diciembre 2012, pp. 60-78.

<sup>73</sup> Véase: Salguero Báez, Rosa Lili, tesina: “La revista ‘Mujer’. Periódico independiente para la elevación moral e intelectual de la mujer”, 1929-1929 y el feminismo en la Ciudad de México en los años veinte, UAM-Iztapalapa, México, 2000.



Otros referentes de la época con temas no exclusivos de la mujer pero con intereses para la familia en general, de ellas se pueden mencionar *Rex: revista ilustrada*, órgano del teatro Rex y de la Paramount (1937), *Revista de revistas, el semanario nacional* (1910), *El universal ilustrado* (1917-1940).

Los contenidos de dichas revistas versaban sobre las labores (tejido, bordado y costura), recetas de cocina, consejos para las labores domésticas, consejos para la conservación de la belleza, la moda femenina y del hogar, cuidado y educación de los hijos, correos sentimentales, historias cortas, principalmente de amor, consejos de salud médica para la familia, promoción y enseñanza sobre los nuevos productos y artículos indispensables para la mujer y el hogar. Así, prácticamente se evitaban los temas relacionados con política, economía y de la situación social en México; por lo menos en las revistas mencionadas, si bien hay otro corte de publicaciones con ideologías en torno a la emancipación de la mujer, la lucha feminista y obrera, las injusticias sociales, etcétera; también femeninas que evitaban los tintes políticos (pero las fuentes son aun más escasas que las mencionadas más comúnmente en la bibliografía del tema y no son pertinentes para las que son el objeto de estudio de esta investigación).

Algunas revistas, como *Paquita*, promovían la influencia, la moda y los referentes procedentes principalmente de Estados Unidos de América, siendo que los modelos y los temas eran retomados de las películas y las canciones. Por otro lado, revistas como *La familia* criticaban y calificaban de inmorales y transgresores los modelos sacados de las culturas extranjeras y todo lo referente al cine.

En las revistas, se difundían y promovían los adelantos tecnológicos domésticos como las nuevas máquinas de coser, los refrigeradores, las estufas de gas y los automóviles. Estos se promocionaban a través de la idea de ayudar a la mujer en las labores domésticas y perpetuar su papel de cuidadora del hogar.

Otro tema era el cuidado del cuerpo, que era un tema recurrente, ya que el papel de la mujer era ser madre y esposa, por ello se mostraban los ideales de la belleza y el cuerpo, se aconsejaba realizar un tipo de ejercicios específicos para cada zona del cuerpo, así como las medidas ideales del cuerpo.

Las revistas mostraban a una familia urbana, de clase media y alta, con acceso a productos tecnológicos, ropa, accesorios, etcétera, con posibilidades de estar a la moda, disfrutar de unas vacaciones, salir a pasear, tener pasatiempos, entre otros. En el caso de la revista *Negro y blanco*, hubo una sección de consejos para las mujeres del campo, pero los

modelos de las fotografías estaban al estilo de las norteamericanas, se encontraban vestidas a la moda pero con un toque de “campesinas”, y los paisajes eran bucólicos, representaban mujeres plácidas con su vida al cuidado de sus plantas y animales.

La incursión de las mujeres en el ámbito laboral se da por necesidades económicas. Los trabajos que principalmente tenían era como maestras, oficinistas, empleadas de comercio y servicios urbanos, oficinistas postales, secretarias, entre otras; por otro lado las mujeres de clase más baja eran obreras, artesanas o empleadas domésticas. Aunque desde el porfiriato se fomentó que las mujeres de clase media se incorporaran a las labores fuera del hogar, no fue sino hasta la época posrevolucionaria que se planteó que después de la crianza de los hijos, adquirirían tiempo que podrían ocupar para trabajar, no fue un planteamiento que surgió aquí, las mujeres extranjeras por aquel entonces comenzaban a ocupar su tiempo fuera del hogar trabajando y entre otros, este era un ideal a seguir. Algunas revistas mostraron su entusiasmo por salir de la esfera del hogar y los artículos hacían reflejo de ello, un cambio digno de mencionarse es que ya no sólo se referían a cuidar su apariencia para el marido también para el ámbito laboral sin que eso las convirtiera en coquetas y provocadoras.

Vemos entonces que los impresos fueron detonante de cambios. Las mujeres lectoras fueron creciendo y no se conformaron con sólo leer, se incorporaron a la escritura aunque en un principio no fueron bien recibidas e incluso las criticaron duramente. Las transformaciones sociales de alfabetizar a las mujeres, mayores oportunidades para el empleo y la escolarización ayudaron a que iniciaran con la escritura.

Lucrecia Infante,<sup>74</sup> indica que en el año 1805 fue la primera vez que apareció la firma de una mujer en un texto del *Diario de México*; es posible que no sea la primera, pero si anteriormente escribieron debieron hacerlo bajo seudónimos, una práctica muy común, aunque esto fue cambiando y los nombres de las mujeres empezaron a aparecer. Además, a las mujeres se les enseñó a leer pero no a escribir, esa era una tarea para los hombres y en la medida en que la educación fue cambiando e incluyendo también a las mujeres, la escritura formó parte de ese aprendizaje. Así mismo, la primera publicación destinada exclusivamente para el público femenino fue en el año 1843 con el *Calendario de las Señoritas Mexicanas*, ya citado anteriormente. De ser sólo lectoras, las mujeres llegaron a encargarse de un proyecto editorial por completo, conformando la dirección, redacción, editorial, colaboradoras, etcétera, como en el caso de *Álbum de la mujer*.

---

<sup>74</sup> Infante, Vargas, *op. cit.*, p. 18.

### 1.3 Tipología, clasificación y morfología de las revistas femeninas

Por lo general a las revistas dirigidas a las mujeres se les conoce como *prensa femenina*, lo cual lleva a una complejidad metodológica y a la necesidad de establecer una tipología adecuada y clara. Para empezar todo se resume a prensa sin hacer distinción de qué implica la palabra, pero aquí no se discutirá este concepto; el que sí es de nuestro interés es el *revista femenina*, debido a que se le ha dado un uso indiscriminado o indistinto con el de *revista para mujeres*. Justamente en este apartado abordaremos esta problemática y cómo organizar para entender mejor la estructura y clasificación de una revista femenina.

Al referirnos al término “femeninas” comienza la complejización, porque llevan a pensar en: literatura escrita por mujeres, publicaciones dirigidas a mujeres, publicaciones editadas o realizadas por mujeres. Generalmente se utiliza el criterio para distinguir una revista al público, aún cuando es la más reconocida y aplicada resulta bastante ineficiente para definir las.

Es importante anotar que la diferencia entre *revista femenina* y *revista dirigida a mujeres*, radica en que en el primer caso se refiere a las que están “dedicadas al espacio” reproductivo y a la feminidad; mientras que en el segundo caso, son las que están dirigidas a las mujeres como el público y los intereses de los contenidos pueden ser muy diversos.

La autora Menéndez indica que la definición más reciente que ella encontró en su investigación, y probablemente más completa sería:

revistas dirigidas a mujeres son aquellas publicaciones seriadas especializadas, de periodicidad variable y superior a una semana; distribuidas bajo distintas fórmulas de difusión (de pago, gratuitas o mixtas); cuyo objetivo es explícita o implícitamente de sexo femenino, ya sea adulto o juvenil (circunstancia verificable a través de sus editoriales, la temática, sus inserciones publicitarias y los estilos de comunicación); cuya audiencia está mayoritariamente integrada por mujeres (entre el 60 y el 75 por ciento como mínimo) y que, en función de sus características formales, pueden formar parte o no de las publicaciones de alta gama.<sup>75</sup> En cuanto a los contenidos, son títulos que abordan, bajo diferentes tipologías y

<sup>75</sup> El concepto de gama alta, media o baja es muy recurrente en la literatura española; se refiere al tipo de publicación y público al cual se dirige, en este caso, al ser de alta gama implica que es una revista para un estrato social alto y por ello su contenido, así como el gramaje del papel, calidad de impresión, fotografías, etc. denota estas circunstancias. Sin embargo, puede resultar muy aspiracional el adquirir una de estas revistas y no nece-

con objetivos distintos, los aspectos relacionados con la socialización diferencial femenina y el espacio reproductivo y, sólo en algunos casos la discriminación de género y/o la emancipación de las mujeres.<sup>76</sup>

Ahora se abordarán las propuestas para definir a las revistas femeninas desde diferentes posturas porque es un trabajo que hasta la fecha no ha sido determinante y siempre se han abierto brechas para continuar con investigaciones al respecto.

Una propuesta de sistematización es la de las francesas Samra-Martine Bonvoisin y Michèle Maignien<sup>77</sup> realizada en los años ochenta. Las autoras establecieron dos categorías de la prensa femenina: 1) por estilos y formas de vida; y 2) por grupos de edad y categorías socioprofesionales. Sin embargo, presenta problemas al tratar de incluir a todas las revistas dentro de ellas sin realizar distinciones o sin tener donde colocar a las que quedan en medio.

En cuanto a lo que se ha trabajado en España, Mónica Figueras realiza la siguiente categorización de: 1) revistas sobre temas de mujeres o femeninas, 2) revistas ideológicas (políticas y religiosas); y 3) revistas feministas. Si bien es interesante esta propuesta, pueden ser imprecisas algunas de las divisiones y confundir y mezclar una revista entre la categoría ideológica y feminista.

Ante esta situación, diferentes autores trabajaron varias propuestas de clasificación, en algunos casos aumentando las divisiones o separándolas de otro modo; pero en general se mueven dentro de esas mismas clasificaciones y no hay un punto de encuentro que estipule las razones por las cuales se debería de dividir de una u otra manera. Ello puede devenir en un conflicto porque cada revista puede ser susceptible a un propio criterio y entonces ya no serían de utilidad estas divisiones. Cabe recordar que cada propuesta de una revista es un proyecto de la industria cultural que lleva la construcción de un mensaje específico y en ello se funda toda la publicación.

Otra propuesta interesante que ayuda a ubicar en mayor medida las revistas, es la de Juana Gallego, quien propone una clasificación en función de los objetivos de la publicación,

---

sariamente refiere para quién está dirigida y quién la compra. Otro punto importante, es que estos conceptos no son una categoría de análisis para la revista, en todo caso funcionan únicamente para analizar la publicidad. Garrido Rodríguez, María, *Revistas femeninas de alta gama. Crónica de un desdén*, Comunicación social, Salamanca, 2012.

<sup>76</sup> Menéndez, *op. cit.*, 2013, p. 193.

<sup>77</sup> Menéndez, *op. cit.*, 2013.

propuesta que es similar a lo que se ha ido construyendo y desarrollando en este capítulo; a continuación se detallará su propuesta:

- Revistas femeninas de información general; esta categoría proporciona una idea general de lo que es y representa ser mujer en la sociedad; esto quiere decir que se puede hacer una distinción del indicio de publicaciones por medio de los elementos formales y discursivos: la portada, el nombre, el estilo de mensaje comunicativo y el contenido.
- Revistas especializadas de divulgación y orientación; esta categoría se especializa en el ámbito de las labores domésticas, puede ser por medio de consejos que orientan a realizar una determinada actividad.
- Revistas especializadas de servicios; se enfocan a un tema concreto y la revista es sobre lo que presenta, por ejemplo son temas de la calidad de vida, la salud, la higiene, la decoración, etcétera.

Esta propuesta es capaz de abarcar los temas que tocan las publicaciones femeninas desde su origen hasta la actualidad, sin embargo queda únicamente como un primer acercamiento porque deja fuera algunos aspectos que la variedad de proyectos editoriales planteaban, ya sea para seguir los pasos de otra revista o para generar nuevas propuestas.

Por lo tanto, el trabajo de establecer una clasificación requiere una elaboración sofisticada y no resulta fácil, y es importante que se tomen en cuenta diversos aspectos para no confundir a las revistas destinadas a mujeres y las revistas femeninas. Para ello, y en primer lugar se tomará en cuenta el proyecto editorial, porque eso constituye a la audiencia a la cual está dirigida la revista y todo el desarrollo que se verá implicado en sus contenidos. Podemos establecer que, y a modo de resumen, lo que distingue a una *revista femenina* es tener un contenido con temática femenina, donde estén implicados los roles de género,<sup>78</sup> es decir, que

---

<sup>78</sup> El concepto de género como se entiende en esta investigación es “el género como un producto de la relación social entre los sexos, relación que puede recuperarse a través de los periódicos de una época específica” (Hernández Carballido, Elvira “La categoría de género y la investigación en comunicación. Caso específico, la historia de la prensa nacional” en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, mayo-agosto, año/vol. XLVIII, número 197, UNAM, México, 2006, p. 164.). Es decir que las semejanzas y las diferencias entre los hombres y las mujeres producen relaciones que se estipulan a partir de ello, porque necesariamente se ven marcadas las experiencias y los comportamientos de cada sujeto, como dice Elvira Hernández Carballido “representa un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen a los sexos y es una forma primaria de

en dichas publicaciones se refleja la construcción de identidades culturales, cuyo propósito está directamente relacionado con la socialización y las representaciones de la vida cotidiana.

Hay dos puntos a destacar para que se logre la articulación con el resto de esta investigación y que acontecen, principalmente, en las revistas que serán analizadas: en primer lugar, las revistas femeninas son las que su temática, además de ser las protagonistas de la socialización, son mujeres —pueden incluir algunos aspectos del hogar, pero no son tan frecuentes—; y en segundo lugar, las revistas especializadas que desde su título hacen referencia al espacio reproductivo que es el hogar; en ellas generalmente se pueden encontrar secciones sobre confección, patrones y labores, salud y bienestar, gastronomía y decoración. Si bien estas dos revistas femeninas parten de un principio de clasificación la propia tipología permitirá abordar a las dos revistas de modo más preciso.

A partir del trabajo de Garrido se plantea a continuación una propuesta de tipología de las revistas que depende del título, y es que, aunque ambas son dirigidas al público femenino, se profundiza en las implicaciones que tienen el resto de elementos:

---

relaciones significantes de poder entre estos.” (*ibíd.*, p. 164). Como lo plantea Marcela Lagarde, el fin último es llevar el género a la inclusión de las mujeres, si bien es el reconocerlas frente a los hombres, también lo es mover el contexto desde la mujer: “La perspectiva de género tiene como uno de sus fines contribuir a la construcción subjetiva y social de una nueva configuración a partir de la resignificación de la historia, la sociedad, la cultura y la política desde las mujeres y con las mujeres”. (Lagarde, Marcela “El género”, fragmento literal: ‘La perspectiva de género’, en *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*, horas y Horas, España, 1996, p. 1) También puede revisarse al respecto en: Hernández Carballido, Elvira “La historia de la prensa en México desde la perspectiva de género” en *Informação & Comunicação*, v. 14, n. 2, jul/diez 2011, pp. 66-95.

Elementos	Tipos	Subtipos
Contenido	Consumo	Información general y consejos
	Especializada	Información específica
Personajes	Editorial	General
	Público lector	General
Público	Género y edad	Mujeres
Difusión	Ámbito geográfico	Nacional
		Internacional
Periodicidad		Semanal, quincenal, mensual, bimestral, etcétera
Precio		
Técnico	Formato	Chico, mediano, grande
	Impresión	Litografía, rotativa

Tabla 1. Elementos para el análisis de una revista. Fuente: Garrido, 2012, p. 26, adaptación propia.

La tabla anterior ayuda a tener un primer acercamiento al objeto de estudio y a determinar si pertenece a la clase de revistas a investigar, ya que como se vio en los antecedentes de las revistas, las publicaciones vinculadas con las mujeres en general, no establecen relaciones con sus contenidos y esto puede resultar una diferencia sumamente necesaria para comprender todo lo que involucra a una revista femenina.<sup>79</sup>

Veamos ahora algunos puntos. En la tabla, el término “contenido” se refiere a dos tipos específicos: de *consumo* y *especializada*. Si bien dentro del mundo de las revistas femeninas y para mujeres se tocan los contenidos relacionados con la propensión hacia la instrucción (difusión del conocimiento) y la educación (formadora de la familia e inserción de la mujer en la esfera educativa), cabe recordar que estas dos son distintas por su contenido.

<sup>79</sup> De cierta manera es lo que realiza Fernando Curiel en su libro *Índice de las revistas culturales del siglo XX (Ciudad de México)* donde estipula la misma información pero a modo de una ficha, en el cuarto capítulo es donde se darán los detalles y contenido de esta tabla para comprender y aproximarnos a los casos de estudio. Curiel Fernando, Ramírez Carlos y Sierra Antonio, *Índice de las revistas culturales del siglo XX (Ciudad de México)*, UNAM, México, 2007.

Por lo menos se pueden distinguir dos ejes temáticos esenciales en las revistas femeninas, en palabras de María Garrido Rodríguez:

**Belleza:** es la principal aspiración asignada a la feminidad desde el siglo XIX. En las revistas para mujeres no se presenta sólo a través de la publicidad, también los contenidos informativos relatan aspectos relacionados con este fin. La belleza en las revistas femeninas está asociada a otros valores como la juventud o la salud. La gimnasia, la alimentación, las dietas, los maquillajes, la salud, todo hay que conducirlo hacia la idea de conservar la juventud, y a través de ella, la belleza.

**Hogar:** será el espacio en el que parece materializada la felicidad, Se convierte en un concepto, en una idea de paz y armonía que no se encuentra afuera.<sup>80</sup>

Para ampliar estas dos ideas e ir perfilando por dónde caminan las revistas femeninas, se desarrolló un cuadro basado en el trabajo de María Isabel Menéndez:<sup>81</sup>

Ejes temáticos	Temas	Subtemas
Belleza	Cuidado personal	Productos de belleza, alimentación, higiene, moda, gimnasia
Hogar	Doméstico	Cocina, manualidades, decoración, consejos
	Familia	Los hijos, el marido, la educación
	Vida cotidiana	Temas de actualidad e inquietudes
	Cultura y entretenimiento	Literatura, cine, viajes, reportajes

Tabla 2. Elementos para el análisis de una revista femenina. Fuente: elaboración propia

<sup>80</sup> Garrido Rodríguez, *op. cit.*, p. 31.

<sup>81</sup> *Ídem*, p. 32.



En la bibliografía que hay sobre el tópico se menciona que tradicionalmente se pueden identificar cinco ejes temáticos, los cuales logran mostrar el panorama de las revistas que existen, son:

- Revistas de decoración
- Revistas de gastronomía
- Revistas de famosos
- Revistas femeninas
- Revistas de patrones y labores

Estos ejes muestran las posibles combinaciones que se pueden generar con los temas para crear diferentes posibilidades que permitan diferenciar las revistas femeninas, ya que muchos de estos temas pueden encontrarse en una misma revista, y no necesariamente el proyecto editorial se desarrolla sobre un mismo contenido, como es el caso de las revistas que se analizan en esta investigación.

En la mayoría de los casos revisados, los ejes temáticos aparecen mezclados porque se ha ido viendo que una de las características de la revista es la versatilidad que representa por sus variantes y propuestas de secciones. Incluso, las revistas que tienen como subtítulo un tema específico (*Labores para el Hogar*) implican diversidad en todo lo que acontece dentro de la casa; lo mismo sucede en el caso donde se sugiere que es una revista para familias, aún en estas existen variables dentro de los subtemas como son los hijos, el marido, la salud, economía doméstica, entre otros.

La tipología permite reconocer las características de cada proyecto editorial que si bien, en apariencia son similares, profundizando se pueden detectar factores que las hacían únicas o no, así como la posibilidad que ello llevó a su éxito comercial o su corta duración. Por medio de esta categoría se podrá entender mejor las revistas *Belleza: la revista de la cultura estética* y *El Hogar: la revista de las familias* que son el objeto de esta investigación (último capítulo).

#### 1.4 Un soporte que revela quién la dirige y quién la lee

Una revista femenina posee una serie de particularidades para distinguirse de cualquier otro producto impreso, si bien sus características formales y de contenidos las guían por un camino, éste debe ser tomado desde el punto de vista de cómo será dicha revista y qué se busca en



ella. Como ya vimos, en el circuito de comunicación el papel del editor es fundamental para desarrollar una publicación específica.

Los proyectos editoriales que se han revisado hasta el momento, muestran que debían definir el sector al cual pretendían representar y dirigirse, tanto como los objetivos que los marcarían y determinarían el futuro de la revista. Si el proyecto se desarrollaba bajo esos parámetros, existía una alta probabilidad de subsistir, y por ello crecer y adaptarse a las nuevas realidades

Por lo general los directores de las revistas también desempeñaron el papel de editorialistas, distribuidores, escritores, tipógrafos e impresores. De acuerdo a la magnitud de la empresa editorial se podían delegar puestos o, por el contrario, cumplir la función de todos. De cierta manera quien tenía el cargo podía tener el “control” de la producción completa, sin embargo eso podría generar descuido en ciertas áreas; justamente lo contrario que un proyecto con mayores recursos podía buscar para la realización. El trabajo realizado dentro de las publicaciones es lo que se externaliza con el producto: la revista; tanto forma como contenido se veían preñados del esfuerzo que cada editorial invertía en todos los sentidos.

Resulta importante distinguir que aun cuando dentro de las revistas el equipo de trabajo desempeñaba todos los roles, sí hay una diferencia entre cada uno de ellos. Martínez de Sousa define al editor como:

Persona, empresa o entidad que funda una publicación o la mantiene desde el punto de vista económico y financiero. Persona en la que el propietario de una publicación delega la responsabilidad de mantener la línea editorial. Responsable. El que, con arreglo a las leyes, firmaba todos los números de los periódicos políticos y respondía de su contenido, aunque estuvieran redactados por otros.<sup>82</sup>

No es lo mismo lo que hace el editor y el director, ya que el primero es el propietario o su representante, quien determinará cuál será la línea ideológica y en general de la editorial, además de que su labor es crear las circunstancias técnicas y económicas para que el proyecto pueda realizarse. Las empresas editoriales buscaban difundir diversas ideologías, propuestas, contenidos, manifiestos, entre otros; las cuales llevaron y constituyeron puntos de encuentro

---

<sup>82</sup> Martínez de Sousa, *op. cit.*, p. 160.

entre las nuevas prácticas de los sujetos sociales que la modernidad iba planeando, podemos decir en palabras de Martínez de Sousa que el editorial es:

Artículo de fondo de una publicación periódica, donde se expone el punto de vista de la misma con respecto a determinados hechos o actitudes, haciéndose eco de un estado de opinión o tratando de crearlo. (Implica la responsabilidad moral de todo el equipo redaccional). [...] El editorial no debe de ser un ensayo ni un tratado. El estilo ha de ser de los que pretenden captar la opinión, es decir, de sollicitación. (Estilo de sollicitación de opinión.) El comienzo debe ser cuidado de forma especial: de él dependerá que el lector lo lea con interés o lo abandone a la tercera línea.<sup>83</sup>

El editorial, como ya se refirió dependerá del objetivo que se busque y por ello debe de ser exacto y corto y por lo general se encuentra a la entrada de la revista o en la segunda página; a diferencia de un periódico en el cual se acostumbra que esté en una columna en la primera página. En el editorial pueden encontrarse desde un solo tema hasta tres, esto de acuerdo a la extensión, la relevancia, los intereses y las novedades.

En ocasiones, resulta complicado usar algunas publicaciones como testimonio de procesos sociales, debido a su carácter efímero. Sin embargo, es posible establecer mediante la información contenida en ellas la organización interna del grupo y sus interacciones con grupos sociales y culturales. Esto ayuda a entender cómo se desarrolló la revista, cómo se elaboró y en qué sentido tuvo efectos en diversos ámbitos, por ejemplo en el público lector, el tiempo de circulación, la como tendencia, en comparación a otras de su tipo, etcétera.

En las revistas hay una serie de colaboradores (de escritores, ilustradores, fotógrafos, entre otros) que dependen del contenido de la revista, lo cual permite un hilo conductor de índole ideológica, así como de contenido. Esto con la finalidad de que el proyecto de publicación inspire al público lector a adquirir o leer el producto.

Los ejes que van construyendo el proyecto son: los editoriales, los artículos, los manifiestos y las secciones que expresan las actividades y posturas de la revista. Por ejemplo, cuando uno de estos ejes va firmado, se otorga legitimidad y posicionamiento al producto.

Las revistas femeninas estuvieron a cargo tanto de hombres como mujeres, lo que muy probablemente afectara de diversas formas a los proyectos, como se detalla líneas arriba con

---

<sup>83</sup> Martínez de Sousa, *op. cit.*, p. 161.

algunos ejemplos donde las propuestas editorialistas llevaban líneas sobre la definición de la mujer que partía desde la educación y el hogar. Habrá habido algunos puntos de encuentro, pero muchos otros no, lo cual también hacía que el público lector prefiriera una revista sobre otra.

El proyecto editorial no es nada si no hay un lector que lo lea, por ello es indiscutible el papel de la historia de la lectura para comprender los textos, y da un aporte necesario a la aproximación de su conocimiento, en palabras de Olson: “Los nuevos modos de lectura dieron origen a nuevos modos de escribir textos, y esto a su vez dio lugar a nuevos modos de pensamiento acerca del mundo y la mente”.<sup>84</sup> El propio objeto material propone una lectura que a su vez el lector puede realizar con una interpretación diferente, si bien surge con una intención, las maneras de leerse siempre se verán afectados por circunstancias variadas. Y es que el modo en que se ha leído a lo largo de la historia, ha pasado por una serie de transformaciones y cambios. Esto ha sido, sin lugar a dudas, debido a los lectores pero también se puede deber a la estructura que configura a los textos y necesariamente el significado que puedan denotar éstos. Es decir que se mueve en dos sentidos, uno es el lector y otro la forma material de la publicación, en donde la variación de las maneras de leer afectan el sentido, para McKenzie: “nuevos lectores hacen, por supuesto, nuevos textos y que sus nuevos significados son consecuencia de sus nuevas formas.”<sup>85</sup>

Si bien aquí no se realizará un recorrido histórico de los hábitos de la lectura, si destacaré una serie de momentos relevantes que marcaron este proceso para entender las transformaciones del modo de leer y su impacto en la materialidad y las formas de los textos. Primero que nada es importante mencionar que dentro de la historia de la lectura existen dos posturas sobre cómo se entiende la lectura; por un lado se entienden a los textos como abstractos donde la construcción del sentido se piensa en la obra en sí misma; una de las aproximaciones hacia este estudio es la historia literaria clásica quienes no toman en cuenta las formas tipográficas. Por el otro lado, está la postura en la que los textos deben cobrar una forma para que puedan ser leídos y de ellos dependen cómo tendrán sentido para los lectores, por lo tanto las forman influyen en cómo nos llegan los textos.

Para David Olson, quien es partidario de la primer postura, la escritura no cumple con los dispositivos necesarios para representar lo que se quiere decir, esto es, sólo refleja la sintaxis y no la pragmática de un enunciado, no da los indicios sobre cómo se debe de leer y

---

<sup>84</sup> Olson, *op. cit.*, p. 167.

<sup>85</sup> McKenzie, *op. cit.*, p. 15.

por ello el lector no cuenta con las características para determinar la manera en que el autor quiere que se interprete. Ante ello, las marcas que dejan los textos como los rasgos tipográficos, los espacios y otros elementos compositivos intentan solucionar la intencionalidad con la que se debe leer un texto.

El texto cobra un significado a partir de la gramática, aunque no es de lo único de lo que depende, también lo hace de la expresión que es dada por las marcas explícitas, las cuales muestran cuál es la intención del autor sobre cómo quiere que su público realice una interpretación. Para este autor, en la interpretación de los textos debe de suceder lo que los propios autores buscaban y pretendían que fueran interpretados, por lo tanto es importante el papel del autor sobre el lector.

Por el otro lado, en el impreso es necesario considerar que el texto sólo existe porque existe un lector que le otorga un significado. Un aporte significativo de la historia de la lectura y su práctica ha sido el incorporar la historia de los objetos escritos porque: “las formas producen sentido y que un texto está revestido de un significado y un estatuto inéditos cuando cambian los soportes que le proponen a la lectura.”<sup>86</sup>

Entender la historia de la lectura y los lectores, implica cómo han sido utilizados los textos, además de comprendidos y apropiados. Esto es algo que Chartier retoma de Ricoeur, cuando habla sobre “el mundo del texto” y “el mundo del lector”, donde consideran que para construir el sentido necesariamente hay que considerar a los objetos y las formas; en otra instancia son las interpretaciones y las prácticas de los lectores.

La escritura, materializada en lo impreso tiene como fin conservar un texto, esto lo pudieron entender desde la Grecia clásica, quienes pronunciaron que la escritura servía para asentar los textos y así perpetuarlos. Aún cuando la memorización se privilegiaba, la necesidad de mantener un registro incrementó por su utilidad y unicidad.

Para entender el impacto que tuvo en la lectura la materialidad de los libros, comencemos por analizar el cambio de la lectura en voz alta a la silenciosa, ello tuvo consecuencias en el significado y la función del libro. Este cambio dio inicio en Europa de la alta Edad Media donde principalmente se leían libros para conocer a Dios y poder salvar el alma, por ello las páginas acomodaban el texto de forma tal que permitiera ubicar y facilitar una lectura posterior. Además del efecto de permitir una lectura que se acercara a una práctica

---

<sup>86</sup> Cavallo Guglielmo y Roger Chartier (coords.), *Historia de la lectura en el mundo occidental*, edit. Taurus, México, 2006, p. 12.

meditativa y al vivir en comunidades, el propio espacio forzaba a bajar la voz. Es decir que el propio libro afecta en la interacción que realizará el lector y esa fue una constante hasta el día de hoy, los hábitos de lectura no son los mismo en la historia.

Olson habla del otro lado de esta postura, cuando habla de Lutero: “Por su hipótesis de que los textos tenían un significado histórico único que se alojaba en las palabras, visibles para todos, y que no dependían de ninguna intuición privada o privilegiada, Lutero fue un modelo del nuevo modelo de leer.”<sup>87</sup> Para comprender la intención del significado, Lutero consideraba necesario hacer un estudio serio y sistemático donde la interpretación de los textos dependía de su contexto textual. Además mostró que los textos pueden ser leídos por sí mismos, no eran necesarias las interpretaciones de algún tipo de autoridad y el acceso a ellos sólo dependía de la capacidad de leer para consultarlos.

Otro cambio en la práctica lectora tuvo lugar entre finales del siglo XI y el siglo XIV, esta actividad se incrementó pero no con el fin de acumular, sino de darle significado al texto. Por ello la página escrita tuvo un cambio:

La escritura se transformó en una suma de compendios, con el fin de hacer más rápida la lectura; el espacio-página se dividió en dos columnas más bien estrechas, de modo que cada renglón entre un campo visual unitario y por ende más fácil de captar; el texto se fraccionó en secuencias con el fin de facilitar la consulta y la comprensión.<sup>88</sup>

Lo que plantea es que la forma del texto en la página del libro permitía generar un tipo de lectura que propiciaba o no la fluidez en la lectura; esta ha sido una de las estrategias para que el texto pueda tener sentido sobre el lector.

Las prácticas de lectura durante la Edad Moderna se vieron afectadas principalmente por la tecnología: la multiplicación, elaboración y circulación de los textos permitió tener mayor cantidad disponible y alcanzar a mayor número de lectores, dejando a un lado la copia manuscrita como la única fuente de adquisición de libros. Otro impacto importante fue que la imprenta hacía una reproducción idéntica, con ello hubo una serie de repercusiones tanto en la transmisión como en la recepción.

---

<sup>87</sup> Olson, *op. cit.*, p. 177.

<sup>88</sup> Guglielmo y Chartier, *op. cit.*, p. 33.

El libro como objeto conservó más o menos las mismas características antes y después de la imprenta, lo que sin lugar a dudas marcó una importante diferencia en el modo de leer: a partir de que los lectores tuvieron mayor cantidad de libros, la lectura se volvió una actividad más rápida y surgió un mayor interés por ella, es decir, se convirtió en una “lectura intensiva”.

Una repercusión en la manera de leer entre los siglos XVI y XVII fue el juego entre los blancos y negros de una página por medio de la generación de párrafos, con ello se estableció un descanso, esto era una diferencia del texto corrido, y fue una práctica frecuente durante el Renacimiento, así como el uso de los puntos y aparte; su apariencia visual también daba orden y sentido al texto. Esta práctica propició las pausas y las intenciones sobre cómo leer el texto, ya que se podía comprender mejor una idea si era separada de otra por medio de los puntos y permitía regresar en cualquier momento para retomarla. Se puede decir que estas estructuras de legibilidad han sido adaptaciones de lo que el texto quiere decir al materializarse, para que la interpretación se pueda realizar hacia un sentido. Estos ejemplos nos ayudarán a comprender en el cuarto capítulo la importancia que tiene la forma sobre los significados que imprimen en los lectores, así como la propia estructura de una revista genera modos de leerla e interpretarla.

La historia de la lectura no entiende al texto fuera de la materialidad como ciertos estudios tienden hacerlo, por el contrario, como vimos con el postulado de McKenzie, hacer un análisis con una lupa bibliográfica permite ver cómo las formas de las publicaciones intervienen en los propios desplazamientos de la página hacia una construcción del sentido, y sobre todo, ve la importancia de las marcas y rastros que quedan en un libro, desde las anotaciones personales del lector hasta los datos de circulación de los librerías.

Un dato que refleja el valor que se le daba a, y lo que constituía la materialidad, tanto por parte del editor como asumiendo que pudiera tener un lector, es en un anuncio del siglo XVIII: “El texto de la *Coutume* está impreso en *Cicéro* y los comentarios mismos en *Saint-Augustin*. Toda la obra está realizada en un papel hermoso fabricado en Angoulême.”<sup>89</sup> Esta es una muestra del posible conocimiento que se tenía en torno a las impresiones y los factores que se veían involucrados para obtener una publicación.

La lectura era moldeada y venía representada por una serie de formas que le daban presencia a un significado, donde algunas veces los autores, los editores o los tipógrafos

---

<sup>89</sup> Darnton, Robert, “Historia de la lectura” en *Formas de hacer historia*, Alianza, Madrid, 1996, p. 195 (Newberry Library, caja Wing Z45.18 ser.1a, n.º 31).

intervenían en los modos de leer, puesto que dirigían la interpretación y comprensión. Podemos decir que los lectores afrontan una materialidad, ya que los textos no son abstractos y no quedan como ideas meramente y en ella de acuerdo a la organización de las formas dependerá el modo en que se leerá y comprenderá. Ante ello sostiene Chartier: “Las formas producen sentido y que un texto adquiere el significado y el estatuto de inédito en el momento en que cambian los dispositivos del objeto tipográfico que lo propone a la lectura.”<sup>90</sup>

Entonces las formas son las que llegan a un lector, y si es así, el texto debe tener una forma para que éste sea comprendido; en contraste con la postura de Olson para quien el texto existe en sí mismo. En palabras de Chartier: “Hagan lo que hagan, los autores no escriben libros. Los libros no están escritos. Son fabricados por escribas y otros artesanos, por mecánicos y otros ingenieros, y por prensas de impresión y otras máquinas.”<sup>91</sup>

Para concluir este apartado es necesario mencionar el papel que tuvieron específicamente las mujeres. El autor Martyn Lyons indica que las nuevas lectoras del siglo XIX cambiaron de gustos, por ello se tuvieron que diseñar nuevas propuestas de lecturas de consumo; fue ahí cuando iniciaron las revistas, los libros de cocina y las novelas populares.

A principio del siglo XIX las mujeres leían a través de sus esposos, padres o hermanos quienes les leían en voz alta, por lo general sucedía en reuniones con los miembros de la familia o en tertulias, pero los hombres eran quienes desempeñaban ese papel. Para las mujeres de clase más baja sucedía lo contrario, muchas de ellas leían para los demás sin que supieran escribir porque la contabilidad y la escritura era exclusivamente varonil.

Como vimos anteriormente, muchas mujeres no se conformaron con sólo ser lectoras y se incorporaron a la escritura, pero esto sucedía tardíamente porque al principio se consideraba que las mujeres eran sólo aptas para leer novelas, como relata Lyons: “La feminización del público lector de novela parecía confirmar los prejuicios imperantes sobre el papel de la mujer y su inteligencia. Se creía que gustaban de la novela porque se les veía como seres dotados de gran imaginación, de limitada capacidad intelectual, frívolos y emocionales.”<sup>92</sup>

El papel que tuvo la educación en las mujeres fue un elemento indispensable para que se convirtieran en lectoras, si bien siempre lo fueron, hay que reconocer que estaba enfocado

---

<sup>90</sup> Chartier, Roger, *El mundo como representación*, Gedisa, Barcelona, 2005, p. 108.

<sup>91</sup> Chartier, *op. cit.*, p. 111.

<sup>92</sup> Lyons, Martyn, “Los nuevos lectores del siglo XIX: mujeres, niños, obreros” en *Historia de la lectura en el mundo occidental*, edit. Taurus, México, 2006, p. 483.



en un público exclusivo de la clase media y alta que con el tiempo fue cambiando. En México, durante el gobierno de Porfirio Díaz se implementaron proyectos de alfabetización, sin tener un buen resultado: en 1895 la población que sabía leer y escribir era del 14%, para 1910 únicamente se llegó al 20%.<sup>93</sup> Aún con estas cifras circulaban una gran cantidad de publicaciones que pudiera hacer pensar que la cifra de alfabetizados era mayor, además de el presupuesto de que había un ambiente cultural que propiciaba la literatura, la ciencia y las bellas artes.<sup>94</sup>

Para 1920 se continuó con el impulso de alfabetización, a través de los proyectos nacionalistas que propugnaban unidad; un claro ejemplo de ello es el papel que desempeñó José Vasconcelos en términos educativos y culturales. Durante esos años lo que se leía principalmente eran periódicos de diversa índole, en segundo lugar las revistas y en tercero las novelas, principalmente de escritores franceses.<sup>95</sup>

Cabe enfatizar que aún cuando las mujeres empezaron a tener un nivel educativo, las labores domésticas y el cuidado del hogar siguieron preponderando su papel como mujeres, por ello no podían disponer de todo el tiempo para leer ya que las prioridades eran sus obligaciones en la familia; efecto de esto sobre la manera de leer una revista es el que relata Lyons: "Hasta el siglo XIX las revistas para mujeres no descubrieron el valor de cortar sus textos e intercalar anuncios ilustrados. Al hacerlo, proponían una lectura fragmentada más acorde con el ritmo de trabajo cuajado de interrupciones de un ama de casa moderna."<sup>96</sup>

Ello es un reflejo de las prácticas de lectura, donde la revista funge como un vehículo que se adaptaba a las necesidades de su público lector, además de propiciar el acudir una y otra vez a la revista para recibir los consejos y enterarse de las noticias. Aquí radica una de las diferencias y propuestas de la revista como publicación distante a cualquier otro tipo de impreso y que repercutió en la manera de generar sentido a los textos.

---

<sup>93</sup> En el año 1895 las mujeres que sabían leer eran el 11%, en contraste con los hombres con un 17%, para el año 1910 las mujeres incrementaron a un 17% y los hombres un 22%. Lo cual indica que ligeramente más mujeres se incorporaban a la educación, como parte de su formación se les enseñaba durante el porfiriato a la par la lectura y la escritura. Bazant, Mílada "Lecturas del porfiriato" en Zoraida Vázquez, Josefina (coord.), *Historia de la lectura en México*, El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos, México, 1999.

<sup>94</sup> Zoraida Vázquez, Josefina (coord.), *Historia de la lectura en México*, El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos, México, 1999.

<sup>95</sup> Bazant, *op. cit.*

<sup>96</sup> Lyons, *op. cit.*, p. 482.

Hasta este punto podemos ver cómo la propuesta de circuito de comunicación de Darnton estipula que todos los elementos son indispensables para entender un proyecto editorial: las circunstancias contextuales (por ejemplo la educación) de los lectores, los objetos impresos, los editores, los escritores y dónde se distribuyen; todos ellos se encuentran encadenados y son una consecuencia de los acontecimientos históricos. En el caso de la vida de las mujeres, se vincula el cómo se veían y entendían ellas con respecto a una identificación hacia los textos.

En los años de la Revolución mexicana, el 80% de la población era analfabeta y se encontraba aislada por el idioma, por la distancia de sus comunidades y la dificultad de acceder a la educación. El cambio se dio hasta 1920,<sup>97</sup> cuando dejó de ser un privilegio la educación en las urbes, esto como parte del proyecto de modernización del estado. A partir de la década de 1910 el interés de incorporar literatura, no sólo francesa,<sup>98</sup> también española y mexicana se empezó a expandir tanto en las editoriales (como Porrúa) y en las revistas. Al mismo tiempo la lucha armada generó una producción de la prensa periódica muy amplia, lo que se podían ver en panfletos, hojas sueltas, diarios, volantes y semanarios; bajo ideologías diversas mostrando los acontecimientos nacionales.<sup>99</sup>

Las lecturas populares fueron las revistas periódicas como *Revista de revistas* y *El Universal Ilustrado*, cuyos contenidos eran para todos los gustos e informaban sobre aspectos nacionales pero se concentraban en los acontecimientos de Europa. Engracia Loyo dice que al parecer a los lectores no les interesaban mucho los acontecimientos nacionales, más bien había un interés general en los temas de belleza y salud. Los anuncios en las revistas dan cuenta de ello: consejos para adelgazar, suavizar y blanquear la piel, conservar la figura, tonificar los músculos, embellecer el cabello, los labios, los ojos. Con el paso de los años las secciones literarias se vieron “desplazadas” por las de cinematografía, incluso el cine propició que el público lector disminuyera.

---

<sup>97</sup> En 1920 el analfabetismo de la población era de 66.17%. Loyo, Engracia “La lectura en México, 1920-1940” en Zoraida Vázquez, Josefina (coord.), *Historia de la lectura en México*, El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos, México, 1999.

<sup>98</sup> Lo que más leía el mexicano eran novelas, principalmente las francesas por su gusto hacia Francia y todos los referentes que se construyeron durante el porfiriato. Las novelas escritas en inglés escaseaban por el poco interés que mostraban ante ellas, así como en las mexicanas, esto fue cambiando en los años posteriores a la revolución. Bazant, *op. cit.*

<sup>99</sup> Loyo, Engracia “La lectura en México, 1920-1940” en Zoraida Vázquez, Josefina (coord.), *Historia de la lectura en México*, El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos, México, 1999.

## 1.5 Las representaciones sociales e identidades culturales en las revistas femeninas

Los textos al ser leídos producen sentidos en el público lector, estos son los que permiten crear una relación con las publicaciones, haciendo que las entendamos como un vehículo de comunicación, puesto que transmiten una serie de ideas sobre las personas. Tengamos en cuenta que los textos cobran significado únicamente si hay un lector, quien interpretará y se identificará con los postulados publicados, por ejemplo el proyecto editorial de las revistas, que tiene la intención de llevar un mensaje específico que servirá como intermediario entre lector y editor, este es una manera de relacionarse entre el sujeto y el mundo, por medio de las representaciones sociales.

La teoría de la representación social<sup>100</sup> postula que el conocimiento es social y no producto de la cognición individual. Es decir que, por medio de las representaciones construidas en el discurso y en cualquier acto comunicativo por un grupo o colectividad, el individuo comprenderá e interactuará con el mundo.

Las representaciones no son descripciones, más bien se pueden pensar como una construcción de ideas o hechos, como lo plantea Mitchell respecto a que las ideas son imágenes, entonces tienen un carácter simbólico porque intervienen y son mediadoras entre las personas y el mundo social. Los objetos, los textos y los hechos configuran el mundo y son los mediadores de significados; también ello permite entender que las representaciones relacionan lo individual y lo social, y no son confrontaciones ni están aisladas.

La concepción más recurrente para el término representación es que describe una cosa, sin embargo, no tiene que ver con el concepto que está en lugar de otra cosa, como el caso de la fotografía que se explicó anteriormente; tampoco es que una imagen represente algo y al mismo tiempo pueda tocarse. Esto lleva a los problemas de delimitarlo sólo a la descripción sin considerar que de por medio hay objetos sociales. Como se explicó anteriormente, la

---

<sup>100</sup> La primer propuesta sobre las representaciones sociales viene de Emile Durkheim en el campo de la sociología, retomado posteriormente por Serge Moscovici quien profundizó en el tema y representó uno de los enfoques determinantes para el estudio de los fenómenos sociales. Lo que plantea este autor es que la representación social es una forma de pensamiento social en tanto que proviene de un contexto de intercambios cotidianos de pensamientos y acciones en un mundo social, que aunque es compartido, cada individuo le dará un sentido, contrario al carácter homogéneo en el planteamiento de Durkheim. Flores Palacios, Fátima, *El discurso de lo cotidiano y el sentido común. La teoría de las representaciones sociales*. Anthropos, España, 2011.

descripción formal no permite entender los acontecimientos que generaron la materialización de una idea, haciendo que sea visto de manera superficial.

En las representaciones existen intercambios sociales asentados en el lenguaje, donde interviene la creación, transmisión y reproducción de las formas simbólicas. Es decir que el individuo se enfrenta a un mundo social y material donde la manera de interactuar es por medio de la comunicación en los diferentes niveles que el mundo determina. Ante esto, plantea Moscovici, entre la imagen y el concepto se ubican las representaciones sociales, de donde surgen los significados.

Las representaciones sociales generan ideología como una organización, deviniendo en un sistema de creencias con la habilidad de moldear la actuación de los individuos de una sociedad desde un ideal.

Para Mitchell, un concepto que también es fundamental es el de la representación, dado que además de tener una larga trayectoria en los estudios críticos sobre la cultura, supedita a la política, semiótica, estética, economía, y parte de la concepción “representar como”, “estar en lugar de”, “actuar en lugar de”. Las representaciones son un campo multidimensional y heterogéneo, que se alejan de las ideas de imitación, copia o correspondencia; más bien responden a las marcas que deja una espacialidad y temporalidad, una serie de fragmentos que deberán buscar tensiones entre la unión y la desfragmentación. Por otro lado, el autor diferencia entre representaciones y cultura, porque la primera alude a las formas de vida como artificiales y construidas, mientras que la segunda apunta a principios orgánicos y biológicos.

El modo en el que pensamos y generamos los pensamientos es a partir de las representaciones. Lo que sucede es que anclamos ideas desconocidas y las traducimos a lo conocido. Las imágenes, las metemos a un contexto familiar. Así mismo realizamos una transferencia de lo que está en la mente al mundo material, por ello, Mitchell propone que en las imágenes materiales y mentales existe una tangibilidad; es decir que las representaciones sociales permiten organizar categorías para clasificar las imágenes y otorgarles un nombre, porque a partir de ello se facilita las interpretaciones, producciones y acciones de los sujetos.

Para la autora Denise Jodelet,<sup>101</sup> las representaciones sociales se encuentran inscritas en el lenguaje y las prácticas. Ambas configuran los discursos que nos ponen en contacto e con las que interactuamos socialmente. Las representaciones permiten comprender las formas y significados que un grupo imprime en la construcción de su realidad. Podemos extender esto a

---

<sup>101</sup> Jodelet, Denise “El movimiento de retorno al sujeto y el enfoque de la representaciones sociales” en *Cultura y representaciones sociales*, año 3, núm. 5, septiembre 2008.

que el lenguaje no es sólo lo oral, como se ha estado mencionando, sino que todas constituyen formas de texto que serán interpretadas necesariamente por la carga social que las rodea.

Las publicaciones fungen como un intermediario entre los sujetos y la socialización, donde el impreso permite entendernos y relacionarnos con una realidad que impera en lo que el autor o editor busca proyectar. De ahí la importancia de entender que las representaciones sociales son factores indispensable en las revistas, porque ayudan a vislumbrar lo que sus productores entendían sobre ellas y su realidad en el contexto de México; teniendo en cuenta que bajo diferentes perspectivas, se fueron construyendo las implicaciones de ser mujer.

La cotidianidad en la capital se vio reflejada en las revistas, ya que se mostraban modos de ser, de relacionarse, de estilos de vida, de deseos, y de toda forma de socializar y pertenecer al mundo social. La experiencia de la vida cotidiana<sup>102</sup> se dispersó con la integración de temas, lugares, personajes, artículos, educación, etcétera, donde las imágenes presentaban visualmente dichos acontecimientos. Podemos decir que mediante las publicaciones el imaginario social cobró una propagación y complejización, porque se exploraron y vislumbraron nuevas formas de ser.

Los discursos en las revistas no únicamente estaban rodeados por las condiciones sociales. Existían textos externos e internos; es decir, textos en los que el periodo y el lugar determinado jugaban un rol en la intersección de esta lectura. Ello se puede deber a los textos significativos que están montados del contexto, por esto el autor Humberto Mussachio menciona:

Muchas revistas y suplementos son expresiones de grupo, señas de identidad, distintivos del gusto. En esos papeles los clanes se aglutinan y se dispersan y al paso de una publicación a otra suelen sufrir bajas y ganar prosélitos. La escritora Carmen Toscano dijo alguna vez que el mapa de las revistas literarias “es como un gran archipiélago: cada una de ellas es como una

---

<sup>102</sup> En esta investigación se entiende la vida cotidiana desde la visión de Henry Lefebvre, quien la definió: “La vida cotidiana está profundamente relacionada con todas las actividades, las engloba con todas sus diferencias y sus conflictos; es su punto de encuentro, su vínculo, su terreno común. Y es la vida cotidiana donde toma forma y se configura la suma total de las relaciones que hacen de lo humano  $\frac{3}{4}$  y a cada ser humano  $\frac{3}{4}$  un todo. En ella se expresan y realizan esas relaciones que ponen en juego la totalidad de lo real, aunque de cierta manera que es siempre parcial e incompleta: amistad, camaradería, amor, la necesidad de comunicarse, el juego, etc.” en Lefebvre, Henry, *Critique of Everyday Life Volume 1: Introduction*, Verso, London, 1991, p. 97. Traducción de Nerea Morán Alonso

isla desde donde un grupo se dirige a los demás". En efecto, hay una comunicación intensa y constante, pero cada revista tiene su rumbo y su gobierno. Entre ellas dialogan, intercambian influencias y novedades, discrepan y frecuentemente combaten. Son frutos del mismo árbol, pero con jugos y sabores distintos, de colores diferentes y con cuerpos diversos de los que se desprenden variadas semillas.<sup>103</sup>

Así mismo, en la vida moderna una de las características para lograr que los individuos y las colectividades se identifiquen y definan son los medios, en este caso los medios serán las revistas que como proyectos editoriales generaron este punto de encuentro. Y es que todos los productos e imágenes jugaron un papel fundamental para acceder a la modernidad.

Las publicaciones son textos colectivos, ya que no se puede determinar una dicotomía entre texto/lector, editor/revista, diseño/imagen, contenido/contexto; y demuestran las discusiones de una época y los modos de nuevas prácticas políticas, sociales y culturales. Además se encuentran en una constante transformación para adecuarse al momento económico, tecnológico, político y cultural de cada período; esto es algo que los directores de las revistas y su equipo conciben y toman en cuenta para definir el proyecto editorial.

Cabe resaltar que ciertas publicaciones han sido utilizadas para establecer discursos y contextos, o para definir y expresar identidades; estas tienen un trasfondo de ciertas agrupaciones políticas y económicas, e incluso nacionales porque encuentran el poder para elaborar y representar una serie de estereotipos de categorías definidas culturalmente, como el género, la clase social y la raza.

La modernidad ayudó a introducir y experimentar nuevas posibilidades de estilo de vida ante el panorama donde imperaba lo novedoso, a través de la variedad de productos en el mercado hasta la incorporación de la mujer en la esfera pública.

El siguiente capítulo se enfocará en la formación de los ciudadanos modernos de la Ciudad de México; ante la construcción del espacio y la urbanidad, a través de la conducta, expresión y vida cotidiana. Se mostrará como las incidencias de los textos con su entorno fueron relevantes para la configuración de quienes habitaban la ciudad y sobre todo, que los espacios son reflejo de los modos de vivir de los mexicanos de principios del siglo XX, en el que un panorama de modernidad se asomaba en la ciudad y su construcción, así como las repercusiones para la construcción de la ciudadanía.

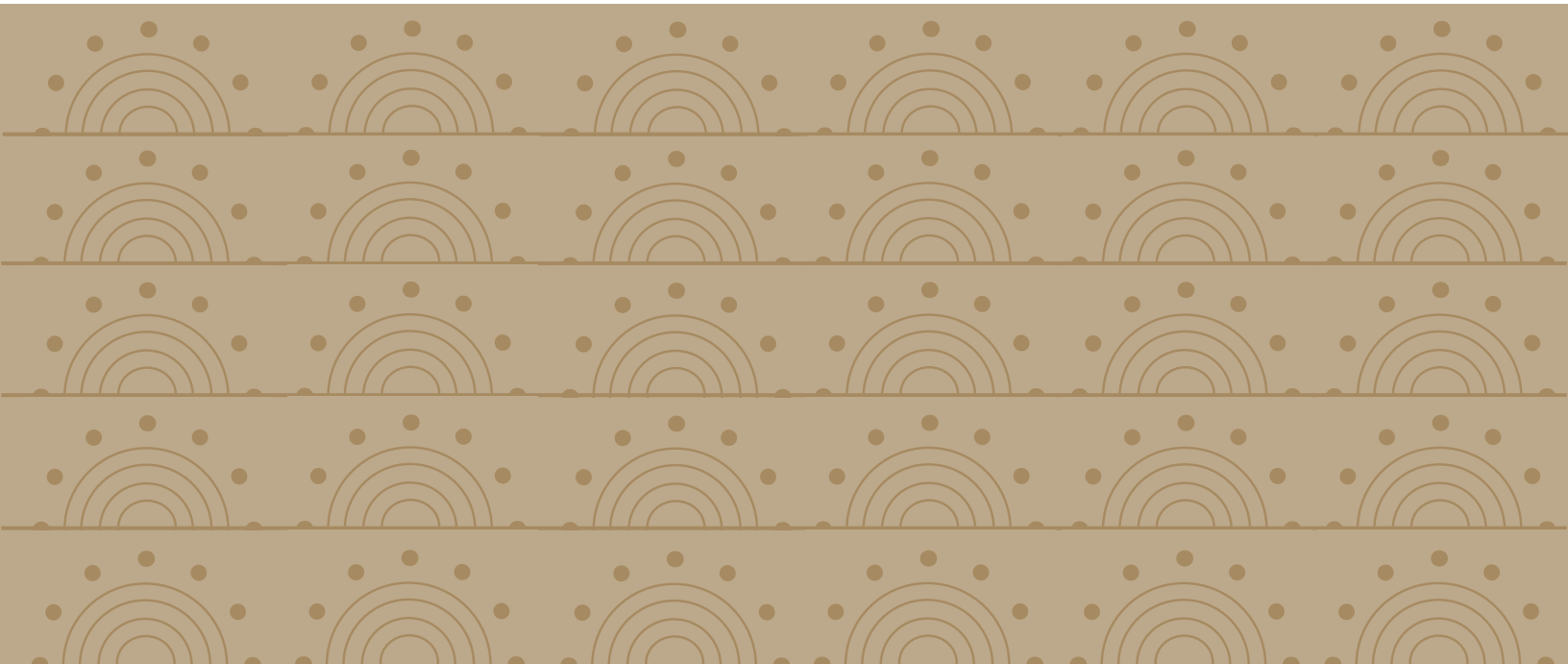
---

<sup>103</sup> Mussachio, *op. cit.*, p. 14.

# CAPÍTULO 2

LA VIDA EN MÉXICO EN LOS AÑOS TREINTA:

IMAGINARIO Y URBANIDAD



En el capítulo anterior se abordó la perspectiva desde la cuál se desarrolla esta investigación, así como la definición de revista que determina a esta investigación. A partir de lo revisado, podemos decir que el contexto en el que transita una revista es fundamental para entenderla e investigarla porque parte de ello define su proyecto editorial. Esta es la razón por la que a continuación se verá el contexto en el que se construyó la ciudad de México durante los años veinte y treinta —esto es debido a que este es el tiempo y el espacio de las revistas que se analizarán en el último capítulo. La forma en que se planeó y construyó la ciudad es trascendental a este trabajo porque nos habla de un estilo que se traslada a todos los ámbitos, ya sea en la arquitectura, los objetos de la vida cotidiana, la publicidad, las imágenes, el diseño, entre otros, que fueron a su vez relevantes en una revista. Sin embargo, tomando en cuenta que una revista es leída por un público lector específico, en este caso nos centraremos en las revistas femeninas, por ello, se mencionará algunas actividades de la vida en la ciudad que se llevaban acabo y que seguramente repercutieron en sus pobladores, es decir, en las mujeres que posiblemente fueron lectoras de la prensa y las revistas, que es lo que nos interesa entender.

## 2.1 La construcción de la ciudad y su arquitectura

En México, el territorio ha sido ordenado y estructurado con fines políticos, económicos y sociales, guiado por un proyecto de nación, cuyo desarrollo ha sido motivado por los principios que se establecieron con la Revolución mexicana. Teniendo esto en mente, es importante acotar lo que se entiende por espacio público porque justamente ello determinó la manera en que la Ciudad de México se desarrolló y diseñó. En sentido estricto, el espacio público tiene que ver con lo territorial y lo físico (calles, plazas, jardines, glorietas, parques, paseos públicos, etc.), donde se dan espacios de encuentro y donde acontece la vida social. En palabras de Núria Ricart y Antoni Remesar: “su constitución como territorio de expresión urbana y de articulación social, se sustenta, en buena parte, en la presencia de artefactos simbólicos que trascienden la utilidad de artefactos utilitarios que pueblan el espacio público”.<sup>104</sup> Es decir, que en el espacio público transcurren identificaciones simbólicas, expresiones e integraciones culturales bajo cualidades formales (materiales, formas, imágenes), pero lo que importa es el significado social que la ciudadanía le da.

---

<sup>104</sup> Ricart, Núria y Remesar, Antoni, *Reflexiones sobre el espacio público*, en Waterfont en línea: <https://www.raco.cat/index.php/Waterfont/article/viewFile/263776/351265>, consultado el 16 de mayo de 2018, p. 18.



Las ciudades se determinan en la configuración del espacio público, ya que funcionan como espacios de actividad y cultura, donde actúa y se articula el progreso económico, social y de modernización. Su construcción y desarrollo se da en torno a esos factores. Así como ciertos espacios se planearon, otros fueron surgiendo por necesidad de los individuos. Todo ello es parte de lo que marca un estilo de vida y es expresado en sus propios habitantes quienes inciden en la disposición de su entorno.

Se puede decir que la ciudad se entiende como: “una historia, una pauta de relaciones entre grupos humanos, un espacio de producción y de distribución, un campo de fuerza físicas, una serie de decisiones interconectadas o un escenario de conflictos”<sup>105</sup>. Una ciudad depende de varios factores: lo estipulado por parte del gobierno y las decisiones políticas, las necesidades familiares y los recursos económicos por citar un ejemplo; dentro de estos factores, lo más importante son los individuos, necesarios para que se desarrollen los proyectos que configuran el espacio de convivencia y habitación.

Para José Miguel Fernández Güell, un tema importante, a la hora de hablar de las ciudades, es el sistema urbano, ya que es parte fundamental para la gestación del proyecto de una ciudad y por ello se ve afectado por una serie de circunstancias, que pueden ser las innovaciones tecnológicas y los movimientos sociológicos, teniendo en cuenta que el entorno de una ciudad es: “el conjunto de acontecimientos, procesos y agentes externos a la misma, que ejercen una fuerte influencia, en ocasiones inevitable, sobre su devenir.”<sup>106</sup>

Para generar un espacio desde la urbanidad se debe considerar la forma, como explica Kevin Lynch:

En general se considera que la forma de un asentamiento, a la que frecuentemente nos referimos con el término “entorno físico”, es la pauta espacial de los grandes, inertes y permanentes objetos físicos de una ciudad: los edificios, las calles, las instalaciones, las montañas, los ríos, quizá los árboles.<sup>107</sup>

Por lo tanto, si las ciudades se planean y llevan a la materialización por medio de los objetos físicos que la constituyen, como vimos en el capítulo previo, lo mismo sucede con una revista. Ella cobra una materialización y un cuerpo de intersección con los lectores, en este caso,

<sup>105</sup> Lynch, Kevin *La buena forma de la ciudad*, GG, Barcelona, 1985, p. 37.

<sup>106</sup> Fernández Güell, José Miguel *Planificación estratégica de ciudades*, GG, Barcelona, 1997, p. 31.

<sup>107</sup> Lynch, Kevin, *op. cit.*, p. 42.

precisando, a los ciudadanos. Es decir, se toma una serie de decisiones desde la ideología y el pensamiento de un gobierno que deviene en una forma específica y que será transitada por las personas, a partir de las exigencias que se generan en una ciudad ya establecida pero con la necesidad de renovarse ante los cambios de la sociedad; mientras que, en el caso de la revista, el proyecto editorial y los directores son los que definen qué aspectos deberá llevar y contener.

En el caso de la ciudad de México, en la época que compete a esta investigación, que es después de la Revolución, el gobierno tuvo el objetivo de convertirla en una ciudad moderna, es por ello que la planificación y urbanismo se fueron desarrollando por las nuevas condiciones que privaban a la ciudad. Los principales actores fueron los arquitectos e ingenieros quienes intervinieron la ciudad como parte de los cambios que derivaron de la Revolución, buscando mejorar la organización del país, específicamente de las ciudades, y quienes no sólo se centraban en la forma y la estética, también involucraban los aspectos morales, educativos y sociológicos. Y es que, el proyecto de la posrevolución fue impulsado en su mayoría por la clase burguesa, que tenía especial interés en la higiene, salud, vivienda y educación; que eran vistos como signos de modernidad con lo que buscaban evitar que México fuera visto como un país de sangre y luchas constantes.

Ante la visión que se tenía de ella, era necesario modificar la ciudad: por ejemplo, en 1925, el autor Jesús Galindo y Villa describía a la ciudad de México como:

Ciudad poco higiénica, de sucias calles, con defectuosísimos desagües de nula corriente y mal dispuestos; cuyas vías públicas en general, se inundaban de acera a acera en pleno tiempo de aguas; con malos pisos de piedra y peores embanquetados; con alumbrado escaso y deficiente<sup>108</sup>

Esta era la situación a la que se enfrentaban los nuevos arquitectos e ingenieros, aunada a una necesidad contundente de darle entrada a la modernidad con cambios sustanciales. Como parte de estas reformas, ocurrió en 1925 el ensanche de la ciudad, impulsado por el imperioso movimiento del centro de la ciudad que lo requería. La planeación se convirtió en un tema necesario entre dichos personajes, para evitar los problemas actuales que experimentaban así como los futuros.

<sup>108</sup> Galindo y Villa, Jesús, *Historia sumaria de la ciudad de México*, Departamento del Distrito Federal, México, 1925, p. 177.



Imagen 1. Calle 5 de Mayo de la Ciudad de México a finales de los años veinte. Fuente: *La Ciudad de México en el tiempo*.

Para el ingeniero Modesto C. Rollan, inmerso en generar los cambios pertinentes, las calles eran un elemento que debían ser modificadas, ya que eran las que permitían transitar y darle vida a una ciudad, el hecho de ser estrechas se convirtió en un problema porque la urbe se agrandaba y cada vez había más ciudadanos con necesidad de transitarlas. Ello no supuso que se deslindara de la estética, donde las calles cruzaran se formaron jardines o pequeños parques, así como lo tenían las modernas ciudades de Washington y Berlín.<sup>109</sup> Así mismo:

recomendaba que cada zona debía de contar con calles apegadas al carácter de las actividades que ahí se desarrollaban, fueran éstas de negocios, cuestiones oficiales, industriales, de residencias, privadas, etcétera; más aún, argumentaba que su estructuración debía de basarse en criterios oficiales, en cuanto a la introducción de pavimentos, atarjeas, aguas, etcétera.<sup>110</sup>

<sup>109</sup> Las ideas provenientes del extranjero eran un referente importante para modernizarse, Alemania era uno de ello en cuanto a las transformaciones, sobre todo sinónimo de modernidad y vanguardia. Por ejemplo, relata Galindo y Villa: “el ingeniero don Alberto Best, a la sazón regidor de alumbrado, fue autor de la convocatoria que nos trajo a la compañía alemana de *Siemens y Halske*, que hizo subterráneas sus instalaciones; que dotó a la Ciudad de México con candelabros semejantes a los de Berlín. [...] sobre todo en 1924, hánse colocado farolas eléctricas en las calles del 16 de septiembre e Independencia, Tacuba, Cinco de febrero, avenida Juárez, Paseo de la Reforma y otras; costeadas en buena parte por los vecinos.” Galindo y Villa, Jesús, *op. cit.*, p. 190.

<sup>110</sup> Sánchez Ruíz, Gerardo G., *Planificación y urbanismo de la Revolución mexicana. Los sustentos de una nueva modernidad en la ciudad de México, 1917-1940*, UAM, México, 2002, p. 125.

Otras razones para impulsar el cambio a calles más amplias era que en ellas se ubicaba la infraestructura hidráulica, el cableado de luz y teléfono, así como que sobre ellas se estableció la circulación del transporte. El cambio de aspecto de las calles se enfocaba a una vida con mayor luminosidad, para ahora disfrutar y pasear por ellas, por otro lado, buscaba mejorar el aspecto del lugar y beneficiar a la vivienda, estos fueron parte de los objetivos de la planeación. Los nuevos tiempos reclamaban modificaciones, al igual que los que se daban en el resto del mundo y, dentro de ellos, se dieron nuevas formas de urbanización. Uno de los cambios más interesantes que se dio fue en cuanto a la movilidad, y es que la ciudad, además de la red de tranvías,<sup>111</sup> recibió una diversidad de marcas de automóviles,<sup>112</sup> a la par que los ciudadanos transitaban sus calles con mayor asiduidad, en su mayoría hombres, impulsados por los negocios que se llevaban a cabo ahí, aunque las mujeres también la transitaban para acudir a los centros mercantiles —tenemos en mente que ellas eran las que cargaban con la tarea de realizar las compras para la familia. Además, existían diversos espacios de convivencia, característicos de una ciudad como la de México, parques, plazas, fuentes, entre otros.

José Luis Cuevas Pletrasanta es un destacable personaje en la construcción de la ciudad moderna. Fue un arquitecto importante para la modernización de México que estuvo a la par del ingeniero Víctor Vila y los arquitectos Domingo García Ramos, Miguel de la Torre y Mario Pani. Todos ellos buscaron los cambios para la ciudad de México y algunos lugares de la República, quienes preocupados no sólo por embellecer la ciudad, también se enfocaron en hacer más cómoda la vida de los habitantes, a través de conceptos como planeación, urbanidad y forma, que se volvieron indispensables para la urbanización.

Es por ello que en 1936, se estableció la Ley de Planificación y Zonificación del Distrito Federal donde se instauraba un orden necesario para mejorar:

---

<sup>111</sup> El tranvía era visto como un transporte tradicional, contrapuesto a los autobuses que representaban la modernidad; los primeros eran lentos y se encontraban en un estado deteriorado, además de que diversos problemas políticos y sociales llevó a diversas huelgas de este sector; lo que propició que se dieran retrasos o escaso transporte para los trabajadores que lo utilizaban tan frecuentemente, por ello, se consideraba anticuado y lejano de la modernidad que buscaba alcanzar el transporte en la ciudad.

<sup>112</sup> En junio de 1925 en el barrio de San Lázaro se abrió la primera planta ensambladora del automóvil Ford, de ahí salieron los primeros famosos Ford T. Debido al auge de la adquisición de automóviles, para 1932 se inauguró otra planta en la Villa, ubicada en la calzada de Guadalupe y la avenida Henry Ford. Los automóviles fueron parte importante en la construcción de la imagen de la ciudad moderna, se podían ver circulando en la publicidad, las revistas y los periódicos; se hacía hincapié en que el automóvil se encontraba en escenas relacionadas con las vacaciones, los paseos y los bailes.

se insistía en: proveer un sistema de calles adecuado a las necesidades de tránsito para ese momento y el futuro; buscar la solución del problema de la vivienda en forma que atendiera los aspectos social, económico e higiénico; procurar que la extensión de la ciudad lograra con sujeción a los dictados de la higiene y salubridad modernas; obtener una mejor distribución de la población considerando los centros educativos indispensables; proporcionar los espacios libres, parques, jardines, campos de deportes, etcétera, exigidos por “las necesidades modernas de la cultura física y de esparcimiento moral de la población”; además de conseguir la descongestión de aquellas zonas en donde los intereses privados se habían venido sobreponiendo a los de la comunidad.<sup>113</sup>

Aquí se pone de manifiesto las necesidades y los cambios hacia donde se proyectaba la ciudad, con el fin de la mejora en la calidad de vida de los ciudadanos y sobre todo, ya con ideas de una planeación que previniera un futuro caótico.

En palabras de Jesús Galindo y Villa, la ciudad estaba configurada de la siguiente manera:

Consta México de tres partes: el México antiguo, el de nuestros abuelos, el netamente colonial con sus casas solariegas, sus grandes vecindades, sus arrabales, sus leyendas, sus tradiciones, con su sabor a viejo e indiscutibles encantos; el México moderno incrustado en el primero, con sus barrios transformados gracias a las obras de saneamiento, su grandes y lujosos almacenes y el estruendo de la vida actual, toda agitación. Toda nervios, rápida y bulliciosa.<sup>114</sup>

En este proceso de cambio de la ciudad, se refleja la preocupación del arquitecto José Luis Cuevas en torno a la destrucción de edificios en el centro de la ciudad, que eran vestigios del arte colonial. Aún cuando apoyaba las transformaciones como parte del avance y cambio, reconoció que los nuevos edificios afectaban la tradición de la ciudad. Lo mismo sucedió con el arquitecto Alfonso Pallares, quien criticó la gran cantidad de anuncios y comerciales ubicados en el centro, aunque reconocía que eran parte importante de la modernidad y que provenían de Estados Unidos —referente obligado de lo que era moderno y a la moda—, y podían considerarse “necesarios”; por ello lo que él buscó fue disminuirlos o controlarlos, considerando que perjudicaban la estética del entorno.

<sup>113</sup> Sánchez Ruíz, *op. cit.*, p. 284.

<sup>114</sup> Galindo y Villa, Jesús, *op. cit.*, p. 180.

Ahora es que se puede vislumbrar que las transformaciones de la ciudad de lo tradicional a lo moderno generaban muchos cambios; y que, al mismo tiempo que producía rupturas y desagrado,<sup>115</sup> también produjeron aceptación y entusiasmo, aspectos todos que impulsaron la planeación que requería la ciudad.<sup>116</sup> Sin embargo el cambio no fue fácil, había una ligera tensión hacia dónde llevar la forma de la ciudad con sus posibles consecuencias en quienes la transitaban y habitaban. Ante esta situación el arquitecto Carlos Contreras: “señalaba que la planificación tendía a relacionar las funciones de la vida diaria de una sociedad o de una región considerando el pasado, conociendo el presente y previendo el futuro.”<sup>117</sup> Justamente era lo que se vivía en México después de los años de lucha y guerra, pero no sólo esto, sino que también contaba con un pasado colonial que era parte de la ciudad, así que se debían considerar todos estos aspectos durante la planeación, para poder conjuntar una tradición e incorporar las novedades de la metrópoli.

La importancia de dar sentido y estructura a la ciudad era una constante presente en el trabajo de los ingenieros y arquitectos, por ejemplo, el arquitecto Alfonso Pallares:

expuso su visión de ciudad a la cual comparaba con un organismo arquitectónico y a su vez con un organismo humano, sosteniendo que en el tipo ideal de la ciudad tenían que caracterizarse, plasmarse y ligarse diversos elementos u órganos que la componían, tal como se caracterizaban, definían y unían los órganos del cuerpo.<sup>118</sup>

---

<sup>115</sup> El editorial de la revista *Belleza*, justamente hace una referencia ante esta situación: “El nuevo edificio de ‘La Nacional’ nos revela que el gusto arquitectónico ha variado mucho en México. Antes se hacían edificios chicos, pero bonitos; ahora se hacen edificios muy grandes, pero muy feos.” *Belleza*, enero de 1933, p. 5, sección “Críticas y comentarios”.

<sup>116</sup> Los partícipes del desarrollo y cambio de la ciudad, ante la inquietud de lo que implicaba, mostraron sus preocupaciones y los llevó a publicar la revista *Planificación*, fundada por el arquitecto Carlos Contreras, la cual circuló entre los años 1927 y 1929, y contó con 14 números. En ella reflexionaron sobre las ciudades, por ejemplo, las ideas de urbanización y planificación llegaban del exterior, por lo que al aplicarlas a la ciudad de México no correspondían y afectaban los proyectos; esto sucedió cuando en el año de 1925 un grupo de profesionales fue a Nueva York a la Conferencia Internacional de Planificación y regresaron a México con propuestas de clara influencia norteamericana.

<sup>117</sup> Sánchez Ruíz, *op. cit.*, p. 156.

<sup>118</sup> *Ibid.*, p.140.

Entonces la ciudad se desarrolló concentrando las actividades económicas y sociales en el centro, los comercios (como los grandes almacenes, y la venta de fruta y verdura) se encontraban en el barrio de la Merced, en estas zonas se evitaba la construcción de la casa habitación que fue llevada a la zona periférica. Todo esto con el fin de mejorar el funcionamiento de la ciudad, buscando que cada parte de la ciudad cumpliera una función específica y estuviera siempre bien articulada, como lo planteó Alfonso Pallares. Al respecto, Galindo y Villa describe:

El ayuntamiento de México tuvo la satisfacción de realizar grandes mejoras en los ramos que tuvo encomendados; como el de mercados, paseos, jardines, limpia de ciudad; y por lo que toca a alumbrado, a comunicaciones urbanas y suburbanas por medio de tranvías, a saneamiento de la capital, a pavimentos y a abastecimiento de aguas potables<sup>119</sup>

Sin embargo, nuevos problemas sociales se generaron con el crecimiento de la ciudad. Debido a ello, sectores más pobres (cuyos orígenes pueden rastrearse a inicios el siglo XX) fueron situándose en zonas poco visibles, habitando los barrios más viejos del centro y este de la ciudad, mientras que las clases privilegiadas promovieron la ocupación de zonas residenciales que comenzaron a desarrollarse en esta segunda y tercera década del siglo XX. La planeación de la ciudad durante estas décadas abarcó el Paseo de la Reforma, desde Tacuba hacia el sur, donde comenzó el desarrollo de las colonias Condesa, Roma y Cuauhtémoc y se establecieron los fraccionamientos de las casas habitación de lujo en lugares como Lomas de Chapultepec, las cuales se anunciaban como ciudades jardín. En 1933, bajo el arquitecto Juan Legarreta se realizó el primer conjunto en la zona obrera de Balbuena. Un problema que enfrentaron los nuevos suburbios y los fraccionamientos fue que no contaban con los servicios urbanos de agua, el drenaje, electricidad y pavimentación, fundamentales para el buen desarrollo de las viviendas y sobre todo, para la calidad de vida de los habitantes.

A partir de los años veinte, la ciudad presentaba un panorama de contraste entre las nuevas residencias y las ya establecidas, como demuestra la prensa en donde encontramos las voces que daban fe de estas diferencias entre la gente que vivía en la ciudad, como se puede apreciar en la siguiente cita:

---

<sup>119</sup> Galindo y Villa, *op. cit.*, p. 184.

Ajena a la ciudad, sin raíces, esa población emigrante llegará a ser metropolitana, pero por lo pronto se amontona en vecindades; irrumpe en las viviendas de los parientes o amigos que llegaron antes; se hacina en los “cuartos redondos”. México no crece con la llegada de los provincianos. Simplemente se “hincha” principalmente en las barriadas del oriente y del norte. Decenas de millares de gentes sin trabajo, llegados del interior, se suman a los “chilangos” despedidos de la industria y el comercio, que han venido reduciendo o cancelando sus actividades. Todos, hermanos en la pobreza —muchos en la miseria— deambulan por las plazas, avenidas y calles, en busca de trabajo, que raras veces encuentran.<sup>120</sup>

Sin duda, esta era una de las tensiones que se daban en el desarrollo de la ciudad, mientras los estratos medios y altos podían planear nuevas viviendas y colonias, los estratos más bajos sólo podían inventarlas. Claramente ello nos habla de un proceso de urbanización y cómo los diversos habitantes se apropiaban de los espacios, ya fueran estos planeados o solamente improvisados.

Estos proyectos durante los 20's y 30's fueron las primeras experiencias del urbanismo y la planificación de la Ciudad de México, y dieron pie para que años después se realizaran más de ellos en diferentes zonas de la ciudad. Una de las características que establecieron fue que eran: lotes amplios, grandes espacios de áreas verdes, calles y avenidas generosas de tamaño.

---

<sup>120</sup> Vázquez Mellado, Alfonso *La ciudad de los palacios. Imágenes de cinco siglos*, México, Diana, 1995, p. 290. Tomado en: Albarrán Samaniego, Arturo, tesis doctoral: “*El Universal* como fuente iconográfica de una época (1920-1928)”, UNAM, México, 2010.





Imagen 2. Guía Roji de la ciudad de México del año 1930. Fuente: <https://sites.google.com/site/wikiishtar/mapas>

Ahora bien, en la configuración de la ciudad de México es necesario hablar del estilo *art decó* y del neocolonialismo, dos elementos importantes en la arquitectura y cultura visual

de México durante la década de los años veinte y principios de los treinta, que fueron vistos como parte de la fase transicional arquitectónica de la ciudad, y es cuando los arquitectos y artistas buscaron un estilo nacional apropiado para la identidad mexicana.

En la década de los años treinta, el proyecto urbanizador y modernizador de la Ciudad de México estuvo encabezado por José Villagrán García, Mario Pani y sus alumnos: Teodoro González de León y Enrique del Moral.<sup>121</sup> No fueron los únicos, sin embargo, ellos representaron un aspecto de la arquitectura mexicana y marcaron una escuela y estilo que caracterizó a la ciudad de México y que posteriormente sería llevado al resto de la República.

El arquitecto Carlos Contreras en 1933 realizó el plan regulador del Distrito Federal, en donde ubicó tres zonas residenciales: 1) la de personas con mayor poder adquisitivo que comprendían las colonias: Cuauhtémoc, Juárez, Roma, Hipódromo Condesa, Del Valle y Chapultepec Heights (más tarde llamada Lomas de Chapultepec); 2) las pertenecientes a la clase media en: Santa María, Guerrero, San Rafael, Industrial y también se consideró Tacubaya, San Pedro de los Pinos, Mixcoac, San Ángel, Coyoacán y Tlalpan; y 3) la clase más baja: la Hidalgo, la Doctores, Álamos, Postal, Federal, Moctezuma, Buenos Aires y Peralvillo.<sup>122</sup>

Como se mencionó anteriormente, el *art decó* es un estilo que impera en la época y una de las primeras muestras arquitectónicas son: el edificio de la Alianza de Ferrocarrileros Mexicanos realizado por Vicente Mendiola, inaugurado en 1926; y el orfanatorio San Antonio y Santa Isabel del arquitecto Manuel Cortina, con ayuda de Juan Segura G. A partir de entonces, se iniciaron una serie de construcciones con ese estilo, el cual cumplió y se adaptó a un momento coyuntural en la construcción y planeación de la Ciudad de México; por medio de la estética mostró símbolos y la identidad de la sociedad que se transformaba desde los ideales de una revolución que con sus proyectos se abría al mundo, pero también tomaba de él un cosmopolitismo que situaba al país en la modernidad.

La Condesa fue un desarrollo habitacional que marcó un estilo a fines de los años veinte. En los terrenos del Hipódromo Condesa se construyó un complejo de casas para el asentamiento de ciudadanos de clase media y alta que iban abandonando la zona del centro, cumpliendo con la idea de transportar la vivienda a los alrededores y es que, sin lugar a dudas, el centro fue el núcleo de la economía, el comercio, las relaciones, la diversión, entre otros; pero se fue alejando de ser una zona habitable para las clases más acomodadas; más

---

<sup>121</sup> Los cuales proyectaron hacia finales de los años cuarenta ciudad Universitaria al sur de la ciudad de México.

<sup>122</sup> Muñiz, Elsa *Cuerpo, representación y poder. México en los albores de la reconstrucción nacional, 1920-1934*, UAM-Porrúa, México, 2002, p. 59.

bien la población pobre fue la que empezó a quedarse ahí, como se mencionó antes, y fueron los que vivían adaptándose a lo que tenían e inventaban sus espacios habitacionales.

Ahora bien, el Parque México fue un barrio insertado completamente en el estilo *art decó*—aunque no fue el único, ya que también en la zona del centro se construyeron edificios y cines, sin embargo eran pocos y resaltaban notoriamente entre el resto de la herencia porfiriana y las formas coloniales. Se puede pensar que parte del proyecto de este nuevo barrio era hacerlo moderno y dejar en el centro los monumentos coloniales, es decir darle entrada a una nueva vida cosmopolita alejándose de “lo viejo” que representaba el centro, inscrito en la línea de las fricciones entre lo tradicional y lo moderno, que eran una constante. Además, las clases medias y altas deseaban y anhelaban vivir en el confort y la belleza, que era justamente la propuesta del nuevo barrio *art decó*.

Es así que, en 1927 se comenzó la venta de lotes y el arquitecto José Luis Cuevas llevó a cabo la proyección urbana, mientras quienes se encargaron del diseño y arquitectura de calidad fueron el arquitecto Juan Segura y el ingeniero y arquitecto Francisco J. Serrano. Se pensó para familias jóvenes y burócratas que aspiraban a una vida con nuevo estatus social y de comodidades que ofrecían las residencias modernas.<sup>123</sup>

---

<sup>123</sup> Para Ageeth Sluis la arquitectura *art decó* de la colonia Condesa demostró que la modernidad en la metrópoli de los años veinte podía ir de la mano con los ideales de la Revolución y además imprimirle un sabor distintivo de lo mexicano. Por ejemplo, los nombres de las calles en esta zona denotan la importancia y orgullo de lo mexicano, así como conservar las raíces: nuevamente lo híbrido cobra relevancia. Otro caso en la arquitectura que apunta Ageeth Sluis, es que el estudiante de arquitectura Mauricio Gómez Mayorga condenó el estilo híbrido que se dio entre 1926 y 1930 en el Hipódromo, porque mostraba el pobre gusto de los nuevos ricos y sobre todo era un estilo vulgar e inculto de Hollywood. Sluis, Ageeth *City of spectacles: gender performance, revolutionary reform, and the creation of public space in Mexico City, 1915-1939*, tesis doctoral, Universidad de Arizona, Estados Unidos, 2006, p. 185.



Imagen 3. Edificio Ermita: este edificio fue una obra a cargo del arquitecto Juan Segura, quien lo construyó en el año 1930, cuando Tacubaya se convirtió en un barrio de la ciudad. Fue novedoso porque además de tener departamentos para la vivienda, contaba con locales comerciales y un cine. Fuente: <https://www.alanxelmundo.com/el-ermita-y-el-art-deco-en-la-ciudad-de-mexico/>

Para el autor Enrique X. De Anda Alanís<sup>124</sup> dentro de la composición arquitectónica *decó* se encuentran tres elementos clave: su relación con la tecnología del cemento, el concepto de organización espacial expresado en la disposición de plantas y la composición de fachadas.

Para esta investigación las dos primeras fueron claves, por la relación que mantienen con la identidad y el diseño. Veamos, en primera instancia el cemento implicó un avance tecnológico con respecto a otros materiales y las posibilidades que propiciaba su uso en las estructuras; sin embargo, ese no es el interés aquí; más bien tiene que ver con la mercadotecnia que hubo alrededor del cemento. Los fabricantes de cemento utilizaron medios publicitarios y publicaciones, para explicar cómo y por qué el uso del material era novedoso y exclusivo. Y con ello trasladó al estilo *decó*, del campo de las estructuras materiales, al de un estilo de vida, por medio de las imágenes.<sup>125</sup>

---

<sup>124</sup> Enrique X. De Anda Alanís “El decó en México: Arte de coyuntura” en el catálogo de la exposición *Art Decó. Un país nacionalista. Un México cosmopolita*, Munal-INBA, México, 1997.

<sup>125</sup> La revista *Cemento* que inició su circulación en 1925, tuvo como objetivo promover la venta del cemento. La intención del editor Federico Sánchez Fogarty fue promover las cualidades modernas del cemento en cuanto a su uso, su forma y su mezcla de recubrimiento en las fachadas, con ello se evitaría tener una arquitectura clásica, colonial o histórica, una vez más esto nos puede hablar de la necesidad de estar a la vanguardia y que la metrópoli lo demostrara. También en diferentes números de la revista *El Hogar*, publicación que será abordada en esta investigación, podemos ver anuncios sobre la cementera Tolteca, sobretodo en las contraportadas (*El*

Cabe destacar que durante el mandato de Pascual Ortíz Rubio se realizó una campaña para promocionar lo nacional, bajo el lema “Mexicano, consume lo que hace tu hermano”.<sup>126</sup> La intención era fomentar lo que se producía y manufacturaba en México, y en ella resultó importante que la publicidad fuera el medio de difundir dicha información, además la industria cementera obtuvo beneficios de ella. Y es que, con sus campañas, el cemento Tolteca se encargó de llevar la “modernidad” a las nuevas construcciones, incluyendo zonas como la colonia Condesa, a través de las revistas que llevaron esta información mediante consejos, datos, chistes, cómics. Un aspecto importante fueron los “calificativos que exhiben los valores de la época: era práctica, económica, útil, segura y moderna”.<sup>127</sup>

Para los arquitectos el estilo *decó* les dio la posibilidad de desarrollar la estética y belleza por medio del entorno, es decir, lograron alargar formas y ornamentos que caracterizaban el cuerpo femenino.<sup>128</sup> En este sentido, fue una consecuencia del estilo *art nouveau* y del modernismo; ya que el primero propiciaba las formas exóticas y hedonistas, mientras que el segundo privilegiaba el aspecto social y el progreso por medio del arte para evolucionar a un sector privilegiado de la sociedad: la clase emergente, minoritaria pero que experimentaba un proceso continuo de crecimiento. Al contrario, el *decó* utilizó las formas exóticas de lo indígena y lo mexicano —lo cual se desarrollará más adelante—, como parte de la “identidad” y, por ello, fue un estilo ecléctico.

---

*Hogar*, enero 1933, p. 58).

<sup>126</sup> Peniche Montfort, Eva, “Cuidado con el tren”. Fotografía y modernidad en la publicidad de La Tolteca (1931-1933) consultado en línea el día 26 de septiembre de 2014: <http://reflexionismarginales.com/3.0/cuidado-con-el-tren-fotografia-y-modernidad-en-la-publicidad-de-la-tolteca-1931-1933/>

<sup>127</sup> Peniche, *op. cit.*

<sup>128</sup> El *art decó* se caracterizó por ornamentos geométricos, formas estilizadas, sencillas y elegantes. Su inspiración provenía de Egipto (por las expediciones que se dieron en aquellos años), de la Bauhaus y parte de los estilos vanguardistas cubistas, futuristas y constructivistas. Las principales formas que se usan son: triángulos, rayas, círculos segmentados, espirales y zigzags.



Imagen 4. Edificio Liverpool estilo decó, anónima. Fuente: <http://www.ruizhealytimes.com/arquitectura>

En la década de los años treinta el proyecto urbanizador y moderno de la ciudad de México no sólo utilizó el estilo *decó*, también, en 1924, se originó la arquitectura de estilo neocolonial, a través de la convocatoria para la construcción de la zona residencial en la colonia Lomas de Chapultepec. En ella, destacaron dos premisas la innovación y la individualidad. Así, este estilo proliferó para las familias de las colonias Polanco y Lomas de Chapultepec, en las que habitaban familias de la clase alta generalmente.

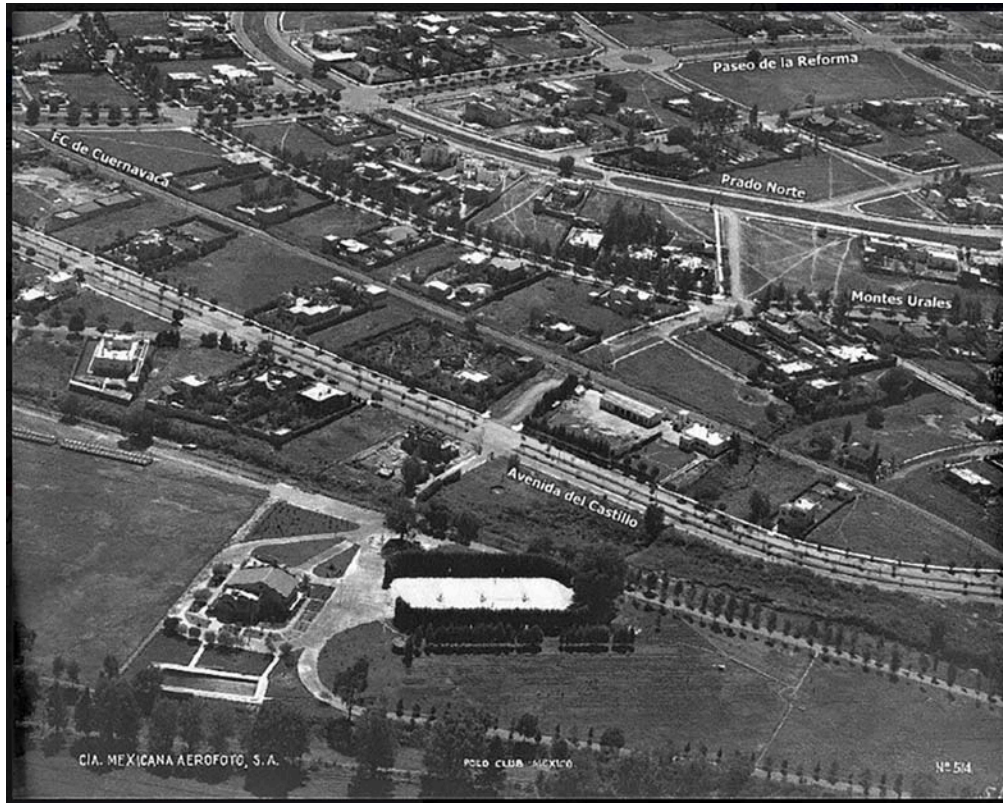


Imagen 5. Vista aérea de la colonia Lomas-Polanco en el año 1933. Fuente: del sitio “La ciudad de México en el tiempo”.

El estilo neocolonial desarrolló la construcción de un modelo moderno que se relacionaba directamente con los nuevos espacios y que recuperaba la máxima expresión del ornamento de las fachadas barrocas del siglo XVIII. No planteó ninguna crítica al pasado, por el contrario, sólo imitó la forma.

Para algunos la síntesis de las formas del pasado novohispano detenía el proceso acelerado de modernización y por ello, la contraparte en la construcción de la metrópolis fue el estilo *decó*. Como se mencionó antes, las pugnas entre lo moderno y tradicional se reflejaron en la arquitectura de la ciudad.

Otro tema que fue clave como componente de transformación y factor de cambio, fue la educación. Esta fue parte de las promesas de la Revolución, por lo cual se desarrollaron proyectos de construcción de escuelas. En 1932, Juan O' Gorman a petición de Narciso Bassols, llevaron a cabo un proyecto de construcción para un conjunto de escuelas. Este fue realizado con una visión de arquitectura funcionalista, y era parte de la renovación no sólo de la ciudad,

si no también de los propios ciudadanos, en este caso los alumnos. Las escuelas modernas buscaron aprovechar la iluminación, además, se pensó en los baños para asearse (como parte de la campaña higienista de la época), se pintaron murales para hacerlas más estéticas y para ser un vehículo de educación por medio de imágenes.

En 1934 se erigieron diversas construcciones sociales y educativas, por ejemplo el Mercado Abelardo L. Rodríguez y el Centro Escolar Revolución (del arquitecto Antonio Muñoz García), la Escuela Normal de Maestros (del arquitecto Mario Pani); además de instituciones de salud como el Hospital de Huipulco, Sanatorio para Tuberculosis de la Beneficiencia Pública (arquitecto José Villagrán), o el Centro Escolar San Cosme (de Enrique Yáñez), entre otros.

En cuanto al estilo neocolonial, éste es producto de la modernidad barroca novohispana que fungió como una forma identitaria cultural, y que se desarrolló aproximadamente entre 1914 y 1934. Configuraba parte del imaginario cultural e ideológico como un proyecto de nación. Este proyecto se caracterizó por la unificación entre la tradición hispánica y el movimiento moderno; mostrando una tensión entre la forma identitaria de lo extranjero y lo nuestro. Un concepto de moderno como la tradición y el progreso por medio de la construcción de la ciudad, sin descuidar los parámetros ideológicos.

La autora Johanna Lozoya Meckers<sup>129</sup> refiere que la discusión que se hizo en torno al estilo neocolonial versó sobre la imposibilidad de ser moderno y al mismo tiempo representar una identidad nacional, por lo que sólo el aspecto formal lo podía demostrar. Esto nos dice que para esta época, lo nacional y lo moderno eran excluyentes, sin embargo, para la autora esta postura sería no reconocer la existencia de un imaginario nacionalista que transformó el pensamiento del mexicano de principios del siglo XX, incluso dejando una escuela de arquitectos bajo una teoría, y el legado material de la propia ciudad, así como en las revistas y los libros.

Podemos decir que la ciudad y sus transformaciones fueron parte de los cambios perpetuados por la revolución; por otro lado, era una necesidad irse adaptando a la vida moderna en todos sus sentidos, algo que fue muy evidente en las edificaciones, donde se mostraba la ideología que postulaba el gobierno, así como la intención de formar parte de las metrópolis internacionales reconocidas bajo la modernidad, aunque en el ámbito mexicano resultaba primordial conservar parte de la cultura y tradición.

---

<sup>129</sup> Lozoya Meckes, Johanna, "Invencción y olvido historiográfico del estilo neocolonial mexicano: reflexiones sobre narrativas arquitectónicas contemporáneas" en *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, vol. II núm. 1, pp. 15-24, enero-junio de 2007, Universidad de Colima, p. 6.



## 2.2 Un proyecto nacionalista y un Estado moderno

Estudiar la vida cotidiana nos da muestra de la manera en que los hombres y mujeres actuaban en espacios públicos y privados. Por otro lado, y sin lugar a dudas, el contexto político, que aparentemente es un entorno independiente, evidencia también esta participación a través de un gran número de actividades en una ciudad y de sus habitantes.

Los primeros años tras la Revolución, fue una época de muchos ajustes para que México se incorporara a la modernidad; no ha sido el único momento en el que México ha buscado modernizarse, ello ha estado presente a lo largo de diversos períodos históricos, lo que este apartado busca puntualizar, es la forma en que la modernidad en esta etapa tuvo ciertos rasgos que enmarcaron al Estado, la ciudadanía y una serie de manifestaciones que surgieron a consecuencia de ello. El ímpetu bajo el cual se buscaban la transformación estaba basado en romper con las ideas porfirianas y los rezagos que había dejado la revolución, ante ello era inminente la búsqueda de ser moderno, tardío con respecto a Europa y Estados Unidos, sin embargo muchos se subieron a la ola mientras otros tantos fueron arrastrados por ella. Es así como los mexicanos se enfrentaban a una modernidad con muchas oposiciones: tradicional/moderno, ciudad/campo, esfera pública/esfera privada.

Parte del camino que implicó dirigirse hacia una modernidad, fueron los cambios dentro de la ciudad, que necesariamente implicaron nuevos modos de relacionarse. Mientras que unos veían a la ciudad como perdición y desprestigio (podredumbre, fea y caótica) otros la consideraban de un mejor nivel, como símbolo de civilización y progreso. Este progreso implicaba aprender a comportarse y tener un estilo, uno de los factores que logró producir ese cambio fue la educación, elemento esencial en la transformación de conductas y pensamientos sobre los ciudadanos.

Los cambios, tanto a nivel de ciudad como entre las propias familias, generaron una serie de tensiones, porque por un lado había que modificar los estilos de vida ante la modernidad imperante, pero también había que conservar las buenas costumbres y los valores morales que ello implicaba. Es decir que, los ciudadanos de clase media principalmente,<sup>130</sup> experimentaron un jaloneo entre lo moderno y lo tradicional, lo cual se reflejó en varias manifestaciones, como las imágenes que circulaban en ese momento, ya fuera en los periódicos, las revistas,

---

<sup>130</sup> Szurmuk, Mónica y Mckee Irwin, Robert (coord.), *Diccionario de estudios culturales latinoamericanos*, Inst. Mora- S. XXI, México, 2009, p. 177.

los anuncios y la publicidad, que dan muestra de esta situación. Las ideas que circulaban entre la sociedad eran: lo moderno, lo urbano,<sup>131</sup> lo mexicano, el progreso y la vida cotidiana, atravesados por diversas ideas sobre cómo ser ciudadano y las miradas que escudriñaban las transformaciones desde las experiencias individuales y sociales. Es decir, un nuevo orden social imperaba en el ambiente de los mexicanos.

Sobre ello indica Elsa Muñíz:

La pluralidad y la heterogeneidad de la sociedad al comienzo de la Era Revolucionaria evidenciaban ante los ojos del nuevo grupo en el poder y de sus ideólogos una dificultad a vencer, por lo que las reivindicaciones de aquello que se entendía como “lo mexicano” pasaría por la construcción de la cultura nacional. A partir de ella los individuos encontrarían los referentes simbólicos, y la sociedad reconocería los objetivos y metas del grupo en el poder como los de la nación.<sup>132</sup>

Es decir, el país estaba construyéndose a consecuencia de los cambios que se gestaron desde la Revolución Mexicana. Un panorama nuevo sobre el ser mexicano era necesario para la sociedad y el gobierno se encargó de definirlo. Y es que, ya durante el Maximato (1928 a 1934) hubo un fuerte discurso político que hacía hincapié en el nacionalismo, el ideal se constituyó en torno a lo nacional. Sin embargo, los símbolos para identificar y reconocer el nacionalismo diferían entre la clase urbana y la del campo, las de clase alta y las populares, entre las mujeres y los hombres; es decir, había una gran variedad de ser mexicano. En palabras de Ricardo Pérez Montfort:

---

<sup>131</sup> Cabe señalar que lo urbano era una característica privilegiada, no todos podían acceder a ella, tanto por cuestiones de movilidad del campo a la ciudad como por los tipos de trabajo tan diversos en el país. En palabras de Elsa Muñíz: “Con Calles, México inició una segunda transformación del territorio al impulsar el desarrollo de las redes carreteras y las obras de infraestructura requeridas para incentivar la inversión privada. Sin embargo, la gran depresión alcanzó la fulgurante carrera del crecimiento nacional, de tal manera que para 1934 el proyecto económico apenas había ‘despegado’ y en el país se mantenía la proporción de siete a diez los mexicanos que continuaban ligados a la siembra y la cría de ganado; quince de cada cien eran los que acrecentaban la población urbana y vivían del comercio y las profesiones; mientras que solamente el catorce por ciento participaba de la industria.” Muñíz, Elsa, *op. cit.*, p. 52. Esto refleja el impacto en la población de ser partícipe de las transformaciones del país y cómo sólo unos cuantos eran los que se beneficiaban del proyecto urbanizador de la ciudad.

<sup>132</sup> Muñíz, Elsa, *op. cit.*, p. 54.

Como representación de “lo mexicano” aparecen en la iconografía –grabados, fotografías, cine y en la literatura. En parte se identifican a través del lenguaje hablado y la música. Tanto en el vestir como en el comer, en las actividades productivas y sobre todo en las recreativas, los estereotipos van adquiriendo sus especificidades concentrando un determinado ser o deber ser que se conforma a través de la interacción de costumbres, tradiciones, historias, espacios geográficos, en fin, referencias compartidas y valoradas.<sup>133</sup>

La diversidad acerca de lo que era ser mexicano se vislumbraba a toda costa, en ello había que considerar tanto a los del norte como a los del sur, quienes estaban rodeados de una geografía agreste como quienes caminaban sobre la arena de las playas, eran tanto los “inditos” y los “charros”, como los ciudadanos y los pueblerinos. Un sin fin de diferencias y similitudes que conformaban al mexicano. Ante esta dificultad de construir el nacionalismo, al parecer sólo por medio de los estereotipos que se imponían se podía llegar a un consenso, los cuales con el paso del tiempo fueron adoptados y apropiados por los individuos y al interior de sus comunidades para reproducirlos y hacerlos parte de su vida. La educación y la estética (es decir, las diversas imágenes que circulan en la vida cotidiana) tuvieron un papel en esto. Por medio de las imágenes, se pudo desarrollar la construcción de un tipo de mexicano, y posiblemente no sólo de uno si no varios.

Los estilos de los mexicanos que configuraban la población desfilaban por medio de las imágenes y la vida cotidiana:

el indito de sombrero de palma y huaraches, el pelado harapiento y mugroso, el fifí de bastón, levita, bombín o sombrero de carrete, las pelonas de gorra “cappy” collar de perlas y medias de seda; los ya mencionados norteros de sombrero “stetson”, camisa vaquera y botín, los huastecos con sus famosas “cueras” de gamuza, los jarochos de guayabera, pantalón y zapato blanco con paliacate rojo al cuello, etcétera<sup>134</sup>

El país venía de un proceso muy largo: la configuración de la nacionalidad y de la identidad del mexicano. Ya en los veinte y treinta, el Estado posrevolucionario desarrollaba un proyecto

<sup>133</sup> Pérez Montfort, Ricardo “Una región inventada desde el centro. La consolidación del cuadro estereotípico nacional 1921-1937” en *Estampas de nacionalismo popular mexicano. Ensayos sobre cultura popular y nacionalismo*, CIESAS, México, 2003, p. 122.

<sup>134</sup> Pérez Montfort, *op. cit.*, p. 134.

que buscaba enaltecer valores que mostraran ante los ojos del mundo quiénes éramos y parte de ello eran los estereotipos que se moldearon sobre el mexicano posrevolucionario.<sup>135</sup> Al respecto dice Elsa Muñíz:

El nacionalismo como universo simbólico, pondría cada cosa en su lugar y brindaría el más alto grado de integración de los significados discrepantes dentro de la vida cotidiana, haciendo converger al discurso religioso y al oficial en ciertos aspectos del plano educativo, en los dos ámbitos especializados la reproducción del orden establecido: la escuela y la familia.<sup>136</sup>

Tanto la construcción del país como de quienes la habitaban, se sumergían en la cultura nacional, la cual concebía símbolos para formar a los mexicanos; ello fue posible porque las instituciones permeaban en la población, por medio de la educación, tanto en el hogar como en las escuelas; aunque ambas se complementaban desde la educación oficial quien regia los elementos para constituir el imaginario social.

---

<sup>135</sup> Varios estudios al respecto se pueden encontrar en el trabajo de Ricardo Pérez Montfort, quien habla de los estereotipos creados después de la revolución y cómo el estado fomentó su difusión por medio de la música, el teatro, el cine y las festividades; privilegiando a ciertos personajes como el charro, la india, la tehuana, el indito, etcétera.

<sup>136</sup> Muñíz, *op. cit.*, p. 86.



Imagen 6. Postal del Jarabe Tapatío, Anónimo, circa, 1930. Fuente: Pérez Montfort, Ricardo *Estampas del nacionalismo popular mexicano. Diez ensayos sobre la cultura popular y el nacionalismo*, México, CIESAS, 2003, p. 145.

Ya entrada la década de los años veinte, la imagen de lo mexicano era aceptada en la mayoría de la población e incluso se fomentaba este imaginario, por un lado como contraposición ante la avanzada de la cultura estadounidense, por otro, como identidad de las ideas del Estado para cubrir los postulados de un México incluyente. Una vez más se puede reflejar las tensiones entre ser mexicano, moderno y ciudadano; algunas imágenes reforzaban los estereotipos que se balanceaban ante este panorama de diversidad: la ciudad y el pueblo, el baile fox-trot y el jarabe, lo extranjero y lo nacional, la vestimenta moderna y la “tradicional”, entre otras dicotomías.

Respecto a ello, indica Ricardo Pérez Montfort:

Al plantearse la necesidad de identificar los elementos que conformaban “la mexicanidad”, los protagonistas de este nacionalismo cultural posrevolucionario se toparon de frente con que

“lo mexicano” era imposible de entender sin contemplar que gran parte de lo que formaba aquella masa popular —“esencia de la nación mexicana”— era “indígena” o “india”.<sup>137</sup>

Es durante la crisis de 1929 que se suscitó a nivel mundial, los gobiernos mexicanos de Pascual Ortíz Rubio y Abelardo L. Rodríguez, tomaron la medida de realizar campañas nacionalistas entre 1931 y 1935, con la clara intención de fomentar lo que se producía nacionalmente,<sup>138</sup> además de ello propiciaban los valores nacionalistas: “En anuncios comerciales, en ilustraciones nacionalistas, en portadas, en historietas, en crónicas sociales, la nota de mexicanidad la dieron los charros y las chinas.”<sup>139</sup> La iconografía procuraba ser parte del nacionalismo y ello se vio reflejado en toda la vida cotidiana, es decir, que constantemente se estuvo impulsando la identidad nacional, aún con las diversidades que ya se han comentado.

Además de la creación de una identidad mexicana, la población se enfrentaba al “ser modernos”. México durante los años treinta deviene de una transformación que venía gestándose desde finales del porfiriato, pasando por un periodo posrevolucionario y consolidándose como una nación donde la modernidad fue una de las marcas que determinó la economía, la política, la tecnología y la cultura. Si bien el concepto de modernidad ha sido usado en diferentes momentos históricos y no es exclusivo de una época, en los años veinte y treinta está relacionado con lo que Marshall Berman refiere como “experiencia”.<sup>140</sup>

---

<sup>137</sup> Pérez Montfort, Ricardo “El estereotipo del indio en la expresión popular urbana, 1920-1940” en *Estampas de nacionalismo popular mexicano. Ensayos sobre cultura popular y nacionalismo*, CIESAS, México, 2003, p. 171.

<sup>138</sup> Este impulso para fomentar lo nacional favoreció varios aspectos, como lo hace notar Pérez Montfort: “Ligados a la industria cinematográfica, como ya se ha visto, los miembros de la Asociación Nacional de Charros también se beneficiaron con la campaña nacionalista. El gobierno incrementó los impuestos a la importación de películas e intentó favorecer la consolidación de la industria cinematográfica nacional durante aquellos años. Tras un primer forcejeo con los intereses estadounidenses, el gobierno tuvo que dar marcha atrás. Sin embargo, su alianza con cineastas y charros nacionales había quedado claramente establecida.” Pérez Montfort, Ricardo, p. 146.

<sup>139</sup> Pérez Montfort, *op. cit.*, p. 139.

<sup>140</sup> Berman define de este modo la modernidad: “Hay una forma de experiencia vital —la experiencia del tiempo y el espacio, de uno mismo y de los demás, de las posibilidades y los peligros de la vida— que comparten hoy los hombre y mujeres de todo el mundo de hoy. Llamaré a este conjunto de experiencias la ‘modernidad’.” p. 1 Me parece importante considerar esta definición en el marco de esta investigación porque la configuración del ciudadano mexicano y el desarrollo de la ciudad marcaron un estilo de vida diferente, a pesar de que esto no resulta novedoso en la vida de los años treinta en México, si reflejó cómo los ciudadanos vivieron y experimentaron una nueva forma de desplazarse, entenderse y construirse.

La conexión entre la vida cotidiana y las experiencias de los ciudadanos es lo que la ciudad iba construyendo en todos sus sentidos, desde la arquitectura hasta los lazos afectivos, atravesando fronteras geográficas, étnicas y de clase.

Como parte de la modernización se desarrollaron urbes cuyo eje era el ciudadano y el crecimiento de la industria (capitalismo); lo que llevó a una masificación que necesariamente implicó la planeación de las ciudades y el proveer los bienes de consumo. Por consiguiente, se dio una demanda de espectáculos públicos y entretenimiento que conformaron la identidad de los mexicanos citadinos, que no fue el mismo que “experimentaron” el resto de los mexicanos a lo largo del país. Es así que la ciudad de México fue construyéndose dentro de ciertos parámetros que la arquitectura, el cine, la literatura y el arte gestaron.

La experiencia del ciudadano llevó a la masificación y junto con ello la modernización conformó al individuo; concepto sumamente importante para comprender la organización de la diferencia sexual y la construcción del género.<sup>141</sup> Como veremos en los casos de las revistas, las diversas voces que podemos encontrar en los proyectos editoriales hablan de diferentes tipos de ser mujer y cómo cada una de ellas se identificaba con uno de ellos. Las mujeres se fueron apropiando de características que las hicieran únicas, como sucedía con el proyecto nacionalista de construcción de identidad del mexicano.

Los mexicanos del sector citadino construyeron su identidad y modernización por medio de inspiraciones en y con referentes de París y Nueva York principalmente; además de lo mencionado anteriormente con respecto a la identidad de los charros y las chinas. Sobre ello da fe la prensa que circuló en la ciudad de México, ya fuera por la temática específica como por los artículos, anuncios e imágenes, donde se muestra el interés por un ciudadano moderno y lo que se esperaba que debían ser las preocupaciones, las conductas, los ideales, etcétera. Por ejemplo, las mujeres fueron un tema de interés para diferentes sectores, desde el gubernamental, el eclesiástico, el político y social, entre otros; algo que las revistas constatan a través de sus secciones y artículos.<sup>142</sup>

<sup>141</sup> Las ciudades y sus habitantes se construyen a partir de la manera en que se sienten identificados, y esto implica no únicamente el ser mexicano, también ser hombre y mujer; ello determina la manera en que habitan una ciudad y experimentan una vida cotidiana regida por “ser mexicano”, “citadino” y “hombre” o “mujer”.

<sup>142</sup> Las páginas de sociales contenían secciones de consejos femeninos, y se empezaron a mostrar ciertos cambios en la moral tradicional, seguramente a causa del laicismo que se generó durante el régimen de Calles y la influencia del cine. Por ejemplo, la revista *Mujeres y deportes* circuló en la ciudad de México entre los años treinta y cuarenta, a pesar de que era una revista que hacía referencia a los deportes y podría sugerir que su público lector era masculino, como incluso el editorial lo refiere, por otra parte, hay una serie de secciones que

Como parte de la conformación de la mujer dentro de las actividades privadas, podemos decir que la moda, los cuidados de la familia y el mantenimiento del hogar fueron fundamentales para consolidar la identidad de las mujeres en la historia mexicana. Sin lugar a dudas, dichas actividades han sido parte de las mexicanas, sin embargo, la vida cotidiana ayuda a entender de qué manera se relacionaban y construían una identidad, no solamente dentro del hogar si no en las calles de la ciudad, y que generalmente fue impuesta por ciertos modelos hegemónicos.<sup>143</sup> Así, las propuestas postuladas por los diversos proyectos editoriales no eran independientes, sino que en ellos había una clara relación con la ideología del Estado, y su objetivo era que la mujer mexicana actuara y pensara de cierto modo. Esto no se realizaba de manera impositiva pero sí con un esquema regulador que estableciera lo que se requería para ser una buena mexicana.

Este interés por la mujer moderna proliferó en diversos medios, el cuerpo femenino no sólo se visibilizó, sino que también respondió a las demandas sociopolíticas que requería que una mujer fuera moderna y mexicana. Como se mencionó en el inicio del presente capítulo, los estilos que proliferaron en la época buscaban que la ideología y la representación de lo nacional y lo moderno fueran una característica de México ante las demandas de la sociedad y el mundo.

Es decir, la configuración de la ciudad entre la zona del centro, las nuevas zonas residenciales y las de la periferia provocó que existieran fronteras y aislamientos. Estos eran parte de las tensiones entre lo urbano y lo rural, lo indígena y lo mestizo, las clases trabajadoras y las acomodadas, e incluso los hombres y las mujeres. E implicaron una serie de bifurcaciones sobre las conductas de los ciudadanos.

Las industrias de los medios masivos de comunicación como lo fue en un principio el radio y durante la década de los años treinta el cine y el fotoreportaje, condujeron a nuevas maneras de ver la vida, lugares y el tiempo. Con ello se generaron tensiones entre lo tradicional

---

hablan de la moda en Hollywood y sobre técnicas para maquillarse, con lo que posiblemente se puede hablar de que el público lector no se centraba en el género masculino, incluso el femenino podría estar interesado, ya que seguramente eran las inquietudes de los capitalinos.

<sup>143</sup> Los modelos hegemónicos se establecen desde el Estado, esto es, las imposiciones y construcciones del ser. Como se ha mencionado antes, la educación es la que permitía introducir una ideología y modelo a seguir. Apunta Elsa Muñíz: “La cultura y la identidad nacionales se llenaron de contenido histórico, étnico y moral, el espíritu regenerador de la cultura y del nacionalismo transformaría la colectividad guiada por un ente superior, el Estado, que se encargaría de regir los destinos del país y de su gente a través de la consolidación de una determinada cultura de género.” Muñíz, *op. cit.*, p. 166.



y lo moderno. Por ejemplo algunas publicaciones criticaron una serie de escenas que se veían en el cine, o cierta forma de vestirse y comportarse; mientras que otras las tomaron como muestra a imitar de la moda de las estrellas de Hollywood. Otras manifestaciones que representaban la vida eran la pintura, el muralismo y la fotografía, donde mostraban aspectos de un México todavía rural pero con tintas de una ciudad civilizada por medio de la tecnología (edificios, automóviles, radio, etcétera).<sup>144</sup>

Ante esta oleada de cambios, la urbanización fue un factor de transformación en la planeación de las ciudades, en el sentido de materializar los postulados de arquitectos e ingenieros. Por otra parte, se entiende que la urbanización no sólo afectaba a la ciudad, sino también a quienes la habitan, por ello los ciudadanos tenían que urbanizarse dado que era parte de la socialización que permitía la unidad entre sus integrantes.

La urbanidad fue introducida a las personas a través de la enseñanza, es decir que los mexicanos ante los cambios debían reflejar un tipo de conducta, como lo indica Jean-Louis Guereña:

La urbanidad pretende, pues, realizar una empresa de racionalización y de regulación de las conductas, una ordenación que afecta todas las esferas de la vida, tanto privada (en el espacio doméstico), como pública (en la Escuela, la Iglesia, en la calle, en la tienda, ...), que informa todas las actividades humanas (en el trabajo como en el ocio), en todo momento o circunstancia de la vida, no dejando por lo tanto ninguna cabida a cualquier improvisación.<sup>145</sup>

---

<sup>144</sup> Ello se puede ver en las fotografías de Tina Modotti, quien tenía un interés en los edificios y cables que adornaban las ciudades, además de retratar a la población principalmente rural, aquella que la prensa evitaba. Otro caso es el de varios muralistas, como Diego Rivera quien representaba la tecnología moderna (fábricas, medicina moderna, maquinaria, etcétera) y su relación armónica con los obreros. Un caso más es el de los estridentistas, vanguardia artística claramente influenciada por los futuristas, quienes llevaron la expresión moderna desde la literatura y la gráfica, enalteciendo la tecnología y la ciudad; aunque como menciona Rubén Gallo, dichas manifestaciones fueron parte de la contradicción de modernidad, ya que abogaban por la tecnología como parte de su temática pero no era utilizada en su proceso creativo o forma de reproducción, puesto que recurrían al grabado, una técnica de antaño. Gallo, Rubén, *Máquinas de vanguardia: Tecnología, arte y literatura en el siglo XX*, Sexto piso, México, 2014.

<sup>145</sup> Guereña, Jean-Louis, "Disciplinar el cuerpo. Los manuales de urbanidad en España (1750-1950)", en Ortega, Joaquín Esteban (ed.), *Marcas del cuerpo en educación. Imaginarios simbólicos y materiales*, Universidad Europea Miguel de Cervantes, Valladolid, 2013, p. 20.

El proceso de urbanización era una práctica común para las clases altas durante el porfiriato, la cual se extendió en el periodo posrevolucionario a la clase media, ya que buscaba civilizar a la sociedad que emergía de un México conflictivo y bárbaro. Para finales de la década de los veinte y como parte del proyecto de estado, la urbanidad buscaba cubrir esta educación a la clase baja que habitaba las ciudades.

Es decir, la urbanidad afectaba las prácticas sociales y culturales de quienes habitaban la ciudad, principalmente, porque suponía una forma de comportarse, vestirse, expresarse y caminar, y estaba determinada por las convenciones establecidas desde los que regían estos modos de ser, que muchas veces provenían del estado y también de personajes que escribían manuales de conducta. Como es el caso de lo postulado por Manuel Carreño,<sup>146</sup> sobre el mantener el orden en la actividad individual como social.

Lo que pretendía la urbanización era un proceso de refinamiento para entrar en el molde de las representaciones sociales civilizadas y educadas, por ello se normaban todas las formas de expresión de los individuos para conformar una disciplina social.

Podemos decir que para la ciudadanía moderna, la conducta era primordial, porque ello conllevaba a una mejor relación social y convivencia en las ciudades, y permitía que México se consolidara como un país en vías de la modernización, donde tanto los hombres como las mujeres podían comportarse y sentirse orgullosos de su identidad nacional, porque entraban al camino de ser modernos y mexicanos.

### 2.3 La vida social y el entretenimiento para la “ciudadanía moderna”

La vida social dentro de la ciudad de México fue diversa y dependió del círculo social al que se pertenecía; por ejemplo, la construcción arquitectónica mostraba proyectos urbanos para los

---

<sup>146</sup> Los manuales que hablaban de las “buenas costumbres” mostraban cómo las personas debían comportarse en la sociedad. Obviamente, estaba incluido el cuidado del cuerpo y su “decoro”. Existieron diversos manuales, el de Manuel Carreño, fue de los más importantes, aunque fue un texto del porfiriato, su uso se extendió hasta los años cuarenta, además quienes vivieron en los años veinte tuvieron esa educación que influyó en las generaciones posteriores. Dicho manual, titulado *Manual de urbanidad y buenas maneras*, se editó por primera vez en Venezuela en el año 1853, se dividía en dos secciones: “Deberes morales del hombre” y “urbanidad”, donde se estipulaba cómo comportarse y la forma de aplicarlas en ciertas situaciones y espacios. En el México posrevolucionario se buscaba extender la modernidad a los diversos habitantes y por ello, este manual resultaba de suma importancia, ya que la modernidad equivalía a ser urbano y con ello saberse comportar en situaciones específicas, así como en los espacios y eventos de la ciudad.

sectores que conformaban la ciudad, desde la prestigiada zona de la Condesa hasta las orillas citadinas y el centro. Es importante resaltar que como parte del proyecto de la construcción de la ciudad, los espacios públicos fungieron como mediadores en los nuevos ciudadanos y su identidad nacional moderna, como refiere Jordi Borja: “El espacio público también tiene una dimensión socio-cultural. Es un lugar de relación y de identificación, de contacto entre las gentes, de animación urbana, a veces de expresión comunitaria.”<sup>147</sup> Los espacios de convivencia fueron determinantes en la vida de los mexicanos porque rigieron su forma de vida y de cómo conducirse en la ciudad, como ya se mencionó, todo ello desde un proyecto del Estado que postulaba las formas de convivencia en la ciudad.

Para la autora María del Carmen Collado Herrera<sup>148</sup> la clase alta representaba la imagen de la modernidad, misma que se conformó como un modelo social y que fue portadora de la identidad nacional. Además, los proyectos nacionales buscaban unificar el ser mexicano por medio de algunas figuras como el charro, la china poblana, etcétera y de ello dan cuenta las festividades que se organizaron en la ciudad de México. Si bien desde el porfiriato se llevaron a cabo diversas festividades públicas, hay una que resulta de gran importancia, que es la fiesta floral para festejar la primavera, el día 21 de mayo, y que inició en 1921, ya que marcó una socialización entre las clases propietarias, quienes organizaban los eventos; y quienes asistían a ellos, pertenecientes a diversas clases. Mientras algunos espectáculos fueron exclusivos para el sector privilegiado y organizador, otros fueron gratuitos para el resto y con ello se intentaba evitar el elitismo que marcó al porfiriato. Cabe recordar que el proyecto nacionalista era incluir a toda la población. En estas fiestas participaban empresarios de origen extranjero, la iglesia y la burguesía nacional en la organización. Esta festividad junto con otras, buscaban mostrar el país en el que se había convertido México después de los años violentos; la tranquilidad y muestra de urbanidad de los ciudadanos era representativa de estos cambios.

Lo mismo sucedió a principios de 1930 cuando el proyecto y objetivo del arquitecto Alberto Pani era hacer uso del Palacio de Bellas Artes como una institución pública para las clases populares, sin embargo a finales de esos años dejó de ser un lugar propio para esas clases porque resultó complicado incorporarlas al tipo de espacios y eventos que se llevaban

---

<sup>147</sup> Borja, Jordi, “Ciudadanía y espacio público”, en *Ambiente y Desarrollo*, vol. XIV, núm. 3, septiembre, 1998, pp. 13-22.

<sup>148</sup> Collado Herrera, María del Carmen, “El espejo de la élite social (1920-1940)” en *Historia de la vida cotidiana en México, V Siglo XX. Campo y ciudad*, Aurelio de los Reyes (coord.), México, FCE-Colmex, 2006.

a cabo ahí. Las tensiones entre clases se hicieron notar con el uso que se le daba al edificio, así mismo, con las fiestas, desfiles, proyectos de vivienda, espacios de diversión, entre otros de la ciudad. La inclusión era una constante en el proyecto, pero en la práctica resultaba complejo. Como se ha ido estableciendo, las tensiones se hicieron latentes en todos los sentidos para los ciudadanos y parte de ello era lo que se experimentaba en la esfera pública, como apunta Sonja Brünzels: “La esfera pública es un espacio de negociaciones, lleno de espectáculos contradictorios, signos y símbolos nunca fijos y siempre determinados por relaciones sociales y de poder.”<sup>149</sup>

Otro evento importante se dio en febrero de 1926, cuando, por iniciativa de los periódicos *El Universal* y *El Universal Gráfico*, se llevó a cabo el Carnaval Capitalino y en las páginas de dichos diarios se lanzó una convocatoria para que votaran por la Reina del Carnaval. Lo diferente en este carnaval se debió a que antes elegían a las reinas de la clase alta y ahora fue “para rendir un homenaje a la mujer que trabaja”.<sup>150</sup> Esto refleja el cambio de las mujeres en los espacios públicos no sólo de la ciudad, si no también a nivel laboral, donde se le incluía y dejaba ver porque la modernidad era parte de estos cambios.

Lo importante de estas festividades en el ambiente posrevolucionario fue la introducción de la modernidad por medio de la experiencia que se propició en los ciudadanos y concretamente en la mujer trabajadora; otro tipo de mujer que comenzaba a salir de los espacios privados para incorporarse al espacio público de lo laboral, con la consiguiente adecuación ideológica que ello provocó. Comenzó a ser menos mal visto que las mujeres trabajaran y se alejaran del modelo de mujer encargada exclusivamente del hogar, por lo tanto comenzaron a ser visibles bajo otras posibilidades, y con estos cambios se vieron afectados poco a poco todos los ámbitos sociales.

Incluso el transitar de las mujeres en la ciudad comenzó a ser más visto y aceptado por la sociedad, no tan ampliamente pero era un cambio que se venía gestando y una nota de la prensa constata ello:

En las grandes ciudades la tolerancia es mayor que en provincia. A una joven se le puede permitir que vaya sola, en caso de necesidad, a sus ocupaciones; pero jamás al paseo, las

---

<sup>149</sup> Brünzels, Sonia “Gelobnix y horror vacuus dos ejercicios tácticos para repensar el espacio público”, en Blanco, Paloma et. al, *Modos de hacer. Arte crítico, esfera pública y acción directa*, Salamanca, Universidad de Salamanca, 2001, p. 422.

<sup>150</sup> *El Universal Gráfico*, febrero de 1926.

diversiones y las visitas. La mujer casada tiene la libertad completa para ir sola o con una amiga a todos los sitios públicos; pero tanto para ésta como para la soltera, son buenas ciertas reglas de prudencia, particularmente si van a pie.<sup>151</sup>

Ya fuera para ir al trabajo o para pasear, los grupos de amigas caminando comenzaban a volverse parte de la imagen de la ciudad, como parte de los cambios de los espacios donde transitaban las mujeres, cada vez más públicos y frecuentes. Esto tuvo un gran cambio para los años treinta, como lo relata la revista *Belleza*: “No sabemos tampoco a cuál de nuestros celosos y diligentes Departamentos se deba que en la ciudad de México una mujer no pueda transitar sola por las calles después de las diez de la noche, sin ser molestada por la policía en vez de ser protegida.”<sup>152</sup> Se ve que ya las mujeres podían caminar solas e incluso a altas horas de la noche como parte de la vida en la ciudad.

Refiere Collado Herrera que la reina del carnaval en 1926, Ernestina Elías Calles, representaba el ideal de la mujer moderna, que vestía ropa a la última moda, “era más mundana que las jóvenes tradicionales y gustaba de los deportes novedosos y arriesgados como las carreras de autos.” La ciudad y la socialización fueron una manera de modernizarse y con ello participar en las actividades que ofrecía la ciudad. Los carnavales representaron parte de las experiencias en que la modernidad incorporaba a las mujeres como agentes de transformación, tanto de la mujer trabajadora como de la mujer sin necesidad de hacerlo pero con aspiraciones de circular en otras esferas como las deportivas.

El deporte estuvo muy vinculado con las actividades de ocio pero también con las cuestiones de género. Como se refirió con el caso de la reina del carnaval, la modernidad estuvo relacionada también con el gusto de las mujeres por el deporte. Ejemplo de ello es la revista *Mujeres y deportes*, cuyo interés giraba en torno a eventos deportivos y acontecimientos de belleza y el cine de Hollywood. En el caso de la revista *Belleza*, tema central de esta investigación, el cuerpo es determinante en el proyecto editorial, ya que diversas secciones hablan sobre ello y la importancia de realizar ejercicio para conservar la belleza y la salud. Así mismo, el cuerpo y la belleza fueron un elemento indispensable para el diseño, las corrientes decorativas y el estilo arquitectónico adoptados, como se mencionó antes, uno de ellos fue el *art decó*.

<sup>151</sup> *El Universal Gráfico*, 23 de marzo de 1921, p. 15. Tomado en: Albarrán, *op.cit.*, p. 132.

<sup>152</sup> *Belleza*, febrero de 1933, p. 5. Sección “Críticas y comentarios” por Xavier Ximenez.

En el año 1930, cuando ocurre el asesinato de Álvaro Obregón, fue necesario calmar el ambiente militar y acercarse a la sociedad, por ello, el gobierno presidido por Ortíz Rubio organizó la celebración del XX aniversario de la Revolución Mexicana, en el cual se mostraron las actividades deportivas por medio de un desfile de atletas (8000 deportistas, y al año siguiente asistieron entre 30 mil y posteriormente 50 mil). Si bien este evento no prosperó en los siguientes años por las dificultades que atravesaba el país (recursos económicos, conflictos políticos y militares), lo importante es que marcó un precedente en torno al cuerpo mexicano<sup>153</sup> y la manera en que era mostrado ante los espectadores.

Dentro de las actividades de ocio que se llevaban a cabo, estaban las corridas de toros, las carreras de caballo y las competencias de polo de influencia europea, mientras que la charrería era lo mexicano. Nuevamente se jugaban elementos importantes que mostraban las relaciones sociales entre los asistentes, quienes en esos espacios intercambiaban miradas, el juego de ser vistos y mirar, enseñar ropa de moda parisina o neoyorkina como un símbolo de clase y reconocimiento social e incluso vestirse con lo propiamente mexicano: charros y chinas.

El cine fue otro de los entretenimientos presente desde la presidencia de Porfirio Díaz —formó parte del progreso del que se jactaba su gobierno— y desde los años veinte se convirtió en un espacio al que diferentes sectores de la sociedad asistían. Los cines, al igual que en la arquitectura y urbanización de la ciudad, se desarrollaron bajo el estilo *decó*. Además, la producción de cine nacional se extendió y los referentes del cine configuraron parte de la vida cotidiana de ciertas clases de la sociedad mexicana.

El cine fue un elemento indispensable para la construcción de la imagen de mujer, no profundizaremos en este trabajo, sin embargo diremos que sí muestra parte del proceso de la ideología e imaginación en los significados y representaciones que se le imprimieron al cuerpo, asociados a los cambios políticos y sociales de los ciudadanos mexicanos. Por otro lado, el cine, a partir de los años veinte, se convirtió en una actividad importante para la gente por lo que las familias asistían aún cuando mermara el gasto familiar, puesto que la pantalla mostraba diversas realidades atractivas. Por otro lado el cine dio fe de las dos visiones de lo que representaba ser mexicano, en palabras de Pérez Montfort:

---

<sup>153</sup> Muñíz, *op. cit.*, p. 125.

Al igual que en las publicaciones periódicas, el incipiente cine nacional también se preocupó por la belleza indígena, haciendo un uso muy particular de las referencias prehispánicas. Como parte de la reacción en contra de la imagen del mexicano que proponía el cine estadounidense, pero también con el afán de identificarse como algo distinto y original capaz de responder a los impulsos nacionalistas del momento, los productores del cine, desde épocas muy tempranas, recurrieron a lo que ellos consideraban las raíces indígenas prehispánicas de la mexicanidad, mismas que prometían jugosos beneficios económicos.<sup>154</sup>

El cine nacional buscaba una representación de lo indígena y se distinguía claramente del cine estadounidense y europeo. Aquí, incluso las compañías cinematográficas tenían nombres y logotipos que remitían a lo prehispánico: Aztlán Films, Popocatepetl Films o Quetzal Films.<sup>155</sup> Si bien estas temáticas eran recibidas con agrado por la audiencia, se reconocía a un tipo de mexicano distante, el indio como un estereotipo no era como todos los mexicanos, ya que se le consideraba como “miserable” y con todas las connotaciones hacia su forma de vida, de hablar, de vestimenta, de comer, etcétera.

La cinematografía fue un tema recurrente en las revistas; tanto en la revista *Belleza* como en *El Hogar*, diversos artículos y/o secciones trataron sobre ello (lo que visten las estrellas de Hollywood, cuando se visten, y también sobre las estrellas mexicanas). Estas fueron un referente de la moda, los artículos de belleza, las vidas, los tipos de ser mujer, los chismes, etcétera; es decir el cine mostró diferentes formas de ser una mujer mexicana.


El entretenimiento se convirtió en una actividad necesaria y privilegiada dentro de la ciudad de México, ya que eran espacios donde interactuaban diversos ciudadanos, sobre ello Elsa Muñíz dice:

La costumbre “provinciana” de gastar dinero<sup>156</sup> muchas veces devaluado, encontró en las diversiones, la disipación y el esparcimiento una forma de expresión. Los cines, los antros,

<sup>154</sup> Pérez Montfort, Ricardo “El estereotipo del indio en la expresión popular urbana, 1920-1940” en *Estampas de nacionalismo popular mexicano. Ensayos sobre cultura popular y nacionalismo*, CIESAS, México, 2003, p. 179.

<sup>155</sup> Pérez Montfort, *op. cit.*, p. 179.

<sup>156</sup> El costo de vida en la ciudad era muy variado para cada uno de los ciudadanos, por ejemplo, el Sr. Miguel y Spencer Lara, quien trabajó como gerente de la Imprenta de la Beneficiencia Pública, consideraba tener un buen sueldo de 7 pesos diarios. Mientras que los trabajadores del ferrocarril, en el año 1931 tenían un sueldo de 45 pesos semanales y hasta mil pesos mensuales. Muñíz, *op. cit.*, p. 70 y 71.



los teatros y los salones de baile se apreciaban como parte de esa vida estable y moderna que la clase media encontraba en la ejecución de bailes como el danzón, el fox-trot, el charleston, para “des-prejuiciarse, des-hacerse de una cierta carga religiosa”, y sobre todo anticuada.<sup>157</sup>

Los diferentes eventos y actividades que constituían parte de la vida de los ciudadanos, prosperaron para hacer un tipo de mexicanos que se sintieran orgullosos de sus raíces pero también mostrando que estaban dispuestos al cambio que la modernidad exigía internacionalmente.

Hasta aquí podemos decir que la experiencia de la ciudad en los habitantes fue determinante para construirse como mexicanos e identificarse con ciertos símbolos y valores que mostraran la pertenencia a la urbanidad, modernidad y mexicanidad. Estos elementos híbridos se pudieron ver desde la construcción de la ciudad (ya fuera bajo el estilo *art decó* o neocolonialista) hasta del propio ciudadano mexicano y su identidad.

La arquitectura y el urbanismo no siempre han pensado en la experiencia corporal, es decir, construyen una ciudad privilegiando sólo a uno de sus elementos: edificios, calles, glorietas, banquetas, etcétera y el peatón (el cuerpo) se desdibuja en estos proyectos. Aunque se reconocía que el espacio habitado tiene consecuencias en el comportamiento del cuerpo, así como en los espacios públicos, hacía falta incluir en el desarrollo de la ciudad cuestiones de movilidad necesarias para la población. El cuerpo es lo que se verá a continuación, si bien, la ciudadanía la constituyen los sujetos ello no implica que necesariamente se piensa como algo material y corpóreo, por el contrario, a veces se deja únicamente desde la ideología que buscaba imprimir en los ciudadanos el gobierno.

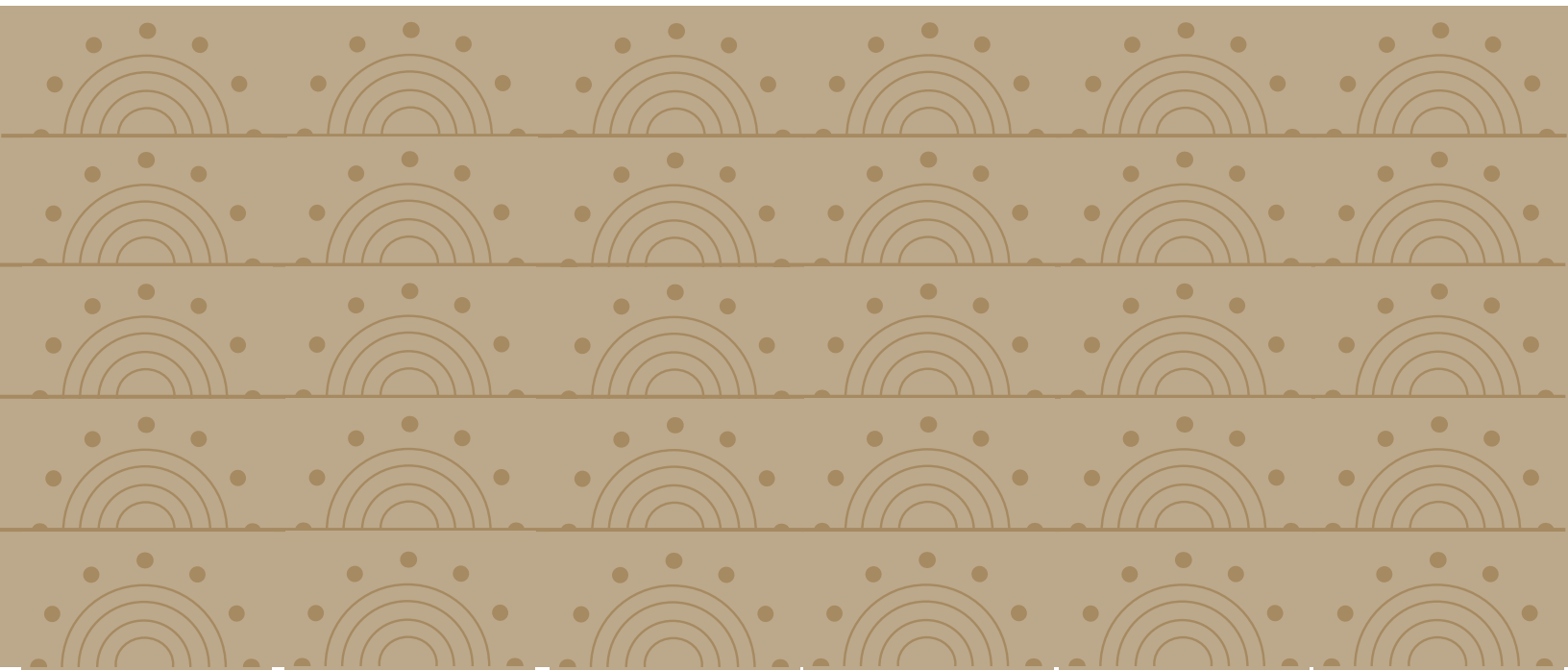
---

<sup>157</sup> Muñíz, *op. cit.*, p. 63



# CAPÍTULO 3

LA MUJER: BELLEZA-MODA / FAMILIA-MANUALIDADES



En los capítulos previos se ha ido estableciendo las relaciones entre una revista y sus repercusiones políticas, sociales y culturales, donde necesariamente se debe hablar de un público lector quien es el que habita una ciudad y se relaciona con todo lo que implica moverse en el espacio público. Por ello, es importante atender a la materialidad que constituye una revista, ciudad y las mujeres y hombres, quienes por medio del cuerpo interactúan como seres sociales y se desplazan por la ciudad. Aquí es donde cobra importancia determinar lo que se entiende por cuerpo. Ya se habló de él, en términos metafóricos, desde una revista y una ciudad, el presente capítulo busca establecer la relación del cuerpo con las mujeres y las posibles implicaciones que ello pudo tener, porque el cuerpo es el contenedor de una serie de características que determinan a una mujer.

### 3.1 Lo corpóreo: una narrativa

Las aproximaciones hacia un estudio del cuerpo se han ido ampliando por la necesidad de vincular las dicotomías tan prevalentes del pensamiento occidental: mente/cuerpo, sujeto/objeto, objetivo/subjetivo, pasivo/activo, racional/emocional, hombre/mujer; todo ello como consecuencia de una herencia cultural y la tradición de Descartes por separar la mente del cuerpo (la psique del soma). No sólo esto si no que el cuerpo ha sido estudiado desde diferentes disciplinas como la sociología del cuerpo, la historia el cuerpo,<sup>158</sup> la antropología social, la perspectiva del género, entre otros. Estos acercamientos han propiciado acabar con la herencia cultural jerárquica de la mente sobre el cuerpo y estudiar todo lo que el cuerpo ha querido decir pero ha sido callado o de alguna manera menospreciado por estorbar a los pensamientos.

La relevancia que tiene el estudio del cuerpo parte de algunos de los aportes que han dado la antropología social y la sociología médica a los historiadores, al darles elementos para analizar los significados sociales del cuerpo, principalmente dentro de los sistemas de intercambio social. Es decir, que resulta necesario concretar el sistema cultural desde donde el cuerpo ha sido experimentado y expresado, porque las relaciones que se dan en

---

<sup>158</sup> El autor Roy Porter en su texto *Historia del cuerpo*, sugiere que la historia del cuerpo se desprende de la historia de las ideas, quienes iniciaron a entender la importancia y necesidad de una cultura material, uno de sus órganos se convirtió en la historia del cuerpo. Porter, Roy "Historia del cuerpo" en *Formas de hacer historia*, Alianza, Madrid, 1996.

la individualidad y colectividad parten de cómo nos concebimos, y por ende se realizan construcciones del cuerpo del sujeto hacia el exterior con otros sujetos.

Resulta importante apuntalar la propuesta de abordaje de la historia del cuerpo, en la que Roy Porter hace una división de siete ramas:

- 1) El cuerpo como condición humana, considerando el nacimiento, la copulación y la muerte
- 2) La forma del cuerpo, este punto se vincula con el propósito de esta investigación, ya que considera al cuerpo como una forma visual, la cual a estado presente a lo largo de la historia en una infinidad de representaciones. Las imágenes visuales de los cuerpos producen un significado para la tarea del historiador, porque no sólo funcionan como pruebas visuales, si no que conforman un material de significación y sentido
- 3) Anatomía del cuerpo, se considera que el cuerpo es el principal sistema de comunicación porque son mirados y necesariamente buscan un enfrentamiento al mundo exterior; esto es, que la materialización da un soporte como pasa en el caso de una revista
- 4) Cuerpo, mente y alma
- 5) Sexo y género
- 6) El cuerpo y la política del cuerpo
- 7) El cuerpo, la civilización y sus insatisfacciones.

El segundo y el tercero cobran una relevancia para entender a las revistas y a las mujeres porque ambas son formas de cuerpos que contienen ideas que moldean lo que posiblemente significó ser mujer.<sup>159</sup>

La historia del cuerpo ha acudido a teorías posestructuralistas y deconstruccionistas de análisis textual dada la necesidad de explicar las representaciones del cuerpo en el discurso. Sin que estas teorías hayan permeado esta investigación, lo relevante es, como se explicó en el capítulo primero, que las representaciones tienen consecuencias sobre la materialización, como es el caso de una revista y hay un público lector que lo interpreta, es decir las revistas son la materialización de un discurso dirigido hacia los lectores.

Dicho lo anterior es necesario apuntar que desde el análisis textual la escritura del cuerpo es una construcción simbólica, y no un conjunto de carne y sangre como puede ser considerado desde una visión materialista, porque las relaciones que se establecen entre

<sup>159</sup> Porter, *op. cit.*

la mente y el cuerpo siempre se articulan por la cultura, nunca son naturales. Es decir: “el *cuerpo* no puede ser tratado por el historiador como algo biológicamente dado, sino que se ha de considerar mediado por los sistemas de signos culturales. La distribución de funciones y responsabilidades entre cuerpo y mente y alma, difiere notablemente según los siglos, clases, circunstancias y cultura.”<sup>160</sup> Así, una revista cobra significados en el sujeto y su entorno, pero no puede ser sólo una materia y su descripción física, sino que tiene una simbolización hacia el público lector y los significados que ella puede dar.

Por otro lado, la autora Michell Perrot estudia al cuerpo no en una situación inmóvil o como mero objeto de estudio, más bien vislumbra al cuerpo en su dimensión histórica con las repercusiones de un cambio en el tiempo por ser atravesada por factores como lo físico, estético, político, ideal y material, lo cual los historiadores han ido entendiendo a lo largo de sus investigaciones. Es decir que el contexto sociocultural e ideológico está impreso en la simbolización del cuerpo, entonces debe de vislumbrarse su estudio desde el universo de la cultura; la estructura simbólica propicia a una identidad y conlleva a la imagen corporal. José Carlos Aguado Vázquez indica:

La imagen corporal es, desde esta perspectiva ideológica, la institución de la identidad. Es a la vez medio y fin de la cultura, sujeto y objeto privilegiado en el proceso recíproco a través del cual los individuos se incorporan a la cultura y la cultura pasa a formar parte integrante del sujeto. Es decir, el cuerpo humano desde la perspectiva de la significación cultural es el eje en donde se articulan los procesos públicos y privados, lo único y lo comunitario, lo personal y lo social.<sup>161</sup>

La identidad es el “sí mismo”, desde el cual es materializado por el sujeto en sus cuerpos construyendo referentes ideológicos tanto individuales como culturales. Entonces, la identidad es atravesada por la reproducción cultural y las relaciones entre los sujetos, todo ello deriva a la acción y la práctica porque cuerpo y mente son uno mismo, siendo imposibles de separar por los ejes simbólicos del cuerpo.

En este proceso de identidad existe una reproducción, diferenciación y semejanza para manifestar la imagen corporal e integrar el significado cultural; es decir que hay un

---

<sup>160</sup> Porter, *op. cit.*, p. 269.

<sup>161</sup> Aguado Vázquez, José Carlos *Cuerpo humano e imagen corporal: notas para una antropología de la corporeidad*, UNAM-IIA, México, 2004, p. 32.

reconocimiento porque construimos un significado mediado por la cultura, donde espacio y tiempo se ordenan desde el cuerpo en acción. La imagen corporal es, en palabras de José Carlos Aguado: “la estructura simbólica en la que la cultura recrea los mensajes centrales para que el sujeto pertenezca a determinada cultura. En este enfoque entendemos el cuerpo humano como el primer espacio-tiempo, ya que dicha red se construye a partir de la significación del propio cuerpo.”<sup>162</sup> Es un proceso hablar de la imagen corporal, porque hay una mediación entre el sujeto y el entorno por medio de una articulación de la estructura simbólica del sí mismo, y es justamente eso lo que le da sentido.

Otro acercamiento al estudio del cuerpo es el que se hace desde la sociología del cuerpo: “cuyo campo de estudio es la corporeidad humana como fenómeno social y cultural, materia simbólica, objeto de representaciones y de imaginarios”<sup>163</sup> refiere David Le Breton. Para él, todo lo que hacemos en la vida cotidiana está vinculado con la corporeidad, donde el cuerpo es nuestra relación con el mundo moldeado por el contexto social y cultural, es decir, construye socialmente además de permitir una socialización. Además, la existencia—espacio y tiempo—, de los sujetos es corporal, sin ello no hay un ser.

En este campo de estudio, lo que hace el sociólogo es usar el cuerpo como “hilo conductor” de su investigación, el cual genera más tensiones que certidumbre. Estas tensiones para Le Breton se ciñen en:

- La variabilidad propia de cada cultura y grupo, por ende de su historia
- Lo anguloso que puede resultar entender el cuerpo físico en un mundo e imaginario social donde se produjo.

Los hechos sociales y culturales tienen un significante en el cuerpo y a la inversa, porque la imagen del cuerpo se basa en los materiales simbólicos. Nosotros al ser seres sociales, aprendemos por medio de la imitación los movimientos y las posturas del cuerpo, los gestos, las poses, el caminar, el sentarse, etcétera. Así mismo las puestas en práctica varían de acuerdo a la edad, el sexo, la clase social, entre otros. Resulta importante destacar que siempre buscamos controlar la imagen hacia un otro, porque vivimos en un intercambio e interacción social determinada por los sistemas y modos de conducta—como lo indican los manuales de conducta que se comentaron en el capítulo anterior—, determinadas en la vida social por medio de convenciones y normas de un tipo de ser.

<sup>162</sup> Aguado Vázquez *op. cit.*, p. 49.

<sup>163</sup> Le Breton, David *La sociología del cuerpo*, Nueva Visión, Buenos Aires, 2011, p.7.

Para el sociólogo Michel Bernal, el cuerpo es:

Una realidad biológica, una realidad social y una realidad imaginada. El cuerpo es esas tres cosas que interactúan en la medida que es proceso de constitución, de formación simbólica que suministra, por una parte, a la sociedad un medio de representarse, de comprenderse y de obrar sobre ella misma, y suministra, por otra parte, al individuo un medio de sobrepasar la simple vida orgánica en virtud del objeto fantasma de su deseo. El fantasma es apertura del campo simbólico, en cuanto metáfora de la realidad sociopolítica y biológica.<sup>164</sup>

El autor hace aquí un importante reconocimiento en cuanto a la metáfora como campos sociales y corporales en el sentido del significado de lo que hace una metáfora, como significado del pensamiento y la expresión del cuerpo en un contexto social y cultural. Cabe destacar que el cuerpo es un producto sociocultural y por ende se construye desde una serie de modelos establecidos del imaginario colectivo, justamente desde donde se llevan a cabo las representaciones —esto se verá en el último capítulo.

Los cuerpos se pueden considerar como representaciones sociales porque permiten la construcción de identidades; cabe recordar que la representación tiene una función simbólica y por ello, un significado, el cual confiere al individuo la relación que mantiene con el mundo social. Para construir las representaciones se utilizan mediadores que en este caso son el lenguaje y el pensamiento, es decir, que la materialización de una idea está atravesada por las representaciones. Podemos decir que las representaciones son las mediadoras entre el pensamiento y la expresión. Ante esto, Le Breton refiere:

Son las representaciones que intentan identificar el cuerpo, precisar sus vínculos con el actor al que encarna (relaciones alma-cuerpo-pensamiento, psiquis-soma, etc.) elucidar las partes que lo componen, sus funciones recíprocas, es decir, la fisiología simbólica que la estructura que, finalmente, intenta nombrar sus constituyentes y sus vínculos con el entorno social, cultural o cósmico. Las teorías del cuerpo, en cierto modo. Sin omitir el estudio de la manera en que los actores se apropian de estos conocimientos, a veces de manera rudimentaria, pero

---

<sup>164</sup> Bernal, Michel *El cuerpo. Un fenómeno ambivalente*, Paidós, Barcelona, 1994, p. 189. Tomado en: Cabañas Osorio, Jesús Alberto, “Representación y narrativas corporales de la mujer nocturna del cine mexicano, en el periodo 1931-1954”, tesis doctoral en Historia del Arte, UNAM, México, 2008, p. 53.

suficiente para que sientan que saben de qué están hechos y para que comprendan mejor el espesor vivo de su carne<sup>165</sup>

En términos de una revista, el discurso se materializa en ella y por medio de ello se regula, controla y reproduce una forma de pensar, la cual a su vez se materializará en la manera de ser y actuar de un individuo.

Pero, por medio del cuerpo y sus representaciones es como conocemos a la sociedad y sus individuos, las representaciones son los significados que se le imprimen porque por medio de ello es como se movilizan y se relacionan entre sí las personas. Ante ello Elsa Muñiz apunta:

La política sexual como mecanismo de control y regulación de la sexualidad se apoya en la cultura de género al definir espacios, conductas, relaciones y comportamientos de los individuos. En resumen, trato de estudiar la cultura de género como una forma de la historia cultural, donde la historia de las representaciones permita atender la comprensión de las prácticas que articulan representaciones colectivas y conductas personales, maneras generales de sentir, conocer, pensar respecto al estado de una sociedad y, por tanto, a su historia.<sup>166</sup>

Las representaciones de lo masculino y lo femenino son un producto social, que viene determinado por las prácticas de la vida cotidiana así como por las prácticas de carácter mediático como son las fotografías y el cine, que generan una experiencia en las personas ya que el cuerpo es un símbolo, un significado y un lenguaje dentro de un contexto social que permite reconocerse y construirse como sujeto. Para dicha autora el estudio del cuerpo parte desde el género, no como un cuerpo físico que es anatómico, sino el que es enculturado, es decir el que cobra sentido y significación en un contexto social. Por ello:

Los comportamientos individuales son experiencias sociales, el futuro de aprendizajes y de mimetismos voluntarios e inconscientes y en tal sentido pasan a formar parte del bien común, del acervo cultural de una sociedad. Su permanencia y reproducción derivan desde luego de

<sup>165</sup> Le Breton, *op. cit.*, p. 65.

<sup>166</sup> Muñiz, Elsa *Cuerpo, representación y poder. México en los albores de la reconstrucción nacional, 1920-1934*, UAM-Porrúa, México, 2002, p. 14.

los modelos de educación y sobre todo de los esquemas ideológicos que estructuran la cultura y en los cuales se asientan los códigos y las normas de comportamiento.<sup>167</sup>

Entonces, en el texto anterior, el cuerpo está vinculado con una relación inseparable entre pensamiento y expresión, porque además funciona en, la revista, como un cuerpo y los contenidos como cuerpos ideológicos, es decir que las dicotomías se rompen y forman un conjunto de sujetos y objetos.

A partir de lo anterior, resulta necesario en el estudio del cuerpo, vincular lo que conforma a los sujetos, ante ello dice Elsa Muñíz:

Si definimos a las prácticas corporales como sistemas dinámicos y complejos de agentes, de acciones, de representaciones del mundo y de creencias que tienen esos agentes, quienes actúan coordinadamente e interactúan con los objetos y con otros agentes que constituyen el mundo; si consideramos que forman parte del medio en que se producen, es decir, que son históricas, estaremos de acuerdo en que los procesos cambiantes que la caracterizan y diferencian no son independientes de la transformación del medio y/o contexto en el que se desarrollan.<sup>168</sup>

Por lo tanto, el cuerpo es sometido a las disciplinas impuestas desde la medicina y la educación, donde se busca normalizar y naturalizar; a partir de ello se construyen los patrones estéticos (como pueden ser las prácticas de belleza y las transformaciones corporales) mismos que se encuentran atravesados por la cultura.

Así mismo, para conocer y reconocer el cuerpo, las imágenes y representaciones han sido medios fundamentales de comunicación porque las expresiones y formas de hablar son los mediadores entre los sujetos. Entender e incorporar el cuerpo es parte de la configuración de cómo nos constituimos como individuos y cómo generamos los imaginarios colectivos.

---

<sup>167</sup> Muñíz, *op. cit.*, p. 328.

<sup>168</sup> Muñíz, Elsa "Las prácticas corporales. De la instrumentalidad a la complejidad" en Muñíz, Elsa (coord.) *Disciplinas y prácticas corporales. Una mirada a las sociedades contemporáneas*, Anthropos-UAM, México, 2010, p.41.



### 3.2 Las representaciones corporales modernas

El hablar del cuerpo es referirse a las expresiones, que cobran una presencia y una imagen, y se convierten en un conjunto de símbolos que participan en las representaciones sociales y discursos donde intervienen los factores sociales para ser una experiencia y una interpretación. Podemos decir que el cuerpo es una realidad material; un discurso que le da existencia social y simbólica, porque es a través del cuerpo que la comunicación transita y se hace realidad, como también la simbolización, la interacción o la intersubjetividad.

Los cambios en todo momento histórico se producen de maneras muy diversas. El cuerpo da cabida ante los cambios permitiendo convertirse en “una nueva mujer u hombre” para ir de acuerdo a la época que se vive y adecuarse a las circunstancias que requiere la sociedad. Por ejemplo, el conjunto de prácticas para materializar a la población se dan por el discurso de la urbanidad —como se mencionó en el capítulo anterior— y el cuerpo moderno es la materialización de la concepción médico-higiénico. En las mujeres el cambio se dio en parte por la apariencia de su vestimenta: el uso de zapatos de tacón alto y grueso, sombreros con la intención de adornar las cabezas y los vestidos se volvieron más entallados. Para llevar a cabo esta moda, era necesario tener un corte de cabello adecuado y una figura del cuerpo de una talla mediana para lucirlo sin el corsé. Es decir:

Para que un sujeto cambie es necesario que se modifique su imagen corporal; en este paso se reordenan los referentes somáticos, relacionales y culturales del sujeto, se reestructura su historia, se actualiza su experiencia y se adquiere una nueva identidad que permite integrar las imágenes previas con la nueva, surgida de renovadas necesidades.<sup>169</sup>

Aun cuando las mujeres se incorporaron al trabajo y cada vez había más aparatos electrodomésticos que facilitarían el trabajo, ellas eran las responsables de mantener una excelente limpieza y orden en el hogar, además de cuidar a los niños y la administración doméstica. Es decir, que sí eran importantes los cambios físicos del cuerpo y rostro de la mujer, pero continuaban con sus labores “de mujeres”, y que debían combinar ambas partes para ser una mujer siempre alegre y agradable ante la sociedad, como estipulaba los manuales de conducta. Es a partir de una imagen corporal que se da una constante de movimiento y acción, por lo que, aún cuando sea algo repetitivo produce un hábito para fijarse en los sujetos.

<sup>169</sup> Aguado Vázquez, *op. cit.*, p. 57.

Ante este panorama, el cuerpo moderno se aleja de lo colectivo para convertirse en individualista. La nueva estructura social determina que de este modo se genera la identidad. Bajo esta idea, el cuerpo occidental se relaciona con la censura y el ego, porque como dice Le Breton, la existencia del humano es corporal y es el signo del individuo que marca una diferencia con el resto de los sujetos. Los patrones de la modernidad privilegian al cuerpo estético, sano, joven; mientras que la enfermedad, la discapacidad y la vejez son cuerpos indeseados que deben de tratarse con remedios, cosméticos, cirugías, ejercicio, alimentación, etcétera. Todo ello para obtener un cuerpo ejemplar.

Es entonces que entra en juego la publicidad, porque a través de ella los fabricantes de productos para el hogar generaron el concepto moderno de feminidad. Nancy F. Cott refiere: “La publicidad del siglo XX adoptaba la ciencia como patrón del progreso de la industria y de los beneficios del consumidor, como la autoridad moderna a partir de la cual la publicidad conseguía establecer su área de conocimiento.”<sup>170</sup> Tanto la publicidad como la medicina ven al cuerpo sin tomar en cuenta su contexto e historia, es decir, si son madres, hijas, abuelas, viven en la ciudad o en el campo, son trabajadoras, estudiantes, etcétera.

Los publicistas se encargaron de ser los educadores para los consumidores, las amas de casa se convirtieron en consumidoras y para ello las agencias publicitarias hicieron uso de las imágenes y diversas estrategias de mercado, en palabras de Nancy F. Cott:

Las nuevas técnicas gráficas y fotográficas permitieron a la publicidad convertirse en un medio visual con una influencia subliminal desconocida hasta entonces, de tal modo que —con toda la intención— no sólo vendía a las mujeres publicidad de los productos ofrecidos, sino también imágenes de sí mismas. Los anunciantes consiguieron imponer los emblemas modernos sobre las prioridades de las mujeres.<sup>171</sup>

Es decir que las mujeres ya podían ser vigorosas y sociales, mostrar el cuerpo y cuidarlo, por otro lado, les gustaba divertirse y ser atractivas al hombre. Esta idea moderna de ser mujer estaba relacionada con asumir el control de su vida, que en pocas palabras era ser consumista por elección.<sup>172</sup> En esta nueva cultura de la modernidad y la urbanización, las mujeres se

---

<sup>170</sup> F. Cott, Nancy “Mujer moderna, estilo norteamericano: los años veinte” en Duby, Georges y Perrot, Michelle *Historia de las mujeres*, Taurus, México, 2005, p. 122.

<sup>171</sup> F. Cott, *op. cit.*, p. 124.

<sup>172</sup> Otra parte del consumo fueron los grandes almacenes, los cuales abrieron sus puertas durante el porfiriato

convirtieron en ciudadanas, trabajadoras, esposas, madres y consumidoras; porque el cuerpo permitía ser un espacio de decisión y acción. Luisa Passerini apunta: “El ama de casa debe de ser al mismo tiempo consumidora y administradora de la casa. Por tanto, también debe hacerse responsable del control del consumo, lo cual se convierte en una actividad que requiere cuidadosa organización y planificación, incluso la compra a crédito y los proyectos a largo plazo.”<sup>173</sup>

Las prácticas corporales fueron mecanismos reguladores del cuerpo colectivo y ello llevó a que la belleza fuera una representación natural en las mujeres, Elsa Muñiz menciona:

La belleza considerada como un atributo de la feminidad participa de los esquemas reguladores que hacen inteligibles los cuerpos femeninos únicamente si se ajustan a los requerimientos de ciertos modelos de belleza aceptados y promovidos. Entonces, las prácticas y los discursos de la belleza forman parte del proceso de materialización de los cuerpos femeninos<sup>174</sup>

La nueva estética femenina fomentó tener un rostro agradable y hermoso para lucir un parecido a las actrices del cine estadounidense. Además al incorporarse al mercado laboral se requería de una buena presentación, entendiendo que la piel debía tener una serie de características que las revistas y sus anuncios mostraban, por lo que fungían como un referente a seguir. Es más, se promovían diversos productos para suscitar la belleza, ya fuera en revistas dirigidas exclusivamente a las mujeres o en las de interés general, ya que la belleza debe de ser algo normal para las féminas, cuyo fin era la imposición, tanto de un tipo de cuerpo como de rostro.

Los productos que se solían promocionar fomentaban la hermosura de las mujeres, entre otros, era mal visto tener exceso de vello, las canas y los estragos de la vejez, para ello había tónicos para dar energía y eliminar la irritabilidad, características muy buscadas o rechazadas en la conducta de las mujeres. Algunos productos señalaban que aún cuando no se tuviera el suficiente dinero para acudir a un salón para ondular el cabello, existían maneras

---

a mediados del siglo XIX. En 1857 se inaugura Fábricas de Francia para mostrar los productos más novedosos, pero lo más importante de estos espacios públicos es que son lugares de distracción y socialización, diseñados para las mujeres.

<sup>173</sup> Passerino, Luisa “Sociedad de consumo y cultura de masas” en Duby, Georges y Perrot, Michelle *Historia de las mujeres*, Taurus, México, 2005, p. 395.

<sup>174</sup> Muñiz, Elsa “Educando el cuerpo. Las pequeñas reinas de la belleza”, en Ortega, Joaquín Esteban (ed.) *Marcas del cuerpo en educación. Imaginarios simbólicos y materiales*, Universidad Europea Miguel de Cervantes, España, 2013, p. 230.

de hacerlo en casa; así como mantener una tersura en la piel del rostro con polvos y cremas especiales. Varios de esos productos eran importados de Nueva York y París: tónicos, cremas, tintes para el cabello, cremas depilatorias, maquillajes de ojos, labiales, polvos faciales y variados productos cosméticos; claramente con el fin de cumplir un patrón estético y que además se convirtiera en algo deseable, porque se relacionaba la idea de tener éxito con un buen aspecto personal.

Entre la publicidad y las revistas se mostraba a mujeres con un aspecto físico bien cuidado y los cosméticos que ayudaban a alcanzar ese ideal de belleza; al mismo tiempo mostraban la forma de vestirse haciendo comparación en que una mujer vestida de tal manera podía ser una mujer de sociedad, divertida y agradable. La industria cosmética y los productos higiénicos fomentaron una nueva mujer con un ideal de feminidad en que la apariencia física debía ser cuidada constantemente. Anne Higonnet señala:

La publicidad empujaba a las mujeres a comprar sus distracciones y placeres. Unía nuevos rasgos psicológicos y estéticos femeninos para promover una identidad de consumidora. Según ciertas publicidades, las mujeres dependían por completo de los productos de consumo para realizar sus tareas del hogar, para seducir, para educar a sus hijos o para tener éxito social.<sup>175</sup>

De esta forma se construyó una feminidad con diversas aristas, una de ellas fue por medio de los objetos y a consecuencia de motivar el consumo, dichos objetos eran las cremas, maquillaje, polvos, etcétera, ellos harían que las mujeres se construyeran y formaran una manera de representarse. Por ello, la función de la publicidad fue más allá de ser solamente información de los productos, ya que además era una representación del papel a desempeñar de las mujeres dentro de la sociedad.

Si los cambios también se daban mediante el cuerpo, construido por la cultura y determinando los valores deseados, un momento clave de la modernización fue el abandono del corsé en el año 1909, cuando el modisto Paul Poiret libera el cuerpo dejando atrás a la burguesa abotargada, encorsetada y oprimida. El giro dado hacia el libre movimiento por cuestiones médicas e higiénicas con el fin de controlar el cuerpo y el movimiento se da

---

<sup>175</sup> Higonnet, Anne “Mujeres, imágenes y representaciones” en Duby, Georges y Perrot, Michelle *Historia de las mujeres*, Taurus, México, 2005, p. 414.

hacia otras esferas (ser estudiantes y trabajadoras), donde tanto la gimnasia como la propia vestimenta holgada moldea los cuerpos y genera deseo.

Los cambios en el cuerpo fueron notorios por la vestimenta y la disciplina de ejercitarlo, Oscar Traversa indica sobre ello: “La mujer moderna tiene por religión el vientre plano, los pechos pequeños, los hombros musculosos, en síntesis, un cuerpo andrógino, masculino y ambiguo, libre de sus actos y sus amores.”<sup>176</sup> Esto último de acuerdo con lo establecido en la época y lo que representaba usar de cierta forma algo en el cuerpo, por ejemplo, al pelo corto en Francia se le decía estilo *garçon* (muchacho) durante los años veinte. La postura de la autora Anne-Marie Sohn, es que detrás de las mujeres liberadas, faldas y cabello corto, se mantenían vivas las tradiciones y los roles bajo los cuales se les instruía desde la infancia.<sup>177</sup>

Otro de los cambios efectuados al cuerpo se dio después de la primera guerra mundial, la cirugía estética que nació de los hospitales militares, se introdujo al mercado desde Francia en 1919; nuevamente el culto a la belleza y a la juventud se reflejó en el tipo de cirugías que se llevaban a cabo, cuyo fin siempre era cuestión de salud en primer lugar y después por belleza. Se tenía la “libertad” de moldear un cuerpo y construir un rostro bajo los parámetros de lo que era bello y de moda, muchas veces basado en la apariencia de las estrellas de cine.

Otro motor de cambio en la transición a la mujer moderna, como se ha mencionado anteriormente, fue el cine que revelaba la moda y la apariencia, porque era donde se dejaban ver rostros blancos, ojos muy pintados y los labios acentuados. Esto cambió para 1925, ya que se descubren los beneficios del sol y se alejan de los rostros pálidos, así como los ejercicios al aire libre que propiciaban el bronceado. Muestra de ello, son algunas de las portadas de las revistas como es el caso de *Belleza*, cuyas portadas dan fe del uso de trajes de baño y fondos de exteriores. Así mismo, las primeras portadas ante el contraste de la fotografía a blanco y negro resaltaban las caras blancas, y con el cambio de las portadas a color se suavizan los contrastes y resaltan más los ojos maquillados junto con los rojos labios. Oscar Traversa menciona: “En 1930 triunfa la mujer sencilla, poco maquillada, pero en 1935 es el momento de las de aspecto joven y deportivo, con el cabello teñido de rubio latino y ondulado, labios gruesos, cejas depiladas y luego dibujadas en forma de arco, afinadas o

<sup>176</sup> Traversa, Oscar *Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918-1940*, Gedisa, Barcelona, 1997, p. 79.

<sup>177</sup> Sohn, Anne-Marie, “Los roles sexuales en Francia y en Inglaterra: una transición suave” en Duby y Perrot, *op. cit.*, p. 124.

engrosadas por la sombra de los ojos.”<sup>178</sup> Se puede decir que el cine les daba instrucciones de cómo maquillarse, vestirse y comportarse, además de resultar innovador y moderno; las imágenes en sus diversas manifestaciones realizaban la función de educar y moldear, Anne Higonnet resume ello:

No se podía escapar a las imágenes estereotipadas de los sexos porque los medios de reproducción industriales difundían con gran amplitud las imágenes de una cierta modernidad femenina, porque el arte gozaba de un inmenso prestigio cultural y también porque las definiciones visuales de la feminidad implicaban las nociones de belleza y de placer.<sup>179</sup>

La educación siempre ha estado a la par de las imágenes para instruir a la humanidad, con el auge y proliferación de los medios de comunicación se hizo mucho más presente y al alcance de todos adquirir y apropiarse del imaginario sobre lo que se representa en las imágenes y específicamente en el ser mujer.

El cuerpo también ha funcionado como un soporte de valores donde, dice Le Breton: “El cuerpo metaforiza lo social, y lo social metaforiza el cuerpo. En el recinto del cuerpo se despliegan simbólicamente desafíos sociales y culturales.”<sup>180</sup> Cada parte del cuerpo ha tenido sus diferentes formas de entenderse y expresarse de acuerdo a lo socialmente establecido. Tanto los órganos como las funciones del cuerpo tienen diferentes representaciones y valores según el contexto. El ejemplo de Le Breton para fundamentar ello, son los pies, a los cuales se les otorga valores bajos por encontrarse en la zona baja del cuerpo, sin embargo son los que sostienen y mantienen un contacto con la tierra. En términos de una revista los pies son las notas a pie de página que poseen un valor diferente por no configurar como parte del cuerpo de texto, sin lugar a dudas son el soporte de un argumento del texto pero no son las más relevantes en un artículo o sección, aunque sí le dan un apoyo a lo planteado. Esto se desarrollará a mayor detalle en el siguiente capítulo.

En el caso del rostro, se otorgan valores más altos, ya que ahí radica la identidad del sujeto; es lo que determina reconocer a una persona, y en general es lo que representa al ser por su valor a nivel social e individual. En una revista, la portada cumple esta función; ella es la entrada a este objeto y a partir de esta apariencia nos puede dar pauta para saber qué

---

<sup>178</sup> Traversa, *op. cit.*, p. 85.

<sup>179</sup> Higonnet, *op. cit.*, p. 415.

<sup>180</sup> Le Breton, *op. cit.*, 2011, p. 73.

encontraremos en su interior, por ello resulta de suma importancia lo que se plantea en el proyecto editorial con lo que conformará la portada para darles pistas al lector sobre lo que espera leer.

Siendo más precisos, Le Breton dice que el cuerpo en la modernidad deja de prestar atención a la boca y se dirige a los ojos porque ellos permiten una comunicación, es decir, que se privilegia a la vista,<sup>181</sup> donde los intercambios de mirada producen un significado, aún cuando en sentido estricto los ojos de la portada de una revista no devuelvan la mirada.

Esto puede verse reflejado en la revista *Belleza* que contiene una sección exclusiva para el cuidado de los ojos, titulada “La belleza de los ojos”, y debajo el subtítulo “¿Qué es lo que revelan sus ojos? ¡Hágalos atractivos!”. Ella muestra la importancia que se le daba a los ojos que ameritaba una sección exclusiva, es interesante que las fotografías encuadradas los ojos de las modelos, acción que se realiza sólo en esta sección y que enfatiza lo detallado en dicho artículo, lo que los ojos nos pueden decir de una persona.

---

<sup>181</sup> Como se ha ido mencionando, a lo largo de la historia el cuerpo ha tenido diferentes formas de mostrarse, representarse y expresarse; en el caso de los ojos, durante la Edad Media y el Renacimiento la mirada tenía un lugar de menor valor en el rostro, caso contrario de la modernidad. Incluso se puede decir que la imagen de los retratos va cobrando una dimensión de gran peso porque es el que permite identificar a una persona, y la forma de mostrar esa imagen, es decir, de ser una pintura a una fotografía y las connotaciones de ser más parecido a lo real y material, así como la facilidad de reproducción. Le Breton, David *Antropología del cuerpo y modernidad*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1995.

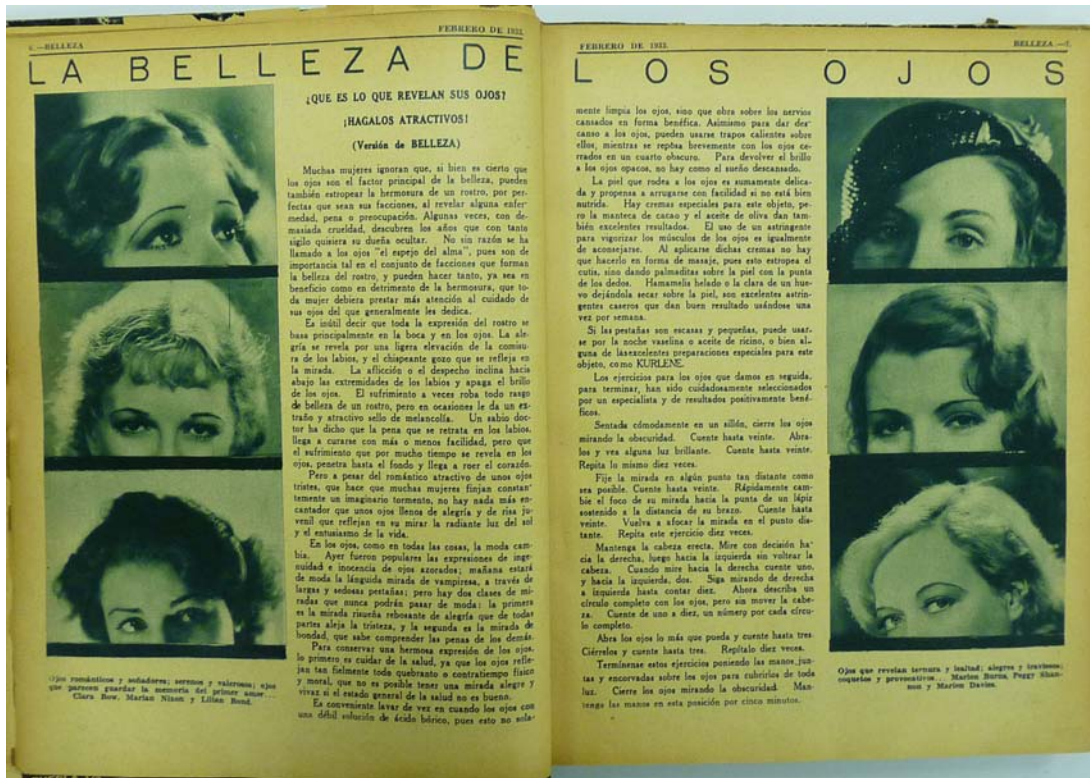


Imagen 7. Revista *Belleza*, febrero de 1933, pp. 6-7.

La importancia de la mirada puede entenderse en esta afirmación de Le Breton: “La aprehensión por medio de la mirada convierte el rostro del otro en lo esencial de la identidad, en el arraigo más significativo de la presencia.”<sup>182</sup> Al encontrarnos con otras personas en el mundo social se da en primera instancia un encuentro con el rostro y más específicamente con los ojos porque genera un contacto y un nivel de comunicación respecto a las miradas.

Las revistas cumplen una función primordial de ser miradas. Están construidas por medio de imágenes que serán vistas y en ellas interviene la proliferación de imágenes respecto a la vida social.

Así mismo, cada una de las partes del cuerpo dan un elemento de lenguaje y por ello de comunicación, en palabras de Le Breton:

La apariencia corporal responde a una escenificación del actor, relacionada con la manera de presentarse y de representarse. Implica la vestimenta, la manera de peinarse y de

<sup>182</sup> Le Breton, *op. cit.*, 1995, p. 101.



preparar la cara, de cuidar el cuerpo, etc., es decir, un modo cotidiano de ponerse en juego socialmente, según las circunstancias, a través de un modo de mostrarse y de un estilo. El primer constituyente de la apariencia responde a modalidades simbólicas de organización según la pertenencia social y cultural del actor.<sup>183</sup>

Convertirse en actor es porque usamos el cuerpo y su lenguaje para representarnos ante la mirada de los otros, así como esta actuación implica desplazamientos en el entorno, como se vio en el capítulo anterior, la movilidad en los espacios de una ciudad y la vivienda tienen connotaciones necesarias sobre la cultura y simbolización de quienes somos.

En estas relaciones del entorno, con los otros y los cuerpos, se puede decir que en la modernidad el cuerpo cumple la función de distanciarse del otro propiciando la individualidad y los límites pero, al mismo tiempo, es el que permite realizar las movilizaciones del sujeto en la colectividad y en un espacio-tiempo. Indica Le Breton: “Las representaciones sociales le asignan al cuerpo una posición determinada dentro del simbolismo general de la sociedad.”<sup>184</sup> Ello es parte de lo que determinó el ser de las mujeres mexicanas con todo lo que implicaba, como se mencionó en el capítulo previo, ser ciudadanas, madres, trabajadoras, modernas, tradicionales, etcétera.

### 3.3 Tensiones en el ser de la mujer mexicana

Bajo la cultura europea tradicional el cuerpo se ha encontrado subordinado a los valores morales y sociales, como se ha estado relatando anteriormente. La mente, al ser superior a la materia, debe controlar a su voluntad al cuerpo, por ello la mente castiga al cuerpo si éste se revela a cometer actos impropios, como se explicará más adelante. Las revistas fungieron como un espacio de propagación de ideas donde proliferaba el deber ser de un cuerpo ante una serie de pensamientos sobre la conducta de una ciudadana. Y es que había una serie de normas en la forma de conducirse (como lo establecían los manuales de conducta, donde el cuerpo es el que debía de ser controlado).

Ejemplo de ello, es el autocontrol y la regulación del cuerpo que se da por medio de la educación, la disciplina del hogar y los centros escolares. En el capítulo anterior se mostró

<sup>183</sup> Le Breton, *op. cit.*, 2011, p. 81.

<sup>184</sup> Le Breton, David *Antropología del cuerpo y modernidad*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1995, p. 13.

la importancia de mantener una conducta social para conducirse en la ciudad, y para ser un ciudadano moderno, pero desde la construcción íntima del hogar se construían los modelos de los cuerpos.

La constante intención de controlar los cuerpos proviene de mantener un orden social, moral y religioso, un hilo conductor de esto es la presencia de los impresos con los que se llevaba dicha imposición. Ya desde el siglo XVI los impresos fungieron como manuales de conducta, dando pauta al sometimiento y la obediencia del cuerpo; cuidando y manteniendo la buena forma en todos sus sentidos, situación que no ha cambiado hasta el día de hoy aunque se da desde otra perspectiva como pueden ser las revistas de entretenimiento e intereses variados.

En el caso específico de las modificaciones del cuerpo moderno y mexicano, se vinculan con la posrevolución, la cual planteó un proyecto que abarcó más allá de educar a las masas y convertir a la sociedad hacia un camino de progreso y modernidad. Es entonces que se plantearon nuevas formas de trasmutar las prácticas culturales y cotidianas de la sociedad para propiciar unos ciudadanos modernos. Una de las maneras de acercarse a estos cambios, se da a partir de las enseñanzas escolares donde se mostraban los usos y sensaciones para que la población mejorara en el trabajo físico a través del cuerpo, además de que tuviera una salud buena, se transformara racialmente y con ello modificara los valores morales. Evidentemente detrás de todo ello, se mostraban modos de ser de hombres y mujeres, porque el uso social y biológico del cuerpo tenían una clara diferencia para la población.<sup>185</sup>

Para la construcción del nuevo mexicano, vincular el ejercicio físico con los proyectos nacionalistas, tuvo que ver con los procesos políticos y culturales. Por ejemplo, la realización de desfiles públicos fue una constante de la época para mostrar el bienestar social y una supremacía nacional; las ideas que circulaban sobre esos actos implicaban la disciplina moral y el bienestar de la salud, porque al incorporar las prácticas deportivas a los espectáculos públicos, tenían el fin de propagar la ideología patriótica y nacionalista.

Se buscaba por medio de los desfiles mostrar un nuevo prototipo de ciudadano moderno quien tuviera una figura atlética, de jugador, de gimnasta, además de reflejar un entusiasmo

---

<sup>185</sup> Entre los años 1931 y 1934 Narciso Bassols, Secretario de Educación Pública, tuvo la iniciativa para incorporar la educación sexual en las escuelas primarias, lo cual generó debate entre los laicos y los tradicionalistas, se preocupaban por dominar el cuerpo desde las *misiones culturales* para difundir y propagar la ideología del gobierno, ante un panorama donde el fanatismo religioso imperaba y estas misiones buscaban acercarse a la población, en especial hacia las zonas rurales.

y dominio sobre su cuerpo, siendo responsable con el ser patriótico. Por ello, la educación física fue forjadora del lenguaje común entre la educación y los medios de divulgación como las revistas, ya que expresaban el nacionalismo posrevolucionario. Tanto el cuerpo de revista como el de los sujetos mostraba un ser ciudadano mexicano por toda la simbología que reflejaba, en cuanto a las diferencias o semejanzas de la identidad nacionalista.

Una situación que empezó a volverse común en las calles de la ciudad de México, eran los contingentes deportivos, en los que se podía ver una serie de cuerpos saludables que interpretaban tablas gimnásticas y pirámides humanas. Esta era una manera de reflejar la fuerza y el vigor de los mexicanos, así mismo los cuerpos femeninos mostraban movimientos estéticos corporales, como de vestimenta, porque eran siluetas disciplinadas y graciosas ante la mirada de los espectadores. En palabras de Mónica Chávez:


Uno de los principales objetivos de la gimnasia higiénica fue la formación de cuerpos saludables, resistentes a las enfermedades y fuertes para el trabajo que el mundo capitalista exigía, como el de las fábricas. El cuerpo, tanto femenino como masculino, tenía que evidenciar los avances científicos y médicos para constituirse en datos de la modernidad anhelada por los grupos políticos y científicos de la época. En este sentido, la regeneración racial y la armonía del cuerpo también fueron partes esenciales del discurso higiénico.<sup>186</sup>

Es a partir de los años veinte que se propicia el vigor físico, la salud óptima y una apariencia agradable, todo ello mostrado en las revistas en general, aunque muchas de ellas se centraban en artículos de modas, secciones de la realización de ejercicios físicos y la manera de lucir de las estrellas de Hollywood.

Sin embargo, la manera de reforzar un estilo “mexicano” en general, se dio con una serie de revistas, como la de año 1923, *Educación física*, la cual fue importante porque difundió por medio de fotografías y litografías a color el deporte. Además tenía contenidos variados como artículos científicos, rutinas para amas de casa y obreros, notas sobre sitios arqueológicos, artesanías, sociales, entre otros. Todos ellos, temas relevantes para un ciudadano moderno y mexicano.<sup>187</sup>

<sup>186</sup> Chávez González, Mónica “Representaciones del cuerpo y el género en la ejercitación física de México, siglos XIX y XX”, en *Alter, enfoques críticos*, año 1, núm. 1, enero-junio 2010, p. 37.

<sup>187</sup> Chávez González, Mónica Lizbeth “Construcción de la nación y el género desde el cuerpo. La educación física en el México posrevolucionario, en *Desacatos*, núm. 30, mayo-agosto 2009, pp. 43-58.



Por medio de las imágenes se promovieron a los nuevos hombres y mujeres mexicanos, y se impulsó la educación física y artística. Dicha revista representaba a dos tipos de mujeres, por un lado a la campesina resaltando su heroicidad y opresión, así como el mestizaje cultural y racial que el gobierno incentivaba. Las otras representaciones reflejaban unas mujeres modernas con un estilo norteamericano, donde la finalidad de ejercitarse era para conseguir un ideal de cuerpo femenino importado principalmente de las estrellas de Hollywood.

Las fotografías se usaron en la difusión de imágenes, con lo que se buscó retratar el ejercicio corporal tanto de hombres como de mujeres; en el caso de las litografías, fueron empleadas para representar a los campesinos, principalmente las mujeres. Dichas imágenes son paisajes idealizados del campo mexicano, escenas familiares mostrando alegría y esperanza al futuro; esto era parte de la construcción de la identidad del nacionalismo y la construcción de los estereotipos como se vio en el capítulo anterior.

En contra parte, las mujeres modernas de clase media norteamericana eran el modelo, es decir que el estilo de vida estadounidense, el *american way of life*, implicaba cambios en la conducta y las relaciones sociales. Dichas féminas, se preocupaban por mantener su figura, cuidaban su imagen externa con cortes de cabello, maquillaje y faldas cortas, tendencia que predominó para el año 1935. El modelo de la mujer norteamericana era ser una mujer en el hogar, maternal, individualista y consumidora mientras que el de la europea era entre el hogar y la nación, y mujeres que se integraban a las luchas nacionalistas (por ejemplo en 1928 en Moscú y en Italia con el régimen fascista). En México se construían con la influencia de ambos tipos de modelo pero por las circunstancias del contexto, eran manifestaciones híbridas que daban diferentes tipos de mujeres: las que venían de la posrevolución con tintes nacionalistas, las cuidadoras del hogar y las preocupadas por la belleza. Las imágenes constatan y evidencian estas maneras de construir un estilo de vida, con las consecuencias que ello pudo implicar al ser referentes o modelos a seguir.

Las aspiraciones que tenía la clase media partían de los comportamientos y gustos de las estrellas y actores del cine; por ejemplo seguían las pautas de teñirse el cabello, aplicar el barniz de uñas, realizar dietas, usar determinados zapatos y vestidos; todo ello con la intención de estar a la moda y reflejar un símbolo de la modernidad, porque el prestigio se podía ver a partir de la apariencia.

La clase media siguió de cerca las influencias francesas que ya venían desde el siglo XIX, y la nueva cultura norteamericana, todo ello denotaba un mundo civilizado y moderno. Justamente esta clase fue la que se encargó de promover el nacionalismo y cosmopolitismo,

que oscilaba entre lo afrancesado y lo estadounidense, con lo que se definió un modo de vida, de actitudes y comportamientos. Por ejemplo, las fotografías en las revistas y el cine permitían a las féminas entrever la vida privada de otras mujeres, por un lado, las actrices y por el otro a las amas de casa, quienes si bien no eran famosas sí mostraban un modelo a seguir y ellas repetían esas conductas.

Si bien ser mujer se moldeaba desde los parámetros extranjeros, también seguía predominando el modelo de la familia nuclear, el cual se asentó en la clase media a partir de los años veinte donde se combinaron los valores tradicionales e incorporaron la vida moderna y cosmopolita. El esquema de la familia ejemplar continuaba con la idea del hombre dominando a la mujer, los padres a los hijos y el adulto al niño, lo que se infiltró en la vida social fue la combinación de ser mujer y madre. Así mismo, el estado mantenía a la familia como célula de la sociedad donde la clase media sería quien transmitiría y fomentaría los valores, conductas, control del cuerpo, etcétera, todas ellas establecidas para la organización de la sociedad.

Otra medida que se tomó para fomentar las nociones de comportamiento, y evidentemente ello conllevó la manera de mover el cuerpo, se trata del Manual de Carreño,<sup>188</sup> donde tanto hombres como mujeres se sometían a una serie de disciplinas y orden social. En este manual se buscaba tener el mando de las formas corporales, el tono de voz y las expresiones, a partir de ello se podía mostrar que se tenía una buena educación y moral, y ser ejemplo de un ser apto para la sociedad. Por ello, señala Elsa Muñíz:

En México, durante las primeras décadas del siglo, la perfección corporal estaba relacionada fundamentalmente con dos necesidades urgentes vinculadas al proceso de reconstrucción: *la de una población sana y la de una sociedad civilizada a la altura de las más modernas del mundo, ambas*, con el afán de crear al nuevo mexicano, mejorar su tipo físico así como enaltecer el espíritu de los hombres y las mujeres de la nueva época. Salud física, bienestar mental y perfección moral se perseguían como los valores del individuo en su comunión con Dios y con la patria<sup>189</sup>

<sup>188</sup> Como se menciona en el capítulo precedente, este manual era una guía para conservar la buena conducta en la sociedad y ser un ciudadano ejemplar que podía moverse en el hogar y la ciudad de una manera adecuada a la establecida por “la buena educación”.

<sup>189</sup> Muñíz, *op. cit.*, 2002, p. 103.

Lo importante era mostrar todos los beneficios que traía ser una persona sana por medio del deporte; en el caso de las mujeres porque traerían hijos que serían útiles para la sociedad y no una carga, así como para el mejoramiento de la raza.<sup>190</sup> A las niñas se les inculcaba la realización del ejercicio como lo refleja la siguiente nota:

Las alumnas de nuestras escuelas podrían ejercitarse todos los días en algunos movimientos gimnásticos sencillísimos, para los cuales no son necesarios aparatos costosos, complicados ni peligrosos y que, requiriendo brevísimo tiempo, son muy útiles para dilatar los pulmones, para aumentar la circulación, para poner en movimiento todos los músculos y articulaciones del cuerpo y para reforzar el organismo y prevenirlo contra el peligro de ser presa de alguna enfermedad grave. La mujer será así más útil a su familia y tendrá más probabilidades de hacer la felicidad propia y de los demás que la rodean.<sup>191</sup>

Es decir, las explicaciones científicas por parte de la educación moderna propiciaron e inculcaron el cuerpo sano, con la evidente postura de favorecer a la patria. Por medio de la educación física se tendrían hombres fuertes y sanos, para un fortalecimiento de la patria. Tanto la ciencia como los maestros, además de ejercitar el cuerpo buscaban que la mente fuera sana y productiva. Se buscaba una cultura de mantener la salubridad a nivel integral para el mejoramiento de los mexicanos y así propiciar el ser ciudadanos modernos, bajo las explicaciones científicas por parte de la educación moderna que inculcó el cuerpo sano, ello con una evidente postura de favorecer a la patria.

En ese sentido Elsa Muñiz apunta:

En la mística del desarrollo físico presente en el discurso educativo oficial se concebía al cuerpo como la base material del mexicano sano, y punto de partida de conductas y actitudes deseables. Educar cuerpos vigorosos era imperativo de salud, obtener mexicanos competentes

---

<sup>190</sup> Una nota que se refiere a esta necesidad de promover el deporte lo demuestra así: “estimular a estas alumnas en el cultivo del deporte se hace teniendo presente el mejoramiento de nuestra raza, el cual debe empezar por la mujer, que tiene la obligación de dar hijos sanos y fuertes a la patria, y que, lejos de ser éstos una carga social, se conviertan en un elemento de constante creación.” Doctor Octavio C. Fernández, “Deportismo y traumatología”, en *Asistencia*, noviembre de 1935, en Muñiz, *op. cit.*, 2002, p. 115.

<sup>191</sup> Guillermo Blaikie, “¿conviene a las niñas la gimnasia cotidiana?”, *Revista Educación Física*, núm. 4, México, 1923, p. 24, en Muñiz, *op. cit.*, 2002, p. 116.

era imperativo de calidad; formar individuos obedientes era imperativo político, prevenir conductas indeseables o anormales era imperativo de moralidad.<sup>192</sup>

A partir de los años veinte, la influencia norteamericana con el *American way of life*, se expandió al territorio nacional con la tecnología, los productos y las imágenes. La tendencia en las revistas era un estilo *art nouveau* e iniciaba el *art déco* con fotografías de mujeres estadounidenses, reflejando un estilo nuevo y moderno; esto era una representación de la mujer emancipada, lo cual se encontraba lejos de la situación de la mexicana.

Si bien, se mostraban a dichas mujeres de Hollywood en los contenidos de las revistas y anuncios, también se consideraba preservar a la mujer mexicana con una clara distinción en su forma de vestir, no tan descubierta. Además estaban las noticias para mostrar a las mujeres más conservadoras como lo hacían las crónicas de personajes distinguidos y noticias sobre la primera dama. No para todas estaba bien visto que anduvieran las mujeres tan destapadas y libres porque no eran conductas propias de una dama, sin embargo el cambio en la moda modificaba la agilidad, es decir, las formas de mover el cuerpo, que adquirió soltura gracias a la vestimenta que comenzó a tener descubiertos los brazos y las piernas. Elsa Muñiz refiere:

La vida disipada de la década fabulosa, la nueva imagen femenina transmitida desde las pantallas hollywoodenses, la creciente presencia de las mujeres en el mercado laboral y en el ámbito profesional, así como la fuerza que cobró el movimiento feminista, fueron aspectos que decididamente influyeron en el impulso que las diferentes instancias brindaron la celebración del día de la madre como una medida para frenar la loca carrera de las mujeres liberadas.<sup>193</sup>

Parte del modelo civilizatorio del Estado era tener una organización social y en segunda instancia una familiar, donde por medio de la presencia del cuerpo (la materialidad) y sus manifestaciones (el uso de ropa, accesorios, mostrar partes del cuerpo, etcétera) se vinculaban los temas de salud, deporte y la formación de mejores mexicanos.

Las mujeres a las que les atraía la influencia norteamericana, que eran principalmente de la clase media y algunas obreras, realizaron cambios en su aspecto físico: se cortaron la

<sup>192</sup> Muñiz, *op. cit.*, 2002, p. 124.

<sup>193</sup> Muñiz, *op. cit.*, 2002, p. 240

trenza,<sup>194</sup> recortaron las faldas, bailaron fox-trot y swing, masticaron chicle y fumaron, se pintaron los labios y las uñas. Éstas muchachas acudían al cine para ver cómo se vestían, peinaban y maquillaban las actrices de las películas, muchas otras estaban al pendiente de las revistas con los consejos más novedosos de la moda.

Las mujeres mexicanas vivían contradicciones entre lo moderno y lo tradicional: las mujeres modernas se preocupaban por el excesivo cuidado del cuerpo, y las tradicionales, por tener un cuerpo para ser madre.<sup>195</sup> Lo patriótico implicaba ser parte de la reconstrucción del país y además el orgullo de ser mexicanos, es decir que la representación de ser madre era parte del imaginario dictado por la religión, el nacionalismo y la modernización.

En conclusión, podemos decir que el cuerpo no debe ser considerado únicamente como un discurso, ya que éste funciona como vehículo por el cual pasan diversas situaciones y es la manera en la que nos relacionamos con el mundo exterior; además es el mediador entre la vida cotidiana y los acontecimientos personales en un ámbito privado. Sin embargo los discursos son materializadores de los cuerpos porque ayudan a tomar conciencia a los sujetos, justamente como los estudios y aproximaciones que hay sobre el cuerpo muestran: materia y fisiología (medicina, biología, química y física); y la mente y sus productos (filosofía y psicología).

Finalmente, la corporalidad es la materialización de los cuerpos y ello conlleva a las prácticas como disciplinas, porque constituyen la subjetividad inseparable de cuerpo y sujeto en un ámbito social. Entonces las revistas, vistas como cuerpos de textos y como referentes de cuerpos de mujeres, llevan al público lector a una configuración sobre modelos de ser y sobre todo a los deseos de construirse bajo un estilo de ser mujer, justamente lo que se verá en el siguiente capítulo.

---

<sup>194</sup> Las muchachas que se cortaron la trenza en Estados Unidos se les llamó flappers, ellas asistían a los bailes y usaban faldas cortas; a las parisinas *garçonne*, a quienes tenían independencia económica y libertad; y en México se llamaron “las pelonas”. Sobre este tema se puede revisar el libro de Hershfield, Joanne, *Imagining la chica moderna. Women, nation and visual culture en Mexico, 1917-1936*, Duke University press, Estados Unidos, 2008; y el texto de Cott, Nancy “Mujer moderna, estilo norteamericano: los años veinte” en Duby, George y Perrot Michelle, *Historia de las mujeres*, Taurus, México, 2005.

<sup>195</sup> Elsa Muñíz indica que el papel de la madre era muy aceptado por las mujeres, además del interés del Estado por aumentar la población. Entre los años 1921 y 1940 se duplicaron los nacimientos, en 1921 la cifra fue de 453,643; mientras que en el año 1940 fueron 875,471. Muñíz, *op. cit.*, 2002, p. 245.



# CAPÍTULO 4

DISCURSOS Y PRÁCTICAS COTIDIANAS EN LOS CÓDIGOS VISUALES



En primera instancia se necesita conocer específicamente cada una de las revistas que conforman el corpus documental de esta investigación, por ello se detallarán a continuación las características que tiene cada una de ellas, con el propósito de acercarnos a los análisis que podría arrojar dicha información y ubicarlas en su contexto específico: las revistas femeninas.<sup>196</sup>

#### 4.1 Estudio de caso y objetos de pensamiento, dos revistas: *Belleza: la revista de la cultura estética* y *El Hogar: la revista de las familias*

##### ***El Hogar: la revista de las familias***

(Irregular) México, con representación en EUA y Francia

Directora Emilia Enríquez de Rivera, 1913.

Tomo 1, número 9 (enero 1913-1942)

(imprensa El Hogar)

Se publicó de forma semanal, mensual y quincenal. A lo largo de los años 1933 a 1935 se hizo de manera semanal. El equipo editorial que figura en la publicación es como sigue:

Subdirector, C. Galván y González. 1913-1940

Redacción, administración y talleres: Avenida República de Chile 13, apartado postal 1814

Representante exclusivo en los Estados Unidos: Chalmers-Ortega, 516 Fifth Avenue - New York city.

Representante exclusivo para Francia: Comptoir International de Publicite, 9 rue Tronchet - Paris.

Registrado en el correo como artículo de segunda clase, el día 13 de septiembre de 1913.

*El Hogar* circuló de 1913 a 1940, en sus inicios fue mensual, pero a lo largo de los 27 años de su existencia esta condición varió: durante 1933 a 1935 su impresión fue semanal y consistió en 56 páginas y durante 1935 fue de 64. El costo durante esos años fue de 50 centavos.

### Datos sobre la directora

El padre de Emilia, Santiago Enríquez de Rivera, fue director de *El Educador Práctico ilustrado: Periódico Quincenal, Consagrado a los Niños, a las Madres de Familia y a los Profesores de Instrucción Pública* (1886) y de *El Educador Moderno* (1910), además de redactor de *La Gacetilla* (1889). Seguramente influyó mucho en la educación e inculcación por la cultura impresa en Emilia, así como la familiaridad en el mundo de las empresas editoriales.

Tras la muerte de su padre, Emilia se vio en la necesidad de buscar trabajo y en 1913 empezó a colaborar en *Revista de Revistas* donde conoció a Raúl Mille,<sup>197</sup> dueño de los talleres tipográficos donde se imprimía; de esa relación surgió la idea de hacer un semanario dedicado exclusivamente a la mujer, así nace *El Hogar*, incluso el primer número se regaló a los suscriptores de *Revista de Revistas*.

En 1917 Emilia compró su propia imprenta, que perteneció a Francisco Díaz de León. A partir de entonces, en los Talleres Tipográficos de *El Hogar*, se imprimió la publicación a cargo del tipógrafo Juan Quero y se ofrecieron servicios al público lector, como la impresión de tarjetas o esquelas.

La publicación tenía varias secciones: Mutua ayuda, Departamento de encargos, Nuestra Labor mensual, Labores decorativas de aguja, Lencería, Página para las Jóvenes, Arte Femenino, Crónica de la moda, Los Patrones de El Hogar, Pláticas de Economía doméstica, Cocina y repostería, Una Habitación Decorada, Páginas para los Muchachos, A través de la Radio, partituras de música, El Médico en el Hogar, Costurero infantil, Prendas masculinas, La industria de la seda.<sup>198</sup>

En febrero de 1926 apareció la sección “Los Patrones de El Hogar”, la cual consistió en cuatro páginas con figurines de moda a color y un papel de mucho mejor calidad que el resto de la revista. En esta sección se mostraba la moda además de tener a la venta patrones que incluían los de la empresa MacCall de Nueva York, los cuales se adquirían en las oficinas

---

<sup>197</sup> Raúl Mille fue un editor de finales del siglo XIX y principios del XX y se relacionó con Justo Sierra, Ignacio Altamirano y la librería Rosa y Bouret. Mille fue muy importante para la realización de la revista, ya que le regaló a Emilia el primer suplemento, y le hizo créditos ilimitados de la imprenta. Para un estudio más detallado se puede consultar: Rivera Mendoza, Claudia Tania *Historia de una empresa editorial, su directora y sus lectores: revista “El Hogar”, 1913-1940*, tesis de maestría en Historia moderna, Instituto Mora, México, 2010.

<sup>198</sup> Estas secciones son las que prácticamente fueron una constante durante los años de 1933 a 1935.

de la revista o bien, solicitándolos por correo.<sup>199</sup> Después se incorporó un buzón donde se dio seguimiento de los pedidos que las lectoras hacían, así como se dieron consejos sobre las telas apropiadas para los tipos de patrón.

La sección de “Departamento de encargos” se retomó en 1926 a partir de la venta de patrones, y se convirtió en un proyecto más amplio que únicamente el de la editorial, ya que dicho departamento se encargaba de entregar telas, ropa hecha, artículos de ferretería o de mercería, juguetes, alhajas, objetos de arte, y materiales para artistas.

En 1929, Emilia regresó de un viaje a Estados Unidos y trajo 12 máquinas para reparar medias con el fin de hacer “dos programas que impulsarían el bienestar de las mujeres a través del trabajo y de la educación, dando prioridad a quienes fueran suscriptoras de *El Hogar*”.<sup>200</sup> Con ello, buscó que las mujeres trabajaran y tuvieran remuneración, además de ser un monopolio para Emilia porque en el Distrito Federal era la única que realizaba ese servicio; otro proyecto que no era propiamente editorial y buscaba ayudar a las mujeres en su formación.

Un proyecto más que desarrolló después de las máquinas, consistió en abrir una academia en el edificio de *El Hogar*, se trataba de la “Academia de Artes Decorativas” donde se impartieron diversas clases:

pintura de tubo sobre terciopelo, silueta sobre tela, aurora, rococó, batik, pintura de muñeca, brocha de aire, pintura lavable con fijativo sencillo, pintura en piel, aplicaciones en general, fotografía sobre papel o tela, pintura en terciopelo, rayo de luna, claro-oscuro, etc., tapetes en yute lavables, tapetes imitación de linóleo, pirograbado y pirolanchado, pintura sobre hule, fabricación de hule, taladro y corte de vidrio, fabricación de espejos, moldeado de figura, figura imitación porcelana, figura celuloide, figura imitación, figura imitación de alabastro, figura de yeso, figura de cera, muñecos irrompibles, figura de *papier mache*. Y otras muchas enseñanzas de artes y de industrias decorativas, tales como las lacas de Uruapan y Japonesas, acuarelas, etc., que no enumeramos pero que podrían apreciar las señoritas que acudan a esta Academia.<sup>201</sup>

---

<sup>199</sup> Claudia Tannia Rivera menciona que en uno de los viajes de la directora a Estados Unidos, tuvo contacto con la empresa MacCall y ello tuvo un impacto en la propia revista, tanto en sus contenidos como en el propio diseño, ya que posiblemente al tener contacto con empresas extranjeras y otras casas editoriales le permitió conocer diversas revistas y las propuestas que se hacían en aquél país.

<sup>200</sup> Rivera, *op. cit.*, p. 85.

<sup>201</sup> *El Hogar*, 9 de julio de 1930, año 17, núm. 535.

Desde los primeros números de la revista se presentaron secciones de labores femeninas e incluso se regalaban algunas labores mensuales, bordados semanales, dibujos diseñados y estampados en tela. Dichas secciones formaron parte del sello característico y distinguido de *El Hogar*, lo que provocó la competencia de revistas como *La Familia*, que en su propuesta editorial buscó algo muy parecido, incluso su subtítulo era: *revista de labores para el hogar*.

La sección “A través de la radio” fue otra de las incursiones de *El Hogar*; y surgió de un programa, a cargo de Carmina, que se transmitía por la XEB El Buen Tono en 1932. Para 1933 el Departamento de Publicidad de *El Hogar* transmitió dramas como “Frente a la Vida” de Manuel Linares Rivas.<sup>202</sup>

La sección “Mutua Ayuda” fue una sección que siempre acompañó a la revista, aunque aparecen diversos nombres como la persona quien estuvo a cargo o su aparición. Su principal función consistía en ser un espacio de preguntas por parte de las lectoras y eran respondidas por la encargada de dicha sección. Por ejemplo, de 1933 a 1934 *Mariflor* dirigió esta sección y trataba principalmente temas sentimentales. Luego, en 1934, con *Laura de Pereda* dejaron de ser frecuentes los temas amorosos y se hizo un intercambio de correspondencia afectiva bajo el uso de seudónimos.<sup>203</sup>

Entre los productos y empresas anunciados de la publicación se pueden mencionar los siguientes: Perfumerías Urania, Jarabe Famel, Colegio Williams, Ungüento Ojo de águila, Mentholatum, Pastillas Miraton, Emulsión de Scott, Medias Kronenberg, Maizena Duryea, Los almacenes de moda Paris-Londres, Rocainol laxante y purgante, Gyraldose higiene íntima de la mujer, Isan remedio para intestinos y estómago, Cerveza Carta Blanca, crema Hinds, tabletas Togal, Instituto Franco-Inglés, Colegio francés del Zacatito, crema Nivea, corsetería francesa, cemento Tolteca, chocolate la Cubana, la Rosa de Guadalupe polvo, gotas para los ojos Lumi, Listerine, linimento de Sloan mata dolores, faja Isabelita, jarabe de tos Tecolo-tos, solución Pautauberge para tos, catarro y bronquitis, Castoria jarabe medicinal, pastillas Valda, Holeproff medias, Orange Crush jugo de naranja embotellado, Lotería Nacional, Tiro Seguro para expeler las lombrices, Colorete Tange, Michel el rey del tocador, Colegio Cervantes, La Casa Eléctrica, Empresa reparadora de medias, Odorono contra el sudor, Pastillas Valda, Colegio Cervantes, Perfumería Urania, Compañía Telefónica y Telegráfica Mexicana, Sapolio

<sup>202</sup> Rivera, *op. cit.*, p. 88.

<sup>203</sup> *Ídem*, pp. 89-90.

hace brillar los azulejos, Agua de colonia Sello Rojo de Farina, Fitina fósforo vegetal, Hotel Marik, Ungüento antiséptico Dr. Bell, Telas Parisina, Nacional Monte de Piedad.

Los anuncios son muy variados en cuanto a su diseño, algunos consisten en únicamente el uso de tipografía, mientras que otros contienen tipografía junto con una ilustración y otros más cuentan con una fotografía. Se puede apreciar que en general la composición de la revista es a 3 columnas, por lo que los anuncios se adaptaron a estos espacios. Se podría hacer una clasificación de anuncios de los rubros: médicos, artículos de belleza, artículos para el hogar, instituciones educativas y telas.

Las portadas tuvieron ilustraciones a color (litografías), en el 80% (aproximadamente) de ellas aparecen escenas de niños y en el resto aparecen mujeres acompañadas de niños. Hay pocas imágenes de hombres: un policía (junio 1934), un zapatero (junio 1934), un papá sosteniendo a su hijo (septiembre 1934), un abuelito (mayo 1935). Sin embargo, se hay uso recurrente de muñecos, animales (principalmente perros) y juguetes.

### ***Belleza: revista de la cultura estética***

(mensual) México

Director D. M. Levy, 1933.

Tomo 1, números. 9-12 (enero 1933-abril 1933)

Tomo 2, números. 13-24 (mayo 1933- abril 1934)

Tomo 3, números. 25-32 (mayo 1934- diciembre 1934)

Tomo 4, números. 42 (octubre 1935-diciembre 1935)

(Sin pie de imprenta)

Esta revista tuvo periodicidad mensual. Por la numeración, es probable que haya empezado a publicarse a partir de mayo de 1932 y no se sabe la fecha exacta en que dejó de publicarse, el último número con que cuenta la Hemeroteca Nacional no tiene despedida. La colección de la Hemeroteca Nacional conserva los ejemplares de enero de 1933 a diciembre de 1934 y únicamente el de octubre de 1935. Los ejemplares de enero a marzo de 1933 constaban de 32 páginas, pero en abril constó de 30 páginas y en mayo de 34 páginas; de junio a abril de 1934, tuvo 36 páginas. De mayo de 1934 a octubre de 1935 fueron 52 páginas impresas a 2 y 3 columnas.

La suscripción anual costaba 50 centavos en la República Mexicana y un peso mexicano en el extranjero. El precio del número suelto era de 5 centavos en la capital y en los estados de

10 centavos. Los números atrasados tenían un costo de 50 centavos. En el ejemplar de marzo de 1933 aparece en la página 21 “Tiro de este número 20.000 ejemplares”.

La dirección de las oficinas era Avenida Uruguay número 44 Apartado 2235. No se hace mención de quien estuvo a cargo de la imprenta ni de la tipografía. Registrada como artículo de segunda clase con fecha 10 de julio de 1932. Compañía Editorial “Belleza” S.A de C.V. No se localizaron datos sobre el director en el Archivo General de la Nación, como tampoco hay algún estudio previo sobre esta revista, por ello sólo se puede indagar sobre lo que aparece en sus páginas, lo cual no arroja información personal únicamente de la propia revista.

Contó con las colaboraciones de Xavier Ximenez quien firmaba “Críticas y Comentarios”, posiblemente fungiendo como el encargado del editorial de la revista; Patricia Swanson, quien inició en el ejemplar de marzo de 1933 y se hace constatar de ello en la página 20:

Deseamos poner en conocimiento de nuestras lectoras, que a partir de la fecha, se hará cargo de esta importante Sección de nuestra Revista, la doctora Patricia Swanson, bajo cuyo seudónimo escribirá una conocida profesora de cultura estética que recientemente ha llegado de París y que pondrá toda su experiencia en el arte del maquillaje a la disposición de las lectoras de “BELLEZA”

Claude Malays a cargo de “El arte de maquillarse”, Madame Alice “La belleza y el masaje”, y Lupe Rubín a cargo de “Su majestad la moda”. El objetivo de la revista se resume en el subtítulo “Revista de la cultura estética”.

En el ejemplar de mayo de 1933 cambia la portada a color y aparece la nota en la página 4: “ NUESTRA PORTADA: Hemos escogido para nuestra primera portada a colores, una pose gimnástica perfectamente ejecutada por la bellísima artista AMPARO AROZAMENA, que reúne belleza, juventud, gracia y agilidad.”

Las secciones de esta revista fueron: Lo que toda mujer debe de saber para hermosterse y rejuvenecerse, Favoritos de la pantalla, Caras bonitas de Hollywood, La belleza de los ojos, Mi mujer es un tesoro, Así visten las estrellas... cuando se visten, La moda en el peinado, Para conservar figura y salud, El cuento corto de “Belleza”, Pasatiempos, Sólo para hombres, Reír es saludable, Consultas de tocador, Caras bonitas de México.

Los anuncios publicados fueron: La casa Azar artículos para regalos, Cosméticos Michel, Polvo La Rosa de Guadalupe, Rizador de pestañas Kurlash, Lasêgue polvo, Productos

Lionceau, Guasque perfumista, Les parfums de Molyneux, Marlene productos de belleza, Trajes Society Brand, Medal salón de belleza, Tecolo-tos, Max Factor's productos, Jabón de salvado "Paris", perfumes Corday, Moulin Rouge polvo, KDX contra la caspa, Bourjois, trajes sin tacha Ramírez, crema Dermaklin Almay, La casa Wagner bulbos, Trajes de baño Sirena, Jabón Maspool, Sales Kruschen combaten la obesidad, Instituto Naturista de cultura física para la mujer, Academia de piano Miramontes, Barniz Eclador.

Una vez teniendo los datos esenciales desde los que partían las líneas editoriales de las revistas, los datos recolectados nos ayudarán a conectar con el capítulo primero donde se distinguen las características y la tipología de las revistas femeninas, lo cual se desarrollará en las siguientes tablas de acuerdo a cada una de las revistas:

<b>Eje temático</b>	<b>Temas</b>	<b>Subtemas</b>	<b>Secciones</b>
Hogar	Doméstico	Cocina, manualidades, decoración, consejos	Mutua ayuda, Departamento de encargos, Nuestra Labor mensual, Labores decorativas de aguja, Lencería, Arte Femenino, Los Patrones de El Hogar, Pláticas de Economía doméstica, Cocina y repostería, Una Habitación Decorada, Costurero infantil, La industria de la seda
	Familia	Los hijos, el marido, la educación	El Médico en el Hogar, Páginas para los Muchachos, Página para las Jóvenes, Prendas masculinas
	Vida cotidiana	Temas de actualidad e inquietudes	A través de la Radio, Crónica de la moda
	Cultura y entretenimiento	Literatura, cine, viajes, reportajes	Partituras de música, Novelas



Eje temático	Temas	Subtemas	Secciones
Belleza	Cuidado personal	Productos de belleza, alimentación, higiene, moda, gimnasia	Lo que toda mujer debe de saber para hermosterse y rejuvenecerse, La belleza de los ojos, La moda en el peinado, Para conservar figura y salud, Consultas de tocador
	Familia	Los hijos, el marido, la educación	Sólo para hombres
	Vida cotidiana	Temas de actualidad e inquietudes	Favoritos de la pantalla, Caras bonitas de Hollywood, Así visten las estrellas... cuando se visten, Caras bonitas de México, Reír es saludable, Mi mujer es un tesoro, Pasatiempos
	Cultura y entretenimiento	Literatura, cine, viajes, reportajes	El cuento corto de "Belleza"

Tabla 3. Características y tipología de las revistas. Elaboración propia.

Lo que muestran las tablas de arriba es la forma en que se establecieron los proyectos editoriales de dichas revistas, por un lado podemos hablar en términos generales de que se tratan de revistas femeninas por las temáticas y el público lector al cual están dirigidas, por el otro, los temas y específicamente los subtemas arrojan datos sobre las secciones que manejaba cada uno de estos proyectos para convertirlos en únicos. En términos generales son femeninas pero tenemos que *El Hogar* cubría una amplia serie de subtemas que la volvía

más general, justamente como su subtítulo lo menciona La revista de las familias; en cambio en *Belleza* sus temas giraban en torno al cuidado de la belleza y la moda, idea que se puede resumir en el subtítulo La revista de la cultura estética. Tenemos que los propios nombres de las revistas y sus temáticas marcan la pauta sobre la cual se desarrollarían dichos proyectos editoriales.

La información sobre los costos de las publicaciones sugiere que las posibles lectoras de la revista *El Hogar* eran de clase media a alta y tenían un poder adquisitivo que les permitía comprar revistas, ya que el costo de esta publicación osciló entre los 50 y 60 centavos (en el periodo de 1933 a 1935); mientras que en el caso de la revista *Belleza* el costo fue de 5 centavos en 1933 e incrementó para 1935 a 20 centavos, esto puede indicar que al tener un costo más bajo, quienes la compraban eran mujeres de sectores bajos a los de la clase media. Otro dato que nos puede sugerir una parte de las consumidoras de estas revistas es que pertenecían a la clase alfabetizada, ya que las mujeres que sabían leer y escribir en el año de 1921 conformaban un 30%, mientras que para el año 1930 fueron el 34%.<sup>204</sup> Por lo que eran mujeres que tenían un grado de educación y que además disponían de dinero para comprar, ya fuera porque sus maridos o padres se los daban o porque eran mujeres que trabajaban y tenían acceso a las compras. Aunque como se apuntaló en el primer capítulo, las consumidoras de revistas no necesariamente eran las que las compraban o las que sabían leer, ya que por su característica de tener imágenes podían ser vistas y leídas desde otra dimensión clásica, que no implica las letras. Además las revistas tienen la característica de ir circulando de mano en mano, es decir, que quien la compró después la desechó y llegó a otras manos, e incluso podía ser hojeada por otros miembros del hogar sin que fueran exclusivamente las suscriptoras o compradoras.

Cabe recordar que en el primer capítulo se habló de la importancia de reconocer quiénes eran los lectores. Esta investigación no pretende ahondar en este tema porque no es su objetivo, pero sí quedó establecido que es necesario reconocer quiénes eran el público al que estaban dirigidas las publicaciones porque habla de dos proyectos editoriales con características diferentes, como se vio, una de ellas influye sobre el costo y otra sobre los temas que subyacen en ellas. Entonces identificamos dos tipos de posibles lectoras, y aunque no se puede descartar que pudieran las mujeres leer ambas revistas, si podemos distinguir que en

---

<sup>204</sup> Medina Brener, Larisa “Prendas de emoción y política: tradición y modernidad en la revista femenina ‘El Hogar’ en la década de 1920” en *Historia y Grafía*, Universidad Iberoamericana, año 21, núm. 42, enero-junio 2014, p. 69.

el caso de *El Hogar* las mujeres tenía un grado de educación y de clase, así como los temas tratados nos indican el papel que fungían en el hogar y por ello los intereses de las secciones. Caso, un tanto opuesto, a la revista *Belleza*, donde las inquietudes eran completamente en torno a la belleza, siendo que el ser madres no estaba dentro de su proyecto, en ese momento al menos, y tenían el tiempo para dedicarse de lleno al cuidado de su aspecto y enterarse de algunos chismes sobre las estrellas del cine, así como revisar cuáles eran las prendas, el maquillaje y los cortes de cabello que estaban de moda. También tenemos un dato relevante, se puede inferir que la edad también era una variable entre estas dos lectoras; mientras quienes no tenían interés de ser madres por ser más jóvenes y podían destinar más tiempo a ellas mismas, en cambio, las que ya eran madres podrían ser un poco de mayor edad y le dedicaban más a los temas de la familia y el hogar.

La intersección entre proyecto editorial dictado por el editor y/o director de la revista y el público lector resultan bastante consecuentes, como parte de la planeación sobre la línea editorial lo estipulado es el resultado de la revista que las lectoras tenían en sus manos y que las incitaba a adquirir el siguiente número. En el caso de *El Hogar*, su publicación por algunas temporadas fue semanal, lo que hace suponer que su público destinaba un gasto mensual a ella y cada semana esperaban con gusto enterarse de cuáles eran los patrones más novedosos o los platillos de la semana, entre otras de las secciones. Las lectoras de *Belleza* podían guardar dinero a lo largo del mes para comprarla y otro tanto para adquirir los productos que se anunciaban y las haría lucir como las estrellas de Hollywood, para estar a la moda y tener un buen estilo.

Regresando al primer capítulo ahí se mencionó desde la visión de Darnton la propuesta del circuito como modelo, recordemos que se refiere a que dentro de un circuito de transmisión de textos resultan necesarios los componentes que se han dado: autores, editores, impresores, expedidores, libreros y lectores; todos ellos personajes involucrados en el libro, que en términos de una revista no se cumplen pero son la base para partir e indagar en el proceso de ella que es bastante similar. Algunos de los datos de este modelo no son fáciles de rastrear, aunque resultan muy importantes y necesarios para responder cómo influyen en el proceso de comprensión de los textos. Ahora bien, no es el cometido de esta investigación, por un lado porque el principal interés versa en el diseño de las revistas y, por el otro, por configurar una investigación de diseño y pertenecer a un posgrado en artes y diseño.

Es importante mencionar que el tipo de anuncios que se publicaban en las revistas también forman parte de la pauta que marca la intención sobre la que se construye el proyecto

de una revista, en este caso es muy evidente cómo *Belleza* tiene anuncios que versan sobre el tema del cuidado de la mujer tanto en maquillaje como en tónicos y cremas; en el caso de *El Hogar* también contiene estos anuncios pero además cuenta con otros sobre la oferta de escuelas, colegios e institutos de educación, tiendas departamentales con ropa para damas y varones, medicamentos, entre otros, es decir, son más variados al igual que el contenido de la revista.

Una vez descrito cada uno de los proyectos editoriales a nivel de contenido temático y las posibles lectoras, ahora se abordará la cuestión formal. Para ello, resulta relevante establecer cuáles fueron los criterios bajo los que se “diseñaron” estas revistas y que tuvieron consecuencia en su forma de recepción dentro del circuito de comunicación.

### **Diseño de la revistas**

En sus portadas, las revistas conservan una estructura donde se contiene la información relevante para que el lector pueda distinguirla, sin que sean estáticas, ahora bien, hay datos que aparecen en todos los números y procura una consistencia en cada proyecto editorial. Al respecto Chris Foges dice:

La revista ha de atraer al lector desde el punto de vista estético pero también ha de leerse bien; el diseño en general ha de ser lo bastante flexible para adaptarse a todo tipo de contenidos, pero tiene que ser original para que lo identifiquen con la revista; los artículos de la revista han de coexistir con la publicidad, sin que queden eclipsados; y hay mucha información —como la fecha de publicación, el precio, los datos para suscribirse, etc. — que debe aparecer en formatos sencillos y discretos.<sup>205</sup>

El contenido de las portadas son: título de la revista, cintillo con la información (periodicidad, fecha, volumen y número), costo y pie de foto e imagen (fotografía o litografía). En el caso de los interiores varían mucho porque dependen de una serie de elementos como las dobles páginas, el tipo de sección, el imago tipo, las imágenes, los anuncios publicitarios, los cintillos con el nombre de la revista y el número de página, los pies de foto. Toda esta información se dispone dentro de una “caja” que determinará si el texto va a una columna, dos o tres y en dónde se colocará el resto de los elementos. Dentro de una misma revista puede variar

---

<sup>205</sup> Foges, Chris *Diseño de revistas*, Mc Graw Hill, México, 2000, p. 11.

el acomodo de acuerdo al tipo de sección y sobre todo con qué cantidad de información se cuenta. Así mismo:

La principal función de los titulares de la portada es atraer a los lectores, persuadirles para que compren nuestra revista y no la de la competencia. Aunque la revista ya está vendida —como en el caso de la suscripción o de los suplementos de los periódicos— los titulares de portada a menudo están ahí, bien sea para animar a los lectores a leer lo que han comprado o sólo para satisfacer sus expectativas sobre cómo debería ser la revista.<sup>206</sup>

Las características formales y de contenido de las revistas son necesarias para comprender los proyectos a los cuáles apuntaba cada una de ellas, pero también es necesario recordar que en el primer capítulo se estableció que McKenzie indicaba dos aproximaciones a los textos: a) existen una serie de variables en los textos (entendiéndose como la tipografía, las imágenes, los imagotipos, el acomodo, etcétera) y, b) las formas afectan los significados (desde el propio soporte del material y las características de los textos). Por ello, ahora se precisará desde dónde se parte para abordar las tipografías como parte de la materialización y generación de significados en el público lector. Porque como se mencionó al inicio del texto, desde la postura de la bibliografía no se estudia únicamente a la forma, que hasta el momento es lo que se ha mencionado, si no también a la transmisión del texto, la producción y la recepción. Si bien, esto posiblemente abre caminos hacia la interpretación de discursos que no es el campo de investigación aquí, sí podemos decir que es parte de la iniciativa de responder a cómo pudieron afectar a las lectoras los casos de estas dos revistas, dando a los textos sus dos dimensiones. Como lo menciona Mílada Bazant:

La misma presentación tipográfica es importante porque nos indica la apreciación estética del momento o el cambio técnico que puede reflejar, a su vez, un aumento en la calidad de impresión de una obra de lectura o bien la degeneración de la misma, como puede ser el caso de las publicaciones litográficas que florecieron durante el siglo XIX y que empiezan a decaer desde fines del siglo pasado con la aparición de la fotografía.<sup>207</sup>

<sup>206</sup> Foges, *op. cit.*, p. 24.

<sup>207</sup> Bazant, Mílada “Lecturas del porfiriato” en Seminario de Historia de la Educación en México, *Historia de la lectura en México*, El Colegio de México, México, 2005, p. 205.

Se puede decir que las formas afectan los significados de acuerdo al contexto desde donde se “leen” las revistas. Con cada una de las particularidades que configuran a los impresos, ejercen un modo de darle un significado a cada uno de los lectores.

No se pretende hacer una mera descripción formal de las revistas, si no indagar sobre la posible transmisión de las metáforas –aun cuando por la temporalidad no conocemos exactamente al público lector- porque hemos mencionado que aquí se entiende la relación entre **forma, función y significado simbólico**, como parte del soporte que actúa sobre el mensaje, y dicha triada es la articulación y anclaje de pensar una revista. Por ello, a continuación se verá cómo la clasificación de las tipografías permite entender la estructura que da legibilidad y es parte de la forma, recordando que los estilos marcaban una época como lo fue durante los años treinta en la Ciudad de México.

## 4.2 Sistema de descripción de tipos para el modelo de análisis de las revistas

### 4.2.1 El contexto sobre el orden de la tipografía

La labor de clasificar, definir, sistematizar, estructurar o describir una tipografía siempre ha resultado difícil y se ha visto modificada de acuerdo con los diversos estudios que se han realizado en torno a los tipos. Dar sentido a los tipos es lo que se busca al sistematizar, ello permite que por medio de las características visuales se identifique una tipografía, lo cual resulta sumamente complicado si no es conocida o no pertenece a un catálogo de muestras, justamente ello fue uno de los problemas en los títulos de las revistas que competen a esta investigación: *Belleza* y *El Hogar*, modelos utilizados explícitamente para los títulos.

Mi intención aquí es sólo aclarar la decisión del uso de un sistema de descripción para llevar a cabo el análisis de las revistas de este proyecto y no hacer una explicación extensa de un tema que ya han trabajado varios autores.<sup>208</sup> Sin embargo, me parece importante indicar como referencia los nombres y las clasificaciones llevados a cabo por otros autores, en primer lugar por ser una fuente de consulta y en segundo lugar porque no es un tema nuevo, ya ha sido interés y trabajo de otras personas sobre el mundo de la tipografía.

---

<sup>208</sup> Uno de los libros en los que se hace una buena referencia al estudio y organización de las tipografías es en el trabajo de Marina Garone, específicamente en el libro de *La tipografía en México. Ensayos históricos (siglos XVI al XIX)*. Ver Garone Gravier, Marina, *La tipografía en México. Ensayos históricos (siglos XVI al XIX)*, UNAM-ENAP, México, 2012.

Dentro de los diversos planteamientos en torno al tema del tipo, se tomó la decisión de elegir la propuesta que llevó a cabo Catherine Dixon de un sistema de descripción de tipos, <sup>209</sup> justamente porque dista de ser una clasificación como lo había hecho Francis Thibaudeau, complementada más adelante por Javet Matthey, esta es de las más conocidas y utilizadas; más adelante Robert Bringhurst hizo una propuesta a partir del contexto histórico; y otro autor que propuso otra clasificación fue Jorge de Buen Unna. No son los únicos que han trabajado el tema, sin embargo se proponen por el aporte, la síntesis y la diversidad de posturas en dicha cuestión. Son estas propuestas de análisis las que se utilizaron para formalizar el análisis y reflexión que ayudó a ubicar de una mejor manera las tipografías de las revistas de este proyecto y entender la complejidad de sólo describir de una manera las fuentes.

Lo que hace interesante la propuesta de Catherine Dixon es que más que una clasificación hace una descripción, lo cual ayuda a ampliar y entender de mejor manera la estructura por medio de las fuentes, atributos y modelos. También es importante que en un sistema todos los componentes se relacionan, así como tienen una estructura y un entorno donde siempre están en contacto uno con el otro. De ello se deriva que no sólo se puede ver desde el ámbito histórico, morfológico, tecnológico, etcétera sino que involucra al tipo, y justamente se ve como un todo y que cada uno de estos elementos necesariamente se vincularán con el otro.

En las propuestas para elaborar los sistemas de clasificación han destacado algunas características, que generan discrepancia entre unos y otros. En el caso de Thibaudeau, quien en 1921 realizó una de las primeras clasificaciones, distingue el contraste de las astas, pero sobretodo la forma de los trazos terminales. Con ello, le dio un orden a los estilos en 4 grupos: 1) góticas, 2) romanas (que a su vez subdividió en antiguas, egipcias, elzeverianas y de Didot),

---

<sup>209</sup> De entrada se podría abrir una discusión en torno a los conceptos de clasificación, sistematización y descripción los cuales son los propuestos por cada uno de los autores que revisé para el análisis de la tipografía. Aunque este no es el espacio para profundizar en ello, sí creo pertinente mencionar el significado que se le da a éstos porque justo de ello depende qué entendemos al reflexionar sobre los tipos. La clasificación, término empleado por la mayoría de los autores revisados y los cuales han desarrollado propuestas para el estudio de la tipografía, significa “ordenar o disponer por clases algo”; describir “representar a alguien o algo por medio del lenguaje, refiriendo o explicando sus distintas partes, cualidades o circunstancias”; sistema es un “conjunto de cosas que relacionadas entre sí ordenadamente contribuyen a determinado objeto”. Catherine Dixon al emplear el término descripción abre las posibilidades de explicar detalladamente cómo es la tipografía desde varios ápices a diferencia de hacer uso del concepto clasificar, ya que como lo dice su definición, realiza un orden por clases y no permite referirse a las distintas partes que forman a la tipografía (lo cual se explicará mejor más adelante). Consultado en línea: <http://dle.rae.es/?w=diccionario>

3) cursivas o de escritura y 4) de fantasía. Es de las categorías más utilizadas, por un lado, porque es de las más antiguas y por otra, debido a su sencillez. A partir de ella se realizaron modificaciones o dio pie para ampliar otras formas de distinguir la tipografía.

A estos grupos Javet Matthey, en 1967, complementó de la siguiente manera: 1) romanas antiguas, 2) romanas de transición, 3) romanas modernas, 4) antiguas o grotescas o palo seco, 5) egipcias, 6) de escritura y 7) adornadas y de fantasía. Ésta es la que comúnmente se conoce como clasificación de Thibaudeau.

Robert Bringhurst en 1992 realizó un sistema a partir de la combinación de 2 categorías basadas en estilo y cronología, las cuales son: 1) renacentista, 2) barroca, 3) neoclásica, 4) romántica, 5) realista, 6) modernista geométrica, 7) modernista lírica y 8) posmodernista.

En el año 2000 en su libro *Manual de diseño editorial*, Jorge de Buen Unna siguió la clasificación DIN 16518- ATypI, la cual en 1962 adaptó la lista de Maximilien Vox. La ATypI publicó la lista y es la que para él resulta ser la más completa, porque se pueden vislumbrar las propuestas por Thibaudeau y Bringhurst. De Buen propone y describe: 1) humanas, 2) galdas, 3) reales, 4) didonas, 5) mecánicas, 6) lineales, 7) incisas, 8) caligráficas, 9) manuales y 10) fracturas. En este libro explica de manera muy puntual de dónde proviene el nombre, su historia, su construcción, ejemplos y los nombres que según sea el caso les dan Bringhurst y Thibaudeau.

Entonces, a partir de la observación de los ejemplares de las revistas *Belleza* y *El Hogar*, se logró identificar una serie de elementos que cumplían de mejor manera la disposición que utilizó Catherine Dixon en una estrategia visual de ordenar. Las razones son las que se expondrán en las siguientes líneas.

Continuando con la clasificación propuesta por los autores mencionados, una de las maneras de distinguir la tipografía utilizada por Dixon es de acuerdo a las fuentes principales:

- 1) Decorativa o pictográfica
- 2) Manuscrita
- 3) Romana
- 4) Siglo XIX o vernácula
- 5) Otras

Pensando este como un eje vertical, que es cruzado con uno horizontal perteneciente al tiempo; sin que sea exclusiva una tipografía a un periodo histórico sin lugar a dudas sí ayuda a situar en el tiempo la historia y el contexto. También lo pormenoriza Bringhurst:



La tipografía nunca ocurre aislada. La buena tipografía exige no sólo un conocimiento del tipo mismo, sino una comprensión de la relación entre los diseños de las letras y las cosas que hacen y fabrican los seres humanos. La historia tipográfica es exactamente eso: el estudio de las relaciones entre los diseños tipográficos y el resto de la actividad humana: la política, la filosofía, las artes y la historia de las ideas.<sup>210</sup>

También resulta interesante que en este cruce de información se pueden hacer diferentes anotaciones así como modelos a partir de la relación entre ambos ejes. Ello permite incluir tipografías dentro de una descripción y no dejarlo en una canasta donde se ponen los que no se pueden clasificar, como sucede frecuentemente con las decorativas, las cuales no se consideran tipografías o por su estructura se les da el estatus de inferioridad. Es de esta manera que ayuda a no discriminar o decir cuáles son buenas, malas, de diseño, amateur, etcétera con lo que se evita obcecaciones.

Phil Baines expone bastante bien la descripción de Dixon que divide en fuentes principales, atributos formales y modelos; y menciona lo siguiente: “Se entiende aquí por fuentes las influencias genéricas que inspiran una forma de letra; su clasificación surgió como consecuencia del análisis de los antecedentes de las categorías existentes. Comprenden: decorativa/pictográfica, caligráfica, romana, vernácula del siglo XIX y otras.”<sup>211</sup>

En cuanto a los atributos formales, se refiere a las componentes particulares que describen al diseño y a la construcción de un tipo de letra. Lo interesante de examinar los atributos, más que prestar atención a las fuentes, es que nos dice como es la tipografía antes de encasillarla. Baines clasifica los atributos en ocho categorías: construcción, forma, proporciones, modulación, espesor o grosor, terminaciones, caracteres clave y decoración.

Además, las terminales tienen diferentes nombres: remate, patín, serif, trazo terminal, y gracia. Para Jorge de Buen:

Las terminales producen dos efectos importantes: por un lado, dan a algunos caracteres equilibrio que no tiene en su forma básica, como en el caso de las tras F, P, f, r. Por otra parte, facilitan considerablemente el trabajo de espaciamento, ya que los remates funcionan como una útil referencia.<sup>212</sup>

<sup>210</sup> Bringhurst, Robert, *Los elementos del estilo tipográfico*, México, FCE, 2008, p. 142.

<sup>211</sup> Baines, Phil y Andrew Haslam, *Tipografía. Función, forma y diseño*, GG, México, 2002, p. 48.

<sup>212</sup> De Buen Unna, Jorge, *Manual de diseño editorial*, España, Trea, 2008, p. 161.

Los modelos son una categoría que se determina a partir de las colaboraciones fijas que generan los atributos formales y una fuente, justamente las complicidades entre las dos descripciones anteriores. Los modelos los sitúa en el tiempo porque permite vincular la historia y el contexto, no necesariamente son factores determinantes pero sí pueden ayudar a entender cuándo surgieron. Por ejemplo, Marina Garone puntualiza que los principios de selección de una tipografía pueden deberse a:

a) las formas de estudio y organización, es decir, taxonomías o sistemas de clasificación; b) los sistemas de promoción y comercialización, los medios y modos de presentación de los diseños; c) la educación, formal o informal; y d) los procesos tecnológicos y productivos, los espacios y el momento histórico en el que se realizan los diseños.<sup>213</sup>

Si queremos comprender y estudiar la tipografía no debemos olvidar todos los factores que existen en torno a ella y que posiblemente definieron la decisión tipográfica de los editores de las revistas *Belleza* y *El Hogar*, así como de cualquier publicación.

Los atributos formales, como ya se mencionó, son una manera de entender la letra desde su mínima expresión. Cuando se sitúan los modelos y se cruzan con las fuentes y atributos formales, obtenemos información desde la contextualización.

Lo que a continuación se expone, es el procedimiento que se siguió para tomar las decisiones para describir la tipografía de las revistas, principalmente las portadas y las secciones que se repiten en varios ejemplares, con el fin de formar puntos de comparación, todo ello a partir de estudios que ya se han realizado, de los que se tomará lo relevante de forma que permita entender las revistas en cuestión.

#### 4.2.2 Las Romanas

En general las fuentes romanas son las que formaron un mayor número de tipos, ello se puede deber a que ha perdurado más a través del tiempo desde su inicio en 1500, y cuyo ascenso ha sido gradual hasta nuestros días. Una de las características principales de la romana son las líneas cuidadas y moduladas, además de la representación que se establece en las curvas abiertas continuas y redondas.

Dentro de las romanas se encuentran las: a) modernas, b) humanistas y c) antiguas.

Las modernas también son conocidas como didonas (mezcla de los nombres Bodoni y Didot). Para Thibaudeau son las romanas modernas, para Bringhurst son las románticas y para Jorge de Buen las didonas. Se caracterizan por tener una serif lineal, que se relaciona angularmente con el bastón de la letra; los remates son filiformes y delgados. Así mismo, los trazos son marcadamente variables, mucho más que en el caso de las romanas antiguas. Y las modulaciones en las modernas y de transición se dan de forma vertical.

Su origen es de finales del siglo XVII (didonas), sin embargo para Dixon las de transición también son parte de esta fuente, y ellas datan del siglo XVIII, puesto que combinan los rasgos del modelo garalda (el eje es inclinado y se explica en la romana humanista) y las de la didona (el eje es vertical). Una vez más se hace notar, que por estas relaciones entre fuentes, modelos y construcciones, resulta relevante el sistema de Dixon. La línea entre cada uno a veces no es tan visible, y los cruces ayudan a entenderlas mejor.

Las romanas humanistas también son llamadas garaldas (en combinación de los tipógrafos Garamond y Aldo Manuzio). Para Bringhurst pertenecen a la clasificación de las barrocas y neoclásicas, en el caso de Thibaudeau no las distingue y en todo caso serían de transición, y para Jorge de Buen serían las garaldas y las reales.

Este estilo se caracteriza por tener un contraste entre los gruesos y los delgados de medio a pronunciado, los remates o trazos terminales mantienen una forma triangular, hundida y ligeramente se extienden. La barra de la e es horizontal y está por arriba.

Durante los siglos XVI y XVII las romanas humanistas se fueron alejando de las caligráficas para convertirse en elegantes y “más legibles”, por ello se vieron ampliamente aceptadas e incluso imitadas. Por ejemplo, durante la mayor parte del siglo XVIII se utilizó el tipo Caslon y se fue adaptando las versiones hasta el siglo XX, con el tipo Plantin en 1913.<sup>214</sup>

En la revista *Belleza* destaca que en la mayoría del cuerpo de texto a lo largo del número, es la romana humanista la más frecuente:

---

<sup>214</sup> Baines, *op. cit.*, p. 58.



Imagen 8. Revista *Belleza*, enero de 1933, “Críticismos y comentarios”, p. 6.

Entonces la fuente es romana humanista y el modelo es garalda por las características señaladas líneas arriba. Precizando aún más: los trazos terminales de los pies son agudos y refinados, los remates de las ascendentes tienen un trazo inclinado con los bordes despuntados. En el remate de la *a* el lóbulo tiene la forma de gota. Los trazos de las terminales en la *F* son oblicuos.

Las romanas antiguas, llamadas por Bringhurst como renacentistas, por Thibaudeau romanas antiguas y por Jorge de Buen humanas.

Tienen las características de no ser suficientemente ligeros los contrastes en comparación del resto de las romanas; por ello en las astas el contraste es muy sutil y los trazos terminales son gruesos y cortos. En la *e* la barra es inclinada como las letras circulares que son oblicuas.

#### 4.2.3 Vernáculos

La fuente vernácula del siglo XIX, llamada por Bringhurst como variante de las realistas y modernistas geométricas, para Thibaudeau son las egipcias, mecánicas y una variedad de traducciones como grotescas, paloseco, sans serif y antiguas; y para Jorge de Buen son las mecánicas y lineales. Estos autores en realidad tienen divididas las fuentes, mientras que Dixon los reúne como una sola y ya en los modelos se ven las distinciones que aportan cada una.

Dentro de estas fuentes se pueden distinguir entre las que tienen trazos terminales y las que carecen de ellos. Las primeras fueron consecuencia de la revolución industrial,

entre la segunda mitad del siglo XVIII y la primera del XIX, que se vieron afectadas como en todo movimiento histórico en este caso, las se modificaron por el creciente campo de la reproducción y la comercialización, ello dio pie a usar los tipos en otros espacios como la publicidad, el cartel, anuncios y todo tipo de fines comerciales. La “egipcia” tuvo un carácter masivo, como toda la moda de lo decimonónico, ya que buscaba resaltar en lo moderno el auge de las grandes máquinas, pesadas y eficaces que agilizaban el trabajo.

Todo sufrió una mecanización y las críticas sociales no perdonaron muchos de los diversos ámbitos de la sociedad; uno de ellos fue la tipografía. Las fuentes de la época, sufrieron esta falta de precisión que se vio en la delicadeza de los trazos de las romanas modernas, y prácticamente en la mayoría de las romanas. Los trazos se volvieron más toscos y la exploración en el espesor fue bastante notable; en general los contrastes son muy bajos en el fuste, el eje de los ojos es recto y el fuste de la *e* es recto y centrado. Los diseñadores encontraron formas para explorar las tipografías en diversos espacios, no se limitaron en expandir, adelgazar, exagerar, saturar y experimentar con la combinación dando enérgicas composiciones.

Las fuentes vernáculas sin remates generalmente conocidas como modelo sans serif o grotescas aparecieron en el siglo XIX, sin embargo cobraron importancia en su uso hacia el siglo XX por las repercusiones de los movimientos artísticos y vanguardistas de principios de 1900. Su origen se da en la época griega y romana, pero el interés que provocó en los artistas y arquitectos fue hacia finales del siglo XVII, cuando surge la moda de retomar el estilo de la antigüedad clásica, lo que fue notorio en este modelo, por ejemplo en 1816 con el tipo Caslon, un experimento de eliminar los remates y sólo poseer caja alta.

Al igual que las vernáculas con remates toscos que causaron un impacto social en el mundo de la tipografía, sin lugar a dudas los tipos sin remates generaron algún rechazo y estrépito, tanto que lo llevó a tener el nombre de grotescas.

Una vez más el avance tecnológico marcó y dio pauta a que este modelo se desarrollara. Los tipos fundidos ya no eran la única manera de producir e imprimir; nuevos procesos como el linotipo, la fotografía y el fotograbado permitieron que cualquier original fuera impreso, dando la libertad a diseñar y proponer al nuevo público, quien estaba ávido de ser “moderno”, ciudadano, individual, entrar al capitalismo, innovador, entre otros. Y quienes, para los nuevos espacios públicos, necesitaban del diseño para integrar los edificios, las plazas, las calles, las señalizaciones, los carteles para los espectáculos, etcétera.

Esta fuente es la más recurrente en ambas revistas, a partir de los datos mencionados antes y lo analizado en las publicaciones, se puede pensar en los cruces sobre el contexto y los

proyectos editoriales, como consecuencia de una moda, la reproducción, adquisición, incluso por el amplio repertorio de modelos que proporcionan estas fuentes del siglo XIX.

Sólo por ejemplificar en el título y algunas secciones de *Belleza*:



Imagen 9. Ejemplos de la tipografía vernácula en la revista *Belleza*.

#### 4.2.4 Decorativa o pictográfica

La fuente decorativa o pictográfica es llamada por Thibaudeau como adornada o de fantasía, por Bringhurst como *display* y para Jorge de Buen como manuales.

La característica principal de esta fuente según Jorge de Buen, es que se describe en imitación de alguna tipografía, donde sobre todo resalta la apariencia de ser dibujada con apoyo de la mano, una de las distinciones de la caligráfica. La letra puede ser una ya existente y que la podemos identificar, pero se ve modificada por el proceso decorativo o el uso de adornos que lo caracteriza. En un principio era utilizado comúnmente en la primera letra solamente y mayúscula, después se fue ampliando su uso.

Entonces las decorativas se pueden distinguir por la deformación de un tipo estándar, una serie de características particulares permiten la diferencia de la “original”, y esto se logra por medio de las deformaciones morfológicas.

También se puede encontrar en algunas decorativas un tratamiento superficial, esto quiere decir que la superficie del tipo presenta un tratamiento de textura, gradación o volumen ilusorio, y ello le lleva a adquirir un carácter particular.

Dentro de esta fuente, Baines indica que se encuentran los florones y viñetas; “Florones” es el nombre general que damos al material decorativo no alfabético. Los florones son anteriores a la imprenta; originalmente, derivaban de los toques decorativos del encuadernador de libros”.<sup>215</sup>

Para Gerardo Kloss las decorativas también son la tipografías que han sufrido una serie de deformaciones como exagerar la estructura formal (condensar y extender). Esto lo podemos ver muy comúnmente hasta el día de hoy, donde se ajusta a la tipografía distorsionándola para que “quepa” o para que “se vea bien”. Por lo que si un modelo didon se estira ya entra en esta clasificación, lo cual hace muy difuso sistematizar las tipografías y por ello gran cantidad pueden entrar dentro de esta fuente.

Esta fuente es otra de las más utilizadas en los títulos y secciones de ambas revistas:

---

<sup>215</sup> Baines, *op. cit.*, p. 65.

El Hogar



*El Hogar*, enero de 1933.

Imagen 10. Ejemplo de la tipografía decorativa en la revista *El Hogar*.

#### 4.2.5 Manuscrita

Las manuscritas son las escritas a mano e incluso las que parezcan hechas a mano. Dentro de esta fuente podemos encontrar los modelos: góticas, inglesas, itálicas, textura, redonda, fraktur. El nombre que le da Bringham es de caligráficas, Thibaudeau de escritura y Jorge de Buen las distingue en caligráficas y fracturas.

Para entender el diseño, este tipo puede ser de manera: a) explícita, esto es, al momento de escribir se transporta exactamente la construcción y la forma de los tipos; y se puede notar en la inclinación y los rasgos que dejan el uso de las plumas. B) implícita, es la demostración del uso de la herramienta o instrumento de escritura.

#### 4.2.6 Adicionales

Las fuentes adicionales, así como las decorativas pueden resultar ambiguas, por otro lado la indecisión sobre las características de una fuente, puede ser el resultado de tenerlas aquí. Justamente lo que Baines explica sobre estas fuentes es que las amplias combinaciones viables manifiestan la dificultad de identificar los modelos, además de las circunstancias



históricas, porque Dixon apunta el desarrollo de los tipos sin remates entre las vernáculas y las adicionales, ya que las precisiones que implicaban un tipo como los realizados por Manuzio y las propias impresiones eran limitados; en cambio el día de hoy la distribución, la materialización, el espacio, etcétera son muy diversos y los límites para identificar pierden claridad.

Aquí podemos darle continuidad a la explicación sobre los modelos sans serif y grotesque que circularon desde 1898 con la Akzidenz grotesk en Alemania, pero precisando y mejorando la particularidad de ser palo seco. Esta dominó al principio del siglo XX y llevó a que en 1960 se realizara una versión llamada Neogrotesca, aunque con varias distinciones admirables en su construcción. Mientras, en Estados Unidos se desarrolló en 1903 la llamada Franklin gothic, que al igual que pasó con las vernáculas, se convirtieron en modelos muy usados dando pie a nuevos modelos.

A partir de la clasificación tipográfica mencionada, es necesario puntualizar que gracias a la existencia de catálogos y muestras tipográficas las imprentas podían elegir el material pertinente para sus publicaciones. Con ello, se puede pensar que se constreñían a usar tipografías determinadas por las existentes en la época, las de moda, las adquiridas por la imprenta, etcétera.

La revisión de el *Catálogo de tipos, orlas y rayas* de 1913<sup>216</sup> y *Muestrario de tipos y catálogo ilustrado de maquinaria y materiales de imprenta*,<sup>217</sup> fueron consultados por la época y nos dan la posibilidad de encontrar relaciones de las tipografías con las de las revistas, aunque tal vez no fueron los únicos que existieron, ello nos podría arrojar alguna información reveladora.

Algo importante de apuntar es que las tipografías de los títulos de las revistas de nuestro interés, fueron realizadas *ex profeso* para las portadas, es decir que tenían la cualidad de ser de fantasía y por ello las hacía únicas y no era posible encontrarlas en los catálogos. La revisión ayudó a entender el panorama de lo que se tenía en la época como recursos tipográficos y el tipo de clasificación que se hacía, sin embargo, no se encontraron elementos

<sup>216</sup> Marina Garone realizó un estudio sobre algunas de las muestras tipográficas donde se incluye la del año de 1913. Ver Garone Gravier, Marina, "Muestras tipográficas mexicanas: comentarios en torno a nuevos hallazgos (siglos XVIII-XX)", en Garone Gravier, Marina y Pérez Salas, María Esther (comp.) *Las muestras tipográficas y el estudio de la cultura impresa*, Solar, México, 2012.

<sup>217</sup> Ambos se encuentran en la Biblioteca Nacional de México. *Catálogo de tipos, orlas y rayas*, Talleres de Imprenta y Fototipia de la Secretaría de Fomento, México, 1913 y *Muestrario de tipos y catálogo ilustrado de maquinaria y materiales de imprenta*, National Paper and type Company, México, 1908.

que compartieran con las revistas porque tal vez las adquirieron de otros catálogos o las propias imprentas.

Es necesario mencionar que en el caso de *El Hogar*, se pensó que el *Muestrario de tipos y catálogo ilustrado de maquinaria y materiales de imprenta* sería un referente para dicha revista porque menciona Claudia Rivera que, a finales de 1920, algunos suplementos como los patrones, fueron impresos en papel de Estados Unidos y posiblemente quienes suministraron el papel fue la National Paper and Type Company,<sup>218</sup> justamente los que imprimieron el muestrario y mantuvieron una relación con la directora Emilia Enríquez.

Aún cuando no resultó fructífera la revisión de los catálogos para detectar las tipografías usadas por las revistas, si nos da cuenta del contenido que circulaba en las imprentas y las publicaciones, lo cual también le da sentido a elementos característicos que determinaron el diseño de las revistas como veremos al final del capítulo.

#### 4. 3 El uso de tipografía en las revistas *Belleza* y *El Hogar*

Ahora bien, lo expuesto anteriormente ayudó a distinguir las tipografías y comprender cómo la letra de las portadas no sólo eran de una familia, un tamaño, si eran altas y/o bajas, etcétera; por el contrario, la información que aportaron se vio estrechamente relacionada con las investigaciones de los autores referidos aquí. Se puede observar que el cuidado que cada una de las revistas realizó en la impresión y la selección de tipografía y diseño, también está vinculado con la propuesta editorial de cada proyecto. Además del factor de contar con un límite de recursos de tipografías por parte de las imprentas, su elección podía basarse con respecto a las adquiridas por las imprentas o por un asunto de considerar tipografías que estaban a la moda.

En un principio el nombre de la revista *Belleza*, puede hacer a pensar en el cuidado no sólo de la apariencia de la mujer, también de la propia revista, sin embargo no necesariamente la relación fue así, sí hay una serie de factores que reflejan en la revista las decisiones de un sistema tipográfico y un diseño propio. La primera impresión fue la de encasillar y meter en “una misma canasta”, como refiere Garone, a la mayoría de las tipografías en las decorativas y después de sistematizar y analizar fueron saliendo las peculiaridades de cada una.

---

<sup>218</sup> Rivera, *op. cit.*, p. 75.

En una primera intención de sistematizar, parecía que la revista *Belleza* carecía de persistencia y “diseño”, sin embargo hay variables constantes que las secciones muestran o por lo menos los periodos marcaban el uso de fuentes determinadas e ilustraciones para la sección pertinente. También se puede pensar que estas decisiones podrían ser a consecuencia de la falta de labor del director D. Levy<sup>219</sup> como personaje destacado en torno al mundo editorial. Las características que se irán viendo demostraron que no necesariamente es una revista poco cuidada, ya que se conservan pautas de un orden entre el contenido y la forma.

Cabe resaltar que la exigencia de las revistas es buscar la variedad, a diferencia de los libros que buscan estabilidad, entonces cada una de las secciones fue marcando su propio estilo y ritmo, principalmente en la revista *El Hogar*, en cuanto a *Belleza* iba dependiendo del número a partir de lo que se pudo observar, sin embargo conservaron el mismo modelo para las diversas secciones.

Se encontró que la vernácula se utilizó indistintamente en las secciones de: Comentarios y criticismos, Caras bonitas de Hollywood, Consultas de tocador, El cuento corto de “belleza”, Para conservar figura y salud, La moda en el peinado, Pasatiempos, Reír es saludable. En los primeros números mantienen el mismo modelo hasta el número de noviembre de 1933, donde hay un cambio en la mayoría de las secciones, las que se mantuvieron por más tiempo fueron Pasatiempos y Reír es saludable. A partir de noviembre se diferenció a las secciones por el uso de diferentes modelos. Resulta imposible saber la razón de esa decisión, pero como ya se mencionó, las revistas son dinámicas y es recurrente el cambio de ritmo en el diseño.

El cuerpo de texto conservó el uso de la romana humanista, la estabilidad prácticamente se encuentra aquí, ya que como se verá después la retícula no mantuvo persistencia. Lo mismo sucede en el caso de las portadas, si bien hay cambios en cuanto a color y composición, se conserva un “estilo”, es decir, siempre hay un personaje principal que es femenino con una clara pose hacia la cámara.

---

<sup>219</sup> La información hasta el momento obtenida de este director ha sido prácticamente nula, por una parte, los primeros números de *Belleza* no se encuentran en la Hemeroteca Nacional, lo cual nos podría dar algunos datos sobre el proyecto editorial. En segundo lugar, la búsqueda en el AGN no dio frutos sobre este personaje, caso contrario al de Emilia Enríquez de Rivera, directora de *El Hogar*, quien además de crecer en el seno de una familia dedicada a esta labor, también hay fuentes de consulta como tesis, artículos, ponencias y archivos que nos revelan datos importantes.



*Belleza*, enero de 1933 y octubre de 1935.

Imagen 11. Muestra del diseño de la primer y última portada de *Belleza*.

La imagen de la izquierda es la portada de enero de 1933 (primer número que se ubicó en la Hemeroteca Nacional) y la de la derecha es de octubre de 1935 (último número). Hay varios elementos que se conservan: título, subtítulo, pie de foto, precio y tipo de personaje (mujer joven y sola, lo que tendrá continuidad a lo largo de los números a excepción de enero de 1934 cuando aparecen cuatro mujeres, y en noviembre del mismo año en la cual son dos). Los cambios más evidentes son el color y el fondo de la imagen (la primera es en un estudio fotográfico y la segunda un paisaje), empero las fuentes mantienen una estabilidad así como la composición, ello puede ser resultado como una necesidad de las revistas que buscan ser reconocidas por el lector, entonces es una prioridad mantener elementos distintivos en el diseño de una portada para facilitar su identificación.

El título “Belleza” tiene una constancia que permite identificar a la revista aún cuando los colores pueden variar según el número.

## Tipografía



*Belleza*, enero de 1933 y octubre de 1935.

Imagen 12. Título de *Belleza*, de enero de 1933 y de octubre de 1935.

La fuente utilizada es decorativa porque se realiza una deformación a un tipo estándar. Se podría pensar en una vernácula del siglo XIX como la sans serif grotesque, a pesar de que la construcción conserva una estructura, se ve modificada morfológicamente e incluso se podría considerar que está basada en una fuente adicional, justamente por la dificultad de encontrar la ubicación de este título. Para aclarar mejor la fuente principal y el atributo formal, ya que eso nos podría dar información relevante para esta investigación, se dará inicio con la letra “B”.

La línea recta es más delgada en comparación de las curvas y ello genera un efecto visual de una anchura angosta. Sin embargo una característica particular que posee la letra es la doble pleca, una con el decorado estilo cenefa generado por pequeñas curvas y la otra es una pleca muy gruesa que confunde si es parte de la decoración o de la propia letra; justamente esta es otra de las características por las cuales es una fuente de fantasía.

Por su parte, la letra “e” marca inconsistencias en su grosor, en la curva de la construcción (no es completamente redonda), la recta es oblicua pero ella varía en cada una de las letras “e” que forman la palabra del título.



Diferentes grosores en la construcción de la letra B



La construcción de la "e" varía en cada título



*Belleza*, enero de 1933 y febrero de 1934.

Imagen 13. Atributos del título de *Belleza* de enero de 1933 y de febrero de 1934

Además de los atributos que revela esta información de la letra, también nos puede indicar que para cada número de las revistas se dibujaba el título, no había unos tipos móviles que se usaran constantemente y es un claro ejemplo de la aplicación de la fuente de fantasía, que le daba un carácter único a cada número.

En cuanto al subtítulo "La revista de la cultura estética" se conservó la fuente principal decorativa, sin embargo a lo largo de los números podemos distinguir unas variables en cuanto a la construcción. En la "A" podemos ver el vértice apuntado o recto, la "R" con cola recta o curva, como consecuencia de la realización de este tipo de fuentes.



Imagen 14. Fuente del subtítulo de *Belleza* de enero de 1933 y de octubre de 1935.

La fuente utilizada para indicar el periodo de la revista cambia, pero principalmente es la manuscrita, ellas son las escritas a mano e incluso las que hacen que parezcan hechas a mano. Dentro de esta fuente podemos encontrar los modelos: góticas, inglesas, itálicas, textura, redonda, fraktur.

Para entender el diseño de este tipo se puede decir de esta manera: a) explícita, esto es, al momento de escribir se transporta exactamente la construcción y la forma de los tipos. Se puede notar en la inclinación y los rasgos que dejan el uso de las plumas. B) implícita, es la demostración del uso de la herramienta o instrumento de escritura.

*El Enero*  
1933

MAYO 1934

*Belleza*, enero de 1933 y mayo de 1934.

Imagen 15. Fuente de la periodicidad de *Belleza* de enero de 1933 y de mayo de 1934

En el caso de las portadas de *El Hogar*, aquí están dos números respectivos al periodo de *Belleza* para contrastar:




Portadas



*El Hogar*, enero de 1933 y octubre de 1935.

Imagen 16. Portadas de la revista *El Hogar* de enero de 1933 y de octubre de 1935.

En esta revista las portadas mantienen un cambio continuo el cual se ve reflejado en todos sus aspectos. Por ejemplo los personajes varían en la cantidad, la edad, el género (en infantes sí hay varones, pero en adultos sólo aparecen dos jóvenes y uno viejo) y las posturas. Las acciones que realizan los personajes también son variadas y en consecuencia los fondos o paisajes. En cuanto a la composición y la imagen se mantiene por lo menos en estos dos ejemplos pero en los siguientes veremos que no siempre fue así, justamente los cambios en las portadas son muy evidentes a la largo de estos dos años, en estas dos portadas (enero de 1933 y octubre de 1935) el contraste más evidente es la fuente del título.



Como ya se mencionó, las revistas buscan un dinamismo y variedad, sobretodo al tener una periodicidad semanal (por lo menos entre el año de 1933 y 1935) *El Hogar* cumplió con este propósito de interesar al público lector por medio de los cambios de “diseño” mediante las portadas. Se puede ver a detalle los periodos en los que las portadas mantuvieron un modelo de fuente en el título:

Portadas



*El Hogar*, agosto, octubre y noviembre de 1933 y septiembre y octubre de 1935.

Imagen 17. Portadas de la revista *El Hogar* de agosto de 1933, octubre de 1933, noviembre de 1933, noviembre de 1933, septiembre de 1935 y octubre de 1935.

Una posibilidad de este dinamismo podría ser la diferencia de periodicidad (*Belleza* mensual y *El Hogar* semanal, aunque no en todos los números). En ambas revistas la información del subtítulo, precio, etcétera se conserva, sin embargo las fuentes también van siendo alternadas. Además, esta revista circuló por un periodo de casi 30 años en donde sin lugar a dudas tuvo una alta presencia en su público lector, quienes aún con los cambios de diseño seguían reconociendo su revista.

A partir de las generalidades establecidas sobre el tipo de fuente a la cual nos estamos refiriendo, ahora precisaremos sobre lo que pudo implicar dichas características sobre las portadas en cuanto al concepto de metáfora.

#### 4.4 Las representaciones metafóricas del cuerpo de la mujer, la imagen y la tipografía a través del diseño editorial

El cuerpo de la revista, el cuerpo de texto, el cuerpo tipográfico y el cuerpo de mujer son los elementos presentes en las revistas, donde nos pueden sugerir una suerte de consecuencias sobre el proyecto editorial, así como una posible lectura y significación del contenido por medio de las metáforas para que cobren sentido en la interpretación por parte del público lector.

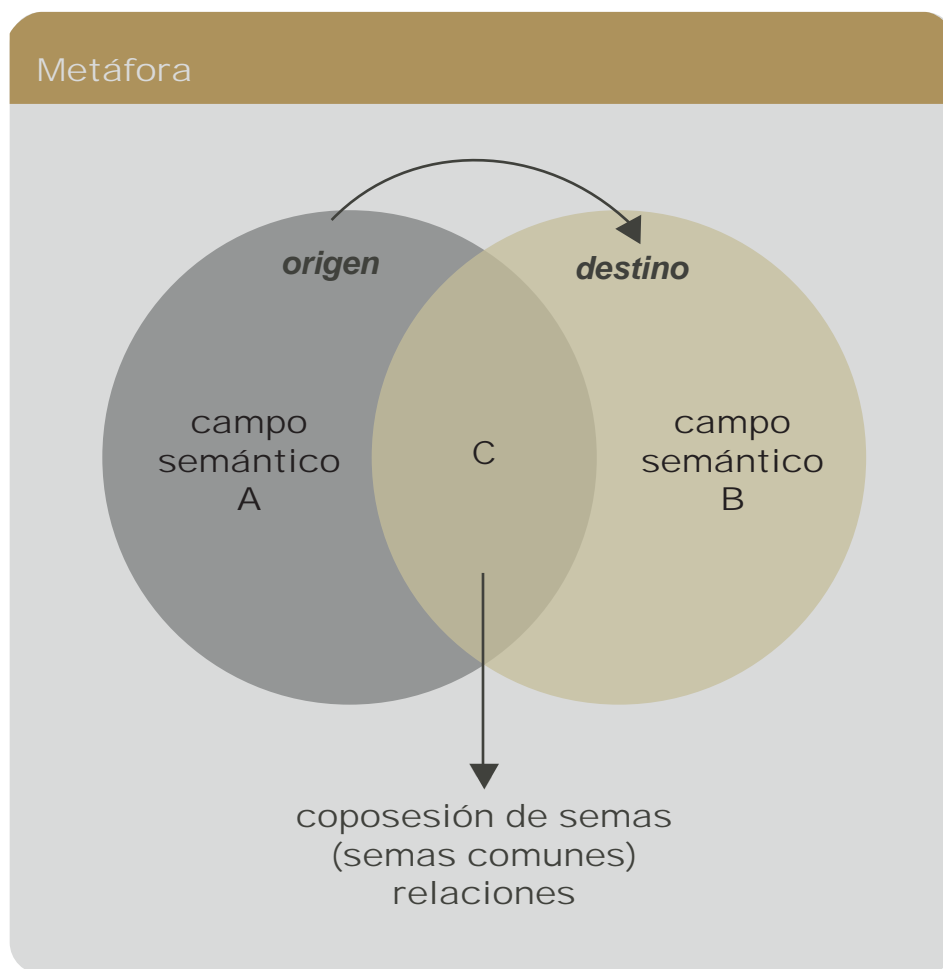
Por ello es necesario precisar el concepto de una metáfora ya que será desde donde abordaremos este análisis. Helena Beristáin indica que se tiene registro de que la primera vez que fue utilizado este concepto se debe a Aristóteles, quien la ve como una figura que traslada de un nombre a otro, de cierta manera designa a una cosa y hace que lo designe de otra; ve a las metáforas como analogías porque es el resultado de percibir las semejanzas.<sup>220</sup> Dicha autora plantea la definición como:

La metáfora (como la comparación, el *símbolo*, la *sinestesia*) se ha visto como fundada en una relación de semejanza entre los significados de las palabras que en ella participan, a pesar de que asocia términos que se refieren a aspectos de la realidad que habitualmente no se vinculan.

---

<sup>220</sup> Existen diversos estudios en torno a la metáfora que aquí no resultan oportunos abordarlos <sup>3</sup>/<sub>4</sub> desde la retórica clásica hasta la perspectiva cognitivista<sup>34</sup>, por ello solamente se definirán los que sean más pertinentes para el análisis de las revistas en cuestión y sobre todo con respecto a la conceptualización que conviene a este estudio.

Es decir, la metáfora implica la coposesión de *semas* (unidades mínimas de *significación*) que se da en el plano conceptual o semántico<sup>221</sup>



Esquema 1. Representación visual de cómo se comporta una metáfora. Adaptación del esquema de Helena Beristáin (2003, p. 311).

Es muy importante esta definición porque permite reconocer que desde ámbitos tan diversos como son los dos campos semánticos opuestos, la metáfora puede ser ejercida, por ejemplo: realizar una relación entre la mujer y la modernidad por medio de una tipografía (como se explicará a mayor detalle más adelante). En este sentido, la definición que da el Grupo  $\mu$  es: “La *metáfora* no es propiamente hablando una sustitución de sentido, sino una modificación del contenido semántico de un término. Esta modificación resulta de la conjunción de dos operaciones de base: adición y supresión de semas.”<sup>222</sup>

<sup>221</sup> Beristáin, Helena, *Diccionario de retórica y poética*, Porrúa, México, 2003, p. 311.

<sup>222</sup> Grupo  $\mu$ , *Retórica general*, Paidós comunicación, España, 1987.

Esto quiere decir que la significación de la palabra se traslada. Una expresión significa algo distinto a lo dicho, lo cual solamente puede ser entendido por el contexto en el cual es dicho, así como por la persona que lo está emitiendo, y que además es una intersección entre dos términos. El contexto siempre determinará cómo será entendida, por ejemplo, será diferente hablar de una mujer moderna desde la revista *Belleza* y que una desde *El Hogar*. Por lo general utilizamos expresiones que resultan de otros campos para hablar de lo que acontece en nuestro entorno o de lo que nos resulta difícil explicar, como puede ser el concepto de urbanidad, modernidad, moda, hogareña, etcétera. Por ello, para Lakoff y Johnson la metáfora: “impregna la vida cotidiana, no solamente el lenguaje, sino también el pensamiento y la acción. Nuestro sistema conceptual ordinario, en términos del cual pensamos y actuamos, es fundamentalmente de naturaleza metafórica.”<sup>223</sup>

Esto resulta sumamente importante para el análisis al que queremos llevar a las revistas y sobre todo lo que se ha ido hilando a lo largo de la presente investigación con respecto a la necesidad de que un proyecto editorial sea materializado, y que en esta materialización se inscriban las ideas que se quieren reflejar; dichos autores apuntalan sobre las metáforas que:

La riqueza de las elaboraciones metafóricas es evidente: no es ya que se asocie aisladamente una determinada actividad con un hilo, sino que ese hilo se despliega en todas sus dimensiones semánticas: se usa para coser, para atar, para engarzar cuentas, se corta, se teje con él... Estas operaciones configuran un mapa (<<textil>>) de la actividad pensamiento/habla, creando unas relaciones y unos conceptos que no existirían de no ser por estas metáforas<sup>224</sup>

En este sentido Beristáin refiere que las metáforas provienen de nuestra capacidad de raciocinio, porque a partir de la experiencia y el conocimiento es como se construye el pensamiento, aún cuando las metáforas llevan a un pensamiento ilógico por los cambios de sentido que genera la propia naturaleza de la metáfora, en donde el sentido literal no es el establecido, de hecho es justo lo contrario. Resulta importante fundamentar que se entiende a las metáforas como parte esencial de la construcción de la realidad social, política y cultural, porque desde el lado filosófico se tiende a relacionar a las metáforas con la riqueza del lenguaje y con la idea de que son como expresiones lingüísticas o poéticas, pero hemos visto

---

<sup>223</sup> Lakoff y Johnson, *op. cit.*, p. 39.

<sup>224</sup> Lakoff y Johnson, *op. cit.*, p. 16.

que están ancladas a nuestro pensamiento y manera de comunicarnos, en todos los niveles, tanto como a una forma de actuar.<sup>225</sup> A esto podemos relacionar la definición dada por Juan C. Couceiro-Bueno:

Metáfora, en el sentido ontológico y expansivo de la palabra, no es una figura del lenguaje que masivamente detectamos en los hablantes y en los textos (operaciones descriptiva y taxonómica que carece de interés alguno). Es el nombre que le damos a toda decisiva y distintiva operación lingüística que suponga que para ir a una cosa (esfera de conocimiento) es necesario atravesar otras: saber algo de un ámbito en términos de otro.<sup>226</sup>

Podemos decir que la metáfora va más allá de un tropo del lenguaje (textual/verbal/visual), porque es la estructura que nos vincula con el mundo, y ello implica necesariamente la relación con otros sujetos, con los que se comparte un imaginario colectivo, mismo que, por ejemplo, puede ser dado por una revista a través del planteamiento que rige su proyecto editorial y sus formas expresivas que permitirán un significado simbólico.

La inmersión de las metáforas en la forma en cómo miramos y sobre todo pensamos en el mundo, se establece, en palabras de Lakoff y Johnson como:

Los conceptos que rigen nuestro pensamiento no son simplemente asunto del intelecto. Rigen también nuestro funcionamiento cotidiano, hasta los detalles más mundanos. Nuestros conceptos estructuran lo que percibimos, cómo nos movemos en el mundo, la manera en que nos relacionamos con otras personas. Así que nuestro sistema conceptual desempeña un papel central en la definición de nuestras realidades cotidianas. Si estamos en lo cierto al sugerir que nuestro sistema conceptual es en gran medida metafórico, la manera en que

---

<sup>225</sup> En este punto no abordaremos la importancia que involucra distinguir los estudios que ha realizado la filosofía desde la retórica porque sería entrar a caminos que nos pueden conducir a la dificultad de esclarecer a la metáfora, ya que en algunos momentos de la historia de la retórica se le ha reducido al estudio de las figuras retóricas, desviaciones o tropos del lenguaje (donde una de ellas son las metáforas), ello resultaría de sólo pensar en el estilo y la expresión (*elocutio*) del lenguaje como si ello no implicara todo lo que se ha argumentado en torno a la importancia de establecer a la metáfora como parte de la experiencia de los sujetos, es decir que nos relacionamos con el mundo por medio de las metáforas que se estructuran desde el contexto cultural, social y político, son las que nos ayudan a comunicarnos y entendernos.

<sup>226</sup> Couceiro-Bueno, *op. cit.*, p. 187.

pensamos, lo que experimentamos y lo que hacemos cada día también es en gran medida cosa de metáforas.<sup>227</sup>

Podemos decir que la forma en que nos comunicamos está vinculado con las metáforas porque son la relación prevalente entre el pensamiento y la manera en la que actuamos, dicho en otros términos, entre pensamiento y acción, como todo lo que hemos mencionado hasta el momento las relaciones que se dan entre los sujetos y el cuerpo (de texto, de la ciudad, de un edificio, de una revista, de una mujer, de una tipografía). Entonces, el lenguaje (verbal/textual/visual) es el que nos permitirá reconocer cómo es que funciona este sistema y por ello las revistas funcionan como este órgano de evidencia para constatar cómo operan las metáforas, con las cuales pensamos, percibimos y actuamos.

Un punto importante que destaca Juan C. Couceiro-Bueno respecto a la metáfora, es pensarla como un giro lingüístico, y ello nos remite al primer capítulo donde se habla del giro pictorial de Mitchell, en donde, en ambos casos, no se busca una mera representación de la realidad en el lenguaje, más bien entran en relación con otros elementos como son los discursos, la materialidad, el contexto, la legibilidad, lo social, etcétera. Esto permite ampliar el sentido y da entrada a las metáforas como este fenómeno. Cabe apuntar que las metáforas proporcionan identidad a los sujetos, es decir que la vida social siempre está presente en ellas, ya que la experiencia se organiza por medio de las metáforas, además de ser el vehículo entre la mente y el lenguaje, por lo que justamente son la comunicación. El efecto que produce una metáfora no es de representar algo, como lo hemos mencionado, más bien es decirlo en otros términos, así que no son ilustraciones las imágenes de un texto, son articulaciones que dan diversos significados.

Cabe destacar que la relevancia de las metáforas es que se relacionan con muchas cosas (el lenguaje, el signo, el sentido, el significado, el símbolo, entre otras) y lo destacable del proceso que se genera es la necesidad del contexto sociocultural para desentrañarlo desde las ideas y pensamientos de los sujetos. Como se mencionó en algún momento, las enciclopedias mentales de las personas permiten el anclaje de la producción metafórica, tanto para entender un significado como para generar uno nuevo; parte de ello es desde donde se constituyen los imaginarios colectivos.



Ahora bien, para establecer las metáforas en las portadas de las revistas es necesario revisar el planteamiento que hacen Lakoff y Johnson, quienes realizan una distinción –no como división porque conforman a una metáfora general– de la siguiente manera: estructurales, orientacionales y ontológicas. Estas permitirán reconocer de mejor manera cómo son vehículos de pensamientos las ideas que rigen los proyectos editoriales.

### **Metáforas estructurales**

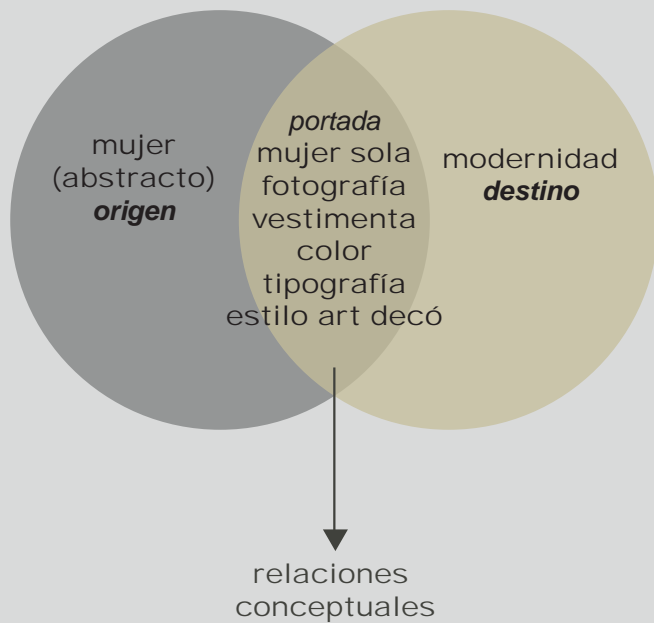
Para estos autores las *metáforas estructurales* son los “casos en los que un concepto está estructurado metafóricamente en términos de otro”<sup>228</sup> eso quiere decir que son más conceptuales y abstractas, además no son del uso cotidiano y se usan para comprender una experiencia, también por ello no resultan tan evidentes, porque de algo abstracto se debe de ir hacia lo concreto. Estas pueden ser: mujer es a modernidad, mujer es a hogar, mujer es a urbanidad, mujer es a cuidado, mujer es a estilo y moda, etcétera, las cuales desarrollaremos a continuación.

En la revista *Belleza* encontramos la constante de los conceptos de modernidad, urbanidad y moda como parte de la línea editorial y sus secciones, y estas se metaforizan por medio de las imágenes que están en las portadas, como se ve en el siguiente esquema:

---

<sup>228</sup> Lakoff y Johnson, *op. cit.*, p. 50.

## Metáfora estructural



Revista Belleza, septiembre de 1933.

Imagen 18. Metáfora estructural de la relación conceptual entre mujer y modernidad de *Belleza*.

Para comprender la modernidad como parte del proyecto editorial de dicha revista, se utilizan una serie de recursos para ser representada, lo concreto —lo material— donde podemos encontrar la relación entre ambos campos semánticos de la siguiente manera:

El recurso de la **fotografía** como parte de la tecnología que señalaba en la época un proceso modernizador de reproducción (si bien ya desde principios del siglo XX se había difundido, cobró mayor auge desde los años veinte). Como señala Rubén Gallo,<sup>229</sup> la fotografía se convirtió por antonomasia en el reflejo de una tecnología moderna, ya que pertenecía a un medio del futuro que podía captar un momento y ser reproducido infinitamente, es decir que tenía la posibilidad de desplazarse tanto en el tiempo como en el espacio al igual que los íconos que representaban la modernidad (máquinas, automóvil, edificios altos, ciudades, etcétera). Entonces, resulta muy significativo el empleo de la fotografía como recurso visual en esta revista, porque consolida a la revista como un producto para la mujer moderna.

<sup>229</sup> Gallo, Rubén, *op. cit.*, p. 43.

La aparición de una **mujer sola** como símbolo de independencia que marcaba las pautas de la época como un valor positivo y aceptado por la sociedad, donde incluso, la postura y mostrar el cuerpo eran parte de la apertura hacia la visibilidad de la corporeidad. Es decir, que este tipo de metáfora resalta el protagonismo de la mujer como parte de la modernización y las conductas sociales tan anheladas por los mexicanos. También como parte de la formación de una ciudadanía como se estableció en los capítulos previos. En la sección *Criticismos y comentario* por Xavier Ximenez, da cuenta de esta situación:

Y ya que no puede negarse que el grado de civilización de un país puede apreciarse por el respeto que tiene a sus mujeres, hay que convenir en que México está más obligado aún a demostrar su adelanto en esa forma, para justificar la fama que tiene en todo el mundo de ser un país de caballeros gentiles y galanes.<sup>230</sup>

Es importante recordar que, las mujeres aparecen en espacios abstractos (como dentro de estudios o con fondos que no se relacionan con algún ambiente específico centrándose sólo en la modelo) o exteriores, llevando a la mujer a salir de la casa como si fuera su lugar exclusivo. Esto nos puede sugerir, como lo explica Ximenez, como parte de la civilización y los cambios es encontrar a las mujeres en los exteriores.

El uso del **color contrastado** formó parte del cambio que se dio partiendo de ser la clásica fotografía a blanco y negro, donde dejaba a la imaginación los colores que podían estar en las portadas y sus interiores, dándole paso a los colores que mostraban cómo se veía la ropa, la piel, el maquillaje, el cabello, y lo demás; con las posibilidades de sugerir combinaciones y tonos que estaban de moda. También el uso del color podía percibirse como parte del avance tecnológico en el tipo de impresión.

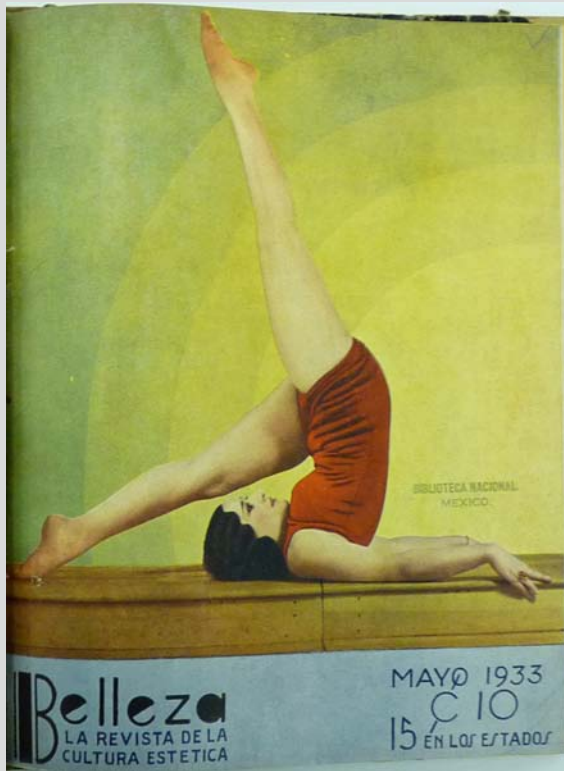
La **vestimenta** fue sin lugar a dudas una manera de mostrar como se daban los cambios, porque ahora se aceptaba ver a las modelos con poca ropa o mostrando más partes de su cuerpo, lo que era considerado como índice del cambio de tradicional hacia la modernidad. En cuanto a la moda, la incorporación de la mujer a la fuerza laboral fue decisivo para que se modificara la manera en que se vestían; como sinónimo de transformación y cambio fue acortar la ropa y dejar visible el cuerpo. Podemos notar que usan prendas que además de mostrar el cuerpo permiten realizar ejercicios y mostrarse más sueltas.

---

<sup>230</sup> Revista *Belleza*, febrero de 1933, p. 3.

El **estilo art decó** seguía siendo vigente y era caracterizado por su modernidad. El referente puede verse desde la representación de la mujer y la tipografía. En cuanto a la imagen:

### Metáfora estructural



Revista *Belleza*, mayo de 1933.



Georges Barbier, *L'Eau*, 1925.

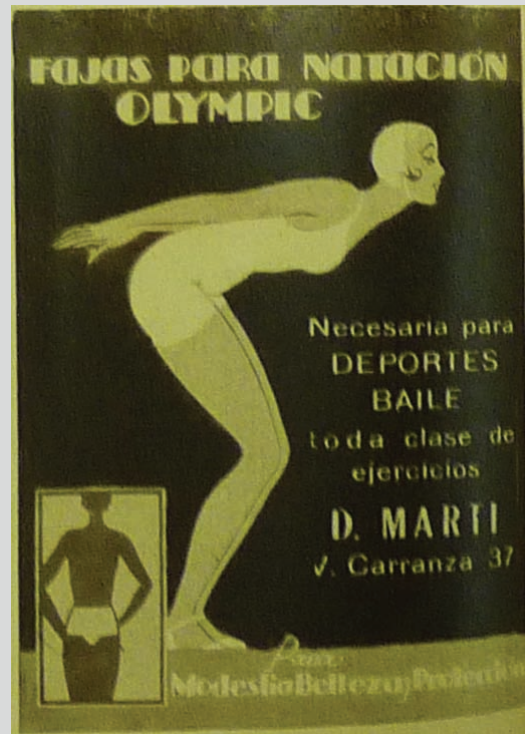
Imagen 19. Metáfora estructural para comprender el concepto de art decó y el cuerpo de la mujer.

El eco de la propuesta del *art decó* como estilo gráfico marcó la composición, las formas estilizadas y la soltura de las posiciones durante los años treinta y la revista *Belleza* posiblemente se guió bajo los rasgos propuestos de dicho estilo. Por ejemplo, podemos ver en ambas imágenes (imagen 19), que hay un claro dinamismo en las posiciones de las mujeres, siendo distintivo tanto en las composiciones como en los cuerpos de las modelos. También estas imágenes nos remiten a lo abordado en el capítulo dos, donde se puede hablar del cuerpo *decó* en términos arquitectónicos y como gráfica. Al respecto Ageeth Sluis señala: “Art

Deco offered these architects the familiar concept of generating this beauty through the built environment, but provided new, simplified, “nude” elongated forms and sparse ornamentation that characterized the new ideals of feminine embodiment.”<sup>231</sup>

Es decir, que iban de la mano la arquitectura y la belleza femenina otorgada por la estética de las formas y que el estilo *decó* punteó a diversos niveles: tipografía, publicidad, arquitectura, imágenes, objetos de la vida cotidiana, etcétera.<sup>232</sup>

Metáfora estructural




*Belleza*, enero de 1934, p. 5, junio de 1934, p.10 .

Imagen 20. Metáforas estructurales del estilo art decó su eco en las formas visuales.

<sup>231</sup> Sluis, *op. cit.*, p. 187.

<sup>232</sup> En 1933 se dieron cita una serie de pláticas sobre arquitectura, donde se debatía con respecto al estilo que debían de buscar los arquitectos; mientras unos aplaudían al art decó, otros lo criticaban duramente apostando por el funcionalismo. Uno de ellos fue Juan O’Gorman, quien manifestó que la colonia condesa era un nuevo estilo que carecía de arte. Lo interesante que se suscitó en dichas pláticas, fue que ambas posturas buscaban que la ciudad fuera moderna y estética, donde la ciudadanía mostraba un amplio gusto por las novedades que se manifestaban en la ciudad y configuraban parte de un estilo y modo de ser, donde el cuerpo intervenía en los espacios públicos. *Pláticas de arquitectura, 1933*, UNAM-UAM, México, 2001.



Otro aspecto que se puede ver es la intención de eliminar los ornamentos y tener imágenes más limpias. Que es justo la ruptura que tuvo el *art déco* con respecto al *art nouveau*, que buscó evitar los excesos de elementos. En general, tanto las portadas de *Belleza* como en sus interiores hay sobriedad, ello se puede deber a que la estructura general del diseño tenía como referente al estilo *art déco*, o bien, porque la imprenta carecía de una amplia oferta de catálogo tipográfico y debía ceñirse con lo que contaba.

La tipografía es otro elemento importante respecto a la modernidad, ya que en términos visuales y estilísticos remite al *art déco*, como ya se mencionó, por lo que era considerada moderna y comparte rasgos morfológicos: líneas rectas con tendencia a la geometría y contrastes pronunciados, elementos característicos y que se pueden encontrar en la arquitectura:

Metáfora estructural

**Belleza**  
LA REVISTA DE LA  
CULTURA ESTÉTICA



Características del estilo art decó, que comparte la tipografía con la arquitectura compartidas:

- líneas rectas
- formas geométricas
- contrastes pronunciados



Imágenes: Título **Belleza**, cine Orfeón de 1938 y cine Encanto, fotografía de Francisco Serrano, 1938.

Imagen 21. Metáfora estructural que configura las características del estilo *art decó* entre la tipografía y la arquitectura.

También el siguiente caso refleja esta relación, incluso el vínculo tipográfico con la ilustración genera el efecto mencionado en cuanto a los contrastes y la variabilidad en el grosor de líneas:

## Metáfora estructural

- líneas rectas
- formas geométricas
- contrastes pronunciados



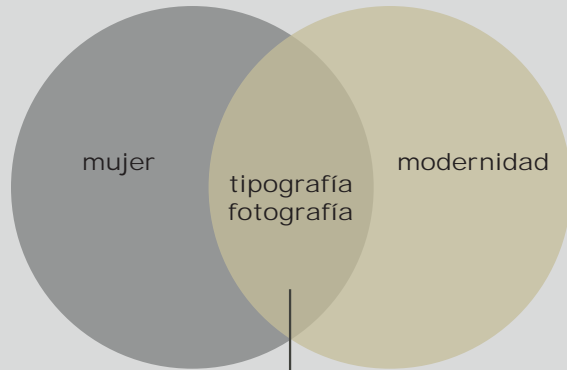
Belleza, noviembre de 1934, p. 14.

Imagen 22. Metáfora estructural en los interiores de la revista.

En este mismo sentido se puede ver la relación con el estilo *decó* en los interiores de la revista, entre las imágenes y los títulos de las secciones:



Metáfora estructural



art deco  
sans serif  
simplicidad  
formas geométricas  
y alargadas  
contrastes



*Belleza*, enero de 1933, p. 5.

Imagen 23. Metáfora estructural configurada por la tipografía y la fotografía en *Belleza*.

Se muestra así que hay una concordancia visual entre la composición, los elementos contenidos y lo que profesaba el estilo: los contrastes marcados—pleca negra con la tipografía intercalada, así como la imagen contrastada—, las formas estilizadas, alargadas y simplificadas—tanto en la tipografía del título de la sección, como en la modelo de la fotografía. Números más adelante, la tipografía de estas secciones se modificó, dándole entrada a una con remates pero conservando el contraste de la pleca negra sobre la que se intercala la tipografía; ello permitía mantener el contraste visual con la imagen.

Estas metáforas pudieron ser consecuencia de lo mencionado en los capítulos previos, es decir, desde las ideas que proliferaban en los ciudadanos mexicanos y lo que configuraban como parte del contexto e imaginario, posiblemente fueron parte de la consecuencia para determinar el diseño de la revista donde transmitieran unas ideas muy específicas sobre el

ser mujer y moderna. A partir de la línea editorial y las circunstancias contextuales, estos fueron factores para la toma de decisiones del diseño.

También se puede identificar la metáfora de **mujer y belleza**, tanto en el nombre de la revista como en una serie de relaciones, las cuales son: **El cuerpo**. Cabe recordar que había un crecimiento de la educación en torno al cuerpo y la gimnasia, con ello se procuraba el mantenimiento y buen cuidado del cuerpo por medio de ejercicios. Por ejemplo la revista contaba con la sección “Para conservar figura y salud” donde se mostraba por medio de fotografías algunos ejercicios, además de la explicación.<sup>233</sup> El cuerpo reflejaba la belleza de una mujer como característica tan anhelada.



Imagen 24. Metáfora estructural de mujer y belleza en una de las secciones de *Belleza*.

<sup>233</sup> Es recurrente encontrar en esta sección que a solicitud de las lectoras se mostrarían diversos ejercicios y su ejecución: “A petición de numerosas lectoras, presentamos en este número algunos ejercicios especiales para adelgazar”, revista *Belleza*, febrero de 1933, p. 16.

Las imágenes en los interiores de la revista trataban de poner modelos como referentes de lo que se consideraba la belleza, generalmente las actrices eran quienes aparecían porque “destacaban en su belleza” y aparecían de cuerpo completo.

**La belleza**, era un tema importante y eje del editorial, por ello diversos artículos hacían precisiones sobre lo que se consideraba como ideal. Por ejemplo, hay un artículo titulado “Concepto de la belleza”, donde señala brevemente lo que a lo largo de la historia se ha considerado como belleza, lo interesante es donde establece los parámetros para que una mujer cumpla con ellos:

(...) la mujer para ser hermosa y perfectamente proporcionada, debe de reunir las siguientes perfecciones:

La piel, los dientes y las manos blancas.

Los ojos, las cejas y las pestañas negras.

Los labios, las mejillas y las uñas rosadas.

El cuerpo, el cabello y las manos largas.

Los dientes, las orejas y los pies cortos.

El pecho, el entrecejo y la frente, anchos.

Los dedos, los pelo y los labios, delgados.

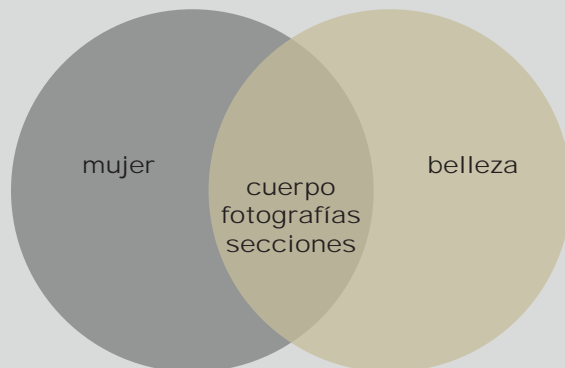
Los senos, la nariz y la cabeza, pequeños.<sup>234</sup>

Se ve que hay una idea establecida sobre los ideales y deben de ser buscados por las mujeres, en caso de no cumplirlos, puede “disimular sus imperfecciones y hacer realzar su belleza”, ante ello siempre cuenta con consejos que ayuden. El recurso de la fotografía ayudaba a redondear la idea sobre la concepción de la belleza, ya que ilustraba las características de un rostro bello:

---

<sup>234</sup> *Belleza*, abril de 1933, p. 6.

## Metáfora estructural



*Belleza*, abril de 1933, p. 6.

Imagen 25. Metáfora estructural de los conceptos mujer y belleza en la revista *Belleza*.

El pie de foto de la imagen dice: “Ofrecemos aquí una fotografía de Clarice en que se admiran los bellos rasgos de su rostro perfecto”,<sup>235</sup> entonces las lectoras podían ver cómo las características para ser bella estaban representadas en las de la modelo de la fotografía, donde seguramente el color debían dejarlo a la imaginación pero los rasgos sí los podían ver.

Incluso algunas secciones hacen referencia a los estándares de belleza proclamados por la revista como “Caras bonitas de Hollywood”, donde aparecían actrices que cumplían con dichos rasgos, aunque después se incluyó la sección “Caras bonitas de México” posiblemente para que las lectoras se sintieran más identificadas y sintieran cercanía con las particularidades de ser mexicanas.

<sup>235</sup> *Belleza*, ídem.

Metáfora estructural



Revista *Belleza* junio de 1933, p. 11 y agosto de 1933, p.12.

Imagen 26. Metáfora estructural de los conceptos mujer y belleza mediante las secciones en la revista *Belleza*.

En contraste el caso de la revista *El Hogar*, la metáfora estructural sería *mujer y familia*, debido a lo siguiente:

Metáfora estructural

A Venn diagram with two overlapping circles. The left circle is grey and labeled 'mujer'. The right circle is beige and labeled 'familia'. The overlapping area in the center contains the text: 'escenas familiares', 'espacios del hogar', and 'secciones'.

Three covers of the magazine *El Hogar* are shown. The first cover (left) is from January 25, 1933, featuring a woman and a child playing chess. The second cover (middle) is from February 7, 1934, featuring a woman holding a sleeping child. The third cover (right) is from February 27, 1935, featuring a woman reading to two children.

Revista *El Hogar* 25 de enero de 1933, 7 febrero de 1934 y 27 febrero de 1935.

Imagen 27. Metáfora estructural de los conceptos mujer y familia en las portadas de *El Hogar*.

El título, subtítulo y proyecto editorial “La revista de las familias”, giran en torno al espacio privado al que generalmente pertenecía la mujer, el hogar, como núcleo donde habitan y conviven los miembros de la familia. Incluso es un indicativo de que para cualquier

miembro de la familia podría curiosear en la revista, sin embargo, tanto la portada como en sus interiores los intereses se perfilan hacia la mujer.

Las **imágenes** de las portadas básicamente estaban conformadas por escenas con infantes, en los casos en los que aparecen las mujeres podemos notar que siempre se encuentran desempeñando el **papel de una madre**, están al cuidado y la educación de los hijos dentro de un ambiente hogareño.

Aquí es importante detenerse para entender la función de las metáforas estructurales y su relación con las imágenes de las portadas, ya que la propia revista en su editorial hace una evidente aclaración sobre las decisiones de siempre mostrar las escenas familiares como eje editorial y sobre todo el gusto por parte de las lectoras. Algunos números de las portadas<sup>236</sup> sufrieron unos cambios en el estilo que se había mantenido, donde decidieron darle lugar al personaje de una mujer sola, siendo las siguientes:

---

<sup>236</sup> Los números que cambiaron su portada fueron: 20 de septiembre, 27 de septiembre, 4 de octubre, 11 de octubre y 18 de octubre todas del año 1933.



Revista *El Hogar* 20 septiembre, 27 septiembre, 4 octubre, 11 octubre y 18 octubre de 1933.



En dichas portadas la mujer sola es la protagonista y se encuentra en diversos escenarios que no se vinculan con el hogar o las labores domésticas. Tampoco hay presencia de infantes como en la mayoría de las portadas. La intención de la revista era contar con una portada cuyo diseño estuviera a la moda como lo menciona en el editorial: “Nuestro dibujante Arias Bernal se inspiró en esta portada de EL HOGAR en una bella jugadora de tenis. (...) la bella chica es una realización de las tendencias de la época presente”.<sup>237</sup>

También ahí menciona que fue bien recibido el cambio:

Iriarte estuvo también muy afortunado en la traslación del original a los clisés, por lo que cabe esperar que esta portada sea gentilmente acogida por nuestros lectores, como las que últimamente hemos venido publicando y que tantas felicitaciones nos ha traído de propios y extraños.<sup>238</sup>

Hubo una intención en las portadas referidas de mover la relación entre mujer y familia, en su lugar se buscó resaltar y darle un lugar a la mujer tanto como personaje único como la posibilidad de estar en diversas actividades o espacios que no fuera el doméstico.

Sin embargo, en el número del 8 de noviembre, nuevamente en el editorial, se hace una aclaración, ya que debido a la solicitud de las lectoras las portadas volverán a sus temas familiares:

Con el propósito de complacer a nuestro público que ha tantos años es el firme sostén de nuestra Revista, muy en breve reanudaremos la publicación de portadas de escenas familiares, demostrando de este modo que no perseguimos más anhelo que el de complacer a nuestros favorecedores.<sup>239</sup>

Ello resulta muy importante para comprender que la dirección tomaba en cuenta la opinión de su público lector, y que éste prefería los temas familiares, lo cual era el eje rector de la línea editorial. Entonces, en términos de la metáfora estructural, justamente se cumple con la relación de los campos semánticos de mujer y familia mediante las imágenes de las portadas.

<sup>237</sup> Revista *El Hogar*, miércoles 18 de octubre de 1933, p. 1.

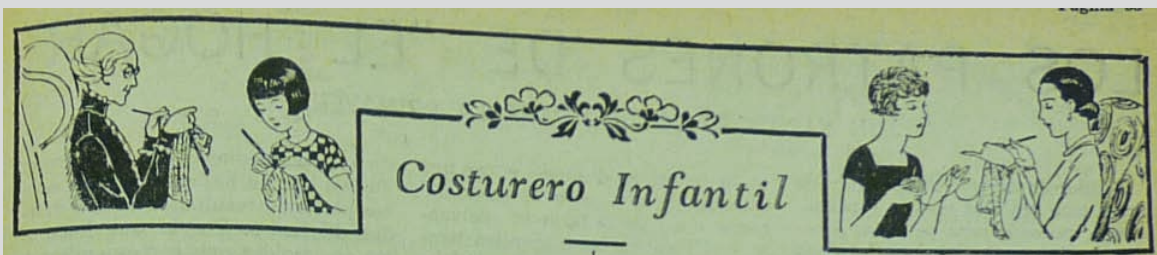
<sup>238</sup> *Ídem*.

<sup>239</sup> Revista *El Hogar*, miércoles 8 de noviembre de 1933, p. 1.

También como parte de la metáfora estructural *mujer y familia*, más allá del estilo, se propicia vincular a la mujer como sostén familiar o eje estructural dentro de ella, en el sentido de que era el papel de la mujer, y una característica que debía de cumplir, era estar para la familia y atenderla. Por ello, podemos identificar algunas de las secciones que aluden a las lectoras pero también a quienes vivían en el hogar. Por ejemplo: “Página para los muchachos”, “Costurero infantil”, “Prendas masculinas confeccionadas por manos femeninas”, “Las madres de los grandes hombres”, entre otras.

Un claro ejemplo de ello es el imagotipo que aparece en unos cuantos números de la sección “Costurero infantil” y “Página para las jóvenes”. En la primera podemos ver una escena familiar de mujeres: una abuela y una madre, quienes instruyen a una joven y una niña en la labor del tejido, labor considerada propia de las mujeres y que se enseña por generaciones; también ello fomenta un ambiente muy familiar y femenino. En la segunda, dentro de una estancia de la casa, mientras la madre lee la hija se encuentra tejiendo.

#### Metáfora estructural



Revista *El Hogar* 15 marzo de 1933, p.33 y 23 enero de 1935, p. 36

192 Imagen 29. Metáfora estructural de mujer y familia mediante los imagotipos de las secciones de *El Hogar*.

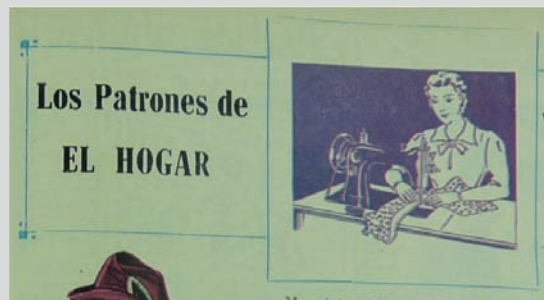
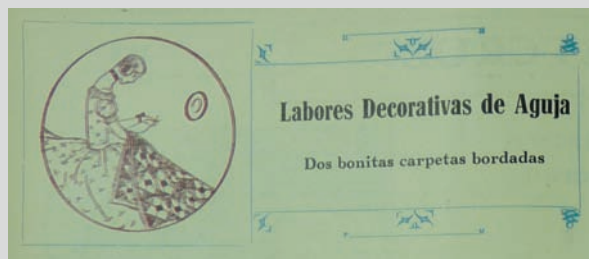
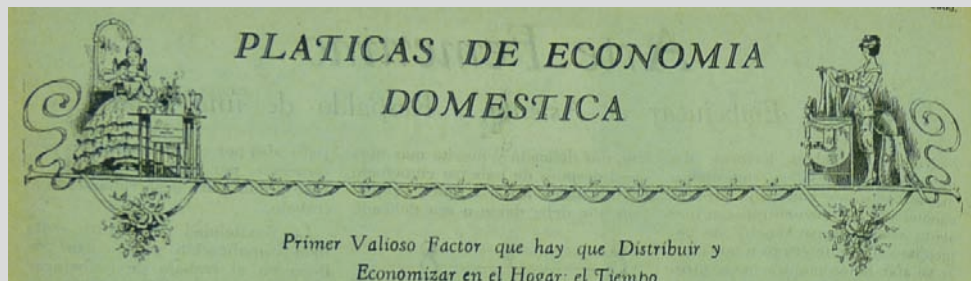
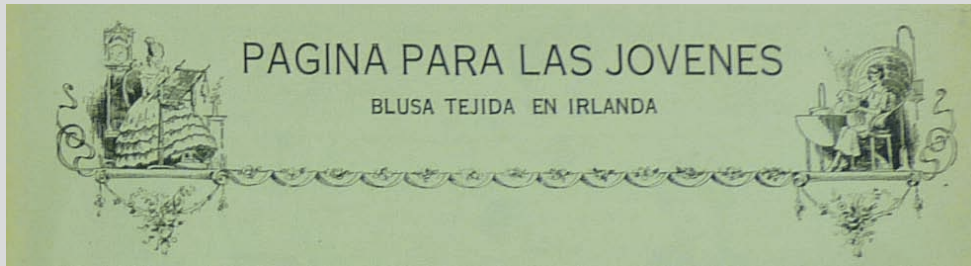
Una metáfora estructural importante para comprender esta revista parte del nombre: *mujer y hogar*. Contiene una serie de asociaciones directas sobre cómo se concebía a la mujer y sobre todo cómo ella misma se identificaba. El hogar se trata como identidad abstracta pero que se conecta con un espacio muy íntimo, donde además se conecta con las labores que se realizan dentro y que debía de ser muy cuidado, porque si bien era donde pasaba la mayor parte del tiempo la mujer, también es el espacio compartido con el resto de la familia.

En primera instancia esta el **nombre** que de entrada define la línea y tipo de publicación, constriñendo a que el público lector sea de índole femenino.

Aunque las portadas son muy variadas, en las que sí aparecen mujeres, **los fondos** se pueden identificar como el hogar, reforzándolo como su espacio primordial donde realizará sus actividades como procurará a la familia. Además de vincular el título de la publicación con los escenarios representados en las imágenes como parte del proyecto editorial.

La revista contaba con una amplia variedad de **secciones**, pero muchas de ellas estaban relacionadas con el concepto del hogar, por ejemplo: “Labores decorativas de aguja”, “Cocina y repostería”, “Arte femenino”, “Los patrones del hogar”, “Pláticas de economía doméstica”, “Para el ama de casa”, “Página para las jóvenes”, y otras. Ello nos da cuenta de las actividades que realiza la mujer dentro del hogar y que la revista ayudaba a llevarlas a cabo, mediante consejos, recetas y sugerencias para el buen mantenimiento de un hogar.

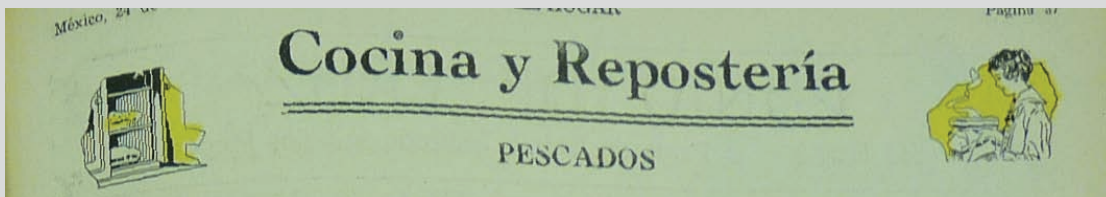
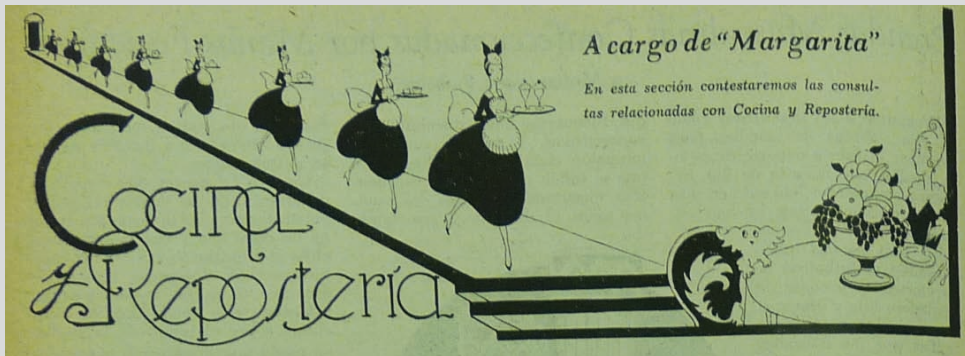
En ellas podemos encontrar imagotipos que refuerzan el título de la sección con la labor. En “Páginas para las jóvenes”, “Pláticas de economía doméstica” y “Arte femenino” se puede ver que están en habitaciones del hogar realizando actividades como lavado de ropa al parecer en una lavadora, cosiendo en una máquina de coser, tejiendo en un telar. Todos son artículos para desempañar esas labores y evidentemente se encuentran en el hogar.



Revista *El Hogar* 4 enero de 1933, p. 20;  
25 de enero de 1933, p. 34; 13 de junio de 1934, p. 39 y 30 de enero de 1935, p. 28 y 29.

194  
Imagen 30. Metáfora estructural de mujer y hogar en los imagotipos de las secciones de *El Hogar*.

En la sección de “Cocina y repostería”, las primeras imágenes muestran la escena de una persona de servicio llevando los alimentos a la señora de la casa, quien no está realizando la labor doméstica pero podría pensarse que es quien las dirige. En la tercera la escena cambia, del lado izquierdo está el fragmento de una alacena o refrigerador dando guiños de ser el espacio de la cocina y se conecta con la imagen de la derecha que es la mujer cargando una olla caliente.



Revista *El Hogar* 4 enero de 1933, p. 36; 26 septiembre de 1935, p. 4; 30 enero de 1935, p.4 y 24 enero de 1934, p. 34

Imagen 31. Metáfora estructural de mujer y familia, en la sección de "Cocina y repostería" de *El Hogar*.

Para determinar las metáforas estructurales se vinculan los factores del proyecto editorial y el contexto sociocultural en el que las mujeres mexicanas se encontraban inmersas, como ya se comentó, aunque la mujer iniciaba una vida laboral y cada vez se le encontraba más en los espacios públicos, una de las principales tareas que tenía una mujer en los años treinta, en la Ciudad de México, era el ser madre y estar al pendiente de su casa. Por lo menos las lectoras de esta revista reflejaban ello, como el editorial da fe, las mujeres anhelaban una revista que tratara temas familiares y tanto portada como interiores deberían de ser así.

En cuanto a la metáfora de *mujer y moda*, la encontramos presente en ambas revistas porque está directamente relacionado con la vestimenta cuyo factor es imprescindible en toda mujer ya que es la que cubre el cuerpo y estipula lo que puede o no mostrarse ante la mirada de los demás.

En el caso de *Belleza*, contamos con: Modelos y estrellas de Hollywood que dan la pauta sobre lo que está a la moda en cuestiones de vestimenta, si bien, no necesariamente son prendas que las lectoras pudieran utilizar, sí muestra un imaginario de cómo se visten y viven las actrices; en los interiores sí se pueden ver modelos con vestimenta para las mujeres que les gusta salir a pasear. Por un lado, estaban las secciones que hacían referencia a las mujeres que se vestían bien, por ejemplo: “Favoritos de la pantalla”, “Así visten las estrellas cuando se visten”, “La moda en el peinado”, entre otras.<sup>240</sup>

---

<sup>240</sup> Se puede revisar el trabajo de María de Jesús Hernández, quien justamente habla de los cuerpos aunque con un sentido de representación social. Hernández García, María de Jesús, “Representación del cuerpo femenino en la gráfica y en las revistas de moda en México en los años 1930-1940”, tesis de licenciatura en psicología, UNAM-Iztacala, México, 2011.



Revista *Belleza* abril de 1933, p. 12 y julio de 1933, p. 15.

Imagen 32. Metáfora estructural de mujer y moda dentro de las secciones en la revista *Belleza*.

Es mediante las fotografías que se usan como recursos visuales para mostrar la moda y posiblemente tomar ideas para apropiárselas bajo el contexto que vivían las lectoras. La imagen al ser blanco y negro no permite reconocer los colores de las prendas, dejando a la imaginación cuáles podrían ser los tonos. Generalmente los fondos son abstractos, insinuando un ambiente de estudio que permite resaltar la figura de la mujer.

A partir de los números de septiembre de 1934 se incorpora la sección "El arte de agradar. Según vuestra silueta", donde aparecen ilustraciones de mujeres modelando diversas prendas, con las que se hacen sugerencias de tipos de estampados, formas, telas, cortes, combinaciones, etcétera. Si bien la fotografía fue la que predominó en las imágenes de las revistas, también podemos encontrar este tipo de ilustraciones en algunas secciones así



como en los anuncios. El estilo de las ilustraciones era el recurrente en el *art decó*, podemos encontrar referencias de ello tanto en revistas de la época como las diversas manifestaciones donde el *decó* se incorporó en la vida.<sup>241</sup>

Metáfora estructural



*Belleza*, septiembre de 1934, p. 28 y 29.

Imagen 33. Metáfora estructural de mujer y moda mediante las ilustraciones en *Belleza*.

En cuanto a la revista *El Hogar*, los interiores son los que muestran la moda de las mujeres. A lo largo de los números hay una variedad de muestras de atuendos, desde prendas para los momentos de estar en el hogar, hasta para ir a celebraciones o para ir a la calle. Diversas secciones hacían referencia a este tema como las “Crónicas de la moda” y “Los

<sup>241</sup> En los siguientes libros se consultaron las diversas manifestaciones en las cuales incursionó este estilo: Robinson, Michael y Ormiston, Rosalind, *Art Deco. The Golden age of graphic art and illustration*, Flame Tree Plushing, London, 2013; Sternau, Susan, *Art deco. Flights of artistic fancy*, Todtri, New York, 1997; *Art deco. An illustrated guide to the decorative style 1920-40*, The wellfleet press, New Jersey, 1989; Hillier, Bevis y Escritt, Stephen, *Art deco style*, Phaidon, London, 1997.

patrones del hogar”, donde se mostraban prendas novedosas, estilos para cierta ocasión o ideas y la guía para hacer su propia ropa. Lo que destaca en estas secciones es el recurso visual, que son ilustraciones de mujeres portando la ropa: Este tipo de representación se aleja de la “realidad” que podría otorgar una fotografía, porque las rasgos de las modelos resultan más abstractos por no tener las particularidades de ser una modelo o estrella, como sucedía en *Belleza*. Las ilustraciones generalmente estaban recortadas del fondo sin sugerir un espacio particular, lo cual también propiciaba una abstracción del contexto.

### Metáfora estructural



Revista *El Hogar* 16 enero de 1935, p. 32 y 33..

Imagen 34. Metáfora estructural de mujer y moda mediante las ilustraciones en la revista *El Hogar*.

Otro rasgo interesante de las ilustraciones es el estilo *decó*, el cual fue muy recurrente por la época y se vio en diversos espacios: publicidad, carteles, portadas, etcétera. En la siguiente imagen podemos ver las similitudes bajo las cuales se realizaban las ilustraciones:

Metáfora estructural



Artista desconocido.

Imagen 35. Imagen donde se muestra la moda y la gráfica del estilo *art decó*. Tomada del libro Robinson, Michael y Ormiston, Rosalind, *Art Deco. The Golden age of graphic art and illustration*, Flame Tree Plushing, London, 2013, p. 55.

Algo que también se detectó, es que había una intención de propiciar la vestimenta con un estilo muy femenino, evitando que se descuidara y pareciera algo masculino; en la sección de “Crónica de la moda” hace una crítica sobre el asunto, se puede leer en el primer

pie de imagen: “Una tenista extravagante, con equipo masculino”, en el segundo: “Tres tenistas ataviadas correctamente”.<sup>242</sup>

### Metáfora estructural



Revista *El Hogar* 15 febrero de 1933, p.35.

Imagen 36. Metáfora estructural de mujer y moda en la revista *El Hogar*.

Incluso en el aspecto tipográfico podemos ver cómo la moda y el estilo estaba determinado por la época y el contexto. Ya revisamos el caso de *Belleza*, donde sus particularidades remiten a la propuesta del estilo *decó*, sin embargo otra de las posibilidades de esta decisión es la moda en la tipografía. *El Hogar* es un reflejo de esta situación, al principio se utilizó una tipografía decorativa con rasgos caligráficos, ya para el número del 30 de agosto de 1933 da inicio a una exploración de diversas tipografías, hasta que a partir del número del 13 de diciembre del mismo año, conserva una tipografía contrastada y recta, remitiendo al estilo *decó*.

<sup>242</sup> *El Hogar*, 15 de febrero de 1933, p. 35.

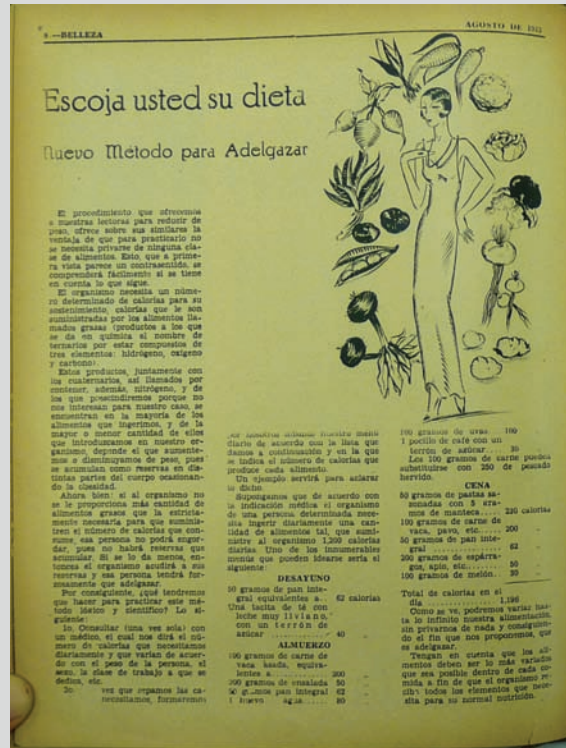
Metáfora estructural



Título *Belleza*, enero de 1930 y *El Hogar*, 13 de diciembre de 1933.

Imagen 37. Metáfora estructural de las tipografías de los títulos de ambas revistas, marcando el estilo *art decó*.

Otra metáfora es *mujer y cuidado*, encontradas en ambas revistas. En *Belleza*, el cuidado se refiere principalmente al cuerpo y la belleza, como lo indica el título y subtítulo, así como las secciones de los interiores que giran en torno a estar bellas y realizar ejercicios para conservar la figura, además de tener en las portadas mujeres que claramente cuidaban su apariencia física desde el cuerpo hasta el rostro con el uso del maquillaje que se promueve tanto en los artículos como en los anuncios publicitarios.



Revista *Belleza* agosto de 1933, p. 8.

Imagen 38. Metáfora estructural de mujer y cuidado en la revista *Belleza*.

La sección "Consultas de tocador" trataba temas diversos relacionados con la higiene, por ejemplo: higiene de piel, contra los cutis grasos y húmedos, contra la pigmentación producida por el sol, loción contra las arrugas, cuando el cutis transpira demasiado, etcétera. Es decir, que el cuidado era exclusivamente hacia lo individual, en torno a la mujer; donde la importancia de mantener la piel, el cuerpo y cara era de suma importancia porque ello denotaba las características de ser hermosa, es decir, que el cuidado está muy relacionado con el tema de la belleza.

En el caso de *El Hogar*, también hay una serie de artículos y secciones relacionados con el cuidado del cuerpo pero se enfocan más bien al cuidado de la familia. En ella podemos encontrar varias secciones que hablan sobre aspectos que pueden ayudar a que una mujer cuide mejor de los miembros de su familia: "Nuestros bebés", "El médico en el hogar".

Es recurrente que en las portadas se encuentren como modelos a los infantes, porque son la razón de las madres para mantener un cuidado de ellos. Es decir, que el cuidado se extendía hacia los otros y no exclusivamente sobre sí mismas.

Algunas secciones propiciaban el cuidado propio desde un sentido de salud e higiene, por ejemplo se buscaba el bienestar en “Higiene y belleza. El maquillaje”, “Rejuvenecimiento y belleza. Higiene de la boca-dientes” y “El deporte y las mujeres”. Ésta última fue muy variada en los números que estuvo presente, ya que a veces lo dedicaba al deporte masculino, a veces al esparcimiento del aire libre -como salidas al campo-, otras veces a la gimnasia rítmica y hacia el final de su aparición, a ejercicios para las mujeres. Las imágenes y el contenido invitan a pensar sobre qué se entendía con respecto a este tema, ya que al parecer se reforzaba el bienestar en términos de dispersión, o bien, ejercicios más relacionados con la gimnasia artística y de baile.

Metáfora estructural



Revista *El Hogar* 20 septiembre de 1933, p. 15, 27 de septiembre de 1933, p. 7.

Imagen 39. Metáfora estructural de mujer y cuidado en la revista *El Hogar*.

El cuidado de la mujer también se veía de una manera más integral, donde la mente y el cuerpo sano eran importantes porque se relacionaban con la materia y la espiritualidad. La idea de tener un cuerpo cuidado era resultado de estar sano, sin importar la belleza, de ello da cuenta la sección "Crónica de la moda":

... no se pretende que haya exageraciones de acrobatismo que a nosotras se nos antojan repulsivas por lo que atañe a la mujer; pero sí un cuerpo sano, lleno de energías, de músculos resistentes, de formas proporcionadas, que as tenga resistencia para la fatiga corporal e insensibilidad para resistir la intemperie. Cuerpo que, aunque quizá carente de belleza, inspire



admiración y simpatía, que tenga aptitud natural para la salud y que la conserve por medio de ejercicios adecuados.<sup>243</sup>

Podemos concluir que estas metáforas permiten hacer relaciones de índole abstracto con algo visible como los ejemplos dados, además, tal como indican Lakoff y Johnson:

Puesto que conceptualizamos la forma lingüística en términos espaciales, es posible que ciertas metáforas espaciales se apliquen directamente a la forma de una sentencia tal como la concebimos espacialmente. Esto puede proporcionar ligaduras automáticas directas entre la forma y el contenido, basadas en metáforas generales de nuestro sistema conceptual. Tales ligaduras convierten la relación entre forma y contenido en algo nada arbitrario, y algo del significado de una sentencia se debe en último extremo a la forma que tiene la sentencia.<sup>244</sup>

Ello nos sugiere lo que hemos venido argumentando, la articulación entre forma y contenido propicia una serie de significaciones que repercuten en la manera de transmitir un mensaje y necesariamente las metáforas se ven inmiscuidas en este proceso, no podemos hablar únicamente de las formas establecidas por la materialidad de una revista y su vínculo con el contenido, porque hay que recordar que todo se encuentra bajo un tejido cultural que nos indica cómo generamos el imaginario para establecer dichas relaciones.


### **Metáforas orientacionales**

Las *metáforas orientacionales* son espaciales y tienen que ver con nuestra experiencia física y cultural, se basan en nuestra experiencia corporal, por ejemplo: arriba-abajo, dentro-fuera, delante-detrás, profundo-superficial, central-periférico. Este tipo de metáforas al estar relacionadas con el espacio, cobran una importancia vital en el diseño de una revista; por ejemplo en el acomodo de los elementos de una portada, la retícula en los interiores, las imágenes y sus composiciones en el plano, la tipografía, la línea base de los textos, etcétera.

Generalmente estas revistas tienen metáforas orientacionales vinculadas con conceptos positivos, tanto por las temáticas editoriales como porque para una lectora es más agradable encontrarse con una revista que resalte los valores afectivos.

<sup>243</sup> *El Hogar*, 15 febrero de 1933, p. 35.

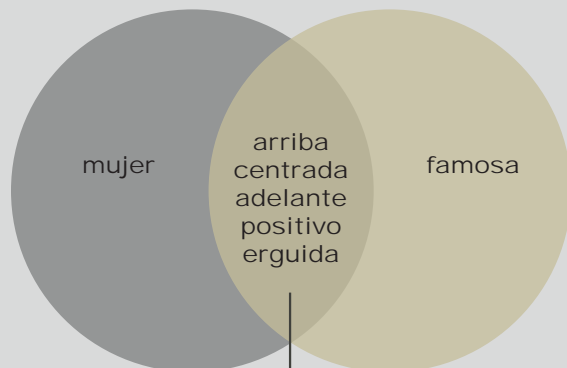
<sup>244</sup> Lakoff y Johnson, *op.cit.*, p. 167.



En las portadas de *Belleza*, en un 90% de las imágenes, las mujeres se encuentran erguidas, están de pie y muestran el cuerpo completo; esto nos indica rasgos positivos, por lo general las bases sociales y físicas han estado relacionadas con lo que da un poder social y un estatus el estar de pie y estar *arriba*. Muy diferente a lo que se establece en una posición inclinada o hacia abajo y lo bajo se relaciona con lo malo, lo triste y lo de menor importancia, bajo de presencia, sin jerarquía, etcétera. Un excelente ejemplo de ello se menciona en la sección “La belleza de los ojos”: “La alegría se revela por una ligera elevación de la comisura de los labios, y el chispeante gozo que se refleja en la mirada. La aflicción o el despecho inclina hacia abajo las extremidades de los labios y apaga el brillo de los ojos.”<sup>245</sup> En ese mismo artículo menciona que si bien la moda cambia en los aspectos que debe de tener un rostro, culturalmente si hacemos asociaciones de lo bueno hacia arriba.

Entonces el tener a las figuras de las mujeres con tales posturas erguidas nos puede hablar de darle una presencia a la mujer como “superior” y con elegancia que se presenta en lo vertical de los cuerpos. Cabe recordar, que incluso aquí entra la idea de los cuerpo *decó*, donde el alargamiento reflejaba estilo y lujo. En este sentido, podemos notar que las composiciones le dan mayor presencia con el valor de un estatus social alto al tener en primer plano, sin otros elementos, a las mujeres centradas en las portadas y además tener el nombre de la modelo no solamente como pie de página, sino como parte de la importancia dada a este personaje. Todos estos elementos son parte de la metáfora mujer-famosa, y lo podemos ver en el siguiente esquema:

Metáfora orientacional



cuerpo deco  
sonrisa  
composición página  
posición modelo

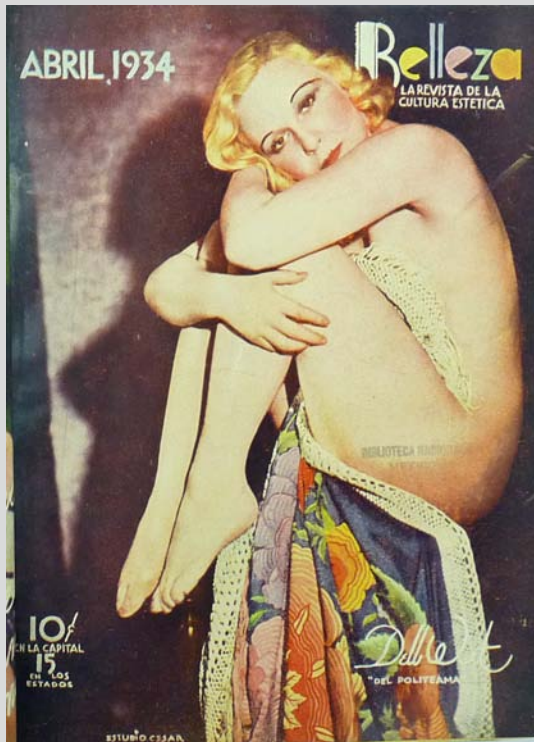


*Belleza*, julio de 1933.

Imagen 40. Metáfora orientacional de los conceptos mujer y famosa en *Belleza*.

En el caso del 20% restante de las portadas podemos ver posiciones sentadas, pero no en el sentido de estar descansando o con desánimo, por el contrario, se encuentran realizando una “pose” con una clara intención para mostrar sensualidad por medio de el cuerpo y el rostro que busca la cámara del fotógrafo. En este tipo de metáforas, la espacialidad cumple un papel relevante al evidenciar posiciones que buscan resaltar el cuerpo de las modelos de Hollywood por la belleza de sus cuerpos.

## Metáfora orientacional



*Belleza*, abril y noviembre de 1934.

Imagen 41. Metáfora orientacional de los conceptos mujer y famosa, mediante las posiciones de los cuerpos en *Belleza*.

En este mismo tenor se encuentran las portadas con acercamientos al rostro donde únicamente se resalta un aspecto de la modelo para destacar la belleza, donde como mencionamos en el capítulo anterior, el rostro es una manera de hablar de la identidad de la persona. Con el simple hecho de ver un rostro, podemos saber a quién se está refiriendo, si se realizará con los pies resultaría imposible que se reconociera. En este caso el rostro muestra sonrisas que dan una composición hacia arriba, con miradas soñadoras que dan un sentido de ser positivas y estas composiciones están centradas para darle un mayor enfoque e importancia a las hermosas estrellas de Hollywood. Incluso en la sección “La belleza de los ojos” se habla de la importancia de tener una mirada que refleje alegría y bienestar:

Pero a pesar del romántico atractivo de unos ojos tristes, que hace que muchas mujeres finjan constantemente un imaginario tormento, no hay nada más encantador que unos ojos llenos de alegría y de risa juvenil que reflejan en su mirar la radiante luz del sol y el entusiasmo de la vida.<sup>246</sup>

Metáfora orientacional



*Belleza*, junio de 1934 y febrero de 1935, p. 7.

Imagen 42. Metáfora orientacional mediante la posición del rostro en *Belleza*.

Las portadas de la revista *Belleza* representan unas metáforas orientacionales en cuanto a la composición con las posturas que reflejan un mayor estatus social porque se consideran elegantes y hermosas, siendo valores aceptados y apreciados por la sociedad, en específico por el público lector, y donde cabe recordar que las artistas y estrellas de Hollywood tenían una connotación muy positiva sobre el papel que desempeñaba ser bellas y estar a la

<sup>246</sup> *Belleza*, febrero de 1933, p. 6.

vanguardia en temas de moda. Es decir, que bajo esta metáfora se está cumpliendo con la composición en las portadas y ello refleja a este tipo de mujeres exitosas y bellas.

Algo importante en las metáforas orientacionales es que ellas ayudan a estructurar y componer las páginas interiores. En una página se debe establecer la caja donde se contendrán los elementos, porque siempre deben quedar libres los márgenes para no perder contenido, los márgenes son muy variados y no se rigen por norma alguna, puede ser una toma de decisión del editor o el impresor. Establecer los elementos dentro de la caja es de suma importancia para el lector, ya que le permite hacer descansos, mirar en algún sentido la página e incluso que los dedos no obstaculicen la lectura.

Generalmente las revistas, en sus cajas de texto, manejan más de dos columnas, ya que el tamaño de la publicación es grande para ser leído en una sola línea y al tener separado el texto poder tener una continuidad sin perder la vista en otra línea. *Belleza* basó su estructura a partir de dos y tres columnas, donde por medio de la retícula<sup>247</sup> se sistematizó el acomodo de los diversos elementos (texto, imagen, publicidad, cintillos, etcétera). Este orden espacial es el que se vincula con las metáforas orientacionales porque aunque cada página sea diferente siempre es importante establecer un equilibrio y ritmo entre los elementos.

Por ejemplo, cuando la página tiene tres columnas genera un efecto visual de alargamiento, relacionado con lo que ya se ha mencionado sobre la tipografía y el cuerpo con respecto al *decó*. No porque cualquier revista use tres columnas quiere decir que está basado en el *art decó*, pero si fomenta un efecto de estiramiento a diferencia de las páginas a dos columnas. Podemos decir, que a la revista la constituyen varias páginas que en conjunto y relacionando todos los elementos dan una concordancia a un proyecto editorial.

---

<sup>247</sup> Las composiciones son muy variadas, pero tener una retícula permite un orden, Kloss refiere: “es un “andamio” que subyace detrás de todas las páginas de un impreso, dando sostén y razón a los elementos compositivos que forman cada una de sus páginas.” Kloss, *op. cit.*, p. 221.

Metáfora orientacional



Belleza, julio de 1934, p. 47 y junio de 1934, p. 35.

Imagen 43. Metáfora orientacional de las páginas interiores y la retícula en Belleza.

En la retícula hay un efecto visual de concordancia entre la fotografía de la modelo alargada, el tamaño de las columnas y la tipografía; ello constituye la espacialidad de este tipo de metáforas.

Cabe recordar, que una de las características de las revistas es que su retícula suele ser bastante flexible porque juegan diversos elementos dentro de ella, por eso Belleza también recurrió a las dos columnas, aunque en menor medida. Posiblemente las tres columnas ayudaban al acomodo visual de los elementos dentro de la caja produciendo concordancia y equilibrio visual.

La tipografía del título, además de ser metáfora estructural es ontológica, si bien remite al concepto de modernidad también podemos encontrar valores positivos por su morfología: líneas rectas altas y esbeltas; que son valores positivos y privilegiados sobre ser

bella y moderna. La fuente realizada expresamente para la revista, sugiere mantener una estética que se conserva en cada uno de sus aspectos.



Imagen 44. Metáfora orientacional de la tipografía y los cuerpos decó en *Belleza*.

La revista *El Hogar* muestra una amplia variedad en las posiciones de las portadas porque las escenas abarcan un amplio abanico así como los personajes. Aquí nos centraremos en las que aparecen mujeres para contrastar con *Belleza*, porque en ellas podemos encontrar varias posiciones, desde estar de pie hasta estar sentadas realizando alguna actividad—sobre todo de índole familiar, como estar con sus hijos— y los acercamientos al rostro. Las posiciones pueden sugerir en términos metafóricos espaciales que son más estables, ecuanímenes y neutras en sus conductas y actitudes. Recordemos que los manuales de urbanidad y conducta enseñaban normas para controlar el cuerpo, puesto que sugerían lo que se esperaba de una buena mujer; por ello, las posiciones de las mujeres en *El Hogar* suelen estar ligadas a conductas amables, cariñosas, de cuidado, etcétera, ya que prevalecía el interés de servir a la familia.



Incluso en los caso de los números donde en las portadas aparecen acercamientos a los rostros de las mujeres, se muestran sonrisas y miradas relacionadas con lo considerado positivo.

Metáfora orientacional



*El Hogar*, 1º noviembre de 1933 y 20 febrero de 1934.

Imagen 45. Metáfora orientacional de las portadas en *El Hogar*.

Los interiores también refuerzan estas ideas sobre mostrar el cuerpo desde posiciones sutiles evitando la provocación. Por ejemplo las labores de la mujer implican estar sentada y tranquila, o en las que están de pie muestran una actitud de ilustrar la escena, al igual que cuando se muestran los modelos de las prendas.



*El Hogar*, 16 octubre de 1935, p. 28 y 29.

Imagen 46. Metáfora orientacional en los interiores de *El Hogar*.

La estructura de las portadas tuvo variedades, pero la más recurrente fue la centrada con un margen blanco —algunas veces era de color— que encuadraba todo el contenido, lo cual denota un equilibrio y limpieza ya que evita la saturación de elementos dando un aire a todos los elementos. Algunos ejemplares mostraron diversidad teniendo composiciones abiertas, es decir que se omitieron los márgenes y ello propició el dinamismo entre sus elementos (como las del periodo de septiembre y octubre de 1933).

Metáfora orientacionales

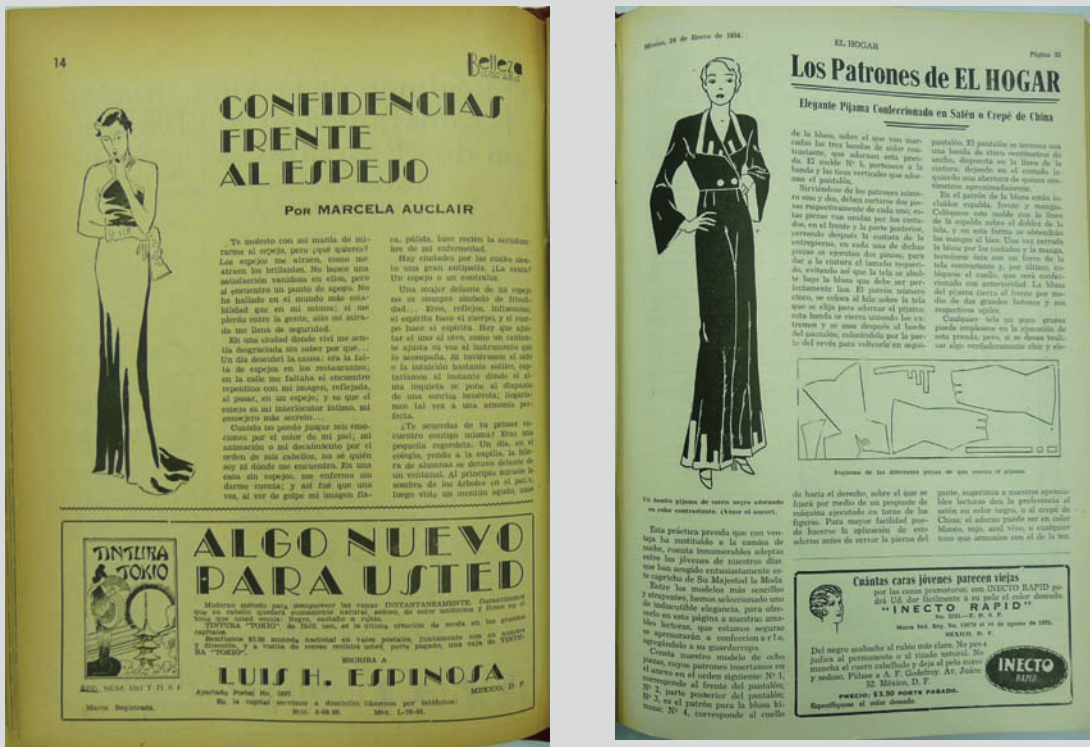


*El Hogar*, 22 de marzo de 1933, 31 de enero de 1934, 13 de septiembre de 1933 y 25 de julio de 1934.

Imagen 47. Metáfora orientacional de la estructura en las portadas de *El Hogar*.

En cuanto a las composiciones de los interiores, la caja y retícula comparte características con *Belleza*, generalmente son tres columnas y en menor medida dos columnas. Como ya se refirió, ello resulta bastante común en las revistas y sobre todo, hay que recordar que también la arquitectura de una revista corresponde a una época donde las tendencias y soluciones visuales que tienen corresponden entre ellas. En la siguiente imagen podemos ver los interiores de ambas revistas y cómo comparten la retícula y la posición de sus elementos.

Metáfora orientacional



*Belleza*, noviembre de 1934, p. 14 y *El Hogar*, 24 de enero de 1934, p. 35.

Imagen 48. Metáfora orientacional de los interiores, un comparativo entre ambas revistas.

También podemos encontrar este tipo de metáforas en el título *El Hogar*, éste tuvo variaciones pero la más recurrente es la que revisaremos. Recordemos que en las variables visuales tipográficas la orientación es muy importante, porque permite el orden de la lectura y sobre todo, tiene una función significativa. Se pueden reconocer las formas de la fuente

decorativa que se caracterizan por: inclinaciones sutiles y líneas estilizadas y generadas por las curvas y la diferencia de grosor en la línea, ello nos recuerda a las formas de las posiciones de los modelos de las portadas y los interiores, donde presentan suavidad por las curvaturas. Ello también es indicador de valores positivos con respecto al cuidado y cariño hacia la familia.



Imagen 49. Metáfora orientacional en la tipografía del título de *El Hogar*.

Es necesario puntualizar que los remates y los rasgos de la tipografía no son únicamente “ornamentos”, ya que también forman parte de la lectura y su forma es indicativo de la delicadeza como concepto que prevalece en el proyecto editorial.

Podemos decir que las composiciones de las portadas, los interiores y los diversos elementos de una revista marcan tendencias y posibilidades sobre lo que debería ser la actitud de una mujer o de los personajes que aparecen en ellas y como dicen Lakoff y Johnson: “Bases físicas para el bienestar personal: felicidad, salud, vida y control —las cosas que caracterizan principalmente lo que es bueno para una persona— son todas para arriba.”<sup>248</sup> La posición de todas las formas que nos rodean las relacionamos con estados de ánimo y valores,

<sup>248</sup> Lakoff y Johnson, *op. cit.*, p. 53.

claramente lo horizontal —muerte y lo vertical vida— muestra cómo vemos el mundo y le damos significado.

Ejemplo de las formas vinculadas a un estado negativo lo encontramos en *El Hogar*, donde el editorial “Nuestra portada” lo subtitula *Melancolía*:

Las simpatías cada vez mayores que EL HOGAR, La Revista de las Familias, se ha venido conquistando, movieron a los señores Manuel Nagore y Dagoberto Cervantes, artistas de prestigio, a obsequiar el bello dibujo que insertamos en la portada de este número y que refleja, con precisión admirable, el estado de ánimo en que la melancolía ha puesto a esta linda muchacha, cuando un cruel destino tronchó sus más bellas ilusiones.<sup>249</sup>

Queda ahí bien señalado cómo la melancolía y lo que ello significa está representado en la imagen mediante el rostro afligido de la mujer.

### **Metáforas ontológicas**

Finalmente se encuentran las *metáforas ontológicas*, las cuales se basan en nuestras experiencias y las relaciones que generamos con los objetos físicos, sobre todo respecto a nuestros cuerpos, desde donde se construyen una serie de metáforas que tienen que ver con acontecimientos, actividades, emociones, ideas, reflexiones, entre otros. Los cuales son mucho más difíciles de entender en primera instancia, pero al mismo tiempo son los que nos pueden dar información más fructífera sobre cómo se pueden entender ciertas experiencias. Por ejemplo decir que el cuerpo es una máquina, la mirada que habla, el cuerpo fuerte como roble, etcétera.

En el caso de *Belleza* el ejemplo más específico en sus portadas<sup>250</sup> es la aparición de un balón en las manos de las modelos. Los tipo de balón que se puede ver, en un caso es deportivo mientras que en los otros no. El uso del balón por la postura en la que los tiene es una metáfora del ejercicio tan en boga en ese momento, así como el reflejo de obtener un buen cuerpo mediante su ejercitación y uno de los instrumentos (objetos) que se usan para dicha actividad son las pelotas y balones. Hay que recordar que esta metáfora recurre a objetos para explicar un concepto y con ello se puede llevar a cabo la relación contigua del deporte y uno de los objetos utilizados para realizarlo, además de reiterar que las posturas

---

<sup>249</sup> *El Hogar*, 8 de noviembre de 1933, p. 1.

<sup>250</sup> Aparecen en las portadas de junio y julio del año 1933, y en noviembre de 1932.

ágiles y coquetas de las mujeres era muy buscado en la gimnasia que era la más aceptada para que ellas la desempeñaran. También hay que señalar, que los tipos de balón y la postura sugieren una actividad física pero con tintes lúdicos y juguetones, no con fines competitivos, ya que eran los más propios para las mujeres.

Metáfora ontológica



balón deportivo  
pelota de juego



actividad física  
deporte  
gimnasia



*Belleza*, junio y julio de 1933, noviembre de 1934.

Imagen 50. Metáfora ontológica entre un objeto y una actividad física en las portadas de *Belleza*.





Esta revista en la sección “Consultas de Belleza” utiliza una imagen donde aparece una mujer frente a un tocador embelleciéndose, aunque el propio título resulta muy evidente sobre lo que se puede esperar en el artículo, ayuda a establecer vínculos y referentes para las secciones. Es el único caso donde aparece, ya que prácticamente todo el interior usa únicamente los títulos de las secciones y fotografías o ilustraciones de modelos y actrices.

Es evidente en la publicidad de la revista la aparición de objetos para promocionar el producto, mostrar su forma de uso y sobre todo, para que las lectoras conozcan y reproduzcan la manera en utilizarlo, ya que generalmente una modelo es la que interactúa con el producto a modo de enseñar.

Metáfora ontológica




artículos de belleza



modos de usarse

*Belleza*, abril, p. 14 y junio, contraportada de 1933.

Imagen 51. Metáfora ontológica en la publicidad de *Belleza*.

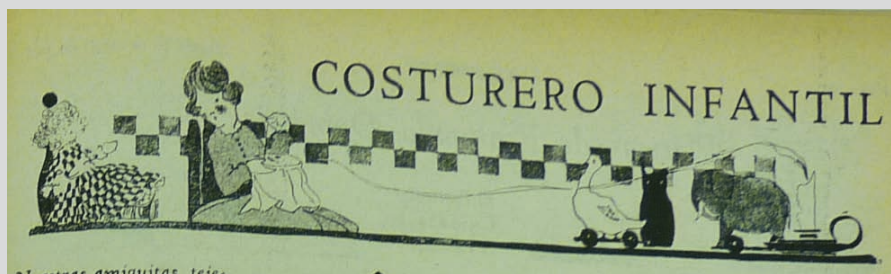
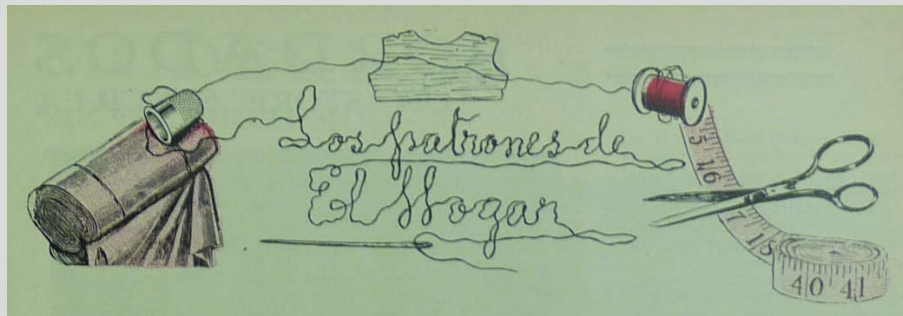


Este tipo de metáforas prácticamente no se presentan en la revista porque los temas versaban sobre el cuerpo y la belleza, posiblemente el proyecto editorial buscó resaltar esas cualidades o se debió a las limitantes en diseño.

En *El Hogar* son muy recurrentes estas metáforas, algunas están muy conectadas con las revisadas en las estructurales, lo importante de notar aquí es que eran un recurso constante y casi fueron distintivos de las secciones y el tema de la revista. Por ejemplo, en las portadas podemos encontrar que cuando aparecen los infantes como modelos, por lo general tienen en la mano o están cerca de algún elemento como pueden ser juguetes, instrumentos musicales, comida o animales, esto se conecta por que el tipo de actividades que realizan los niños y esos objetos generan la idea de infantil, incluso en el editorial se menciona en varios momentos el interés de las escenas en las portadas que causan agrado a las lectoras.

En varias de las secciones hay imagotipos vinculados con el nombre, a veces cambian a lo largo de los números pero siempre tienen una conexión de los objetos con el tema; “Labores decorativas de aguja”, “Pláticas de economía doméstica”, “Los Patrones de El Hogar”, “Nuestros bebés”, etcétera. Algunas ya fueron referidas en las metáforas estructurales.

Metáfora ontológica



*El Hogar*, 18 de mayo de 1934, p 29 y 26 de abril de 1933, p. 33.

Imagen 52. Metáforas ontológicas en las secciones de *El Hogar*.

En el editorial “Nuestra portada” tiene como subtítulo “Una niña laboriosa” donde señala la importancia de las labores de las mujeres y por ello en la portada la niña aparece con una canasta con estambre y realizando la labor de tejido:

A pesar de las corrientes modernas que han señalado nuevos derroteros a las actividades femeninas, abriendo ante los ojos de la mujer horizontes que antaño jamás hubiera soñado, no es menos cierto que su idiosincrasia, hoy como ayer, la lleva a gustar de las labores que cifraron el encanto y una de las habituales ocupaciones de las bellas y delicadas mujercitas de la generación pasada.<sup>251</sup>

<sup>251</sup> *El Hogar*, 22 de marzo de 1933, p. 1.

Esto refuerza la idea que se tenía del proyecto editorial y las consecuencias entre su portada y los contenidos, incluso termina con un verso "(...) pero me gusta más, hay más belleza en la que guisa y plancha, cose y reza", haciendo referencia al contenido en toda su dimensión editorial de *El Hogar*.

### Metáfora ontológica

estambre  
gancho  
tejido



labores manuales  
femenino



*El Hogar*, 22 de marzo de 1933.

Imagen 53. Metáfora ontológica de las labores femeninas en las portadas de *El Hogar*.

A partir de los ejemplos revisados podemos ver las relaciones que existen entre los conceptos específicos que se proponían los proyectos editoriales de cada una de las revistas y las posibles metáforas en las representaciones que configuran el diseño de las revistas. Hay que recordar que las metáforas funcionan para realizar relaciones entre dos cosas de campos

semánticos separados, que podría parecer que no tienen nada en común pero justamente la metáfora lo que lleva a cabo es una “semejanza” donde comparten una serie de términos, en primera instancia las conexiones entre uno y otro resultan muy lejanas, pero la composición y los recursos gráficos de la revista permiten establecer articulaciones que además llevan a las disposiciones de las mujeres lectoras como actoras en su propia vida.

Se puede ver claramente en las metáforas ejercidas en los títulos de ambas revistas, donde llevan una coherencia con la propuesta de la línea editorial, y que implican dos posibilidades de lectoras: la que le interesaba todo lo relacionado con la belleza además de encontrar cualidades para ser moderna y estar a la vanguardia en cuestiones de estilo y moda; y a las otras que les interesaba más los asuntos relacionados con la familia y el hogar, sin dejar de lado el cuidado personal.

Las metáforas nos pueden sugerir formas de representar las ideas por medio de la expresión, es decir que un proyecto editorial para ser explicado o para que las ideas sean transmitidas a las lectoras, utiliza los recursos metafóricos para llevarlo a cabo. De otra manera no habría razón por la cual el diseño fuera tan definido en cada una de las revistas, ya que podrían tener las mismas tipografías o imágenes, pero justamente un recurso de la comunicación es la manera de decir las cosas de forma variada, y parte de estos recursos son las metáforas, las cuales además inciden en la propia lectura y la acción que ejerce de ello, como puede ser una actitud, una experiencia, un actuar.

Así mismo, los ejemplos de las metáforas referidos, nos dan una clara información del contexto en el cual vivían los personajes que se ven involucrados en el circuito de comunicación de la revista. Lo mencionado en torno a la construcción de la ciudad, de los ciudadanos y de los cuerpos es un reflejo de la manera como se diseñaban las revistas, porque en esa intersección se encuentran las metáforas.

Cabe recordar, que los textos son infinitos porque sus significados varían de cómo lo leyeron las mujeres durante los años treinta a cómo el día de hoy se podrían leer, esto se debe a que las lecturas se transforman por diversos factores que nos permiten generar significados simbólicos y sentido, ya que los signos utilizados permiten establecer las conexiones entre el pensamiento y la expresión.

Las revistas fomentan relaciones entre el texto e imagen no como si estuvieran cosidas, más bien entre ellas se someten, sostienen y preceden; van caminando juntas y las metáforas permiten entenderlas y explicarlas, no sólo desde la visión de análisis, si no desde el de ser lector. Hay que puntualizar que la relación que existe entre palabra e imagen es porque

representan, significan y comunican relaciones entre los símbolos y el mundo, y los signos y los significados. Todos los referentes del mundo son puestos en las metáforas para ser usadas como puentes de entendimiento, podemos decir que son cadenas de representaciones y significados.

Ahora bien, la relación que se establece entre las metáforas y cada una de las publicaciones se debe a que las ideas son imágenes (mentales, verbales, pictóricas y perceptuales, refiere Mitchell), y las imágenes son actores en un escenario que es la realidad, donde circulan: cuerpos en la ciudad, tipografías en las revistas, imágenes en el mundo, los anuncios, las calles, los edificios, etcétera.

A grandes rasgos podemos concluir en este capítulo que en la revista *Belleza*, el uso de la fotografía representa una realidad de los modelos a seguir, que es un tipo de mujer concreta, y que esto es gracias al tipo de reproducción técnica. Como ya se había mencionado, la fotografía se consideraba un artefacto moderno y es consecuencia de la selección de este medio para el diseño de la revista; lo mismo sucede con las tipografías, las cuales sugieren una relación del estilo de la época como la vanguardista y la fuente decorativa hecha expresamente para la revista, lo demuestra.

*El Hogar* muestra un tipo de mujer abstracta por medio del recurso visual de las litografías. En ellas no se pueden ubicar facciones raciales o representar a un tipo de mujer mexicana y si ella es blanca o morena, ya que la ilustración no permite tener un retrato de la modelo, convirtiéndose en imágenes sugestivas de a quien podría representar ser ese tipo de mujer. En el caso de la fuente decorativa, está realizada para la revista con unos fines muy precisos como pueden ser las labores domésticas que una madre de familia lleva a cabo en el hogar; aún con los cambios del título en algunos diseños de las portadas, la que prevaleció durante la circulación de la revista está relacionada con las manualidades (tejer, coser, bordados, encajes, etcétera) y con la decoración rica que ofrecía el estilo neocolonialista de la época.

Llegar a estas conclusiones se debió al análisis del uso de las metáforas para representar conceptos tan abstractos y llevarlos a la materialización de una revista, como producto que será leído por un público específico, y que genera la triada de forma, función y significado simbólico.

Para comprender los proyectos de las revistas con las metáforas, es necesario revisar algunos casos de revistas de la época, donde hay una clara tendencia de un estilo que proliferaba, es decir, que los referentes que constituían las publicaciones siempre dependían

de un contexto y por ello podemos tomar como referencia la manera en la que se diseñaban. En cuanto a ejemplos mexicanos tenemos revistas como *La Familia, revista de labores para el hogar, Paquita, la revista de la mujer y del hogar* y *Negro y Blanco, labores*.<sup>252</sup> Todas ellas fueron de índole familiar y con secciones destinadas a las labores manuales de las mujeres. También estaba la revista *Vea*, que incluso tenía la referencia de ser un semanario moderno que contaba con artículos y secciones relacionadas al cine y entretenimiento.

Casos de otras revistas




*Vea*, octubre de 1936 y *La Familia*, mayo de 1943 .

Imagen 54. Ejemplos de casos de otras revistas que circularon en la misma época que *Belleza* y *El Hogar*.

Podemos notar que *Vea* muestra un gran parecido con algunas de las portadas de *Belleza* —fotografía, modelo centrada y posando, el fondo es un estudio, tipografía sans serif,

<sup>252</sup> Montes de Oca Navas, Elvia, *op. cit.*



color blanco y negro, este puede deberse al parecido entre los proyectos editoriales y la temática donde era importante mostrar imágenes de las modelos y actrices. Además puede denotar que era un estilo de diseño que profesaban las revistas de la época porque generaba un sentido comunicativo buscado por el editorial.

En el caso de *La Familia*, la imagen de una madre sonriente con su bebé en brazos habla de un retrato familiar como el representado por *El Hogar*, es decir que tanto los nombres de las revistas como el contenido en sus portadas le hablan a un tipo de mujer específico con una clara intención de comunicar el eje editorial.

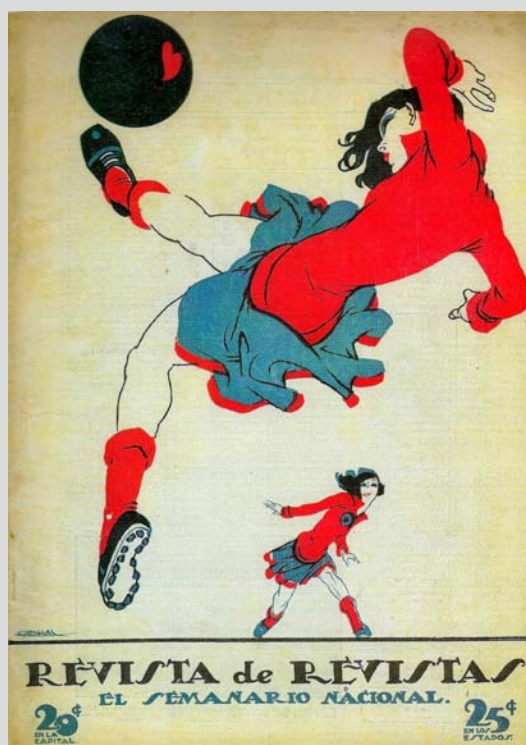
Aunque con una temática y proyecto diferente a lo revisado hasta el momento, podemos notar que en *El Universal Ilustrado* y en la *Revista de Revistas*, que circularon por esas fechas, las portadas también reflejan las tendencias de la moda y el estilo *art decó*, como muestra del diseño en diversidad de publicaciones, tanto por la postura de las modelos como la vestimenta. Como revisamos en los interiores de ambas revistas, había una tendencia de ilustrar la secciones por medio de modelos que marcaban lo *decó*.<sup>253</sup>

---

<sup>253</sup> En los trabajo de Arturo Albarrán y Luz María Cortés se pueden ver algunas referencias de la época que ayudan a ubicar cómo los referentes visuales tenían una clara influencia entre las publicaciones. Albarrán Samaniego, Arturo, tesis doctoral: “*El Universal* como fuente iconográfica de una época (1920-1928)”, UNAM, México, 2010, Cortés, Navarro, Luz María, tesis de maestría: “Artistas gráficos mexicanos y sus impresos. El caso de Miguel Covarrubias y Ernesto Cabral”, UNAM-FFyL, México, 2013.



Casos de otras revistas



*El Universal Ilustrado, Revista de Revista*, 17 de abril de 1932 .

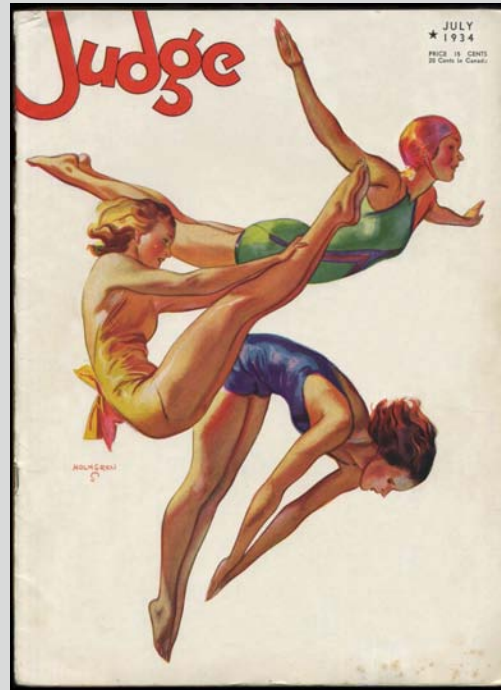
Imagen 55. Ejemplos de casos de otras revistas que circularon en la misma época que *Belleza* y *El Hogar*.

Esta tendencia no ocurrió exclusivamente en México, como se ha mencionado anteriormente, la influencia estadounidense y francesa se dio en diferentes direcciones: la arquitectura, la moda, el cine, la fotografía, la publicidad y las publicaciones. Había una idea de buscar referentes extranjeros como parte de la transformación de México hacia la modernidad y en ello se consideraba a todas sus instancias incluyendo el diseño. Además, en el caso de *El Hogar*, la directora Emilia Enríquez viajó a Estados Unidos donde tuvo vínculos con empresas estadounidenses e incluso algunos patrones de McCall fueron traídos y usados en los suplementos de la revista, así como diversos artículos que trajo de sus viajes.<sup>254</sup> Es

<sup>254</sup> Rivera Mendoza, Claudia, *op. cit.*, p. 76.

decir, que el contacto permitía conocer lo que se hacía en otros países y eran motivo de ser referentes para las publicaciones nacionales.

#### Casos de otras revistas



*La revue de la femme*, 1927, Francia y *Judge*, julio de 1927, Estados Unidos.

Imagen 56. Ejemplos de casos de otras revistas que circularon en la misma época que *Belleza* y *El Hogar*.

Las revistas *La revue de la femme* y *Judge*, muy diferentes entre sí tanto por la temática como por la geografía muestran imágenes donde la mujer es la protagonista y están en poses diversas, como parte de la incursión de la mujer en otros ámbitos; lo cual se puede percibir en *Belleza*, donde tanto el uso de la fotografía para mostrar a las actrices como las posiciones en actividades físicas, reflejaban el concepto de la temática.

Casos de otras revistas



*Vogue*, enero de 1928, Estados Unidos y *Revista de los almacenes*, noviembre de 1930, España.

Imagen 57. Ejemplos de casos de otras revistas que circularon en la misma época que *Belleza* y *El Hogar*.

Las portadas de *Vogue* y *Revista de los almacenes*, son composiciones centradas y enmarcadas, donde el margen blanco permite resaltar la imagen del centro y la arquitectura establece en la parte superior el título para un orden de todos los elementos; todo ello es compartido en el caso de *El Hogar*, donde podemos notar que era un recurso visual esta composición aún cuando las temáticas no precisamente estuvieran enfocadas a la familia o incluso si entre ellas no hubieran tenido contacto. Lo importante a notar es que los referentes también propiciaban un estilo de diseño. Por ejemplo, alrededor de los años treinta las revistas de moda *Harper's Bazaar*, *Vogue* y *Vanity Fair*, fueron partícipes en una nueva tendencia sobre el diseño, donde ya no sólo era poner elementos a modo de decoración, sino que la intención

comunicativa y el sentido de edición cobraron relevancia como una nueva etapa en el diseño editorial.<sup>255</sup>

Podemos decir que diversos factores se vieron involucrados en el circuito de las publicaciones: lectoras, editores, impresores, productores, artistas, la situación social, la vida en la ciudad, etcétera; entonces el diseño debe de pensarse más allá de sólo formas porque todo cobra un significado, en palabras de Guy Julier: “La cultura del diseño como objeto de estudio incluye, por tanto, los aspectos materiales e inmateriales de la vida cotidiana. Por una parte, se articula a través de imágenes, palabras, formas y espacios, pero, por otra, conjuga discursos, acciones, creencias, estructuras y relaciones.”<sup>256</sup>

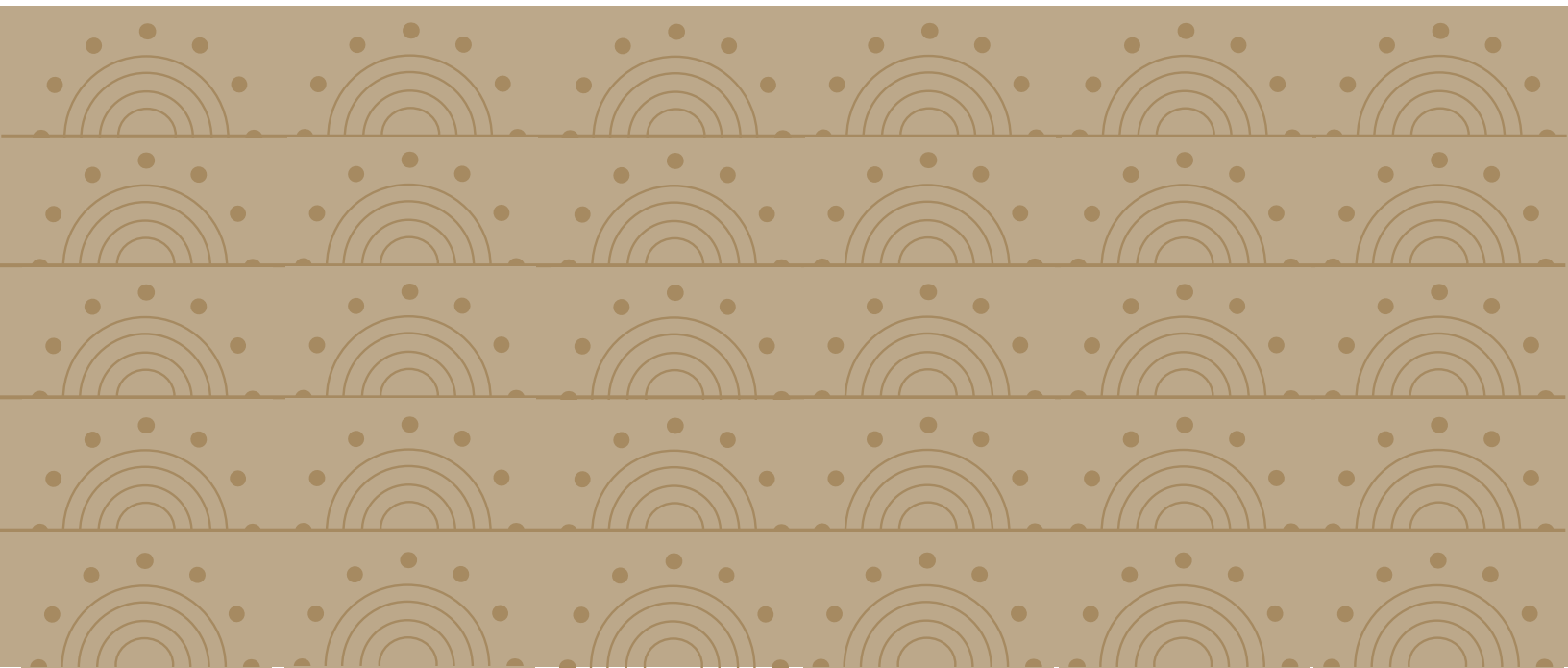
Las revistas no son solo un conjunto de elementos elegidos al azar, más bien son elementos que constituyen parte de un discurso de la época y de un proyecto editorial, donde por medio de las metáforas se buscaba difundir y comunicar una serie de temas relacionadas con las mujeres mexicanas de los años treinta en la ciudad de México.

---

<sup>255</sup> Durante los años treinta hubo un gran éxodo de artistas y diseñadores europeos hacia Estados Unidos, por lo que se vio afectada la manera en que el diseño, en todas dimensiones, se proyectó a los ojos del mundo, propiciando tendencias en fotografía, gráfica, tipografía, retículas y composición. Aunque ello no tuvo un impacto directo en México, la influencia y el contacto con otras naciones fue muy recurrente y por ello la similitud en algunas de las revistas. Enric, Satué, *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*, Alianza Forma, España, 2006.

<sup>256</sup> Julier, Guy, *La cultura del diseño*, GG, Barcelona, 2010, p. 23.

# CONCLUSIONES



Las últimas palabras son unas reflexiones que pueden continuar desarrollándose e indagando. Ya que no se pretende hacer conclusiones que cierren la investigación. Sin embargo, es preciso cerrar este documento y por ello se darán algunas pautas generales sobre lo hallado así como apuntes para futuras aperturas de investigación.

Las revistas fueron un escaparate en el que se mostró a las mujeres modernas, construidas en el contexto de la Ciudad de México durante los años treinta; y donde dicha construcción se da por medio de la percepción del mundo material que las rodeaba. Entonces, podemos decir que las publicaciones fungieron como mediadores e instructores de los ciudadanos que buscaban acercarse y participar dentro del cambio hacia la vida de la modernidad.

Los cambios que se gestaron en la ciudad fueron producto de una serie de acontecimientos que el Estado privilegió a raíz de los sucesos posrevolucionarios, por ello una serie de factores involucraron a la ciudadanía para inculcar una identidad a los mexicanos. Dicho Proyecto de Nación se difundió de diversas maneras, una de las más importantes para alcanzar una amplitud de sectores fueron las publicaciones, las cuales organizaron la información de una manera precisa para que el público lector pudiera generar un significado de ellas. Dentro de las publicaciones, la revista fue una de las maneras de comunicar la forma de ver y producir el mundo, porque se hacían sugerencias sobre temas específicos según el género de la revista.

La manera en la que leemos una revista está atravesada por la historia y el contexto, lo que determina la forma en que la miramos. Qué vemos y cómo vemos se encuentra establecido bajo la lectura de una revista y a veces la cotidianidad no nos permite reconocer otras formas de ver, dado que nos acostumbramos y construimos a partir de lo ya establecido. Muchas de estas imágenes pueden verse en las publicaciones. Por ello podemos decir que las revistas llevan una coherencia visual entre el proyecto editorial propuesto por los directores o editores y la materialización de las mismas; donde se conectaban los proyectos de nación con los proyectos editoriales, en el sentido de hablar de la importancia del núcleo familiar, del ser mexicanos, nacionalistas, tradicionales y modernos, porque se abrían camino al cambio mundial de las metrópolis como parte del auge de la urbanización moderna.

Los modelos que se tomaban provenían muchas veces del extranjero siendo , durante los años treinta, los estándares de prototipos estadounidenses los favoritos y apreciados por los mexicanos urbanos. Quienes adquirirían diversos artículos donde se podía apreciar cómo vivían, desde las publicaciones hasta el cine tan de moda.

El estudio de las revistas permite reunir elementos sobre las ideas que se tenían para la formación de las mujeres mexicanas, porque justamente las revistas diseminaban el conocimiento sobre el ser mujer, que se pudo apreciar en los dos casos de estudio. Se habla a dos tipos de mujeres, ambos proyectos resultaban de una ideología sobre el actuar de las mujeres. Hay que resaltar que la lectura no es un acto neutro, por el contrario llevarla a cabo produce emociones, sensaciones, pensamientos, modos de actuar, imaginarios, y otros, por lo que no podemos decir que se reduce al acto biológico de ver, únicamente, es más bien que el tejido cultural es el que le da sentido a la lectura de cada publicación.

Los estudios en torno a las revistas se pueden realizar desde diferentes perspectivas, en esta investigación se abordó primordialmente desde el diseño, donde contamos con los elementos tipográficos, compositivos, imágenes, contenido y estructura. La manera en que se organiza el lenguaje (texto/imagen) en una revista, es una forma de ver y producir el mundo; aquí es donde intervienen las metáforas como rectoras de la manera en que pensamos y por ende como actuamos, por ello se recurrió a las metáforas para analizar cómo las revistas buscaban por medio de la materialidad llevar la experiencia e ideas sobre el proyecto editorial de directores y/o editores.

Entender el uso de las metáforas en el diseño de revistas como forma de expresión fue fundamental para escudriñar dentro de las portadas, porque por medio del lenguaje (visual/textual) se puede decir que un pensamiento cobra materialidad, o que se trasladan los ideales propuestos por los editores a un soporte que será leído. Aquí es donde interviene la triada de forma, función y significación simbólica, porque son varios los actores dentro del circuito de una revista que articula los tres elementos para tener un diseño.

El análisis de cada de una las revistas permitió conocer que, a modo general, se habla de una sola mujer definida como mexicana, y al verlo como un proyecto individual nos puede dar información sobre dos tipos de mujeres que se formaban en un ámbito de urbanidad y modernidad. Se pueden destacar dos proyectos editoriales que fomentaban el papel de la mujer desde la belleza y el hogar, dos ámbitos que se podían compartir en aquella época pero que de acuerdo a cada publicación le daban prioridad a cada una de esas características, propiciando el contenido y el diseño con las dos claras posturas. Es así que se determinó que las mujeres actúan como eje narrativo de las publicaciones, así como soporte expresivo de los ideales de las mexicanas.

Se detectaron cuatro generalidades en *Belleza y El Hogar*:

- 2) los estereotipos que se crearon en torno a la mujer buena, bella, hogareña, maternal, cuidadosa, etcétera
- 3) la conducta y los estándares de belleza se construyen desde el proyecto del estado y terminan reflejándose en las publicaciones
- 4) las revistas como portadoras de ideas sobre la conducta de las mujeres mexicanas
- 5) los contenidos temáticos como modelos femeninos

En el caso específico de la revista *Belleza*, a grandes rasgos podemos inferir que la propuesta nos habla de la mujer independiente, y que sugiere una individualidad que prospera en la modernidad; las portadas mostraron a una sola modelo con rasgos de actrices o modelos de Hollywood, estandartes de la visión que se tenía sobre ser bella y cuidar el cuerpo.

En tanto *El Hogar*, sugiere grupos de personas o modelos infantiles, que son parte de un entorno familiar porque el papel de las mujeres era estar al pendiente de la familia, como cada una de las secciones lo sugiere, la principal labor de la mujer en el hogar es tener bien atendidos a los miembros y ser cariñosa.

Las mujeres, bajo el contexto en que circularon estas revistas, eran las protagonistas y lectoras, la idea de ser mujeres mexicanas estaba presente, y en parte de esta configuración estaba la modernidad que daba cabida a la idea de ser mestizo como un valor positivo e impulsado por los ideales del gobierno y sus diversas expresiones. Por ejemplo, para los arquitectos, en su búsqueda por representar la modernidad mestiza creyeron que el estilo *art decó* sería el que mejor expresaría la estética bajo la cual se construía la identidad del mexicano. Por ello se propiciaba la imagen de una mujer mestiza, como parte del jaloneo entre ser tradicional y moderna en una inminente modernidad que se enfrentaba; por ejemplo en *Belleza* se habla de esta búsqueda por la identidad ante los cambios:

Desde el aspecto material de las ciudades, en aquellas que aún conservan cierta fisionomía peculiar o que pueden tender a recuperarla sin dejar de magnificarse y embellecerse, hasta los usos y las formas de la vida social, allí donde aún guardan cierto estilo, ciertos vestigios de una elegancia original y propia; desde el culto doméstico de los recuerdos, hasta la inmunidad de las originalidades populares en fiestas, faenas y deportes; desde el salón hasta la mesa, todo puede contribuir a la afirmación de una “manera” nacional,



todo puede contribuir a arrojar su nota de color sobre el lienzo gris de este cosmopolitismo que sube y se espera en nuestro ambiente como una bruma.<sup>257</sup>

Había un interés por lo nacional, pero a nivel de imagen no se veía presente, específicamente en *El Hogar*. Los interiores eran ilustraciones con mujeres abstractas que no se podían identificar como mexicanas; en el caso de *Belleza* prevalecían los modelos estadounidenses y poco a poco le dieron espacio a las actrices mexicanas. Ello quiere decir, que no había reflejo propio de las mexicanas en las publicaciones que consumían.

Las revistas muestran cómo las imágenes determinan un modo de percibir, pensar y actuar; muy vinculado a la metáfora, porque ella es la forma en cómo nos expresamos y nos comunicamos, y están presentes en todos nuestros actos cotidianos. Esto lo podemos decir en términos metafóricos porque las experiencias se inscriben en los cuerpos de la revista, de las mujeres, de la tipografía, de los edificios, etcétera.

Se pudo observar cómo el cuerpo actúa con el mundo, en el sentido de que la materialidad da una existencia: la revista, la ciudad, el cuerpo de mujer y las tipografías.

Los signos gráficos nos invitan a reflexionar sobre el aspecto estético de la escritura, ya que los signos son elementos transportadores de cualidades visuales (líneas, círculos, formas en relación de equilibrio, simetría, etcétera), además significa ver en los elementos singulares símbolos de otro orden, símbolos de componentes del cosmos. Son configuradores de la realidad, o bien, como propuestas para ser leídas en una comunidad.

Las letras entendidas como signos son elementos portadoras de mensajes verbales, pero al mismo tiempo de ser visuales nos pueden referir a imágenes, contextos, formas, texturas, estéticas, etcétera. Las letras buscan ser “exhibicionistas”, es decir ser protagonistas de un mundo rodeado de imágenes y de mensajes, entonces estos elementos lingüísticos se vuelven objetos estéticos para ser leídos y mirados. Justamente, lo que una portada de revista busca dentro del mundo editorial. Esto puede verse en las portadas de las revistas a investigar, cada una muestra aspectos específicos para resaltar el contenido y la identidad de cada proyecto editorial.

Se puede decir que la tipografía es un discurso en varios sentidos: a) las imágenes se pueden leer (analizar, decodificar, apropiarse, aprehender) y b) las palabras pueden ser vistas (percibidas como iconos, formas, patrones, estilos, líneas). Ambas operan en un sentido de interpretación y comunicación unidireccionales. Por ello, cada una de las tipografía de

---

<sup>257</sup> “La Tradición”, en *Belleza*, enero de 1934, p. 6.

los títulos de las revistas nos hablan de un ser de mujer muy específico, de ellas que se preocupaban por su aspecto físico y de las que atendían a la familia.

En términos generales, podemos decir que el objetivo de *Belleza* era el cuidado de la mujer, por medio de todo lo que podría proporcionarle belleza. En *El Hogar*, era el cuidado de la familia, donde las preocupaciones giraban en torno a mejorar los aspectos del hogar para el bienestar de la familia.

Queda todavía pendiente hacer un estudio exhaustivo sobre sus interiores, partiendo de la construcción de las metáforas, ya que aquí únicamente nos enfocamos en las portadas y dimos algunos indicios de lo que los interiores ofrecen como complemento del proceso metafórico.

Otra tarea para investigaciones a futuro será estudiar con mayor profundidad la revista *Belleza*, porque poco se sabe de su director y el contexto bajo el que se planeó ese proyecto editorial, ello podría arrojar luz para comprender mejor las metáforas sobre las que se desarrollaron las portadas y los interiores. Caso contrario con la revista *El Hogar*, que aunque puede seguir siendo estudiada, la información que hay hasta el momento permite entender bajo qué condiciones fue planeada dicha publicación.

Aunque esta investigación no se enmarcó desde la perspectiva y estudios de género, sí estuvieron presente. El director de una publicación es quien da la pauta de la línea editorial, sin embargo, pudimos detectar que tanto en el editorial como en algunas secciones, la voz de las lectoras se hacía presente sugiriendo y pidiendo cambios o temas de interés con lo que, tal vez no de manera voluntaria, se hacían presentes y esto era parte de los cambios que se gestaban en la sociedad. Hablar de cuerpo, maternidad, belleza, hogar, familia, moda, consumo, entre otros, son temas que el día de hoy es necesario analizar porque se vinculan con las prácticas de género, donde los discursos de diseño son parte de la formación de hombres y mujeres, y resulta necesario para comprender qué nos ofrecen el día de hoy las publicaciones.

### **Las revistas para mujeres en la actualidad**

Las revistas actuales han sufrido una serie de cambios en su temática y diseño, obviamente por las transformaciones inminentes en la historia de las mujeres mexicanas y las diversas prácticas a las que nos sometemos hoy en día. Sin embargo, es interesante destacar que se detectó que hay una continuidad de algunas secciones de las revistas analizadas y la permanencia de lo que se considera como “temas para mujeres”. La oferta de revistas para

mujeres es amplia, la mayoría son de origen estadounidense y pocas son mexicanas, si bien en el caso de las extranjeras el editorial y los contenidos son para un público mexicano la línea marca las pautas de una empresa extranjera quienes toman decisiones sobre los contenidos. Algunos casos son: *Vogue*, *Vanity Faire*, *Women's Health*, *Elle*, *Cosmopolitan*, *Haper's Bazaar*. Todas ellas dan pie a una línea editorial y de diseño en el resto de revistas, ya que son las líderes en este tipo de publicaciones y su presencia es internacional adaptándola a cada país.

Los casos exclusivamente mexicanos son pocos, entre las cuales podemos encontrar: *Fernanda*, *Moi* y *Quien*, donde hay una clara intención de un público femenino, sobre todo en la primera, mientras que en las otras dos es un poco más amplio aunque la tendencia por la temática es más dirigida a las mujeres.<sup>258</sup>

Una constante en estas portadas es el uso de la fotografía de diversas personalidades de la moda y el espectáculo, con una postura variada y la sección del cuerpo como parte del dinamismo en cada una de las composiciones. En el caso de *Fernanda*, siempre hay una mujer en la portada, al igual que todas las revistas internacionales de moda, ya que claramente el público es la mujer y los contenidos de la revista están dirigidos a este sector. En cambio, en *Moi* y *Quien* en algunos números aparecen hombres, lo cual rompe con el esquema de enfocarse a todo lo relacionado con la mujer, es decir que los hombres también forman parte del interés de la mujer, además de que el público lector es mucho más variado que sólo dirigido a la mujer. Por otro lado, los contenidos y secciones si llevan más a los intereses y cuidados de las mujeres pero también reflejan la posibilidad de llegar a otros lectores.

Uno de los cambios relevantes es la inclusión en las portadas con los títulos de los artículos contenidos, alguna sección, entrevista o tema; ello como parte del gancho de la publicación para atraer a la lectora, no resulta suficiente el nombre de la revista y la imagen de la modelo para captar la atención, es una constante en casi todos los géneros y en la variedad de revistas. Seguramente como parte de la competencia y diversidad, resulta necesario que la lectora pueda identificar el contenido y si resulta de su interés.

---

<sup>258</sup> Las revistas contemporáneas revisadas se pueden adquirir en los puestos de revistas, tiendas de conveniencia y establecimientos —tipo Sanborns—. El costo es muy variado y generalmente tienen una aparición mensual.

Portadas revistas actuales



Fernanda, Vogue y Moi de septiembre y abril de 2018.


Imagen 58. Muestra de portadas de revistas actuales

Los interiores son muy variados y muestran un gran dinamismo en su composición como parte del diseño actual. Lo que hay que destacar en este punto es que las secciones que lo componen, si bien han cambiado de nombres, tienen una constante en las temáticas y los contenidos: belleza, salud, cuidado, entretenimiento.

*Fernanda*, que cumple 15 años de circulación, tiene las secciones: “estilo”, “trabajo”, “actualidad”, “bienestar”, “pareja”, “lifestyle” y “ocio”. Aunque los nombres varían, se pudo detectar que los contenidos continúan bajo una temática muy dirigida a la mujer. Por ejemplo: en “estilo”, se incluye a la moda, la decoración del hogar y la belleza; en “trabajo”, mujeres emprendedoras y consejos para poner un negocio; en “actualidad”, avances y muestras de tecnología y el tema del cáncer de mama; en “bienestar”, alimentación, remedios para enfermedades, deporte; en “pareja”, la boda, relaciones en pareja, sexo, amor; en “lifestyle”, enseres domésticos, bebidas, lugares para comer, viajes; o en “ocio”, cine, series de televisión, exposiciones y entretenimiento. Aunque hay temas que obviamente son actuales, podemos ver que otros son reiterativos, es decir, que se piensa que son temas de interés exclusivo de las mujeres.

Revista: <i>El Hogar</i>	Temas	Subtemas	Revista: <i>Fernanda</i>
	Doméstico	Cocina, manualidades, decoración, consejos	Sección “Estilo”: moda, decoración del hogar, belleza “Bienestar”: alimentación, remedios, deporte, enfermedades
	Familia	Los hijos, el marido, la educación	“Pareja”: la boda, relaciones en pareja, sexo, amor
	Vida cotidiana	Temas de actualidad e inquietudes	“Actualidad”: tecnología, cáncer de mamá y temas vigentes
	Cultura y entretenimiento	Literatura, cine, viajes, reportajes	“Lifestyle”: viajes, lugares para comer, enseres domésticos “Ocio”: entretenimiento, televisión, series de TV, cine, exposiciones

Tabla 4. Comparación de temas y secciones de revistas actuales con respecto a los casos de estudio. Elaboración propia.



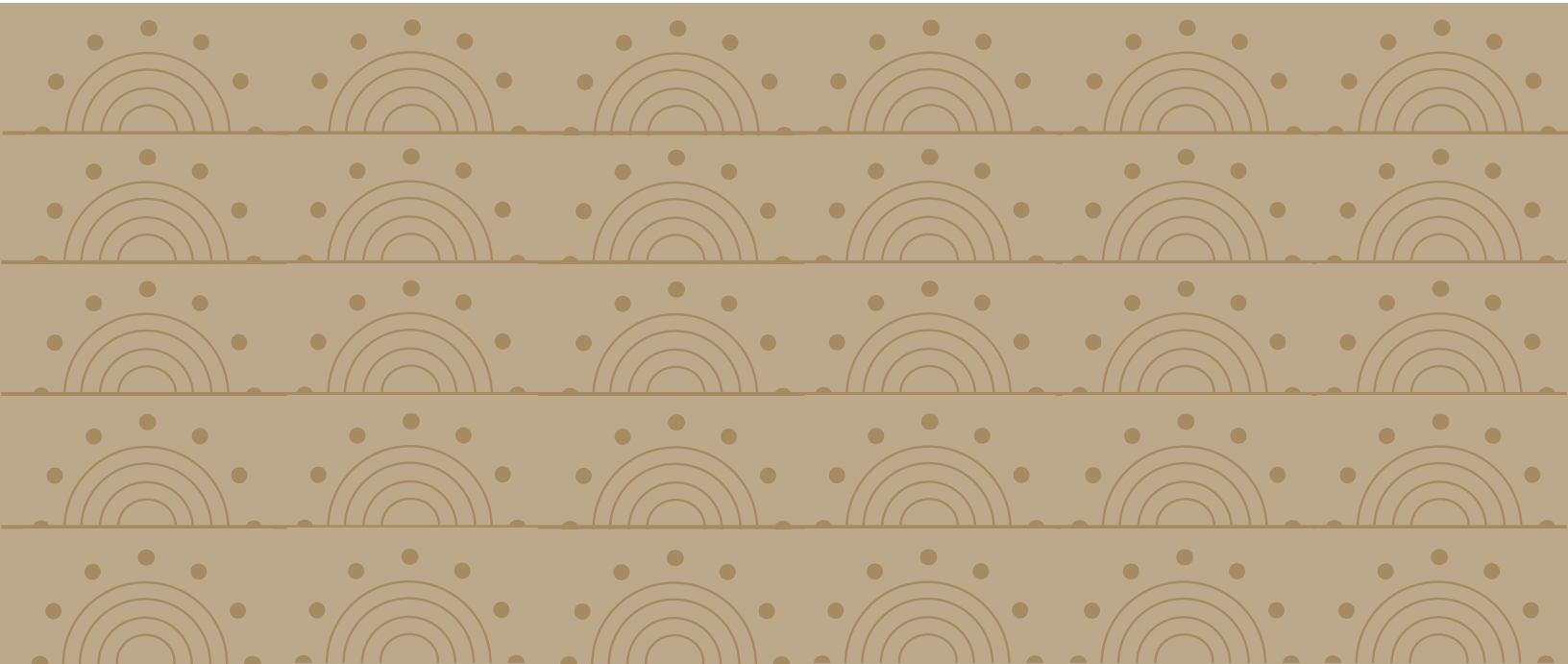
En el tema de familia y manualidades, hay un claro distanciamiento con las publicaciones de mujeres, en realidad se convirtieron en temas más especializados como *Manualidades y Padres e hijos*, esta última busca hablarle a ambos padres pero en realidad se resume bastante al papel de la mujer como madre. Es interesante ver que esto si ha sido un factor determinante en el cambio de los temas de interés de las mujeres, ya que difícilmente se ve que se dedique al cuidado exclusivo de la familia y las actividades hogareñas que ello implica. Podemos notar que los cambios en las relaciones sociales donde la mujer inminentemente se ha incorporado a la educación y el campo laboral, los intereses y preocupaciones giran hacia otras esferas, por ello es tan recurrente que las revistas se aboquen a temas de cuidado personal (productos de belleza, alimentación, estrategias en el ámbito laboral, las relaciones de pareja, los viajes, productos tecnológicos, actividades de esparcimiento, etcétera.).

Es evidente que las revistas son un reflejo de la sociedad, el contexto, las relaciones, los gustos e intereses, etcétera. y que resultan pertinentes para entender cómo es que las mujeres se identifican y relacionan con los demás, ya que conforman parte de un discurso, que puede ser objeto de estudio de diseño. Además, las propuestas editoriales marcan la dirección hacia las ideas de cómo ser mujer,<sup>259</sup> lo cual se encuentra desde los años treinta, como vimos, y que si se hiciera una revisión profunda de la actualidad podríamos encontrar varios puntos de encuentro aún cuando han pasado casi 100 años.

---

<sup>259</sup> Díaz, Soloaga, Paloma, “Consumo de revistas de moda y efectos en la autopercepción del cuerpo de mujeres: un estudio comparado entre España y México desde la Tercera Persona”, en *Communication & Society*, Universidad de Navarra 22(2), pp. 221-242.

# FUENTES DE CONSULTA



## Archivos y acervos consultados:

Archivo General de la Nación

Hemeroteca de la Biblioteca de México

## Fuentes de consulta

*Fuentes primarias de la investigación*

### Revistas

*El Hogar, la revista de las familias*, México, 1914-1942. Clasificación HM A207 (Hemeroteca de la Biblioteca de México).

*Belleza, la revista de la cultura estética*, México, 1933-1935. Clasificación HM B27 (Hemeroteca de la Biblioteca de México).

## Recursos electrónicos

Diccionario de la Real Academia Española <http://rae.es>

OJD, Información y Control de Publicaciones (España) <http://www.introl.es/>

Thibaudeau, Francis “Manuel français de typographie modern”, agosto 1924, Francia.  
<http://ualresearchonline.arts.ac.uk/5726/http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k65315750/f81.item.zoom>

Vox, Maximilien “Défense et illustration de la lettre”, 1955. Recurso electrónico: Signes-histoire et actualité du graphisme et de la typographie <http://signes.org/set.php?id=589>

Open Educational Resources for Typografía, Anatomía tipográfica, <http://www.oert.org/anatomia-tipografica/>

Unos tipos duros, *Anatomía de la letra* <http://www.unostiposduros.com/anatomia-de-la-letra/>

{BnF Gallica, Bibliothèque Nationale de France: <https://gallica.bnf.fr>

Diktats, *La Reveu de la Femme*, <http://www.diktats.com/french/la-revue-de-la-femme-fevrier-1927.html#.W6gn6lJRe8o>

Imágenes de revistas en: <http://tiempo-tongas.blogspot.com/p/portadas.html>



## Fuentes secundarias

### Bibliografía

- Aguado Vázquez, José Carlos, *Cuerpo humano e imagen corporal: notas para una antropología de la corporeidad*, Instituto de Investigaciones Antropológicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2004.
- Aguilar Villanueva, Luis, “La dinámica de la modernización” en Perló Cohen, Manuel (Comp.), *La modernización de las ciudades en México*, Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1990.
- Albarrán Samaniego, Arturo, *El Universal como fuente iconográfica de una época (1920-1928)* tesis doctoral de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2010.
- Baines, Phil y Andrew Haslam, *Tipografía. Función, forma y diseño*, Gustavo Gili, México, 2002.
- Beristáin, Helena, *Diccionario de retórica y poética*, Editorial Porrúa SA, México, 2003.
- Berman, Marshall, *Todo lo sólido se desvanece en el aire*, Siglo XXI, México, 1988.
- Bringhurst, Robert, *Los elementos del estilo tipográfico*, Fondo de Cultura Económica, México, 2008.
- Boadella, Montserrat, *Historias del bello sexo: la introducción del romanticismo en México*, tesis doctoral de la Facultad de Filosofía y Letras y el Instituto de Investigaciones Estéticas de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1995.
- Brünzels, Sonja “Dos ejercicios tácticos para hacerse con el espacio público”, en Paloma Blanco et al., *Modos de hacer. Arte crítico, esfera pública y acción directa*, Universidad de Salamanca, España, 2001.
- Bunker, Steven B., *Creating Mexican Consumer Culture in the Age of Porfirio Díaz*, University of New Mexico Press, E.U.A., 2012.
- Cabañas Osorio, Jesús Alberto, *Representación y narrativas corporales de la mujer nocturna del cine mexicano, en el periodo 1931-1954*, tesis doctoral de la Facultad de Filosofía y Letras y el Instituto de Investigaciones Estéticas de la, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2008.
- Castro, Miguel Ángel, “Revistas literarias mexicanas del siglo XIX. Averiguaciones previas”, en Irma Lombardo García, (coord.), *Los impresos noticiosos a debate. Hacia una definición de conceptos*, Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2014.

- Cavallo Guglielmo, Roger Chartier (coord.), *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Taurus, México, 2006.
- Chartier, Roger, *El mundo como representación*, Gedisa, España, 2005.
- Checa Godoy, Antonio, *Historia de la publicidad*, Netbiblio, España, 2007.
- Collado Herrera, María del Carmen, “El espejo de la élite social (1920-1940)” en *Historia de la vida cotidiana en México, Tomo V Siglo XX. Campo y ciudad*, Aurelio de los Reyes (coord.), Fondo de Cultura Económica-Colegio de México, México, 2006.
- Cortés, Navarro, Luz María, *Artistas gráficos mexicanos y sus impresos. El caso de Miguel Covarrubias y Ernesto Cabral* tesis de maestría de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2013.
- Couceiro-Bueno, Juan C., *La carne hecha metáfora. La metaforicidad constituyente del mundo*, Bellaterra, España, 2012.
- Crespo, Regina (Coord.), *Revistas en América Latina: proyectos literarios, políticos y culturales*, Centro de Investigaciones sobre América Latina y el Caribe de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2010.
- Curiel Fernando, Ramírez, Carlos, y Sierra, Antonio, Índice de las revistas culturales del siglo XX (Ciudad de México), Coordinación de Humanidades de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2007.
- Darton, Mike (Ed.), *Art deco. An illustrated guide to the decorative style 1920-40*, The Wellfleet Press, E.U.A., 1989.
- Darnton, Robert, “Historia de la lectura” en *Formas de hacer historia*, Alianza Editorial, España, 1996.
- De Buen Unna, Jorge, *Manual de diseño editorial*, Trea, España, 2008.
- \_\_\_, *Introducción al estudio de la tipografía*, Universitaria- Universidad de Guadalajara, México 2011.
- Duby, Georges y Perrot, Michelle, *Historia de las mujeres*, Taurus, México, 2005.
- Elizalde, Lydia (Coord.), *Revistas culturales latinoamericanas 1920-1960*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes Cuernavaca-Universidad Autónoma del Estado de Morelos-Universidad Iberoamericana, México, 2002.
- Esteban, Mari Luz, *Antropología del cuerpo. Género, itinerarios corporales, identidad y cambio*, Bellaterra, España, 2013.
- Fernández Güell, José Miguel, *Planificación estratégica de ciudades*, Gustavo Gili, España, 1997.

- Flores Palacios, Fátima, *El discurso de lo cotidiano y el sentido común. La teoría de las representaciones sociales*. Anthropos, España, 2011.
- Fontana, Rubén, *Ganarse la letra*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2012.
- Galindo y Villa, Jesús, *Historia sumaria de la ciudad de México*, Departamento del Distrito Federal, México, 1925.
- Gallo, Rubén, *Máquinas de vanguardia: Tecnología, arte y literatura en el siglo XX*, Sexto piso, México, 2014.
- García Canclini, Néstor, *Las culturas populares en el capitalismo*, Nueva Imagen, México, 1982.
- García Varas, Ana “Lógica(s) de la imagen”, en *Filosofía de la imagen*, Universidad de Salamanca, España, 2011.
- Garone, Marina, *La tipografía en México. Ensayos históricos (siglos XVI al XIX)*, Escuela Nacional de Artes Plásticas de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2012.
- Garone, Marina y Corbeto, Albert, *Historia de la tipografía. La evolución de la letra desde Gutenberg hasta las fundiciones digitales*, Editorial Milenio, España, 2015.
- “La Abeja Poblana (Imprenta liberal, Puebla, 1820): consideraciones básicas en las publicaciones periódicas a través de un impreso poblano”, en Irma Lombardo García (Coord.), *Los impresos noticiosos a debate. Hacia una definición de conceptos*, Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2014.
- y Pérez Salas, María Esther (comp.) *Las muestras tipográficas y el estudio de la cultura impresa*, Ediciones del Ermitaño, México, 2012.
- Garrido Rodríguez, María, *Revistas femeninas de alta gama. Crónica de un desdén*, Comunicación social, España, 2012.
- Garvey, Ellen Gruber, *The Adman in the parlor: magazines and the gendering of consumer culture, 1880s to 1910s*, Oxford University Press, E.U.A., 1996.
- Grupo m, *Retórica general*, Editorial Paidós, España, 1987.
- Guereña, Jean-Louis, “Disciplinar el cuerpo. Los manuales de urbanidad en España (1750-1950)”, en Ortega, Joaquín Esteban (Ed.), *Marcas del cuerpo en educación. Imaginarios simbólicos y materiales*, Universidad Europea Miguel de Cervantes, España, 2013.
- Hernández García, María de Jesús, *Representación del cuerpo femenino en la gráfica y en las revistas de moda en México en los años 1930-1940*, tesis de licenciatura de la Facultad de Estudios Superiores Iztacala de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2011.

- Hershfield, Joanne, *Imagining la Chica Moderna. Women, nation and visual culture in Mexico, 1917-1936*, Duke University Press, E.U.A., 2008.
- Infante Vargas, Lucrecia, *De la escritura al margen de empresas culturales: mujeres en la prensa literaria mexicana del siglo XIX. (1805-1907)*, tesis doctoral de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2009.
- Julier, Guy, *La cultura del diseño*, Gustavo Gili, España, 2010.
- Kitch, Carolyn, "The girl on the Magazine Cover: The Origins of Visual Stereotypes", en *American Mass Media*, University of North Carolina Press, E.U.A., 2001.
- Kloss Fernández del Castillo, Gerardo, *Entre el diseño y la edición. Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial*, Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, México, 2002.
- Lagarde, Marcela, "El género", fragmento literal: 'La perspectiva de género"', en *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*, Horas y Horas, España, 1996, p. 13-38.
- Lakoff, George, Johnson, Mark, *Metáforas de la vida cotidiana*, Cátedra, España, 2001.
- Le Breton, David, *La sociología del cuerpo*, Nueva Visión, Argentina, 2011.
- \_\_\_, *Antropología del cuerpo y modernidad*, Nueva Visión, Argentina, 1995.
- Lefebvre, Henri, *Critique of Everyday Life Volume 1: Introduction*, Verso, Inglaterra, 1991.
- Lombardo García, Irma (coord.), *Los impresos noticiosos a debate. Hacia una definición de conceptos*, Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2014.
- Lupton, Ellen *Thinking with type*, Princeton architectural press, E.U.A, 2010.
- \_\_\_, y Miller, Abbot, *La escritura en el diseño gráfico*, Ars Optika, México, 2015.
- Lynch, Kevin, *La buena forma de la ciudad*, Gustavo Gili, España, 1985.
- Martínez de Sousa, José, *Diccionario de información, comunicación y periodismo*, Paraninfo, España, 1992.
- \_\_\_, "La ruta de producción del libro" en *Diccionario de la edición y de las artes gráficas*, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, España, 1990.
- McKenzie, D. F., *Bibliografía y sociología de los textos*, Akal, España, 2005.
- Mitchell, W.J.T., *Teoría de la imagen. Ensayos sobre la representación verbal y visual*, Akal, España, 2009.
- Müller-Brockmann, Josef, *Sistemas de retículas*, México, Gustavo Gili, 1992.

- Muñiz, Elsa, "Educando el cuerpo. Las pequeñas reinas de la belleza", en Joaquín Esteban Ortega (Ed.) *Marcas del cuerpo en educación. Imaginarios simbólicos y materiales*, Universidad Europea Miguel de Cervantes, España, 2013.
- Muñiz, Elsa (coord.), *Disciplinas y prácticas corporales. Una mirada a las sociedades contemporáneas*, Anthropos Editorial-Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2010.
- Muñiz, Elsa, *Cuerpo, representación y poder. México en los albores de la reconstrucción nacional, 1920-1934*, Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, México, 2002.
- Musacchio, Humberto, *Historia del periodismo cultural en México*, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, México, 2007.
- Olson, David, *El mundo sobre papel*, Gedisa, España, 1998.
- Ornelas Herrera, Roberto, "Radio y cotidianidad en México (1900-1930)" en Aurelio de los Reyes (Coord.) *Historia de la vida cotidiana en México, V Siglo XX. Campo y ciudad*, Fondo de Cultura Económica-Colegio de México, México, 2006.
- Owen, William, *Diseño de revistas*, Gustavo Gili, México, 1991.
- Pérez Iriarte, Jacinto, "El magazine", en *El periodismo escrito, periódicos, revistas, nuevas tecnologías en la prensa. Enciclopedia de periodismo (III)*, Mitre, España, 1986.
- Pérez Montfort, Ricardo, *Estampas de nacionalismo popular mexicano. Ensayos sobre cultura popular y nacionalismo*, Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social, México, 2003.
- Pérez Salas, María Esther "Las revistas ilustradas en México como medio de difusión de las elites culturales" en Graziella Altamirano Cozzi (Coord.), *En la cima del poder elites mexicanas 1830-1930*, Instituto Mora, México, 1999.
- Pérez Salas, María Esther, *Costumbrismo y litografía en México: un nuevo modo de ver*, Instituto de Investigaciones Estéticas de la Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2005.
- Pohlen, Joep, *Fuente de letras (sobre tipos de letra)*, Taschen, España, 2011.
- Porter, Roy, "Historia del cuerpo" en Burke Peter (Ed.) *Formas de hacer historia*, Alianza, España, 1996.
- Raimondo Cardona, Giorgio, *Antropología de la escritura*, Gedisa, España, 1994.
- Rivera Mendoza, Claudia Tannia, *Historia de una empresa editorial, su directora y sus lectores: revista "El Hogar", 1913-1940*, tesis de maestría del Instituto Mora, México, 2010.

- Robinson, Michael y Ormiston, Rosalind, *Art Deco. The Golden age of graphic art and illustration*, Flame Tree Publishing, London, 2013.
- Sánchez Ruíz, Gerardo G., *Planificación y urbanismo de la Revolución mexicana. Los sustentos de una nueva modernidad en la ciudad de México, 1917-1940*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2002.
- Santa Cruz, A. Eduardo, "El género magazine y sus orígenes" en Carlos Ossandón, Eduardo Santa Cruz A. et al., *El estallido de las formas. Chile en los albores de la "cultura de masas"*, Arcis, Chile, 2005.
- Satué, Enric, *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*, Alianza Forma, España, 2006.
- Sluis, Ageeth, *City of spectacles: gender performance, revolutionary reform, and the creation of public space in Mexico City, 1915-1939*, tesis doctoral de la Universidad de Arizona, E.U.A., 2006.
- Sociedad de Arquitectos Mexicanos, *Pláticas de arquitectura, 1933*, Universidad Nacional Autónoma de México-Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2001.
- Solís Hernández, Oliva, *Prácticas culturales en torno a la belleza femenina en México*, ponencia presentada en congreso, recurso en línea en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Querétaro. Consultado en línea el 18 de mayo de 2016: [http://fcps.uaq.mx/descargas/investigacion/congresos/practicas\\_culturales\\_belleza\\_femenina.pdf](http://fcps.uaq.mx/descargas/investigacion/congresos/practicas_culturales_belleza_femenina.pdf)
- Sparke, Penny, *Diseño y cultura, una introducción. Desde 1900 hasta la actualidad*, Gustavo Gili, España, 2010.
- Sternau, Susan, *Art deco. Flights of artistic fancy*, Todtri, E.U.A., 1997.
- Szurmuk, Mónica y Mckee Irwin, Robert (Coord.), *Diccionario de estudios culturales latinoamericanos*, Instituto Mora-Siglo XXI, México, 2009.
- Torras, Meri (Ed.), *Corporizar el pensamiento. Escrituras y lecturas del cuerpo en la cultura occidental*, Mirabel, España, 2006.
- Traversa, Oscar, *Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918-1940*, Gedisa, España, 1997.

## Hemerografía

- Alpers, Svetlana, "Cuestionario sobre cultura visual" en *Estudios visuales*, Centro de Documentación y Estudios Avanzados de Arte Contemporáneo de la Organización de Estados Iberoamericanos, noviembre, 2003, Consultado en línea el 20 de mayo de 2016: [www.estudiosvisuales.net/revista/pdf/num1/october.pdf](http://www.estudiosvisuales.net/revista/pdf/num1/october.pdf)
- Berry, Francesca, "Designing the Reader's Interior. Subjectivity and the Woman's Magazine in Early Twentieth-Century France", en *Journal of Design History*, vol. 1, no. 18, Oxford Journals, 2005, pp. 61-79.
- Borja, Jordi, "Ciudadanía y espacio público", en *Ambiente y Desarrollo*, vol. XIV, núm. 3, septiembre, 1998, pp. 13-22.
- Cancian, Francesca M., Gordon, Steven L., "Changing Emotion Norms in Marriage: Love and Anger in U.S. Women's Magazines Since 1900", en *Gender and Society*, september, vol. 2, no. 3, Sage Publications, 1988, pp. 308-342.
- Chávez González, Mónica Lizbeth, "Construcción de la nación y el género desde el cuerpo. La educación física en el México posrevolucionario", en *Desacatos*, núm. 30, mayo-agosto, 2009, pp. 43-58.
- Childers, Taylor, Griscti, Jessica y Leben, Liberty, "25 systems for classifying typography: a study in naming frequency" en *Parson Journal for information mapping*, vol. V issue 1, Winter, 2013.
- Darnton, Robert, "¿Qué es la historia del libro?", en *Prismas. Revista de historia intelectual*, núm. 12, 2008, pp. 135-155.
- Díaz, Soloaga, Paloma, Consumo de revistas de moda y efectos en la autopercepción del cuerpo de mujeres: un estudio comparado entre España y México desde la Tercera Persona, en *Communication & Society*, Universidad de Navarra 22(2), 2009, pp. 221-242.
- Dixon, Catherine, "Describing typeforms: a designer's response" en *InfoDesign: Revista brasileira da informao*, 5 (2), 2008, pp. 21-35. Consultado en línea el 3 de marzo de 2015: <http://ualresearchonline.arts.ac.uk/5726/>
- Hackney, Fiona, "'Use Your Hands for Happiness': Home Craft and Make-Do-and-Mend in British Women's Magazines in the 1920s and 1930s", en *Journal of Design History*, spring, vol. 19, no. 1, Oxford University Press, 2006, pp. 23-38.
- Hernández Carballido, Elvira, "Emilia Enríquez de Rivera. La periodista empresaria" en *Fem*, 1 de octubre, 2004, p. 47-48.

- Hernández Carballido, Elvira, "La categoría de género y la investigación en comunicación. Caso específico, la historia de la prensa nacional" en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, mayo-agosto, año/vol. XLVIII, número 197, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2006, pp. 163-175.
- Hernández Carballido, Elvira, "La historia de la prensa en México desde la perspectiva de género" en *Informação & Comunicação*, v. 14, n. 2, jul/dez 2011, pp. 66-95.
- Hernández, Fernando, "De qué hablamos cuando hablamos de cultura visual", en *Educação & Realidade*, núm. Julio-diciembre, pp. 9-34, 2005.
- Hillier, Bevis y Escritt, Stephen, *Art deco style*, Phaidon, Inglaterra, 1997.
- Jodelet, Denise, "El movimiento de retorno al sujeto y el enfoque de la representaciones sociales" en *Cultura y representaciones sociales*, año 3, núm. 5, septiembre, Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, 2008.
- Lozoya Meckes, Johanna, "Invención y olvido historiográfico del estilo neocolonial mexicano: reflexiones sobre narrativas arquitectónicas contemporáneas" en *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, vol. II núm. 1, pp. 15-24, enero-junio de 2007, Universidad de Colima.
- Medina Brener, Larisa, "Prendas de emoción y política: tradición y modernidad en la revista femenina 'El Hogar' en la década de 1920" en *Historia y Grafía*, año 21, núm. 42, enero-junio, Universidad Iberoamericana, 2014, pp. 65-95.
- Menéndez, Menéndez María Isabel "Aproximación teórica al concepto de prensa femenina" en *Comunicación y sociedad*, vol. XXII, núm. 2, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Guadalajara, 2009, pp. 277-297.
- \_\_\_, "Tipología de la prensa femenina. Una propuesta de clasificación" en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 19, núm. 1, Universidad Complutense de Madrid, 2013, pp. 191-203.
- Montes de Oca, Elvia "La mujer ideal según las revistas femeninas que circularon en México 1930-1950" en *Convergencia revista de ciencias sociales*, mayo-agosto, año/vol. 10, núm. 032, Universidad Autónoma del Estado de México,, 2003, pp. 143-159.
- Peniche Montfort, Eva, "Cuidado con el tren". *Fotografía y modernidad en la publicidad de La Tolteca (1931-1933)* consultado en línea el día 26 de septiembre de 2014: <http://reflexionismarginales.com/3.0/cuidado-con-el-tren-fotografia-y-modernidad-en-la-publicidad-de-la-tolteca-1931-1933/>



- Ricart, Núria y Remesar, Antoni, *Reflexiones sobre el espacio público*, en Waterfont. Consultado en línea el 16 de mayo de 2018: : <https://www.raco.cat/index.php/Waterfront/article/viewFile/263776/351265> .
- Santa Cruz, A. Eduardo, “Modernización y cultura de masas en el Chile de principios del siglo veinte: el origen del género magazine” en *Comunicación y Medios*, número 13: “Globalización: identidades emergentes”, Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, 2002, pp. 169-184.
- Serrano Saseta, Rafael “Aspectos urbanos y arquitectónicos de los grandes almacenes de París: modernización del gran comercio urbano a partir de la primera mitad del siglo XIX”, en *Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. X, núm. 211, 15 de abril, Universidad de Barcelona, 2006.
- Waller-Zuckerman, Mary Ellen, “Old Homes, in a City of Perpetual Change: Women’s Magazines, 1890-1916” en *The Business History Review*, vol. 63, no. 4, The President and Fellows of Harvard College, 1989, pp. 715- 756.
- Waller-Zuckerman, Mary Ellen, “Selling Mrs. Consumer: The Role of Women’s Magazines in the Development of Advertising”, *Proceeding of the Third Annual History of Marketing Conference*, Abril 1987.