



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

Maestría en Historia  
Facultad de Filosofía y Letras

Cultura de las apariencias en las mujeres burguesas en la Ciudad de México 1185-1912

**Tesis**

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:  
Maestra en Historia

PRESENTA:

**Ana Lourdes García Vega**

TUTORA:

Dra. Elisa Speckman Guerra  
Instituto de Investigaciones históricas

Ciudad de México, Junio 2023



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.

<b>Introducción</b>	2	Contextualización y problematización.	2
Estado de la cuestión	8		
Historia del vestido: tendencias, figuras, corrientes historiográficas	8		
Historia de la moda con perspectiva de género	14		
Historia de la moda en la cultura de consumo	17		
Objetivo general:	23		
Metodología	23		
Cultura material y cultura de las apariencias: lo tangible y lo aparente.	24		
La moda como categoría de análisis	28		
<b>Capítulo 1. Los artificios de la moda</b>	34	Tendencias de la moda en el mundo Occidental	34
1.2 Concepto de moda en la lengua española.	40		
1.3 Las tiendas departamentales	46		
1.4 La Pasarela de Plateros	56		
<b>Capítulo 2: Apariencia, moda y género entre las mujeres burguesas.</b>	63	63.1 La feminización de la moda y su carácter esencial entre la sociedad burguesa.	64
2.1 Mujer, apariencia y civilización.	76		
2.2 Belleza y blanquitud	88		
<b>3. Moda como atributo de clase.</b>	93	923.1 Moda y trabajo en el porfiriato.	93
3.1 Moda en la literatura como herramienta de diferenciación de clase	99		
3.1.2 Los parientes ricos: La moda como distinción de clase.	99		
3.2.1 Santa: El rechazo al salto social por trabajo inmoral	101		
3.2.3 Baile y cochino: la escenificación del salto social en el performance del baile.	103		
3.3 La ostentación de la clase alta: los bailes porfirianos.	106		
<b>Conclusiones</b>	117		

## Introducción

### Contextualización y problematización.

La paz porfiriana y sus ideas de progreso vinieron de la mano de un bagaje ideológico donde el

consumo era parte del bienestar. Además, la modernidad se convirtió en el discurso legitimador del régimen porfiriano y de algunos a nivel internacional, como los de Julio Roca y Miguel Juárez Celman en Argentina y el del Imperio de Pedro II en Brasil en Latinoamérica. Lo mismo se observa, en Europa, en el comienzo de la Tercera República Francesa y la promoción de valores burgueses durante la época victoriana en Inglaterra.

El porfiriato fue testigo de un proceso de modernización que abarcaba desde la urbanización hasta los estilos de vida. Así, la creación de edificios respondió a una época que buscaba el progreso material y económico, aunado a una etapa de urbanización. Al inicio de la época, pocas calles estaban empedradas y el agua escaseaba. Al finalizar el periodo, se dio un avance en los desagües, drenajes y embellecimiento de la ciudad de México.

El modelo liberal, destacó e inventó al individuo. En palabras de François Xavier Guerra “el individuo concreto, agente empírico, presente en toda la sociedad va a convertirse ahora en el sujeto normativo de las instituciones y de los valores”.<sup>1</sup> Por tanto, el “individuo moderno” ocupa un lugar preponderante en la estructura jurídica y social porfiriana. La vestimenta fue una herramienta para la distinción tanto a nivel individual como colectivo. Según Alain Corbin es en este espacio temporal vemos una aceleración en los ciclos de la moda, acentuada por la voluntad de distinción e individuación.<sup>2</sup>

La moda ha moldeado representaciones a lo largo de la historia. Los símbolos y significados que en ella se perciben dan cuenta de un espacio, un tiempo y una sociedad con normas morales, deseos y aspiraciones. Es decir, las prendas no sirvieron únicamente para fines

---

<sup>1</sup> François Xavier Guerra. *Modernidad e independencias: Ensayos sobre las revoluciones hispánicas*, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 2001, pp. 85.

<sup>2</sup> Alain Corbin, “Entre bastidores. El secreto del individuo. La relación íntima o los placeres del intercambio. Gritos y susurros.”, en *Historia de la vida privada Vol. IV: De la Revolución Francesa a la Primera Guerra Mundial*, George Duby, Santillana, Madrid, 2001, pp. 419-622

estéticos, sino que fueron un símbolo de jerarquía social<sup>3</sup>.

A nivel mundial, el periodo estudiado vio nacer los escaparates y bulevares decorados con vitrinas que invitaban a comprar. La nueva dinámica de los *Atelier* de diseñadores<sup>4</sup> llevó a la creación de tiendas destinadas a la ropa en las principales capitales como París y Londres. Posteriormente, surgieron los grandes almacenes con mercancías de todo tipo que se hicieron presentes en la Ciudad de México, con establecimientos como los almacenes de los *Barcelonettes* y el célebre Palacio de Hierro.

Lo anterior trajo nuevas dinámicas de consumo para un sector de la población que comenzaba a tener mayor poder adquisitivo. En estos almacenes, de influencia tanto europea como norteamericana, era posible adquirir mercancías diversas de los atavíos. Estos objetos tenían un elemento utilitario, puesto que satisfacían la necesidad de protegerse contra el medio exterior, pero también complacían los deseos de lujo y distinción.

Esta dinámica de consumo se identificaba como uno de los valores de la modernidad. Además de ser una muestra del crecimiento económico, el consumo representaba estilos de vida en los que se ostentaban las ideas de progreso y bienestar. Es por esto que la adopción de las dinámicas de la moda implicaba la pertenencia a una sociedad cosmopolita.

La moda se mostraba siempre en las secciones para damas de periódicos, dando así la idea de que era un asunto femenino. Se crea así la noción de una supuesta obsesión femenina por la belleza. Según Patricia Alvarenga<sup>5</sup> esto “no responde a motivaciones naturales sino más bien

---

<sup>3</sup> Helen E. Roberts, “The exquisite slave: The role of clothes in the making of the victorian woman”, *Signs*, Chicago, 1977.

<sup>4</sup> Nahúm Villasana, “Proceso de masificación y tergiversación de la moda en Occidente”, *Societarts*. Revista de Artes, 2016, pp. 5-12.

<sup>5</sup> Patricia Alvarenga Ventuolo, “La política de los polvos y el colorete. El cuerpo femenino en disputa”, en *Identidades en disputa. Las reinenciones del género y de la sexualidad en Costa Rica de la primera mitad del siglo XX*,

a procesos históricos en donde subordinación, colaboración y resistencia contradictoriamente se interrelacionan”.

Durante este proceso de desarrollo capitalista sucedieron una serie de cambios en las relaciones sociales, de género y de consumo. En el contexto burgués, el consumo pasó a ser un momento de ocio y esparcimiento, lo que se promovió en la prensa escrita, donde las mujeres comenzaron a tener más participación. Así, las mujeres burguesas se convirtieron en sujetos de esta idea del consumo, del tiempo libre y de su relación con las mercancías suntuarias que pasaron a ser símbolos de cosmopolitismo y modernidad. Aunado a esto, participaron en comentarios sobre las modas cosmopolitas provenientes de Francia o Estados Unidos y las tradiciones de la “buena sociedad”<sup>6</sup>. Las columnas sobre moda en periódicos como *El álbum de la mujer* y *El Mundo Ilustrado* permitían a las personas ponerse en actualidad respecto de las tendencias europeas, al tiempo que conocían las diferentes posturas que se daban en torno a ellas.

Anteriormente, durante la primera mitad del siglo XIX las secciones sobre moda, belleza y cuidado personal solían ser escritas por personajes de la talla de Manuel Payno. Periódicos como *El Diario del hogar*, *El tiempo*, *El diario de México* y el *Manual de Urbanidad* de Manuel Antonio Carreño, daban cuenta de lo que era apropiado, decente y decoroso usar. La belleza femenina estaba normada por patrones estéticos y morales dictados en su mayoría por hombres.

Al finalizar el siglo XIX, y a comienzos del siglo XX, se observa un cambio, dado que las mujeres incursionan en el tema. Escriben y dan su opinión sobre las tendencias de forma activa en los periódicos. Lo que las hace las agentes principales de las dinámicas de la moda en

---

Universidad de Costa Rica, Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, 2012, pp. 170.

<sup>6</sup>Valentina Torres Septién, “Manuales de conducta, urbanidad y buenos modales durante el porfiriato. Notas sobre el comportamiento femenino”, *Serie de historia moderna y contemporánea* - Instituto de Investigaciones Históricas. UNAM, 2001, pp. 271-289.

este periodo. Según datos de Lucrecia Infante Vargas<sup>7</sup>, a partir de la década de 1870 se muestra una incorporación de las mujeres a la prensa. Comienzan a surgir revistas escritas y dirigidas por mujeres, donde se exploraban temas como la afectividad, las relaciones entre los sexos y la maternidad.

Para 1880, semanarios dirigidos por varones como *La ilustración femenil*, y *La mujer*, *Semanario de la Escuela de Artes y Oficios* fueron redactados por mujeres. Según Lucrecia Infante, esto favoreció a que las revistas siguieran circulando por más de 5 años. Para nuestro espacio temporal de estudio, el consumo de medios impresos ya era parte de la vida cotidiana de las élites y promovía ciertos tipos de sociabilidad relacionados con la moda y la apariencia femenina.

En suma, durante el periodo a estudiar se percibe en la prensa un aumento de columnas sobre moda, específicamente moda femenina. Los artículos periodísticos y literatura de la época hablaban desde ideales y patrones estéticos, formas en las que las mujeres podían imitar las tendencias mediante manualidades en casa, hasta la reprobación de mujeres que vestían a la moda sin ser de clase alta. Si bien la moda femenina se usó como una herramienta de reafirmación de clase y género, la reprobación de quienes escribían, expresa mediante la apariencia femenina que, en un contexto de notable desigualdad, el salto social era imposible.

Con base en lo anterior, cabe plantearse preguntas en tres ámbitos: La moda y la modernidad, la apariencia y las aspiraciones de feminidad y la apariencia y el estatus social. En primer lugar ¿Cómo se configuró a la moda en tanto cuanto elemento legitimador de la modernidad durante el porfiriato? Los bienes suntuarios poseen una carga simbólica y de plusvalor relacionada directamente con la clase social. Para este periodo, a lo anterior se le agregaron elementos de

---

<sup>7</sup> Lucrecia Infante Vargas, “De la escritura personal a la redacción de revistas femeninas. Mujeres y cultura escrita en México durante el siglo XIX”, *Relaciones*, 2008, pp. 69-105.

globalización, como la posesión de artículos importados, la imitación de tendencias provenientes de Occidente y estar al corriente de ellas. Lo cual da la impresión de estar a la par con el paso del tiempo progresivo que proponía la modernidad.

Entendiendo a la moda como algo performativo, la apariencia femenina necesita espacios de exhibición. Durante esta época los espacios privados como eventos sociales fueron los momentos óptimos para la legitimación de las clases altas, pero esto también sucedía en espacios públicos de la ciudad, creando así una escenificación del orden social altamente desigual del porfiriato. No sólo la exhibición del traje creó espacios, sino el consumo de artículos de lujo se convirtió también en un ritual con espacios designados en la ciudad.

Dado lo anterior cabe preguntarse: ¿Qué papel jugaba la moda en el contexto de modernidad y urbanización del porfiriato? Durante esta época se produjo un acelerado proceso de urbanización que respondía a la aspiración de modernidad del gobierno. En este escenario la moda tuvo un rol importante puesto que trajo una nueva visión frente al consumo y nuevas evidencias de la desigualdad en la ciudad.

¿De qué forma los discursos sobre moda de las mujeres mexicanas de finales del siglo XIX y principios del siglo XX remiten a la diferenciación y el ascenso social? Durante este periodo las columnas de opinión sobre moda y literatura de la época utilizan a mujeres y descripciones de sus apariencias para presentar juicios morales, ideas del deber ser y diferencias de clase. Existen simbolismos presentes en estos géneros discursivos que dan cuenta de las aspiraciones de clase de la sociedad porfiriana que se personifican en mujeres que comparten características de apariencia y comportamientos. Dichos elementos hablan sobre cómo las clases altas se entendían a sí mismas y sus expectativas hacia las clases medias y bajas. En este periodo, podemos decir que todas las clases de la Ciudad de México compartían el hecho de tener que

conseguir nuevas formas de adaptar su ropa a la urbanización pero la forma en la que lo lograban trajo nuevas evidencias de la diferenciación de clases.

¿Cuáles son los criterios que definían a la mujer burguesa? Todo lo anterior se expresaba mediante la creación de ideales femeninos de mujeres burguesas, entendidas como mujeres alejadas del trabajo obrero de la industria, cuyo espacio era el doméstico en un hogar destinado al ocio y no a la producción, partícipes de la cultura pecuniaria, es decir el gasto en artículos de lujo.<sup>8</sup>

### **Estado de la cuestión**

La moda ha sido estudiada desde diferentes perspectivas en las ciencias sociales, como la psicología social, la sociología y la historia. Los temas de investigación van desde los materiales y las formas, hasta las formas de consumo. El atavío es poseedor de una gran variedad de discursos, que se pueden apreciar en imágenes, formas y en lo que de ellos se habla en la prensa.

Para esta investigación, he dividido los estudios al respecto en tres categorías: En primer lugar, los trabajos que dan cuenta sobre formas, materiales y tendencias en el vestido de una época precisa. En segundo lugar, están los textos que hablan sobre discursos sobre el comportamiento femenino, es decir, historia de la moda con perspectiva de género. Por último, están los trabajos que hablan sobre la moda en las dinámicas de consumo, de forma específica, su publicidad.

### **Historia del vestido: tendencias, figuras, corrientes historiográficas**

La historia del vestido nos habla de formas, materiales y siluetas que han marcado una época. Con ella se tejen los entramados de una estética particular y una herramienta de distinción. Las

---

<sup>8</sup> Thorstein Veblen, *Teoría de la clase ociosa*.

investigaciones al respecto se han enfocado, en su mayoría, a la vestimenta en las cortes monárquicas y las élites.

En sus inicios, la historia del vestido se limitaba a trabajos con descripciones e ilustraciones de vestido a través de las épocas, como vemos en los clásicos *Historia del vestido* de Albert Racinet publicado a finales del siglo XIX y *The Mode in costume* de R. Turner Wilcox publicado en 1942. Con el avance de las ciencias sociales, surgieron estudios que hablan sobre la vestimenta en Occidente a través de los siglos de una forma generalizada, pero que lograban relacionarlos con procesos económicos, sociales y culturales, como la obra *The History of costume: From ancient Mesopotamia through the twentieth*<sup>9</sup>En la actualidad, se han rescatado las particularidades con estudios especializados en un espacio y periodo específicos<sup>10</sup>.

Un texto que marcó un parteaguas en la historia de la moda es *The culture of clothing: dress and fashion in ancien régime* del historiador francés, de la escuela de los anales, Daniel Roche<sup>11</sup>. En este libro, el autor da cuenta sobre la moda del antiguo régimen y propone una categoría para estudiar la moda: la cultura de las apariencias. Con esto, busca estudiar la definición de las identidades y los estatus que expone, materialmente, la ropa.

Bajo esta perspectiva se creó la revista de historia de la moda *Apparences* que publica artículos sobre historia de la moda con el propósito de hacer una historia total de la moda. En esta revista es usual encontrar artículos que analizan el tema a tratar desde una perspectiva

---

<sup>9</sup> Blanche Payne, Geitel Winakor, Jane Farrell-Beck, *The History of costume: From ancient Mesopotamia through the twentieth Century*, Harper Collins Publishers, New York, 1992.

<sup>10</sup> Véase Laura Beltrán Rubio, "Portraits and performance: Eighteenth Century Dress and the Culture of Apparences in Spanish America", *The Journal of Dress History*, Volume 2, The Association of Dress Historians, 2018., José Pablo Pena Gonzalez, "Indumentaria en España: periodo isabelino (1830-1868), *Indumentaria: revista del museo del traje*, Número 0, Museo del traje, 2007.

<sup>11</sup> Daniel Roche, *The culture of clothing: dress and fashion in ancien régime*, Cambridge University Press, Cambridge, 1996.

cultural, económica y de la historia del cuerpo. Esta corriente francesa de hacer historia de la moda marcó un giro en la forma tradicional que se venía siguiendo desde años. La categoría “cultura de las apariencias” será la base para la presente tesis.

En México y Latinoamérica se han publicado algunas tesis y libros que hablan sobre la moda desde una perspectiva histórica. Una de las tesis pioneras de este tema en México es *La moda en la indumentaria del Barroco a los inicios del Romanticismo en la Ciudad de México (1785- 1826)* de la historiadora Julieta Pérez Gaytán<sup>12</sup>. En este texto la autora usa al sociólogo Gilles Lipovetsky como referente teórico para analizar el paso de la moda de antiguo régimen a la moda burguesa. Esto lo logra estudiando un periodo de transición entre el Virreinato y los inicios del México independiente. Además, describe las prendas y su relación con sectores sociales, género y edad y las relaciona con las corrientes estéticas de la época, el Barroco y el Romanticismo.

Otro trabajo que fue pionero en los estudios de historia de la moda es el texto *La muerte de la moda: el día después* de la socióloga argentina Susana Saulquin<sup>13</sup>. Este libro se editó por primera vez en 1999 y puede notarse una continuidad entre el año de publicación de este libro y el surgimiento de la corriente posmoderna y sus reflexiones sobre la moda, como es el caso de *El imperio de lo efímero* de Gilles Lipovetsky.

Si bien, este texto abrió paso a muchos estudios posteriores sobre historia de la moda, hay una serie de detalles como la falta de análisis histórico y precisión en sus declaraciones que entorpecen la comprensión de sus propuestas. La autora habla de una supuesta muerte de la moda, que vendría en el año preciso de 2020. Tiene una postura premonitoria de la moda que

---

<sup>12</sup>Julieta Pérez Monroy, “La moda en la indumentaria: del Barroco a los inicios del Romanticismo en la Ciudad de México (1785-1826)” Tesis doctoral: Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2001.

<sup>13</sup> Susana Sualquin, *La muerte de la moda, el día después*, Paidós, Buenos Aires, 2010.

es interesante consultar en el presente. No obstante, el texto no muestra una cohesión histórica en sus datos, además de que, a pesar de ser un texto hecho en Latinoamérica por una socióloga latinoamericana, no apunta ninguna particularidad de su espacio.

Otra perspectiva para estudiar la historia de la moda es a través de la historia del arte. La obra *Seeing through clothes* de Anne Hollander<sup>14</sup> es pionera en estos estudios. En este libro la autora busca una conexión entre la ropa en la realidad y la ropa representada en el arte que tiene como propósito representar el mundo real con convicción. Para ella, la ropa en el arte es más comprensible y persuasiva de lo que es la ropa en la vida real, es por esto que deduce que la observación de la ropa en la realidad, está mediada por los supuestos visuales vigentes en la época.

Si bien los textos aquí mencionados se enfocan en su mayoría a la moda occidental y de élites, a finales de la primera década de 2000 surgió una nueva corriente en la forma de escribir la historia de la moda que criticaba algunos de los preceptos tradicionales. Un ejemplo de estos trabajos es *Clothing: a global history* de Robert Ross<sup>15</sup>. En este trabajo, el autor parte de su curiosidad por la homogeneización de la humanidad a través de la ropa occidental. Para él, la cultura material del mundo se está homogeneizando en forma parcial. El autor busca estudiar este proceso. Desde su perspectiva, la moda solamente puede ser impuesta por fuerzas externas parcialmente. Para que este proceso se lleve a cabo, debe existir una introyección.

En este libro, Ross estudia la historia de la moda desde el siglo XV hasta inicios del siglo XXI. Comienza hablando sobre las leyes suntuarias y su pronta desaparición. No obstante, su periodización responde a que busca estudiar la expansión de la moda europea fuera de

---

<sup>14</sup> Anne Hollander, *Seeing through clothes*, University of California Press, Los Angeles, Berkeley, London, 1978.

<sup>15</sup> Robert Ross, *Clothing: a global history*, Polity, Cambridge. 2008.

Europa, es decir, en las Américas, Asia y África. Además, analiza la moda como forma de resistencia como fue el caso de los norteamericanos que, durante su independencia, rechazaban la vestimenta británica y preferían la ropa hecha en casa. Finalmente, analiza la forma en la que la occidentalización en la vestimenta se ha dado mediante una influencia de ciertas consideraciones culturales en el resto del mundo, como es el caso de la perspectiva de género presente en África y países musulmanes. Con base en esto, el autor propone la existencia de modernidades alternativas.

Dentro de esta misma línea se ubica el libro *Dress and globalisation* de Margaret Maynard<sup>16</sup>. En su libro, la autora se pregunta si los estilos de vestimenta rurales, metropolitanos o étnicos están siendo desplazados por la americanización de la apariencia. Cabe destacar que para esta autora, lo que Robert Ross llama occidentalización, es una americanización, es decir, desde esta perspectiva, el proceso de globalización actual viene de los Estados Unidos.

Margaret Maynard analiza, dentro de este proceso, cómo la vestimenta se relaciona con la autenticación de categorías sociales, legitimación y contestación hacia autoridades, demarcación de clase, edad o género, raza, performatividad de identidad y si está implicada en estrategias políticas. Si bien, la intención de estudiar la globalización en relación con la moda es interesante, estamos frente a una etapa de configuración de los estudios de moda. Maynard sigue reproduciendo categorías tradicionales y su teoría sería perfeccionada posteriormente por otros autores que escribirían bajo esta línea.

Linda Welters y Abby Lillethum<sup>17</sup> aportaron nuevas categorías y reorientaron el análisis en los estudios de historia de la moda en *Fashion history: a global view*. Las autoras toman

---

<sup>16</sup> Margaret Maynard, *Dress and globalisation*, Manchester University Press, Manchester, 2004.

<sup>17</sup> Linda Welters et al, *Fashion history: a global view*, Bloomsbury, London, Oxford, New York, New Delhi, Sydney 2018.

como referente el libro *Europe and the people without History*, en el cual Eric Wolf hace una crítica a la historia eurocéntrica en la que siempre existe un ente llamado Occidente, de quien emana la historia y que tiene una genealogía que va desde la antigua Grecia, pasando por el cristianismo, hasta llegar a la Revolución Industrial. Según la perspectiva de estas autoras, lo mismo pasa con la historia de la moda. Se reproduce la idea de que la moda nació con esta misma genealogía.

De esta forma, conciben la historia de la moda como producto del capitalismo occidental. Las autoras proponen que la historia de la moda debe estudiarse como un fenómeno que sucedió en varias localidades a lo largo del mundo. Según las autoras, moda se define como cambios en la forma de vestir que son adoptados por un grupo de personas en un tiempo y lugar específicos. A pesar de que esta definición no habla de un espacio o tiempo particular, usualmente se cree que la moda se desarrolló en las grandes cortes europeas con el crecimiento de las economías de mercado y que solamente se expandió al resto del mundo junto con la expansión del poder euro-americano.

Lo anterior es considerado por las autoras como una falacia de la historia de la moda. Esta visión comenzó con la publicación de la obra *Civilización y capitalismo* del célebre historiador Fernand Braudel. En este libro, Braudel dedica unas páginas a la moda y la vestimenta. Él hace una distinción entre vestimenta y moda, para Braudel, la vestimenta se refiere a la ropa de los campesinos europeos, peruanos, indios y africanos, mientras que la moda aplicaba únicamente a la élite europea. La ropa es una manifestación de sociedades estables, donde la forma de vestir permanecía igual durante siglos, pero la moda estaba en constante cambio.

Según Braudel, la moda surgió en Europa entre las élites, como una forma de

distinguirse de aquellos de clases más bajas. Además, propuso que esto ocurrió en 1350, cuando las túnicas se hicieron más cortas. Argumentó también que en Europa la moda cambiaba con rapidez, mientras que la vestimenta permanecía sin cambios en países como India, Japón, China. El libro *Fashion history: a global view* busca desmontar esta idea y ver la moda como el resultado de interrelaciones e interdependencias mutuas en el espacio y tiempo.

### **Historia de la moda con perspectiva de género**

El porfiriato es un periodo con particularidades especiales en la historia de la moda. En esta época se encuentra la periodización de mi investigación y un referente para ello es la tesis *Mujeres de crema y pompa en la Ciudad de México, moda y prácticas de belleza (1880-1910)* de la historiadora Gabriela Armendariz Romero<sup>18</sup>. La principal fuente para esta investigación fue la prensa de la época. Con esto la autora logró rescatar algunos aspectos característicos de la moda de las mujeres de élite durante el porfiriato, como la admiración hacia la cultura francesa. Además, describe cómo en la Ciudad de México, la moda creaba espacios de distinción y esparcimiento entre la población.

Otro texto latinoamericano que toca el tema de la historia de la moda y la construcción de la feminidad es el libro *Identidades en disputa. Las reinenciones del género y la sexualidad en la Costa Rica de la primera mitad del siglo XX* de la historiadora Patricia Alvarenga Ventuolo<sup>19</sup>. En este libro, la autora dedica el cuarto capítulo a la moda femenina. En el apartado titulado “La política de los polvos y el colorete. El cuerpo femenino en disputa” Patricia Alvarenga habla sobre la moda y el arreglo personal como herramienta para la construcción de

---

<sup>18</sup>Gabriela Armendariz Romero, “Mujeres de crema y pompa en la Ciudad de México, moda y prácticas de belleza: 1880-1910”, Tesis de doctorado, Instituto Mora, Ciudad de México, 2017.

<sup>19</sup>Patricia Alvarenga Ventuolo, “La política de los polvos y el colorete. El cuerpo femenino en disputa”, en *Identidades en disputa. Las reinenciones del género y de la sexualidad en Costa Rica de la primera mitad del siglo XX*, Universidad de Costa Rica, Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, 2012

la feminidad. Esto lo relaciona con el disciplinamiento del cuerpo del que habla Michel Foucault en su obra *Vigilar y castigar*. Para ella, la biopolítica jugó un gran papel en la moda femenina de finales del siglo XIX y principios del XX, lo que creaba una silueta y posturas específicas en el cuerpo femenino. Posteriormente, explora cómo, años después, se muestran en la prensa debates sobre la moda y la liberación femenina.

Así, el arreglo personal era también un asunto político. Si bien, Alvarenga menciona que no encontró movimientos sufragistas o en pro de la emancipación femenina durante las primeras décadas del siglo XX, sí encontró mujeres que se cuestionaban sobre esto mediante la prensa, y lo hacían a través de artículos sobre moda. Este texto ha sido de gran utilidad para mi investigación, puesto que la autora muestra cómo, con herramientas teóricas y de análisis de discurso se pueden encontrar estos posicionamientos políticos de las mujeres mediante su apariencia.

La moda se ha considerado desde siglos como algo propio del género femenino. La curiosidad sobre las tendencias se percibe casi como una característica intrínseca a las mujeres. Es por esto que los discursos sobre la vestimenta estaban cargados de juicios morales y reglamentaciones. Sobre esto puede leerse en el texto “Manuales de conducta, urbanidad y buenos modales durante el porfiriato: Notas sobre el comportamiento femenino” de Valentina Torres Septién<sup>20</sup>. En dicho artículo la autora habla a detalle sobre cómo los manuales de urbanidad servían como una herramienta didáctica para las mujeres en su educación tanto formal como sobre la vida en el hogar.

En ellos se escribía sobre atuendos adecuados para cada ocasión y también se daban

---

<sup>20</sup>Valentina Torres Septién, “Manuales de conducta, urbanidad y buenos modales durante el porfiriato. Notas sobre el comportamiento femenino”, *Serie de historia moderna y contemporánea* - Instituto de Investigaciones Históricas. UNAM, 2001, pp. 271-289.

juicios de valor sobre ciertas siluetas, como los escotes, o el uso de joyas y perfumes en exceso. La autora discute el tema de la vestimenta de forma indirecta, pero destaca los discursos que se elaboraron en torno a ella. El texto es de gran utilidad para esta investigación que se enfoca en la moda imaginada en el discurso.

La prensa da cuenta de representaciones y estereotipos que la época creaba sobre las mujeres. Sobre esto escribe Catherine Gourley en el texto *Images and issues of women in the twentieth century*<sup>21</sup>. Esta investigación analiza las ilustraciones de mujeres en la prensa en el siglo XX con una perspectiva de género. En su análisis incluye factores como edades, razas y clases sociales para mostrar los estereotipos que se construían a partir de ellos.

En el texto habla sobre las sufragistas y las chicas Gibson, dos figuras que marcaron el siglo XX en norteamérica. Las primeras, por ser las defensoras del voto femenino, a quienes se ridiculizaba en la prensa, y las segundas, por ser la imagen de la mujer ideal creada por un hombre. La vestimenta es una parte esencial de la creación de estereotipos, lo cual la autora relaciona con las ilustraciones. La relación entre vestimenta y discurso hecha por Gourley es un buen referente para realizar mi investigación.

Por último, el texto “The exquisite slave: The role of clothes in the making of the victorian woman” de Helen E. Roberts<sup>22</sup> usa la literatura victoriana como fuente para destacar las diferencias entre la vestimenta femenina y masculina desde una perspectiva de género. Para la autora, las diferencias entre las prendas y siluetas de la indumentaria victoriana se fundamentaban en la sumisión femenina y la dominación masculina. La vestimenta femenina hablaba de fragilidad y pasividad, mientras que la de los hombres mostraba su fuerza y los

---

<sup>21</sup>Catherine Gourley, *Images and issues of women in the twentieth century volume I Gibson girls and sufragists. Perceptions of women from 1900 to 1918*, Twenty-first Century Books, Minneapolis 2008.

<sup>22</sup>Helen E. Roberts, “The exquisite slave: The role of clothes in the making of the victorian woman”, *Signs*, 1977.

señalaba como entes activos. Este texto es un buen referente para investigaciones sobre historia del cuerpo y sus símbolos, realizada desde una perspectiva estrictamente de género.

No obstante, este trabajo tuvo una contraparte que expuso argumentos en contra de lo propuesto por Helen E. Roberts sobre la reforma del vestido. Roberts expone una supuesta liberación femenina mediante el vestido durante la época de las reformas suntuarias. En esta época, se abandona el corsé por un corto periodo y se utilizan vestidos de inspiración griega y cinturas imperio. Si bien, esto parecía ser una vestimenta más cómoda para la mujer, David Kunzle<sup>23</sup> expone en su respuesta a Helen E. Roberts: “Dress reform as antifeminism: a response to Helen E. Robert’s *The exquisite slave: the role of clothes in the making of the victorian woman*” que la reforma de la vestimenta respondía a cuestiones más bien tradicionales. Era una forma de crear condiciones óptimas en el cuerpo femenino para la reproducción.

## **Historia de la moda en la cultura de consumo**

A finales del siglo XIX y principios del XX comenzó a haber una preocupación por entender la moda como un fenómeno social. En este contexto, la ropa se había convertido en una pieza importante de la sociedad industrial en Occidente, y sus formas de consumo empezaron a ser estudiadas. Un ejemplo de esto es el famoso libro *Teoría de la clase ociosa* de Thorstein Veblen, que fue publicado por primera vez en 1899. En este libro, el autor dedica un capítulo entero a la vestimenta. El capítulo se titula *La vestimenta como una expresión de la cultura pecuniaria*. En este texto, Veblen habla del gusto como un modelo dado en lo que él llama, “la clase ociosa”. Dentro de esto, el gasto en prendas suntuarias implica que la persona ha adoptado este modelo. El texto de Veblen fue de los primeros en enfocarse en la moda y ubicarlo dentro de un dominio

---

<sup>23</sup>David Kunzle, “Dress Reform as Antifeminism: A Response to Helene E. Roberts's "The Exquisite Slave: The Role of Clothes in the Making of the Victorian Woman", *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 1977, pp. 570-579.

de las clases medias y altas.

Para Veblen, la moda es un modelo de gusto que estas clases adoptan y que representa, principalmente, que la persona a la moda está alejada del trabajo industrial. Esto es importante para la presente tesis, puesto que también estamos hablando de una sociedad industrial y una de las preguntas claves es saber si estas clases altas o en ascenso buscaban distinguirse de las otras clases mediante su vestimenta.

Sobre estas nuevas formas de consumo, y la posibilidad de adquirir nuevas mercancías, la tesis de Cristina Parra Sánchez titulada *Novedad y tradición. Las tiendas por departamentos y su influencia en el consumo, 1891-1915*<sup>24</sup> da un panorama sobre cómo los nuevos patrones de consumo provenientes de Europa y los Estados Unidos fundamentados en los grandes almacenes modificaron el espacio, las dinámicas de consumo y el gusto de los mexicanos que podían acceder a esto. En esta tesis, la autora explora cómo estas tiendas representaron un cambio en el paisaje de la ciudad, tanto a nivel arquitectónico, como en la necesidad de regular la publicidad que trajeron consigo, la entrada de la publicidad masiva en la prensa y el cambio en las representaciones sociales de la moda femenina.

Además, la autora da importancia a los sujetos detrás del funcionamiento de estas tiendas departamentales, como costureras, modistas, sombrereros y empleados. A esto dedica un capítulo de su tesis. También nos habla de la resistencia de las tiendas departamentales frente a la revolución, y sus bloqueos comerciales y saqueos, además de la pérdida de empleados, producto del conflicto armado. Destacando así cómo las nuevas dinámicas de consumo traen consigo nuevas dinámicas sociales.

La vestimenta y los artículos de arreglo personal son actualmente una parte importante

---

<sup>24</sup>Cristina Sánchez Parra, “Novedad y tradición: Las tiendas por departamentos en la Ciudad de México y su influencia en el consumo, 1891-1915”, Ciudad de México, Tesis de doctorado El Colegio de México, 2017.

de la economía de consumo. A lo largo de la historia podemos encontrar las diferentes dinámicas que ha seguido. Un buen referente para conocer la transición entre los modos de producción y consumo de la moda es el artículo “Proceso de tergiversación y masificación de la moda en Occidente” de Nahúm Villasana<sup>25</sup>

En este texto, el autor explica un proceso que sucedió a nivel mundial: el paso de la moda como artesanía a la producción en masa, producto de la revolución industrial. Este fenómeno comenzó con la apertura de las casas de moda en ciudades como Londres y París y se aceleró con la prensa y la publicidad creando un “discurso de la moda”. Así, la moda se convirtió en la modeladora del gusto de una época.

Otro texto que habla sobre las dinámicas de consumo de la moda es “The reorientation of paradise: Modern Mass Media and Narratives of Desire in the Making of American Consumer Culture” de R.F. Bogardus<sup>26</sup>. En el texto, el autor destaca el papel de la publicidad en la conformación de la cultura de consumo norteamericana. Para él, durante esta época el hogar pasa a ser un lugar para el ocio y no para la producción. Es por esto que la publicidad, tanto de productos simples como la avena Quaker y productos de lujo como cubiertos de plata, se convirtió en la portadora de una carga simbólica y de un discurso que apelaba a un estilo de vida particular.

Dentro de esta dinámica estaban las prendas y artículos de arreglo personal, sobre los que se escribían en la prensa de forma constante. Los medios de comunicación se encargaron de presentar opiniones sobre las tendencias de la época y quienes escribían sobre esto eran, en

---

<sup>25</sup>Nahúm Villasana, “Proceso de masificación y tergiversación de la moda en Occidente”, *Societarts. Revista de Artes*, 2016, pp. 5-12.

<sup>26</sup>R.F. Bogardus “The reorientation of paradise: Modern Mass Media and Narratives of Desire in the Making of American Consumer Culture”, *American Literary History*, 1998 pp. 508-523.

su mayoría, mujeres. Para el autor, estas mujeres se asumieron como agentes activas de una cultura de consumo, por lo tanto, no lo veían como explotación sino cómo una labor positiva en la que podían participar.

Para el caso mexicano, la historiadora Julieta Ortiz Gaytán<sup>27</sup> hace un excelente análisis sobre la publicidad a principios del siglo XX en “Arte, publicidad y vida cotidiana en los albores del siglo XX”. La autora explica que la posesión de ciertos objetos indicaba la pertenencia a un cierto estrato social y la publicidad se encarga de difundir esto. Además, destaca atributos que se ofertaban con la publicidad, como la belleza, salud y el vigor.

Han sido variadas las formas de acercarse a la historia de la moda. A través de ella pueden analizarse factores sociales, culturales y económicos que se ven expresadas en las prendas de uso diario, de ocasiones especiales o en lo que de ellas se escribe. Esto último será el punto central de esta investigación.

Otra tesis que nos da cuenta de la vestimenta decimonónica en México es la tesis de Mónica Cázares Castillo titulada *Prácticas de intercambio y sociabilidad en las Ciudades de México y San Luis Potosí a través de la moda femenina; 1870-1890*<sup>28</sup>. En este texto, la autora hace un análisis de la vestimenta y sus usos en San Luis Potosí. La autora usa la prensa como fuente, tanto para conocer los espacios en los que se usaba cierto tipo de indumentaria específico, como para conocer lo que era debido portar para cada ocasión social y su relación con el espacio geográfico de la región estudiada.

Mónica Cázares hace un gran trabajo en encontrar las particularidades, sobre todo en las

---

<sup>27</sup>Julieta Ortiz Gaytán., “La ciudad de México durante el porfiriato: el París de América” en *México Francia: Memoria de una sensibilidad común; siglos XIX-XX. Tomo II*, de Javier Cramausse, Chantai Perez-Siller, Centro de estudios mexicanos y centroamericanos, México, 1993, pp. 179-196.

<sup>28</sup>Mónica Cázares Castillo, “Prácticas de intercambio y sociabilidad en las Ciudades de México y San Luis Potosí a través de la moda femenina; 1870-1890” Tesis de maestría El Colegio de San Luis, San Luis Potosí, 2017.

dinámicas de consumo de su región, San Luis Potosí. Además, utiliza herramientas teóricas asociadas a Roland Barthes y Pierre Bourdieu con lo que enriquece su explicación. Este trabajo es un excelente ejemplo de un análisis sobre historia de la moda que va más allá de lo descriptivo y que hace un constante diálogo entre la indumentaria, sus sujetos y espacio.

En la década de los setenta del siglo XX, comenzó a criticarse la forma en la que se hacía la historia de la moda, en cuanto al comportamiento social de quienes la consumían. Un ejemplo de esto es el texto “Fashion: from class differentiation to collective selection” de Herbert Blummer<sup>29</sup>. En este texto, el autor critica las teorías sobre moda vigentes hasta el momento en el que escribe y puntualiza algunos errores que se han cometido en los estudios sobre moda. Primeramente, rechaza por completo la idea de que la moda es algo superficial y banal, después dice que la moda se había concebido como algo irracional.

Además, critica la teoría de Georg Simmel sobre la imitación, para el autor, Simmel propone que la moda es un esfuerzo ansioso de los grupos de élite por diferenciarse. Blummer dice que, si bien esto puede aplicar para la moda en la época en la que Georg Simmel escribió, en la actualidad, la moda lleva a multitudes de personas a sus dinámicas.

También propone que su teoría no toma en cuenta que la moda es un acontecimiento social. Si bien, cree que lo dicho por Simmel aplica a la moda de los siglos XVIII y XIX en Europa, no encaja con la moda contemporánea. Además, le da un lugar preponderante a las élites, lo que, para Herbert Blummer, significa quitar valor al gusto. Este autor propone que para que exista una moda, más que una imposición o un factor externo, debe existir una selección colectiva.

Bajo esta misma línea escriben Pierre Bourdieu y Yvette Delsaut en el texto “Le

---

<sup>29</sup> Herbert Blumer, “Fashion: from class differentiation to collective selection”, *The Sociological Quarterly*, Volume 3, Taylor and Francis Ltd., 1969, pp.275-291,

couturier et sa griffe: contribution à un théorie de la magie”<sup>30</sup>. En este artículo los autores hablan de que existen dos dinámicas diferentes entre las casas de moda de renombre. Dentro de esto, las casas de una larga tradición como Chanel y Dior, siguen reproduciendo modelos clásicos y apelando a las clases altas, mientras que las casas más jóvenes crean modelos diferentes, que toman en cuenta debates políticos para incluir en sus colecciones y se dirigen a un público más joven y a los “nuevos ricos”.

Es importante notar que este texto fue publicado en la década de los setenta del siglo XX, cuando algunos aspectos de la vestimenta hippie de los sesenta comenzaron a ser tendencias desde las más famosas casas de moda. Esto también se ve expresado en el boulevard parisino donde las firmas eligen poner sus tiendas. Con base en su texto, entendemos que el gusto no se construye únicamente en una dinámica de diferenciación social, sino de selección colectiva.

Todos estos textos me han dado un panorama sobre cómo se ha estudiado la historia de la moda y qué preceptos ha seguido su historiografía. Tomando esta bibliografía como referente, presento desde las primeras y más tradicionales formas de hacer historia de la moda, hasta las más actuales, que usualmente se preguntan sobre la moda dentro del escenario de la globalización y la moda más allá de Occidente.

El recorrido historiográfico anterior, muestra que la historia de la moda es capaz de dar cuenta sobre dinámicas de clases sociales, relaciones e identidades de género y colonización. Así, con los referentes anteriormente mencionados como fundamento, busco estudiar la moda en el porfiriato, teniendo como sujetos a las mujeres burguesas de la Ciudad de México, para analizar cómo en la moda se va imbricando y expresando la reafirmación y diferenciación de

---

<sup>30</sup> Pierre Bourdieu y Yvette Delsaut, “Le couturier et sa griffe: contribution à un théorie de la magie”, *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Vol. 1, n°1, enero 1975. Hiérarchie sociale des objets. pp. 7-36.

clase social de la clase media alta y alta mexicana, que a su vez está en completa coherencia con la idea de Modernidad que el Porfiriato buscaba aparentar. Todo esto promovido a través de la configuración de la identidad de género de las mujeres burguesas que la prensa difundió y que se vivía bajo la impresión de poder leerse a través de la apariencia de dichas mujeres.

Con el propósito de responder a las preguntas anteriormente planteadas, me he planteado los siguientes objetivos de investigación:

### **Objetivo general:**

Comprender la relación entre la reglamentación de la apariencia femenina y las aspiraciones de clase, género y modernidad de la época.

### **Objetivos específicos**

- Identificar la función social que cumplía la moda entre la sociedad burguesa en la época a estudiar en el espacio urbano.
- Analizar las aspiraciones de género del sector burgués de la sociedad que expresaban mediante la apariencia femenina una aspiración de clase que se exhibía en la ciudad.
- Analizar de que formas se utilizaba la moda y la apariencia femenina como una herramienta de reafirmación de clase.

### **Metodología**

Para la realización de esta investigación, haré una revisión de los artículos sobre moda presentes en las revistas *El álbum de la mujer*, *El tiempo* y *El Mundo Ilustrado*. En ellos se analizarán las opiniones de las mujeres articulistas frente a la moda y la apariencia. Además, analizaré discursos relacionados con el vestido presente en manuales de urbanidad para conocer la reglamentación general en cuanto al vestido y contrastar con lo encontrado en la prensa, junto con las novelas de la épica *Baile y cochino*, *Santa* y *Los parientes ricos*. La utilización de estas fuentes es porque

con ellas podemos contrastar dos visiones idealizadas de la moda y como en los diferentes casos las descripciones del vestido sirven como herramienta para dejar ver distintos temas que sobrepasan la moda.

La periodización a abarcar comenzará en 1885 y terminará en 1912. El año de inicio responde a que, para este momento ya se mostraban rasgos de las modas parisinas de la *belle époque* y la prensa hablaba al respecto. Sin embargo, la publicidad era aún incipiente y se conservaban rasgos de la prensa de la primera mitad del siglo XIX. Hacia 1912, la presencia europea y norteamericana tenían una presencia más notable y las prendas de moda aún seguían una tendencia similar. Es por esto que con la periodización busco tomar una etapa de transición. Tomaré la Ciudad de México como espacio para el análisis debido a que ahí se distribuían los periódicos mencionados y por ser también el centro cultural y social del país durante la época. La intención es brindar aspectos generales desde el centro del país.

Para lograr los objetivos de este proyecto de investigación será necesario hacer un análisis más amplio que abarque una variedad de fuentes. Los cambios en las percepciones del vestido y la moda no pueden analizarse únicamente con las notas de prensa. Será necesario incluir herramientas teórico metodológicas para definir conceptos como moda, cultura material y cultura de las apariencias.

### **Cultura material y cultura de las apariencias: lo tangible y lo aparente.**

Para comenzar con la conceptualización de la presente investigación debemos posicionar la moda como parte de la cultura material. Al definir este concepto debo anotar que la moda se materializa en mercancías con un valor monetario y simbólico. Sobre esto, partiré del trabajo de Arjun Appadurai titulado *La vida social de las cosas*<sup>31</sup>. En este texto, el autor hace una

---

<sup>31</sup>Arjun Appadurai, *The social life of things: commodities and cultural perspective*, Cambridge University Press, Cambridge, 1986.

reflexión sobre la mercancía y su dinámica en el mundo capitalista. Para este propósito utiliza lo propuesto por Marx y Simmel sobre la mercancía. Por una parte, toma a Marx para destacar el carácter cultural que da un valor agregado a la mercancía, y, por otra parte, destaca las aportaciones hechas por Georg Simmel en su *Filosofía del dinero* para ahondar en el tema de la mercancía y su valor.

Dentro de esta reflexión, Appadurai define lo que Simmel llama “objetos económicos”, estos son objetos que no son difíciles de adquirir puesto que tiene un valor monetario. Para Simmel, la distancia entre el objeto y el deseo que poseerlo puede ser superada a través de un intercambio económico. Así, el valor del objeto es determinado de forma recíproca: el deseo del objeto es satisfecho a través del sacrificio de otro objeto (dinero), que es el de otro.

Sobre lo anterior, Appadurai señala que, así, la mercancía pasa a ser un objeto con vida social, a través del deseo, lo cual puede ser lento, rápido, reversible o permanente, normativo o arbitrario. Además, este paso puede entenderse mejor a través de la biografía de los objetos. Esto puede ser más notorio en objetos como antigüedades o estampillas postales que en otros objetos de carácter utilitario como el azúcar o la sal. El hecho, nos habla de un componente cultural del objeto que es relevante para entender lo propuesto por Appadurai.

Frente a lo anterior, Appadurai habla de que existen diferencias en los intercambios, en las que algunos tienen estándares más superficiales que otros. Esto se da dentro de una dinámica tanto inter como intra-cultural. Para tomar esto en cuenta, él propone el concepto de “régimen de valor”, que aparece cuando el grado de coherencia del valor es altamente variable en relación a la situación de intercambio. Estos regímenes de valor consideran la trascendencia de las fronteras culturales entre el flujo de mercancías. Este régimen puede entenderse mejor cuando la cultura dentro de la mercancía es entendida y localizada dentro de un mismo sistema de

significados. Además, Appadurai pone énfasis en el contexto, es decir, los diferentes espacios sociales donde se desarrollan estas unidades culturales y su relación con el objeto en su fase de mercancía.

Al entender la moda como una mercancía que pasa a ser un objeto con vida social, como explica Appadurai, podemos entender la carga de significados culturales que esta tiene, tanto en su fase como mercancía, como cuando llega a ser un objeto social. Los artículos de estas revistas dan cuenta de ambas fases: por un lado, está el deseo que las columnistas manifiestan hacia las nuevas tendencias, y por otro, la carga de significados que tienen las prendas y accesorios más tradicionales como las joyas, sombreros, sombrillas y demás. Lo anterior también puede observarse en la publicidad de moda y de tiendas departamentales de la época. Con base en esto, podemos decir que existe una evidente dinámica de socialización de los objetos que puede ser estudiada mediante la perspectiva de Appadurai.

Otro autor que ha estudiado la cultura material enfocándose de forma específica en la moda es el historiador de la escuela de los Annales Daniel Roche. Para él la historia de la cultura material da cuenta de “las respuestas de los hombres a las presiones de los medios en que viven, presiones abrumadoras y permanentes que desencadenan reacciones y adaptaciones diversas de orden cultural”<sup>32</sup>. La moda cae dentro de esta categoría, puesto que, en primera instancia, cumple con una función utilitaria: la de cubrir el cuerpo. Siguiendo lo propuesto por Juan Diego Santamaría<sup>33</sup>, la cultura es información pragmática que existe en tanto se materializa de alguna forma, ya sea rituales, palabras o, en este caso, objetos. Sin embargo, existe una carga de símbolos y significados que se le atribuyen.

---

<sup>32</sup>Daniel Roche “La cultura material a través de la historia de la indumentaria” en *Historiografía francesa: corrientes temáticas y metodológicas recientes*, de Hira y Gortari, Guillermo De Zermeño, Centro de estudios mexicanos y centroamericanos, Ciudad de México, 2000, pp. 76

<sup>33</sup> Juan Diego Sanín Santamaria, “Estudios de la cultura material”, *Iconofacto*, Vol 2, Núm. 3, 2006, pp. 17-38

Partiendo de lo anteriormente expuesto, es necesario considerar que la cultura material también se entiende como objetos y referentes culturales propios de diversas sociedades y que, además, las identifican. Esto es importante para entender la moda como parte de la cultura material de un grupo de élite, puesto que sirve como una forma de identificación que, por lo tanto, configura su identidad.

Así, puedo decir que para estudiar la cultura material, en este caso, es necesario identificar la relación de los objetos con las personas a nivel grupal. Además, esta cultura material ayuda a identificar y crear estereotipos. Dentro de la moda como fenómeno social y cultural, la cultura material y la cultura de las apariencias son dos conceptos que no pueden estar separados. Los significados que la cultura material traduce, están también insertos dentro de una cultura de la apariencia que para Daniel Roche es “la puesta en escena del poder”.

La cultura de las apariencias es un concepto que creó Daniel Roche para su libro sobre historia de la moda titulado *La culture des apparences: une histoire de vêtement XVIIe-XVIII siècle*<sup>34</sup>. Si bien, algo similar ya había sido propuesto anteriormente por sociólogos como Roland Barthes y Norbert Elías, la aplicación empírica al campo de la historia de la moda que Daniel Roche presentó en su libro lo hizo convertirse en un referente utilizado de manera frecuente en estudios sobre moda.

Al ser parte de la escuela de los Annales, Daniel Roche promueve, mediante la cultura de las apariencias, una historia total. En esto, se busca ensamblar los aspectos económicos, sociales, culturales y simbólicos que son parte de una representación, de la vida cotidiana y donde

---

<sup>34</sup>Daniel Roche, *The culture of clothing: dress and fashion in ancien régime*, Cambridge University Press, Cambridge, 1996.

se encuentra la distinción social. No obstante, es necesario destacar que, al hablar de la cultura de las apariencias, no se habla solamente de la vestimenta, sino del lujo, consumo y objetos que son parte de la expresión identitaria. El objetivo de esta categoría de análisis es no disociar las esferas en las que se juegan la identidad y la sociabilidad.

La cultura de las apariencias es la definición de las identidades y los estatus que se exponen, materialmente, a los ojos del portador y los otros. Para Daniel Roche, esto tiene que ver también con la creación de una vestimenta del poder, especialmente en la sociedad estamental que él estudia. No obstante, esto también es útil para la periodización de la presente investigación, puesto que, en la sociedad estratificada del porfiriato, la ropa indicaba también, la pertenencia a una clase social alta.

Un aspecto importante a destacar en el concepto de cultura de las apariencias de Daniel Roche es que, para el autor, esta superficialidad y caracterización se inscriben más bien dentro de la cultura material que en la moral. Dentro de este esquema, analizaré si durante el porfiriato, la moda de élite era más una cuestión de cultura material, de normas morales o si los dos ámbitos podían complementarse perfectamente.

### **La moda como categoría de análisis**

Escribe Roche, “en la historia de las apariencias humanas, [la moda] ocupa, desde siempre, el primer rango, porque, sin saberlo, sirve a la puesta en escena de un poder. Entendamos que la manifestación teatralizada de la frivolidad, concebida como la traducción normal de un arte de vivir, inaccesible a la mayoría, deviene un signo de una suprema distinción”<sup>35</sup>. Esta cita da cuenta de la importancia de estudiar la moda. El paso de la ropa como forma de cubrirse de las inclemencias del clima, a ser un elemento identitario muestra muchos aspectos de la vida

---

<sup>35</sup> Ibid pp. 2

humana. La moda ha alentado el comercio, es la insignia del cambio y, para Occidente, es testimonio de la civilización.

Para entender la moda, es necesario hacer un ejercicio de genealogía del término mismo. La palabra moda deriva del latín *modus* que significa medida, modo o manera. En el mundo hispano, la palabra que usaba a finales del siglo XVI y principios del XVII para hablar de alguien que vestía de acuerdo a un espacio geográfico específico y demarcado (e.g. Vestir al modo de Cádiz). Así, la palabra posee una identidad cultural adscrita un espacio delimitado<sup>36</sup>. También, podemos entenderla como la traducción de la palabra inglesa *fashion* que deriva del latín *factio*, que a su vez deriva de *facere* que significa, hacer. Con base en esto, Malcolm Barnard<sup>37</sup> describe que “Los sentidos originales de fashion, entonces se referían a actividades; fashion era algo que uno hacía, a diferencia de ahora, tal vez, cuando fashion es algo que uno usa”.

El término se emplea frecuentemente para hablar de apariencias vestimentarias colectivas y efímeras. Usualmente, el inicio del término moda como algo propio del vestido se ubica a finales de la edad media y no es sino hasta finales del siglo XIX y principios del XX, cuando el discurso sobre moda da un giro hacia la industria, la alta costura y la confección. La moda ha sido estudiada como categoría analítica desde la sociología. Uno de los estudiosos de la moda más reconocidos a nivel mundial es Georg Simmel. En su reconocido texto titulado *Filosofía de la moda*<sup>38</sup> propone un modelo con el que podía estudiarse la moda, específicamente los fenómenos relacionados con ella del siglo XIX e inicios del XX y los ligaba con la lucha o diferenciación de clases sociales.

Para Simmel, la moda es la “imitación de un modelo dado que proporciona así

---

<sup>36</sup>Martha Sandoval Villegas, “Los caminos de la moda hacia Nueva España: comercio, personas, libros y papeles”, Nierika , 2017, pp. 7-25.

<sup>37</sup> Malcolm Barnard, *Fashion as communication*, Taylor and Francis, 2013. pp. 32.

<sup>38</sup> Georg Simmel, *Filosofía de la moda*, Casimiro, 2015.

satisfacción a la necesidad de apoyo social; conduce al individuo al mismo camino por el que todos transitan y facilita una pauta general que hace de la conducta de cada uno un mero ejemplo de ella. Pero no menos satisfacción da a la necesidad de distinguirse, a la tendencia a la diferenciación, a contrastar y destacarse”<sup>39</sup>. Para Simmel, la moda es una herramienta, tanto para la homogeneización como para la diferenciación. Además, implica un modelo a imitar que, a su vez, dota a las personas un sentido de pertenencia. Si bien, este modelo ha sido criticado para otros períodos de la historia, aplica muy bien para la periodización de esta investigación, y para el grupo social a estudiar.

Muchas décadas después de que Simmel escribiera, los sociólogos posmodernos se interesaron por la moda. El más destacado es probablemente Gilles Lipovetsky con su famoso libro *El imperio de lo efímero*<sup>40</sup>. En este texto, el autor define la moda como una “cadena ininterrumpida y homogénea de variaciones, marcada a intervalos más o menos regulares por innovaciones de mayor o menor alcance”<sup>41</sup>. Para Lipovetsky, la moda se relaciona con la industria, la cultura mediática, publicidad e ideologías. Lipovetsky reproduce el discurso propuesto por Braudel años atrás, en el que la moda es producto del desarrollo capitalista de Occidente.

Para el caso de México, algunas historiadoras se han acercado al tema de la historia de la moda y han propuesto sus propias definiciones que, en mi opinión, son un gran aporte al estudio de la moda desde la perspectiva histórica. Una de ellas es Dolores Gabriela Armendáriz<sup>42</sup>, quien

---

<sup>39</sup> Yudmila Irazú Gomez Reyes, “La mujer, la coquetería y la moda”, *La colmena*, núm, 51-52, Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, 2006, pp. 67-74

<sup>40</sup> Gilles Lipovetsky, *El imperio de lo efímero*, ANAGRAMA, Barcelona, 1990.

<sup>41</sup> Ibid

<sup>42</sup> Gabriela Armendariz Romero, “Mujeres de crema y pompa en la Ciudad de México, moda y prácticas de belleza: 1880-1910”, Tesis de doctorado, Instituto Mora, Ciudad de México, 2017, pp.34

también estudia el porfiriato. Para ella, la moda es “un principio organizativo de vida de aquellas personas que deciden entrar en su dinámica, dado que en sus distintas formas de expresión enarbola valores como la distinción, refleja y complejiza relaciones, crea conflictos, clasifica y distingue a los géneros. [...] Es una institución excepcional, que marca ritmos y tendencias, que establece un ideal estético y crea espacios específicos”.

Existen algunos puntos a destacar en esta definición, el primero es que la autora hace énfasis en que la moda es un dominio donde participan solamente quienes deciden entrar en su dinámica. Esto resulta relevante, puesto que dota de agencia al sujeto histórico y rechaza la concepción tradicional de que la moda es una imposición externa. Además, ella habla de distinción, lo que es importante para el período a estudiar, sin embargo, no reproduce por completo lo establecido por Georg Simmel.

Lo anterior da cuenta de que la moda implica un esfuerzo por distinguirse, sin embargo, no necesariamente se trata de una dinámica puramente de imitación. Otro punto importante es que la moda crea espacios. Existen lugares específicos donde la moda es un agente activo y que debe ser estudiada en este espacio.

Con base en lo anterior, rescataré algunos elementos para utilizar la moda como categoría analítica en esta investigación

- La moda en este período específico implica un esfuerzo por distinguirse.
- La moda satisface los deseos de distinción tanto a nivel individual como de grupo.
- La moda implica siempre cambio y novedad.
- La moda crea espacios.
- La moda crea distinciones y clasificaciones de género y edad.

- La moda está ligada a un conjunto de ideas y modos de vida, lo que no la restringe únicamente al vestido y sus complementos.

### **Capítulo 1: Los artificios de la moda**

En este capítulo, brindo un contexto de las dinámicas del consumo de la moda, es decir artículos de vestimenta considerados de lujo en el mundo Occidental. Exploro qué se entendía por moda e incluyo descripciones de las siluetas, materiales y tendencias que estuvieron en boga durante la periodización de la tesis. También presento una descripción de cómo se expresó esto en la ciudad de México y se crearon espacios imaginados y estereotipos relacionados con la moda que se difundieron mediante la prensa.

### **Capítulo 2. Apariencia, moda y género entre las mujeres burguesas**

En este capítulo hago una descripción de estereotipos femeninos presentes en la prensa, literatura y arte de la época que representan a la mujer burguesa y analizo cómo las aspiraciones de apariencia femenina responden a expectativas de proyectos de Estado-Nación, exaltación de los rasgos caucásicos, reglamentación del vestir según clase social y edad y exhibición del consumo de bienes suntuarios que hacían patente su modernidad y concepción de género.

### **Capítulo 3. Moda cómo atributo de clase**

En el último capítulo hago una descripción contextual de precios de bienes suntuarios, salarios de clase media y trabajos relacionados al vestido para entender cómo la moda era una cuestión de clases medias y altas. Después analizo discursos de prensa y literatura de la época que dan cuenta de que la moda servía como herramienta para aparentar movilidad social y de momentos de exhibición como los bailes en los que la moda servía como forma de reafirmación de clase .

## Capítulo 1. Los artificios de la moda

En el presente capítulo presentaré el contexto bajo el cual se desarrollaba el juego de las apariencias entre las clases altas del porfiriato en la Ciudad de México. Comenzaré dando un panorama de las tendencias en el vestir que atravesaron las últimas décadas del siglo XIX y las primeras del XX. Después analizaré el concepto de moda de finales del siglo XIX y principios del XX. Por último, describiré cómo la moda y la urbanización crearon paisajes en la ciudad para la exhibición y reafirmación de clase.

### 1.1 Tendencias de la moda en el mundo Occidental

En México, la moda hegemónica, es decir, la moda estamental, que viene desde las altas esferas sociales; es Occidental y es la más promovida en los medios<sup>43</sup>, fue recibida de Europa por las clases acomodadas y difundida por la prensa. La difusión de la moda en la prensa fue producto de la existente aspiración a la occidentalización, modernización y estatus de las élites mexicanas. Además, para esta época puede observarse una plena entrada de México al mercado internacional que ponía especial atención a la cultura material burguesa.

En cuanto a las tendencias de la moda en esta época, comenzaré hablando de una parte de la moda que es la que parece cambiar más lentamente a lo largo de la historia: las siluetas. El término “silueta” fue acuñado en el siglo XVII y viene de la expresión francesa *à la silhouette* que significa “hecho sin cuidado”. Para finales del mismo siglo, silueta comenzó a utilizarse para nombrar la técnica de uso de sombras y luz para crear figuras sólidas sobre un fondo de color contrastante. Hacia el siglo XIX, el término no sólo se utilizaba para referirse a dicha técnica, sino que se usaba para hablar e identificar bosquejos o trazados de figuras y cuerpos. Una mezcla

---

<sup>43</sup> Véase: Edward Salazar, “Estéticas en plural. La moda popular en Bogotá”, *Cuadernos de antropología*, Revista del Laboratorio de Etnología María Eugenia Bozzoli Vargas, 2016.

de ambos sentidos del término es lo que viene a la mente cuando hablamos de siluetas creadas en los cuerpos por el uso de prendas de vestir y demás complementos suntuarios que conforman el trazo.<sup>44</sup>

A mediados del siglo XIX, la silueta dominante era la que se lograba con el uso de la crinolina. En la misma época, comenzaron a surgir críticas a dicho artefacto, puesto que pronto dejó de ser conveniente para la vida en la ciudad. Así, alrededor de 1860, comenzó a popularizarse un nuevo objeto en tecnología del vestido de nombre *tournure* o *cul de Paris* (figura 1).

El dispositivo anterior abultaba la falda exagerando la parte trasera, lo que daba un efecto voluminoso, sin ser tan llamativo como la crinolina. Algunos de estos instrumentos fueron mecanizados para doblarse cuando el portador se sentara. Las mujeres también podían imitar el efecto del *tournure* creando algo llamado una *fausse jupe*. Es decir, poniendo almohadas debajo de su falda y atándolas con un listón. Este truco, también resultaba menos pesado que usar el *tournure*, usualmente fabricado de metal. La silueta creada con el mecanismo descrito anteriormente daba forma a vestidos decorados con una cantidad excesiva de holanes o alforzas, y flores en relieve, usualmente en telas lisas (figura 2).

---

<sup>44</sup>Kasia Stempniak, “Outfitting Paris: Space, and the Body in Nineteenth-Century French Literature and Culture”, Tesis de doctorado, Duke University, Carolina del Norte, 2019.



Figura 1. “*Tournure* retráctil circa 1882”. Fuente: The Metropolitan Museum of Art.<sup>45</sup>



Figura 2: “La moda de la elegancia parisiense”. Fuente: La Moda Elegante, octubre de 1883.

<sup>45</sup> Imagen tomada de Kasia Stempniak, “Outfitting Paris: Space, and the Body in Nineteenth-Century French Literature and Culture”, Tesis de doctorado, Duke University, Carolina del Norte, 2019.

A finales del siglo XIX, comenzó a abandonarse el uso de artefactos para abultar las faldas. La moda durante las últimas dos décadas del siglo XIX y la primera del siglo XX se caracterizó por tratar de emular la forma de una “S” (figura 3) tomando inspiración de tres aspectos: la mitología y el arte greco romano, el ballet y la arquitectura *Art Nouveau*. Uno de los acontecimientos que probablemente ayudó a la admiración por esta silueta fue la fama del ballet “La sílfide” en la que la protagonista usaba un corsé con una falda de telas vaporosas que caía en línea “A” pero igualmente acentuaba la cintura. La silueta en S se enfatizaba con la técnica en puntas, lo que sirvió de inspiración para la alta costura y la arquitectura. También, durante esta época, se observa una mayor presencia de estampados y adornos que recuerdan a las estructuras de hierro del *Art Nouveau* y se dejan atrás las alforzas y olanes pequeños y juntos de décadas pasadas<sup>46</sup>.



Figura 3: “Vestido en silueta “S”. Fuente: La Moda Elegante, noviembre de 1892

---

<sup>46</sup>Ibid.

Más hacia finales del siglo XIX y principios del XX, se nota ya la adopción de túnicas y vestidos inspirados en los modelos de regencia o *directoire*, que estuvieron de moda a principios del siglo XIX (figura 4). Se continuó acentuando la parte superior pero las faldas comenzaban a ser cada vez más rectas. Esta fue la silueta sobre la cual el sastre John Redfren diseñó un traje de dos piezas, compuesto por chaqueta y falda adecuado para la vida urbana (figura 5). Con el paso del tiempo, el traje sastre femenino se fue alejando de la forma de S casi totalmente. Otra tendencia que impuso una nueva silueta fue el famoso *delphos* diseñado por Mariano Fortuny en 1909 (figura 6). Dicho vestido se confeccionaba con una técnica en la cual se torcía la tela mojada hasta arrugarla lo suficiente para darle la flexibilidad necesaria, que le permitiera ajustarse al cuerpo, recordando una escultura greco-romana. La prenda se consideraba sumamente exclusiva y lujosa a causa de la técnica usada para su elaboración, que Mariano Fortuny Patentó. Las imitaciones de este diseño fueron populares<sup>47</sup>.



Figura 4: “Vestido túnica de inspiración regencia”. Fuente: La Moda Elegante, Julio de 1910.

---

<sup>47</sup>Ibid.



Figura 5: “Traje sastre”. Fuente: La Moda Elegante, septiembre de 1910.



Figura 6: “Delphos”. Fuente: La Moda Elegante, diciembre de 1910.

Dentro de estas siluetas se movieron los figurines y descripciones que se publicaron en la prensa sobre moda de finales del siglo XIX y principios del XX. La moda se mostraba siempre en las secciones para damas de periódicos y revistas de mujeres, dando así la idea de que era un asunto femenino. Se da así la impresión de una supuesta obsesión femenina por la belleza.

Una vez expuesto lo anterior cabe preguntarse ¿Cuál era el concepto de moda de la época? Para esto presentaré una genealogía del término moda, usando diccionarios antiguos para conocer cómo se concebía a la moda en un ámbito institucionalizado del lenguaje.

## **1.2 Concepto de moda en la lengua española.**

La palabra moda deriva del latín *modus* que significa medida, modo o manera. En el mundo hispano, la palabra se usaba a finales del siglo XVI y principios del XVII para hablar de alguien que vestía de acuerdo a un espacio geográfico específico y demarcado (e.g. vestir a la moda de Cádiz)<sup>48</sup>. La primera definición del término en un diccionario de habla hispana apareció en 1780,<sup>49</sup> en ésta se leía: “Uso, modo o costumbre. Tórnase regularmente por el que es nuevamente introducido y con especialidad en los trajes y modos de vestir. *Novus modus, vel ritus.*”<sup>50</sup>.

Hay una serie de puntos a destacar en la definición anterior. En primer lugar, se relacionaba la moda con usos y costumbres, como indica su raíz etimológica. No obstante, se apuntaba a que comprendía especialmente los trajes y modos de vestir. Además, se mencionaba que era “nuevamente introducido”, lo que le daba una característica de novedad y de ser un fenómeno que viene del exterior.

---

<sup>48</sup>Martha Sandoval Villegas, “Los caminos de la moda hacia Nueva España: comercio, personas, libros y papeles”, en *Nierika*, Universidad Iberoamericana, 2017, pp. 7-25.

<sup>49</sup>Real Academia Española, *Diccionario de la lengua castellana compuesto por la Real Academia Española, reducido a un tomo para su más fácil uso*, Real Academia Española, Madrid, 1780.

<sup>50</sup>El nuevo modo o rito.

La siguiente definición que apareció en el ámbito académico del habla hispana es más amplia, lo que podría indicar una mayor inquietud y curiosidad frente al tema. Esto es probable si partimos de la preponderancia que tenía la moda en las cortes de los regímenes absolutistas del siglo XVIII. Dicha definición apareció en el diccionario de Terreros y Prado en 1787 y explicó a la moda como “Costumbre o uso que se ha introducido de nuevo en hablar, vestir & c. [...] Suélese decir la gran moda por aquella que es muy sobresaliente y nueva, o que la siguen los de mejor capricho o más apasionados de modas”<sup>51</sup>.

En el caso anterior, moda seguía siendo algo de usos y costumbres y, a grandes rasgos, mantuvo lo enunciado por la definición previa. Sin embargo, el diccionario de Terreros hizo una distinción entre la moda y la “gran moda”, donde la última parece ser la hegemónica y, por lo tanto, seguida. Otro punto interesante es la introducción de una palabra que se repetirá a lo largo del siglo XIX cuando se habla sobre moda: “capricho”. El término anterior atañe al deseo impulsivo de algo considerado prescindible. Aunando con el resto de la definición, dichos caprichos suceden entre un sector específico de la sociedad, esto es, los más apasionados por la moda. Es decir, la moda se entendió como algo no necesario, pero deseado con intensidad.

A pesar de que la definición de 1787 es más detallada, la que se sostuvo durante más tiempo fue la de 1780, que se reprodujo hasta mediados del siglo XIX. Fue entonces cuando apareció la del diccionario de Domínguez de 1853 que define la moda como: “Moderna usanza, práctica nueva, especialmente en los trajes, la cual depende del gusto y del capricho”<sup>52</sup>. En esta ocasión, la explicación de mediados del siglo XIX tiene una particularidad al inicio: A diferencia

---

<sup>51</sup>Esteban de Terreros y Pando, *Diccionario castellano con las voces de ciencias y artes y sus correspondientes en las tres lenguas francesa, latina e italiana [...]. Tomo segundo*, Esteban de Terreros y Pando, Viuda de Ibarra, Madrid, 1787.

<sup>52</sup>Ramón Joaquín Domínguez, *Diccionario Nacional o Gran Diccionario Clásico de la Lengua Española (1846-47)*, Establecimiento de Mellado, Madrid-París, 5ª edición. 2 vols, 1853.

de las dos mencionadas del siglo anterior, define a la moda como “moderna usanza”. Aquí se mantiene la idea de moda como usos y costumbres, relacionado con su raíz etimológica, pero se ha añadido el adjetivo “moderna”. Es decir, la moda se concebía como prácticas propias de la modernidad. Además, también aparece el gusto como algo sin lo que la moda no podría existir, puesto que depende de ello. Esta palabra también se repetirá a lo largo del siglo XIX, como algo directamente ligado a la moda.

Hasta este punto, los atributos del término moda identificados en las definiciones de diccionarios son los siguientes: se trata de usos y costumbres; se refiere especialmente a la forma de vestir; es lo novedoso; depende del capricho y del gusto, es decir, del deseo de lo prescindible y de una percepción particular; hace referencia a la modernidad.

Años más tarde, se agregaría un elemento. En 1869 la Academia española definió la moda como: “El dominio e influjo que en la sociedad ejerce permanentemente la afición a estas mudanzas, y así se dice, el imperio de la moda”<sup>53</sup>. La descripción anterior del término dista un poco de las que he presentado en lo que hasta ahora va de la revisión. Para el caso particular de la edición del diccionario de la Real Academia en cuestión, la moda no son precisamente los usos y costumbres reinantes en el momento, sino el poder que esta posee como fenómeno en la sociedad.

En la explicación anterior de la moda, se partió del “dominio e influjo”, lo que remite a algo que impone un poder sobre otros. Esto referencia que la moda es un fenómeno social, lo cual se había mencionado de manera superficial en las otras definiciones pero que se ve consolidado en esta última. No obstante, la dinámica entre la moda y la sociedad parece ser de dominio, donde las personas tienen poca agencia sobre ella. Por esto, se introdujo el término “imperio de la moda”,

---

<sup>53</sup>Real Academia Española., *Diccionario de la lengua castellana por la Real Academia Española. Undécima edición*, Imprenta de Don Manuel Rivadeneyra, Madrid, 1869.

donde pareciera que la moda se personifica en un gobernante cuya jurisdicción es amplia. Personificar a la moda como gobernante es algo que seguirá apareciendo a lo largo del siglo XIX. En numerosas publicaciones de la prensa, la moda frecuentemente toma una figura de mujer y de emperadora, reina o tirana<sup>54</sup>.

Décadas después, se acentuó la característica de temporalidad de la moda, posiblemente a causa de la aceleración de sus ciclos con el auge de la alta costura y las tiendas departamentales en Europa. Este es el caso de la definición del diccionario de Zerolo, que data de 1895, donde se describe que la moda es: “Moda, boga: La moda es un uso pasajero, introducido en la sociedad por el gusto, la fantasía, el capricho [...] Se toman por gusto y se acepta por capricho todo lo que es moda; se recurre como necesario todo lo que está en boga porque se considera de grande reputación”<sup>55</sup>.

En la definición anterior se toma moda como sinónimo de “boga” y también como algo “pasajero”. Para este momento la definición de moda da una mayor importancia al elemento temporal que conlleva. La moda es algo que llega a gozar de fama en un momento específico y no necesariamente permanece, de ahí su característica de “pasajera”. Además, destaca que lo que está de moda “se considera de grande reputación”. Con esto reconoce que la moda da notoriedad tanto a los objetos como a las personas. En la misma definición también se repiten las palabras “capricho” y “gusto” y se agrega “fantasía”. En suma, la moda se considera como el producto de la creación del diseñador, símbolo de modernidad y de reputación para los usuarios, que también alude al deseo de lo innecesario: el término fantasía, apela a imágenes irreales, pero deseadas.

---

<sup>54</sup>Ver Gabriela Armendariz Romero, “Mujeres de crema y pompa en la Ciudad de México, moda y prácticas de belleza: 1880-1910”, Tesis de doctorado, Instituto Mora, Ciudad de México, 2017.

<sup>55</sup>Elías Zerolo, *Diccionario enciclopédico de la lengua castellana*, Garnier hermanos, París, 1895.

Por último, presentaré la definición del diccionario Toro y Gómez de 1901. Para este momento la definición es más corta y concisa, pero es necesario notar que se pone al centro del enunciado el límite temporal y geográfico de la moda, definiéndola como: “Uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo o en algún país, especialmente en trajes y adornos”<sup>56</sup>.

Como mencioné anteriormente, la definición anterior del inicio del siglo XX, resalta la característica temporal y espacial de la moda como lo principal. A mi criterio, la moda en este punto del periodo se había acelerado y también regresa a la idea de que se trata mayormente de prendas de vestir y accesorios. Si bien, en esta definición se dejan atrás los sustantivos como “capricho” o “gusto”, estos siguen presentes en el imaginario de la prensa de finales del siglo XIX y principios del siglo XX, cuando la prensa llega a tener un lugar consolidado en la oferta de semanarios, revistas y periódicos porfirianos. Capricho, gusto o fantasía remiten a algo que no es de consumo esencial, lo que da al consumidor de artículos suntuarios de moda, un estatus relacionado con la capacidad adquisitiva de mercancías de lujo, que además son efímeras, así que deben comprarse con frecuencia.

Sobre cómo podían conseguirse las prendas, si bien, las formas en las que las personas se agenciaban la obtención de bienes suntuarios seguramente eran diversas, la idea de consumo se epitomiza en las casas de alta costura y las tiendas departamentales. A mediados del siglo XIX comenzó en Europa el desarrollo de las tiendas departamentales. Casi al mismo tiempo, en 1860, Charles Frederick Worth abrió su casa de diseño de moda, inaugurando lo que hoy en día se conoce como “alta costura”. La diferencia entre los vestidos fabricados en tiendas

---

<sup>56</sup>Miguel de Oro y Gómez, *Nuevo diccionario enciclopédico ilustrado de la lengua castellana*, Librería Armand Colín-Hernando y Cía., París-Madrid, 1901.

departamentales y en casas de diseño, fue que las primeras crearon un sistema de estandarización de modelos y reducción de precios. De esta forma, la alta costura se relacionaba con la valorización de la firma del diseñador, que obtenía prestigio con base en su posicionamiento en la sociedad o su ubicación. Si bien, su consumo era exclusivo, las siluetas que llegarían a definir la moda en la época salían de dichas casas.

En este periodo también se dio un impulso a las edificaciones públicas que debían corresponder con la imagen de orden y progreso promovida por la élite porfiriana. Sobre esto, Hira de Gortari afirma que: “para cumplir con tal propósito, era indispensable un sello arquitectónico marcado por la modernidad que reflejara en diseños y formas la riqueza y la opulencia de que disfrutaban los beneficiarios del crecimiento económico”<sup>57</sup>. El embellecimiento de la ciudad estaba, por un lado, en la creación de espacios de esparcimiento como plazas y parques públicos; por otro lado, en la promoción y planeación de calles para comercios que tuvieron el nombre de “paseos”.

Para la ornamentación de las ciudades se siguió el modelo de las metrópolis modernas como París y Londres. Si bien la planeación de la ciudad tuvo un fundamento evidentemente estético, también tuvo un carácter político. Según Michel Foucault, durante el siglo XIX surgió la premisa de que el Estado era como una ciudad, que servía como una matrix para su propio ordenamiento<sup>58</sup>. Siguiendo esta línea, en la Ciudad de México se adoptó el modelo francés: calles amplias que terminan en un monumento. Dicho esquema respondía a un discurso en el que las alegorías al pasado se convertían también en testigos del presente creando así una temporalidad

---

<sup>57</sup>Hira De Gortari, “¿Un modelo de Urbanización? La Ciudad de México a finales del siglo XIX” en *Secuencia*, Instituto Mora, D.F., 1987, pp.45

<sup>58</sup>Michel Foucault, “Space, Knowledge and Power, en Rainbow, Paul *The Foucault Reader*, Pantheon Books, Nueva York, 1984, pp. 239-256

uniforme y lineal. Del mismo modo, esto constituía “omni-ópticos”, es decir, una ciudad en la que las personas podían ver y ser vistos, creando así un “teatro urbano de autorregulación moral”<sup>59</sup>. De esta forma se hizo de la ciudad un espacio de orden político y social con soportes estéticos.

Además de lo anterior, la sociedad mexicana poseía marcadas diferencias de clase. La planeación urbana acentuó las diferencias y la idea de exclusividad de algunos espacios. Para Hira de Gortari “según las modas dominantes, la élite hizo alarde de su distancia social partiendo de una separación cada vez más drástica, respecto al resto de la población, en la forma de divertirse, reunirse y pasear, buscando un aire más exclusivo, siendo la exclusividad un rasgo distintivo y muestra inequívoca de refinamiento”<sup>60</sup>.

Dentro del proceso de civilización, la moda y sus espacios de exhibición y circulación, se volvieron parte del paisaje urbano. No solamente la ropa sino los espacios en que se adquirirían los vestidos y accesorios se convirtieron en un elemento de diferenciación tanto en la vía pública como en espacios privados. A continuación, daré ejemplos de lo planteado dividiéndolo en dos experiencias de moda diferentes: los establecimientos para su comercio, y la avenida de como espacio público de exhibición.

### **1.3 Las tiendas departamentales**

Las tiendas departamentales son un ejemplo de construcción, de la época, que afectó tanto el paisaje como las dinámicas de consumo para quienes podían acceder a sus mercancías. Anteriormente los artículos relacionados con el vestido se vendían en los “cajones de ropa”, donde

---

<sup>59</sup> Patrick Joyce, “City Past and City Present. Building the Liberal City” en Joyce, P., *The Rule of Freedom. Liberalism and the Modern City*, USA, Verso, 2003, pp. 144-182

<sup>60</sup>Hira De Gortari, “¿Un modelo de Urbanización? La Ciudad de México a finales del siglo XIX” en *Secuencia*, Instituto Mora,D.F., 1987, pp.46

se podían adquirir artículos como telas, pañoletas, entrepaños y accesorios como sombrillas, mascaradas y chales. La mayoría de estos comercios estaban ubicados en el centro de la ciudad. No obstante, a diferencia de las tiendas departamentales que aparecen tiempo después, la estructura de estos establecimientos era más bien rústica y tradicional. La dinámica de compra era que se debían pedir los artículos a un dependiente, quien tenía que sacar las diferentes opciones del “cajón”. Así que, únicamente se podía observar lo que ya se había planeado comprar.<sup>61</sup>

A finales del siglo XIX terminó de construirse el célebre “Palacio de Hierro” que adoptó su nombre debido a que, durante su construcción se identificó con ese apodo a la estructura de hierro del edificio. El modelo arquitectónico para la tienda se basó en los modelos parisinos de la época como Le Bon Marché y La Belle Jardinière.<sup>62</sup> Además de El Palacio de Hierro, El Centro Mercantil fue otro edificio significativo en esta etapa de modernización.<sup>63</sup>

Una de las características más importantes de estos dos establecimientos es la forma en la que las mercancías se colocaban en una especie de muestra museográfica. Como puede verse en las imágenes, las construcciones son espacios abiertos para la exhibición (figura 1) donde, en contraste con los “cajones de ropa”, la mercancía podía observarse y tocarse sin tenerla que solicitar al vendedor (figura 2). Recordemos que en esta época se celebraron exposiciones internacionales, como la Exposición Universal de París de 1889 y la Exposición Mundial Colombina de Chicago de 1893 para conmemorar los 100 años de la Revolución Francesa y 400

---

<sup>61</sup>Cristina Sánchez Parra, “Novedad y tradición. Las tiendas por departamento en la Ciudad de México y su influencia en el consumo, 1891-1915” Tesis para obtener el título de doctora en Historia por El Colegio de México, Ciudad de México, 2017.

<sup>62</sup>Ibid.

<sup>63</sup>Unas de las principales tiendas departamentales de la Ciudad de México fueron El Palacio de Hierro, El Surtidor, La Francia Marítima, La Reforma del Comercio, Las Fábricas Universales, Al Progreso Mercantil, El Puerto de Veracruz, Al Puerto de Liverpool, La Ciudad de Londres. Véase: Cristina Sánchez Parra, Ibid.

del descubrimiento de América respectivamente. En las ciudades se construyeron pabellones para exhibir objetivos con emblemas, minerales y máquinas de diferentes países. Las tiendas parecen haber llevado este modelo al consumo. La relevancia de la nueva forma de exhibir las mercancías es que ahora las compras podían ser un momento para el ocio. Es decir, las personas podían ir a las tiendas solamente para ver, estimular el deseo de las mercancías y ser visto.

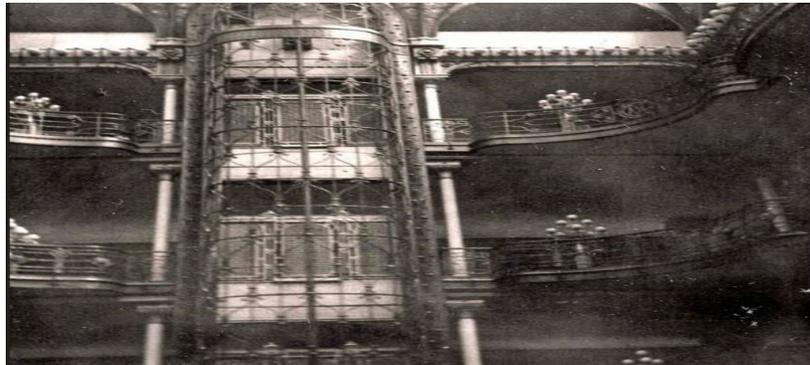
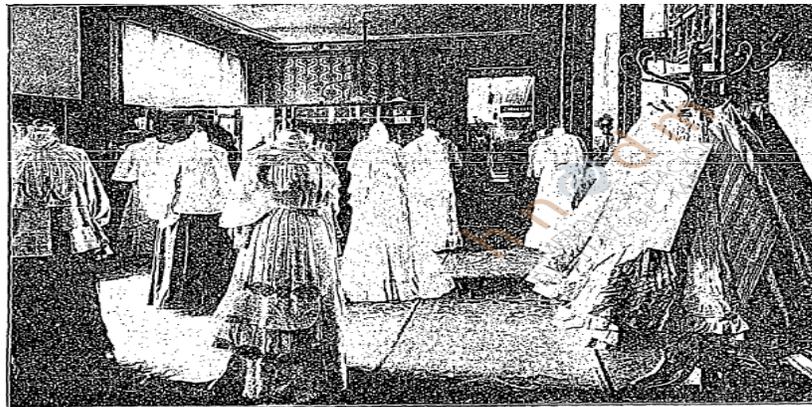


Figura 1. Interior del Centro Mercantil

Fuente: *El Universal* “La ciudad en el tiempo: El majestuoso Centro Mercantil”, 26 noviembre de 2017.



Departamento de confecciones y vestidos para damas.

Figura 2. Departamento de confecciones y vestidos para damas del Palacio de Hierro.

Fuente: *El Mundo Ilustrado* 18 de septiembre de 1904

La publicidad de estos establecimientos comerciales sirvió para mitificar estos almacenes. Los anuncios para las tiendas departamentales se colocaban en periódicos, revistas, estaciones de ferrocarril e incluso autos que se usaban para enviar mercancía a domicilio, a la vez que publicitaban la tienda<sup>64</sup>. Dentro de esta dinámica, la arquitectura de los edificios se convirtió también en un emblema publicitario. Los publicistas de este periodo se enfrentaron a la transformación y el embellecimiento del espacio y lo promovieron como espacios para consumo, vendiendo, además de mercancías, la idea de un estilo de vida. Esto fue usual en anuncios de tiendas como El Palacio de Hierro, Sedería El Paje, París Charmant y La ciudad de Londres (figura 3)<sup>65</sup>. Dichos establecimientos usaban sus edificios como emblema con ilustraciones en sus anuncios.



Figura 3. Publicidad de La Ciudad de Londres

Fuente: *El tiempo* 08 de agosto de 1909.

<sup>64</sup>Cristina Sánchez Parra, "La publicidad de las tiendas por departamentos de la Ciudad de México en los albores del siglo XX" en *Historia mexicana*, Marzo de 2020, pp. 1597-1646.

<sup>65</sup> S.F. "Paris Charmant. Un establecimiento de primer orden" en *El Mundo Ilustrado*, 03 de enero de 1903. Pp.73., S.F. "La Gran Sedería El Paje. Importante casa comercial" en *El Mundo Ilustrado*, 03 de enero de 1904. S.F. "La Ciudad de Londres" en *El Tiempo*, 08 de agosto de 1909, pp.4.

Sin embargo, como puede observarse en las imágenes, la representación del edificio de El Palacio de Hierro y La Ciudad de Londres en la publicidad es más bien un espacio imaginado. En las ilustraciones vemos que se muestra el edificio al centro y lo rodea un espacio abierto como si se tratara de una plaza. Al edificio lo envuelven personas bien vestidas y carruajes paseando o dirigiéndose únicamente a la tienda.<sup>66</sup>

Ciertamente esto no era una imagen fiel a la realidad puesto que las avenidas donde se ubicaban los almacenes no eran tan amplias y en ellas confluían personas de diferentes clases sociales, además de que había varios negocios alrededor. La siguiente imagen (figura 4) es un anuncio publicitario que apareció en *El Mundo Ilustrado*

**ALMACENES**  
**EL PALACIO DE HIERRO.**

Los más grandes y acreditados Almacenes de la República, por su extenso y variado surtido, por el sistema que tienen establecido

**DE TENER TODAS SUS MERCANCIAS MARCADAS CON NUMEROS CONOCIDOS Y VENDER TODOS SUS EFECTOS MUY BARATOS Y A PRECIOS INVARIABLEMENTE FIJOS.**  
Sistema reconocido como el que más favorece á los compradores.

**GRANDES NOVEDADES**  
**Para la Semana Santa y Estación de Verano.**

**SE ACABA DE RECIBIR UN INCOMPARABLE SURTIDO DE TELAS PARA VESTIDO, TANTO DE SEDA COMO DE LANA Y FINAS DE ALGODÓN**

Novena Melocotón, extra fino, ..... \$ 0.37	Inglaterra, género de lana y seda, gran novedad, ..... 1.50	Asiática Coruña, para seda, alta novedad, ..... 4.00
Novena, género muy bonito, imitación de lino, ..... 0.32	100 centímetros de ancho, para vestidos, ..... 1.75	Espectos PERLE, para seda, última moda, ..... 4.50
Novena, género, para lino, para trajes, ..... 0.50	100 centímetros de ancho, para vestidos, ..... 2.00	Espectos, género, para lino, novedad para el verano, ..... 3.50
Novena, tela hecha de pura lana, para trajes, ..... 1.50	Novena, género, para lino, novedad para el verano, ..... 2.50	Gran surtido de Corbatas negras, de seda, de ..... 1.50
Novena, género, para lino, para trajes, ..... 1.25	Novena, género, para lino, novedad para blusas, ..... 2.00	Gran surtido de Corbatas blancas, de seda, de ..... 2.00

**SE ACABAN DE RECIBIR LOS ÚLTIMOS MODELOS DE CONFECCIONES Y SOMBREROS PARA SEÑORAS Y NIÑOS**

**Gran surtido de adornos para vestidos.**  
Pasamanerías. Adornos sencillos de todos estilos. Cintas y aplicaciones de seda. Cotonés. Encajes. Brocados. Listones, etc., etc.

**Imenso surtido de camisas blusas para señoras.**  
Elegante corte, clase muy buena.  
Blusa de Zepita, clase superior, gran novedad de dibujo, ..... \$ 3.50  
Blusa de Cretona fino, colores lasterados, gran variedad de estilos, ..... 2.50  
Camisas blusas sobre medida, á precios módicos.

**Especialidades de la casa**  
Bonorería. Escocesa. Gueros de todas clases para vestidos. Perfumería. Cajas. Corbata. Paquetes. Sombreros. Caximires. Tocador. Muñecas, etc., etc.

**Mandamos catálogo general á todo el que lo solicite.**

Interesante á las señoras que vivan fuera de la Capital.  
Enviamos á las familias que vivan fuera de esta Capital las muestras que más piden. Todo pedido de un valor de \$10.00 cuando menos, y cuya suma no exceda de 100 pesos, será remitido á su destino PRANCO DE PORTE, siempre que para el lugar de destino del comprador exista Ferrocarril ó Express. Todos los pedidos que una dirijian deberán ser pagados al contado. Para mayor seguridad de las personas que así lo desearan y con el fin de facilitar el pago de sus pedidos, enviaremos á los señores compradores facturas correspondientes, cuyo valor deberá ser pagado al Express al entregar el bulto.

Figura 4. Publicidad de Almacenes El Palacio de Hierro de *El Mundo Ilustrado*.

Fuente: *El Mundo Ilustrado* 11 de abril de 1897

<sup>66</sup> Cristina Sánchez Parra, “La publicidad de las tiendas por departamentos de la Ciudad de México en los albores del siglo XX” en *Historia mexicana*, Marzo de 2020, pp. 1597-1646.

La imagen, da cuenta de la dimensión aspiracional de todo lo que rodea la tienda como espacio de consumo y de sociabilidad. Estos comercios se ubicaban en la avenida de Plateros que se convirtió, no sólo en corredor comercial, sino en un espacio para propiciar el paso hacia el consumo como una actividad de ocio y esparcimiento como veremos en el siguiente inciso.

La nueva dinámica de consumo trajo dos fenómenos, por un lado, una suerte de gentrificación del comercio de mercancías relacionadas con el vestido. Por el otro, en términos de alcance, significó la profesionalización de la publicidad, de manera que se dio gran importancia las imágenes, la inclusión de únicamente la información necesaria y estrategias de posicionamiento de los anuncios en los periódicos, así como incluir reseñas de lugares y modistas dentro de artículos.

A finales del siglo XIX, la información sobre cajones de ropa y modistas podía encontrarse en pequeños rectángulos en la sección de anuncios. Para inicios del siglo XX la estrategia fue diferente. La siguiente publicidad es de una casa de moda llamada “Casa A. Lafange, sucesoras” publicada en *El Imparcial* en 1911. El anuncio llama la atención por la fuente utilizada que recuerda a los afiches del Art Nouveau. En cuanto a la información, vemos que se limita a especificar la dirección y a enfatizar el hecho de que se mantienen actualizadas en relación con los últimos modelos de París. Además, destaca que se trata de una modista de primera categoría.

Al ver dónde está posicionado este anuncio, notamos que se encuentra en la misma página donde se dan noticias de carácter político y, en particular, un artículo de opinión sobre el manejo del Gobierno de la problemática que representaba el movimiento de Zapata. De manera que, los lectores de *El Imparcial* que estuvieran interesados en este tipo de noticias, en un contexto de

conflicto político, al pasear su vista por la página se encontrarían también con la publicidad de la “Casa A. Lafage”<sup>67</sup> (Figura 5).

The image shows a newspaper page from "EL IMPARCIAL" dated "Nueves 12 de Octubre de 1911". The main section is titled "SECCION EDITORIAL" and "ATILA A LAS PUERTAS DE EL GOBIERNO, LA SOCIEDAD Y ZAPATA". The text discusses political and social issues, mentioning figures like Zapata and the state of Mexico. To the right of the newspaper page is an advertisement for "Casa A. Lafage, Sucesoras" located at "AVENIDA JUAREZ, 44, MEXICO, D.F.". The advertisement is for furniture, specifically "Para Antesalas y Despacho", and lists prices for various items like "MUEBLES de Encino forrados de cuero" and "MADERA IMITACION CAOBA".

Figura 6. Publicidad de Casa A. Lafage

Fuente: *El Imparcial*

Para adaptarse a esto, por una parte, algunos comercios tuvieron que comenzar a publicitarse como “almacén” y ya no como “cajón. Esto fue el caso de “El progreso mercantil” ubicado en la calle Manterilla, cuya publicidad a principios del siglo XX lo nombraba como “Grandes almacenes El Progreso Mercantil”. Por otra parte, hubo comercios que no sobrevivieron al cambio de siglo. Por ejemplo, en 1902 el periódico *La voz de México* anunció el embargo del cajón de ropa “Las Fábricas de Francia”, el cual fue rematado y convertido en una sucursal de “El Palacio de Hierro”. También, el cajón de ropa “La Ciudad de Bruselas” se encontraba bajo un juicio de deuda de crédito en 1902 y fue rematado al año siguiente.

<sup>67</sup>S.F. “Casa A. Lafage” en *El Imparcial*, 10 de diciembre de 1911, pp.3

La desaparición de algunos comercios dedicados a la venta de telas y prendas de vestir puede explicarse por el oligopolio que representó la llegada de almacenes como el Palacio de Hierro. En esta época, la productividad de las fábricas textiles de México era alta, teniendo así tasas de utilidad bastante altas en comparación con otros sectores, incluso comparables con los estándares internacionales. La productividad se refiere a los niveles de producción en relación a los costos, integrados por la materia prima y la mano de obra. Sobre esta última, se sabe que el porfiriato se caracterizó por la explotación, lo que reducía los costos. A esto, le aunamos el hecho de que los socios de las fábricas textiles eran también dueños de empresas mayoristas. A los dividendos de las fábricas textiles se le sumaban las del almacén, multiplicando las ganancias que disfrazaban con descuentos.<sup>68</sup> De esta forma, los mayoristas o minoristas que buscaban comprar de la fábrica textil no podían acceder a la misma rentabilidad.

Usaré los siguientes mapas (figura 6) para explicar el fenómeno de la gentrificación de los comercios de mercancías suntuarias. El primero muestra la ciudad y los puntos son los comercios de artículos relacionados con el vestido (almacenes de ropa, tiendas de accesorios y zapaterías y modistas) y su ubicación en la Ciudad de México.

---

<sup>68</sup>Aurora Gómez Galvarriato Freer, “Industrialización, empresas y trabajadores industriales, del porfiriato a la Revolución: la nueva historiografía” en *Historia mexicana* vol. LII, núm. 3, marzo 2003, El Colegio de México, Distrito Federal, pp.773-804.



Figura 6. Mapa de comercios relacionados con el vestido.

Como se muestra en la imagen, los negocios relacionados con el vestido se concentraban en el centro de la ciudad, sin embargo, sí había, aunque en menor cantidad, modistas y negocios dispersos por el resto de la ciudad. Es probable que entre más alejado estuviese el negocio del centro de la ciudad, más accesibles fueran los precios y, por la falta de visibilidad, fueran menos reconocidos<sup>69</sup>. Por ejemplo, en la esquina de Tacuba y Empedradillo se encontraba el almacén “La Reforma del Comercio” que clamaba tener “precios sin competencia”<sup>70</sup>. Otro caso es la modista Consuelo Saldaña ubicada en el 165 de la calle Alzate, colonia Santa María. El local de esta modista se encontraba significativamente alejada del resto de los comercios de moda y en su publicidad decía ofrecer los precios más módicos<sup>71</sup>. También destacaba en su anuncio que solía ser parte de la casa de modas “París-México” y ahora trabajaba por su cuenta.

---

<sup>69</sup> Véase: Cristina Sánchez Parra, “Novedad y tradición. Las tiendas por departamento en la Ciudad de México y su influencia en el consumo, 1891-1915” Tesis para obtener el título de doctora en Historia por El Colegio de México, Ciudad de México, 2017.

<sup>70</sup> S.F. “Almacenes La Reforma del Comercio” en *Universal diario de la mañana* 05 de abril de 1899, pp.2

<sup>71</sup> S.F. “Consuelo Saldaña” en *El Imparcial*, 17 de agosto de 1912, pp.5

En cambio, las modistas cuyos talleres tenían una ubicación más céntrica hacían énfasis en su origen europeo o en estar al día con las modas y no en sus precios. Este es el caso de la modista Eufemia Moulat, ubicada en el número 10 de Plateros<sup>72</sup> quien en su publicidad decía que estaba de regreso de Europa. También, la modista Madame M. Damaris resaltaba ser una modista parisiense, ubicada en dos talleres diferentes: uno en la calle La Profesa y otro en la Calle Nueva. De igual manera, la ya mencionada “Casa A. Lafage” que se encontraba en el número 64 de la calle Juárez decía tener “exposición constante de los últimos modelos de París”<sup>73</sup>

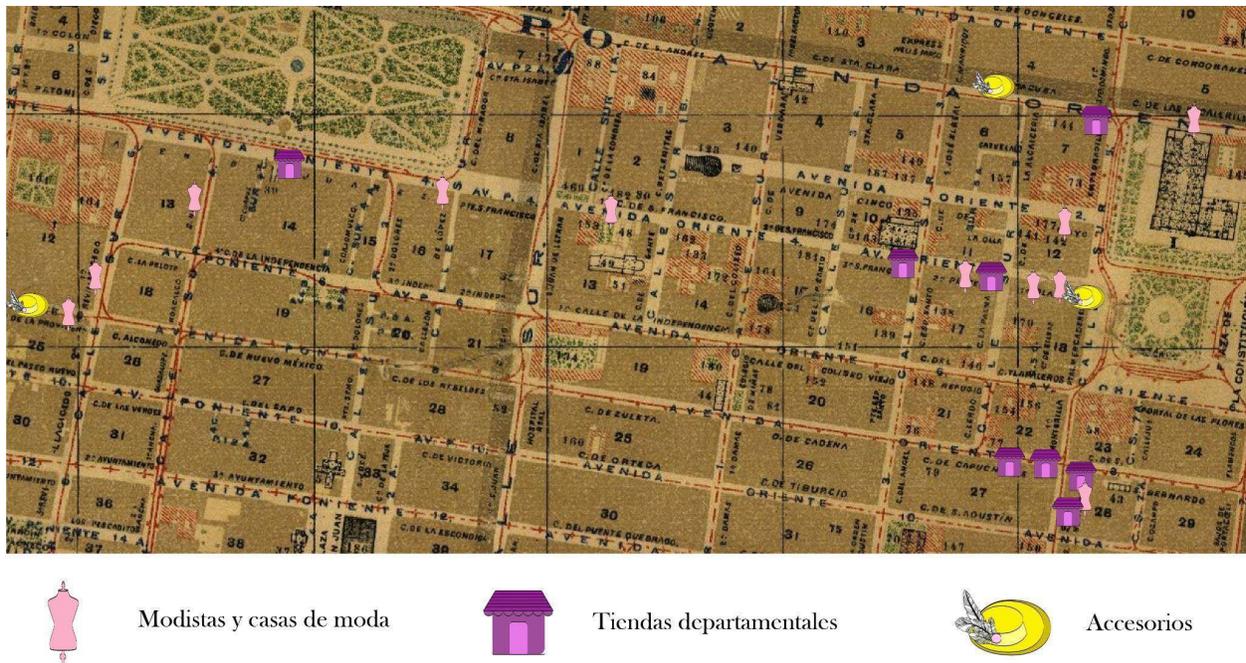


Figura 7. Mapa de comercios relacionados con el vestido con distinción de categorías

En el mapa anterior (figura 7) podemos apreciar la zona de negocios relacionados con el vestido y su concentración en el centro de la ciudad. También se muestra que hay una variedad de modistas y tiendas departamentales que se ubicaban principalmente en la avenida San Francisco y

<sup>72</sup> S.F. “Eufemia Moulat. Modista” en *El Universal de la mañana* 26 de septiembre de 1891, pp. 4

<sup>73</sup> S.f. “Casa A. Lafage” en *El Imparcial*, 10 de diciembre de 1911, pp.3

la Calle Plateros, haciendo de esta área un corredor comercial de artículos suntuarios. Además de las ya mencionadas, había algunas modistas que se mencionan en la prensa pero de las cuales no hay información sobre su ubicación o precios. Su publicidad se hacía mediante crónicas de eventos sociales donde se describían los atuendos de mujeres de la élite porfiriana y después se destacaba que eran creaciones de las modistas Paulina Delafontaine<sup>74</sup> o Elena Kossuth<sup>75</sup>. Probablemente estaban insertas en esta publicidad indirecta para mantener un aura de exclusividad mayor frente a la oferta de modistas que, para la primera década del siglo XX ya era numerosa.

#### **1.4 La Pasarela de Plateros**

Para esta época, la avenida Plateros se había consolidado como un corredor comercial de mercancías relacionadas con el vestido. Además, era también una calle transitada donde se ubicaban varios comercios y espacios para la convivencia. Sobre esto, un artículo de *El Mundo Ilustrado* titulado “Nuestra metrópoli” describe que “En la esquina de la Sorpresa, nuestras mujeres que van a comprar telas; en las puertas del Jockey Club, nuestros hombres que van a dejarse ver; y en medio, las señoras que van a la Sorpresa a comprar telas y los señores que van al Jockey Club, mezclados con gente de ambos sexos que no va a ninguna de ambas partes pero que va por plateros”<sup>76</sup>

Como se planteó en el apartado anterior, las tiendas departamentales permitieron hacer del consumo una especie de exhibición a donde uno podría ir solamente a pasear y observar los aparadores y las mercancías. A partir de este nuevo fenómeno y dado que Plateros era la ubicación de dichos comercios, la avenida también se convirtió en un lugar de esparcimiento y confluencia

---

<sup>74</sup> S.f. “Crónica de la semana” en *Violetas del Anáhuac*, 08 de abril de 1888 pp.10

<sup>75</sup> Titania, “Crónica de la semana” en *Violetas del Anáhuac*, 15 de abril de 1888 pp.10

<sup>76</sup> S.f., “Nuestra Metrópoli” en *El Mundo Ilustrado*, 21 de enero de 1900, pp. 6

social. Numerosos artículos de la prensa porfiriana hablan de aquellos que iban a Plateros solamente a pasear, como era el caso de los elegantes desocupados de los que habla *El Mundo*

*Ilustrado*:

El ir y venir de los desocupados elegantes, la afluencia de los hombres de negocios que necesariamente tienen que transitar por ahí para dirigirse a sus operaciones; la situación de lo que podríamos llamar “el comercio femenino”, esto es, el de joyas, encajes y sedas; todo contribuye a dar animación y vida a esa calle, prestándole el delicioso aspecto de un verdadero centro de cultura y elegancia.

En plateros podemos ver desde el empleado que regresa de su palatina oficina, hasta el elegante desocupado que no tiene más quehacer ni más preocupación que “ir a plateros”<sup>77</sup>.

El propósito del elegante desocupado en Plateros era “ver y ser visto”. No obstante, también observamos cómo se feminiza el consumo relacionado con la vestimenta al llamarle “comercio femenino”. En otro artículo titulado “Tres apuntes de color” el autor describe los puntos más llamativos de la Ciudad a través del relato de un caballero que sale a pasear con su novia. Al entrar en la avenida narra: “Hace un delicioso sol invernal, que alumbra mucho y calienta poco. Los títulos, en letras de oro, de los almacenes, brillan al recibir la fresca caricia matinal; los escaparates, bien limpios, relucientes, muestran las novedades de la estación, que singularmente atraen a las femeninas pupilas”<sup>78</sup>. Vemos que pasear por la avenida de Plateros era todo un momento de sociabilidad con propósitos diversos, en este caso, el cortejo, pero donde los comercios relacionados con la vestimenta eran los protagonistas.

Caminar o ir en carruaje por Plateros era un momento para la exhibición y la circulación de la moda. En la prensa porfiriana, visitar la avenida estaba identificado como una forma de actualizarse en las últimas tendencias de la moda. Sobre esto, *El Mundo Ilustrado* apunta en una

---

<sup>77</sup>Ibid

<sup>78</sup>S.f. “Tres apuntes de color” en *El Mundo Ilustrado*, 03 de enero de 1909. Pp.15

columna sobre adornos para los cuellos, que la búsqueda de la novedad es “casi una cuestión de honor. Nadie quiere queda por abajo; hay que inventar, hay que ver revistas extranjeras, hay que leer sobre lo que se usa en París y Londres, en Berlín; hay que salir a Plateros para ver por nuestros propios ojos, qué es lo que trae de nuevo el día”<sup>79</sup>. Ponerse al día con las nuevas modas en Plateros podía hacerse de dos formas: una, paseando por las tiendas departamentales, tiendas de sedería, y observando los escaparates de los comercios, o bien, viendo lo que los paseantes usan para ser vistos en la avenida.

El desfile de modas de Plateros fue tomado por *El Mundo Ilustrado* para promocionar a la modista francesa Mme. Lafage, quien apuntó el encanto del *voyeurismo* que se ahí se llevaba, al mismo tiempo que hace implícita la necesidad de verse bien en estos paseos: “Cada día van siendo mayores los atractivos que presentan el cotidiano Paseo de la Reforma y el desfile de la avenida Plateros tanto por los lujosos trenes que forman larga procesión, como por la magnificencia de las <<toilettes>> que lucen nuestras grandes damas, ya reclinadas en los sedosos almohadones de sus carruajes, ya deslizándose por la acera con el andar rítmico propio de las mujeres mexicanas”<sup>80</sup>

Plateros era, para muchos redactores, el reino de las frivolidades. Hubo quienes ridiculizaron la dinámica social generada en la avenida y destacaban su banalidad. Carlos González Peña lo relata en una columna de *El Mundo Ilustrado* de la siguiente forma:

Y por la acera avanza también el ejército de los de a pie: el gomoso de sombrero Panamá y amarillos choclos, la matrona exuberante de carnes, que sigue a la prole en la cual se hallan representadas una fecha de cada uno de los años de dos lustros; el pequeño rentista, el empleado, la griseta...la turba disímbola, varia, que al caer la tarde, desde que agoniza el crepúsculo hasta bien sonadas las siete, invade Plateros en busca del modesto solaz de ver caras distintas, de embriagarse

---

<sup>79</sup>S.f. “Confecciones a domicilio” en *El Mundo Ilustrado*, 20 de junio de 1909.

<sup>80</sup>S.f. “El Taller de Mme. Lafage” en *El Mundo Ilustrado*, 3 de enero de 1904.

de ruido, y entre la cual no falta, por cierto, el provinciano atolondrado que se engenta<sup>81</sup>

La cita anterior nos muestra dos elementos importantes. El primero es una descripción con tono burlesco del estereotipo, tanto femenino como masculino de los paseantes de Plateros. Para el caso del hombre, se refiere a él como “gomoso”<sup>82</sup>, apodo que en la época se utilizaba para designar a quienes seguían la moda hasta llegar a la ridiculez y a quien identifica por usar sombrero estilo Panamá. Para la mujer, habla de una “matrona”<sup>83</sup> es decir, una madre de familia, que exagera sus curvas y va acompañada de sus hijos de varias edades.

Podemos ver una representación similar a la descripción hecha por Carlos González en la figura 8. Ahí se muestra un hombre caminando, vistiendo traje sastre y un sombrero estilo Panamá, y a dos mujeres ataviadas con la moda de la época, exagerando sus curvas y paseando por la acera. El segundo elemento a destacar es que, si bien los artículos de la prensa porfiriana y las representaciones de Plateros en la prensa no lo indican, existía una confluencia de distintas clases sociales en esta avenida, lo que nos da nuevas evidencias de la marcada desigualdad del país.

---

<sup>81</sup>Carlos González Peña, “Lo frívolo” en *El Mundo Ilustrado*, 11 de abril de 1909.

<sup>82</sup>“Nombre con que se designa al joven elegante que extrema hasta la ridiculez los caprichos de la moda, afectando toda suerte de amaneramientos así con el vestido como con el lenguaje...Que sucesiva o simultáneamente se le ha llamado currutaco, paquete, lechuguino, petimetre, dandy, cocodés, crevé y gomoso”. En Elías Zerolo, *Diccionario enciclopédico de la Lengua Castellana*, París, Garnier Hermanos, 1895.

<sup>83</sup> “Madre de familia, noble y virtuosa”. En Elías Zerolo, *Diccionario enciclopédico de la Lengua Castellana*, París, Garnier Hermanos, 1895.



Figura 8. Mujeres paseando por la calle plateros  
Fuente: SINAFO núm. de inventario 162136

En la siguiente imagen (figura 9) podemos ver una interpretación diferente de la misma avenida de la que se representa en las imágenes publicitarias de El Palacio de Hierro y a las descripciones de la prensa. En esta ilustración de *El Mundo Ilustrado* se muestra una avenida transitada donde la confluencia de personas es significativa, además, si vemos de cerca, podemos identificar, por la ropa que usan los personajes, que en esta imagen hay una mezcla de clases sociales.

Lo anterior está presente también en la litografía titulada “Plaza Guardiola” (figura 10), donde se ilustra a personas distribuidas por la avenida Madero. En esta imagen podemos ver todos los estereotipos de los que he hablado anteriormente y que pueden ser fácilmente identificados por su vestimenta. Primero están las mujeres elegantes en carruajes, también, vemos a dos mujeres caminando por la calle con vestidos sinuosos y cargando un parasol. En la acera puede apreciarse

a un hombre con sombrero de copa y un bastón. No obstante, estos tipos sociales relacionados con el cosmopolitismo y descritos por la prensa porfiriana no son la mayoría de los que se encuentran en esta avenida. La mayoría de los personajes son mujeres que portan enaguas y rebozo y hombres con sombreros de palma.

Ambas imágenes brindan una visión más costumbrista de la avenida Plateros que contrasta con el retrato glamurizado creado por las tiendas departamentales y la prensa porfiriana que parece intentar emular a las grandes capitales europeas. El esparcimiento social propiciado por el consumo de prendas y mercancías relacionadas con el arreglo personal trajo también nuevas evidencias de una marcada diferenciación social. Con base en lo anterior, deduzco que la reafirmación de clase a través del vestido de las clases medias y altas de la Ciudad de México era intencionada y con el propósito de mostrarse como quienes llevarían al país la idea europea de civilización.



Figura 9. La avenida de plateros

Fuente: *El Mundo Ilustrado* 21 de enero de 1900.



Figura 10

Plaza Guardiola y Casa de los azulejos, litografía. Ca. 1905-1910

Archivo Casasola, SINAFO, num. de inventario 124683

La siguiente imagen (figura 11) ilustra una aspiración que combinaba el ideal nacionalista con la modernidad y el consumo, se trata de una ilustración del norteamericano James Montgomery para el periodico *Scribner's*. El autor forma parte de una ola de ilustradores populares a inicios del siglo XX en Estados Unidos que mayormente dibujaban a mujeres jóvenes vestidas a la moda. En esta imagen en particular existen dos aspectos que no se encontraban en las ilustraciones mostradas hasta este punto: juventud y movilidad. La litografía muestra a dos jóvenes, lo que infiero por el juego de luces en su rostro, creando luminosidad y redondez, además de el énfasis en los ojos. Ellos pasean por la ciudad y portan ropas apropiadas para esto, como la boina del hombre, en lugar de un sombrero de copa, y el traje de dos piezas de la mujer. Todo adornado por un sombrero con plumas que en la época denotaba prosperidad por lo costosas que eran las plumas por su carácter exótico. Esta imagen muestra la epítome de la aspiración burguesa de principios del siglo XX, en este caso de Estados Unidos, pero que también puede extrapolarse al caso mexicano: la idea de ser una nación al corriente con las formas de consumo, el

embellecimiento de las ciudades y las tendencias en la ropa, que daban la impresión de estar en la misma línea temporal que los países europeos.



Figura 11: Ilustración de *Scribner's* de James Montgomery Flagg Ca. 1907

Fuente: Paul Giambarba, *100 Years of Illustration*

Con base en lo anteriormente presentado concluyo con tres enunciados que definieron el contexto general de la moda hegemónica durante la época estudiada. En primer lugar, como se puede notar en los adjetivos presentes en las definiciones del término moda (capricho, fantasía, lujo), la moda estaba ligada al deseo. En segundo lugar, para esta época, no podía pensarse la moda hegemónica como algo separado de la modernidad, es decir, estaban estrechamente ligados. Por último, en la ciudad, que para esta época era un escenario para el ordenamiento político y social, la moda era una forma de diferenciación de estamentos sociales.

## **Capítulo 2: Apariencia, moda y género entre las mujeres burguesas.**

En el presente capítulo examinaré la feminización de la moda y la crítica que esto atrajo entre las feministas de la época. También daré cuenta de cómo en el discurso la moda fue una forma de mantener el orden en las expresiones de identidad de género que para la época se consideraban fijas e inmutables. Exploraré la construcción de un ideal femenino burgués que se expresaba y leía en la apariencia y qué elementos lo constituían como un atributo de clase.

### **2.1 La feminización de la moda y su carácter esencial entre la sociedad burguesa.**

A finales del siglo XIX la moda se consideraba algo del ámbito femenino, no obstante, esto era relativamente nuevo. En siglos anteriores, especialmente durante el renacimiento y la época de las monarquías absolutistas, la ornamentación en el vestido era común entre los hombres. El uso de maquillaje, pelucas, colores llamativos y materiales costosos era parte de la vida cotidiana de los hombres en las cortes. El historiador de la moda Giorgio Riello llama “la gran renuncia” a la feminización de la moda. Lo cual consiste en que: “El hombre abandonó la pretensión de ser bello y se preocupó exclusivamente de ser práctico”<sup>84</sup>. A partir de la invención del Estado y la ciudadanía, si bien, el vestido tenía cierta importancia, la preocupación de los hombres era simplemente ir correctamente vestido, pero no de forma elaborada o especialmente elegante.

El traje sastre se consolidó como la vestimenta masculina por antonomasia a finales del siglo XVIII e inicios del XIX. En esta época, también podría decirse que se llevaron a la práctica en la gobernanza los principios de ciudadanía e igualdad entre los hombres, temas que habían estado en las discusiones políticas a lo largo de los siglos XVI, XVII y XVIII. Para esta etapa, los Estados liberales y republicanos fundamentados por las ideas de autores como Hobbes, Locke y

---

<sup>84</sup>Giorgio Riello, *Breve historia de la moda*, Gustavo Gill, Barcelona, 2016.

Rousseau reflexionaban en torno a la propiedad, la administración de bienes y la distinción entre la vida pública y la privada.

De esta forma, los hombres burgueses, bajo las pautas de civismo e igualdad debían vestirse de forma uniforme y austera, puesto que a ellos les correspondía la vida pública y la correcta administración de la riqueza. No obstante, la oportunidad para la exhibición de las riquezas familiares seguía dándose en situaciones sociales, sólo que ahora las mujeres eran las que podían llevarlo a cabo. Ellas estaban al margen de estas discusiones, así que sus opciones en cuanto al vestido eran más amplias. Podían exhibir joyas, vestidos y textiles lujosos que simbolizaban la prosperidad de su familia o grupo social. Así, el binomio mujer y moda se convirtió en un emblema para la sociedad burguesa.

Sin embargo, se ha visto a lo largo de la historia que los hombres también han sido fieles seguidores de la moda, aunque fuese dentro del patrón de vestimenta anteriormente mencionado. Como resultado tenemos a los estereotipos populares como el Dandy en el siglo XVIII, los currutacos a inicios del XIX<sup>85</sup> y el Flaneur de finales del siglo XIX<sup>86</sup>. Aun así, las mujeres eran quienes abiertamente permanecían al tanto de las tendencias en la moda. Por eso los semanarios como *El Álbum de la Mujer* o la sección “Para damas” del semanario Ilustrado *El Tiempo, El Imparcial* o *La Voz de México* hablaban mayormente sobre moda.

En el contexto estudiado, la moda era algo propio de la ornamentación y por eso se consideraba superfluo. Esto fue sostenido por un artículo del periódico *La Convención Radical Obrera*, donde el autor hizo una analogía entre lo innecesario de la moda y el embellecimiento de

---

<sup>85</sup> Ver: Julieta Perez Monroy, “La moda en la indumentaria: del barroco a los inicios del romanticismo en la Ciudad de México (1785-1826), Tesis de doctorado, Universidad Nacional Autónoma de México, México D.F., 2001.

<sup>86</sup> Ver: Walter Benjamin, “II. El flâneur” en *El París de Baudelaire*, 97-137, Eterna cadencia, Buenos Aires, 2012

la Ciudad de México, cuando en el país la situación de la educación pública era precaria. Sobre esto, el autor argumentó:

No se ha querido comprender que el adelanto de un pueblo consiste especialmente en su buena educación y su instrucción, y que la parte secundaria son las mejoras materiales. Esto es semejante a la propensión de ciertas jóvenes currutacas, que atienden más al lujo exterior y a las exigencias de la moda, que a enriquecer su inteligencia y sus sentimientos con enseñanzas ilustradoras y provechosas. Esto es cuidar del falso oropel con que se cubre una estatua de lodo, sin procurar ennoblecer su interior corrupto y deleznable.<sup>87</sup>

La analogía de la moda y la priorización de las mejoras con propósitos de embellecer frente a la educación, cobraba perfecto sentido en este argumento como resultado de la carga semántica que hemos encontrado que poseía el término “moda” en este momento, se trataba de fantasías, caprichos y de guardar las apariencias. El autor del artículo anteriormente citado parecía estar acusando al gobierno de ser una especie de política de las apariencias, donde lo que importaba era lo cómo se veía la ciudad en la superficie, igual que los individuos a la moda. No obstante, existe en este argumento una carga de sexismo, puesto que, en la analogía, el autor habla solamente de “jovencitas” y acusa a los gobernantes de ser eso: frívolas jovencitas a la moda.

Sin embargo, hubo réplicas a esta etiqueta de frivolidad dada a las mujeres que se interesaban en la moda. A finales del siglo XIX y principios del XX, autoras como Concepción Gimeno de Flaquer, María Luisa y Emilia Calé publicaron artículos que parecían posicionarse dentro del feminismo de primera ola, promovido por autoras como Mary Wollstonecraft. Los preceptos principales de esta línea de pensamiento defendían el acceso de la mujer a la educación y con ello, al trabajo bien remunerado en caso de necesitarlo. Dentro de esta línea de pensamiento, una de las herramientas discursivas más utilizadas para abrir debates era reprobar

---

<sup>87</sup>Luis G. Rubín, “Las Escuelas Nocturnas de Obreros” en *La Convención Nacional Obrera* 10 de julio de 1892, pp.1

el hecho de que a las mujeres se les calificara de frívolas por el gusto a la moda. Los argumentos para rechazar el prejuicio anterior afirmaban que el gusto por la moda “No es natural, sino que surge, como la falsa ambición en los hombres, del amor por el poder”<sup>88</sup>.

De esta forma, una de las etiquetas más usadas para las mujeres que seguían las modas era la de “coqueta”. Sobre dicho estereotipo escribió un artículo la colaboradora española de *El Álbum de la Mujer* Emilia Calé<sup>89</sup>. Ella denunció la preponderancia que la sociedad de la época daba al estar a la moda frente a otras virtudes femeninas y la doble moral de los juicios de los hombres hacia las mujeres. En su texto, declaró:

Nosotros preguntamos a esos mismos hombres que condenan el lujo y censuran a la mujer que lo ostenta, por qué se fijan más en la que luce más galas y más culto rinde a la caprichosa deidad de la moda, por qué no buscan a la joven modesta y, hasta añadamos, desgraciada, que vive retirada en el fondo de su hogar, siendo por sus virtudes el encanto y el sostén de sus padres, y galantean en cambio a las que llevan más costosos atavíos<sup>90</sup>.

Para la autora, la mujer coqueta era el resultado del análisis de las mujeres sobre las preferencias de los hombres. Por lo tanto, los tacha de hipócritas al desdeñarlas por la misma razón por la que las enaltecían. Posteriormente, continuó: “Esa es la sociedad; aprecia y distingue a la mujer según el ostentoso aparato de galas que ofrece. No condenarla, pues, si sus desaciertos son el fruto consiguiente del poco aprecio que aquella rinde a la virtud”<sup>91</sup>. Con esto, la autora presentaba la contradicción a la que se enfrentaban las mujeres: Por un lado, se esperaba que mantuvieran las virtudes de la feminidad decimonónicas relacionadas con la cristiandad. Por otro lado, su triunfo en sociedad dependía, en gran parte, de su “coquetería”, que era fuertemente criticada.

---

<sup>88</sup> Mary Wollstonecraft, *Vindicación de los derechos de la mujer*, Istmo, Madrid, 2005, pp.81

<sup>89</sup> Emilia Calé Torres de Quintero, “La coqueta” en *El Álbum de la Mujer*, 8 de febrero de 1885, pp. 52

<sup>90</sup> Ibid

<sup>91</sup> Ibid

Asimismo, en torno al tema del trabajo femenino se publicó una columna de opinión que llevó por título “La mujer nueva” dentro de las páginas de *El Mundo Ilustrado* del año de 1897.<sup>92</sup> El autor escribió bajo el nombre de N. Bolet Peraza e inició su texto discutiendo el uso de pantalones entre las mujeres. Probablemente se refería a la prenda que surgió durante la segunda mitad del siglo XIX de pantalones abombados llamados *bloomers* o pantalones turcos. Su postura era la siguiente: si bien, no estaba de acuerdo con la “transmutación aparente de la mujer en hombre”<sup>93</sup> entendía la situación dentro de las malas condiciones materiales de las mujeres trabajadoras.

Como argumento de lo anterior, relató un hecho que sucedió en Estados Unidos, donde un operario de alumbrado en Brooklyn sufrió un terrible choque eléctrico y al momento de brindarle atención médica los doctores se percataron de que se trataba de una mujer. La joven se vestía de hombre porque era consciente de que, si se presentaba como mujer no conseguiría el empleo o su salario sería menor. Para terminar, el autor afirmó: “¿No le parece bien al lector la mujer vestida de hombre? Estamos de acuerdo; pero si todas se pusiesen los pantalones, no por eso habría yo de calarme el hábito y meterme a fraile”<sup>94</sup>.

La masculinización femenina era una crítica a las mujeres, pero se convirtió en un campo de reflexión para hablar sobre sus condiciones de vida. Otro caso relacionado con el uso de los *bloomers* lo relató *La voz México* en el artículo “La mujer del siglo venidero”: “La mujer del porvenir no ceja en su empeño de masculinizarse, procurando no sólo ejercer cuantas carreras y profesiones eran hasta hoy privilegio exclusivo del hombre, sino de su derecho de vestir y

---

<sup>92</sup> N. Bolet Peraza, “La mujer nueva” en *El Mundo*, 07 de febrero de 1897, pp.3

<sup>93</sup> Ibid

<sup>94</sup> Ibid.

exhibirse en público, con el hídrico traje del que forman parte prominente los célebres *bloomers*”<sup>95</sup>.

Después, relató la siguiente situación: dos mujeres vestidas con *bloomers* arribaron a un teatro con la intención de comprar boletos para la función. El expendedor no quiso dejarlas entrar por no estar vestidas para la ocasión. Una de ellas se fue molesta, pero la otra se quedó, prometiendo un proceso por daños y perjuicios al expendedor, a quien también le exigió que la dejara entrar en palco “desde donde presencié la función sin cuidarse de las miradas y comentarios del público”<sup>96</sup>

La prenda en cuestión surgió mediados del siglo XIX, diseñada por la estadounidense Amelia Bloomer. Dicha pieza consistía de pantalones anchos que daban la impresión de ser una falda, pero sin llegar a disimular que se trataba de pantalones. La propuesta respondía más a cuestiones de salud y comodidad, producto de un contexto de mayor tiempo de ocio y la popularización del deporte entre las mujeres. Posteriormente, instituciones como la American Woman’s Rights Association en Estados Unidos comenzaron a defender la prenda desde un posicionamiento político, por lo que la pieza suntuaria se convirtió en una especie de excusa para abrir discusiones sobre el papel de las mujeres burguesas en la sociedad. Si bien, no se puede comprobar que los *bloomers* hayan sido una tendencia usada por las mujeres mexicanas, las reflexiones que estos iniciaron sí estuvieron presentes en la prensa femenina.

Con base en lo presentado anteriormente, deduzco que una consecuencia de la plena feminización de la moda fue que la forma de portar las prendas también podía implicar un desordenamiento en las expresiones de identidad de género que, en la época y entre la burguesía

---

<sup>95</sup> S/f. “La mujer del siglo venidero” en *La voz de México*, 25 de octubre de 1895, pp.1

<sup>96</sup> *Ibíd.*

pretendían ser fijas e inmutables. Esto se explicaba en la prensa clasificándose como la masculinización de las mujeres o feminización de los hombres.

Sobre lo anteriormente planteado reflexionaba el artículo “Oh Frívolas Mujeres” en la revista *Zigzag*. En él se lee: “De frívolas y vanas acusamos a todas horas a las mujeres, por su eterno ideal de someterse incondicionalmente al dominio de la moda”<sup>97</sup>. En este enunciado se definió a la moda como un ente poseedor de gran influjo y que someterse a él implica frivolidad. Después, el autor acusó a los hombres de ser de la misma forma y puso énfasis en la tendencia de poner flores como adorno en la levita:

El hombre, no conforme con vivir esclavo de la moda veleidosa y tiránica, al igual que la mujer, ha llevado su desplante hasta penetrar en dominios que sólo a esta pertenecen por derecho propio; ha puesto osadamente la mano en el tallo de las flores para prenderlas coquetamente en la solapa de su levitín, haciéndose reo de un afeminamiento que pugna con la virilidad de su sexo<sup>98</sup>.

Las flores y la ornamentación, según el autor del artículo, se consideraban algo puramente femenino. Al adoptarlas los hombres, accionaban de una forma que no les correspondía. No obstante, el tono de la cita anterior es irónico y expresa lo que, para él eran las concepciones sobre la moda en su momento de escritura: “veleidosa y tiránica”. Después procede a decir que, desde la creación del mundo, la necesidad de adornarse ha sido “flaqueza igualmente visible en el hombre”<sup>99</sup>, pero que aun así “apenas habrá petimetre relamido que no haya exclamado alguna vez: ¡Oh, frívolas mujeres!”<sup>100</sup>.

---

<sup>97</sup>Roberto Lara, “¡Oh frívolas mujeres!” en *Zigzag*, 13 de febrero de 1910, pp. 14

<sup>98</sup>Ibid

<sup>99</sup>Ibid

<sup>100</sup>Ibid

La moda, a pesar de considerarse como algo frívolo, parecía ser un mal necesario y aceptado, siempre y cuando no fuera en contra de la moral. Sobre esto, el manual de Carreño establecía: “El imperio de la moda pierde toda legitimidad, todo derecho, todo dominio en los círculos de personas bien educadas, desde el momento en que de alguna manera ofende la moral y las buenas costumbres”<sup>101</sup>. El autor venezolano también reconocía que la moda es un imperio al cual sus lectores deben someterse, pues más tarde afirmaba: “Las formas y demás condiciones del traje que debemos llevar en sociedad, están generalmente sujetas a los caprichos de la moda y a ellos debemos someternos”<sup>102</sup>. Según el manual de Carreño, que tuvo el propósito de ser aplicable en situaciones sociales, la moda es un deber entre la sociedad.

En la misma línea, un pasaje de la novela *Baile y Cochino*, que analizaré más profundamente en el siguiente capítulo, del autor José Tomás de Cuéllar relató la preparación de tres hermanas de clase media para asistir a un baile y describe:

Aquellas niñas habían observado con ese ojo perspicaz de la polla a la moda, que las mujeres deben ostentar hoy una curva saliente en la región del coxis, ni más ni menos que si se tratara de un absceso, de un fibroide imposible o de una jiba de dromedario; y no hay que preguntar el porqué de esa protuberancia. La moda tiene sus exigencias, a que obedecen así las muchachas enhiestas como las cargaditas de hombros.<sup>103</sup>

En la cita, el autor describió cómo los personajes de su novela caían en la ridiculez, al comparar las siluetas de moda con animales o protuberancias no consideradas bellas. Sin embargo, aun así, la moda no se cuestionaba y las jovencitas obedecían sin importar su compleción. Aunque la

---

<sup>101</sup>Manuel Antonio Carreño, *Manual de Urbanidad y buenas maneras para uso de la juventud de ambos sexos en el cual se encuentran las principales reglas de civilidad y etiqueta que deben observarse en las diversas situaciones sociales; precedido de un breve tratado de los deberes morales del hombre*, Bouret, París-México, 1920, pp.280

<sup>102</sup>Ibid pp.326

<sup>103</sup>José Tomás de Cuéllar, *Baile y cochino*, CONACULTA, Ciudad de México, 2013, pp.45

novela *Baile y Cochino* se mofaba de esta condición, la idea de que la moda ordena sin más, se repetía frecuentemente en los artículos sobre moda de la prensa porfiriana.

En 1881, la sección “Revista de modas” de *El Álbum de la mujer* anunció que “parece decidido por la moda que las jóvenes se presentarán ataviadas con telas ligeras”<sup>104</sup>. Más tarde, en 1903, el periódico *El Popular* en su sección para damas dedicada a la moda, declaró: “La moda ha decretado al efecto de los hombros caídos y los cuellos esclavinas están a la orden del día”<sup>105</sup>. La revista, llamada *Zigzag* que también dedicaba una sección a la moda, afirmó: “La moda ha decretado que estos trajes se lleven sin cuello”<sup>106</sup>. Con este tipo de enunciados iniciaban la mayoría de las notas de tendencia de la prensa sobre moda. De esta forma, se reconocía que la moda constantemente decidía, exigía y decretaba. La relación entre las mujeres y la moda se concebía unilateral, donde la moda decretaba y las mujeres acataban, aparentando que las mujeres no tenían mucha participación dentro de la dinámica y solamente consumían los artículos de moda o trataban de imitarla sin reflexión previa.

Otro aspecto de la forma en la que se conceptualizaba a la moda era la relación entre moda y fantasía. Esto se repite en la prensa. Las columnas donde se describía la moda del momento, normalmente categorizaban a las tendencias como una fantasía. Por ejemplo, en un artículo de la revista *Zigzag* de 1910 se leía: “La moda en sus nuevas fantasías, requiere mucha gracia, sencillez y simetría”<sup>107</sup>. Aquí anoto que la moda es la que crea esas fantasías y las mujeres, para llevarla a cabo, necesitaban de los requisitos indicados. En otro artículo de la misma revista del mismo año, se enunció: “El triunfo de las bellas es completo, ataviadas con esa variedad casi fantástica, que

---

<sup>104</sup> S/f. “Revista de Modas” en *El Álbum de la Mujer* 29 de enero de 1881.

<sup>105</sup> S/f. “Para las damas” en *El popular*, 24 de agosto de 1903.

<sup>106</sup> S/f., *Zigzag*, 20 de marzo de 1910, pp.1

<sup>107</sup> Coqueta, “Para las damas por coqueta” en *Zigzag*, 13 de marzo de 1910, pp.17

adornos y matices nos trae la moda”<sup>108</sup> Nuevamente, la moda creaba estas fantasías que, según la cita anterior, ayudaban a las mujeres a triunfar en situaciones sociales.

La fantasía remitía a la posibilidad de las mujeres de cambiar su aspecto, convirtiéndolo justo en eso: una fantasía. Lo anterior fue un tema de discusión en la prensa, puesto que, gracias al atavío, las mujeres podían aparentar algo que no era. Esto podía ser, por una parte, una belleza no natural. Por otra parte, una clase social que no era la suya. Sobre esto hablaremos más en el tercer capítulo.

Uno de los semanarios que más se pronunció en contra de la manipulación de la apariencia fue *El Tiempo*. Ahí apareció un artículo en 1896 titulado “El traje de la mujer”. El autor inició hablando sobre lo que él consideraba verdadera belleza y para argumentar describió a la venus y otras imágenes del arte clásico. En esta ocasión se relacionó a la belleza con los patrones estéticos del arte Occidental. El autor sostenía que las siluetas femeninas reproducidas en las obras de arte europeas que él cita, eran más bellas que las curvas exageradas que trata de imponer la moda: “Es el parecer en los círculos de la moda en estos tiempos, que la naturaleza ejercitó el sentido común para hacer al hombre, pero cometió un desatino imperdonable al fabricar la mujer”<sup>109</sup>.

La moda como recurso que permitía a las mujeres transformar su cuerpo fue tema de discusión durante el periodo a estudiar. Frecuentemente se condenaba a las mujeres a la moda de no poseer belleza o elegancia natural. Por ejemplo, en un cuento que apareció en *El correo español* el autor de nombre Gelpelo describió a la protagonista como una mujer bella y “no con el aire afectado de las jóvenes de nuestra ciudad, no, pero sí con una elegancia típica, con una elegancia natural de las campesinas del norte de España que sin necesidad de recurrir a los suplicios de la

---

<sup>108</sup>Coqueta, “Para las damas por coqueta” en *Zigzag* 30 de enero de 1910, pp. 15

<sup>109</sup>S/f. , “El traje de la mujer” en *El tiempo*, 4 de noviembre de 1896, pp.1

moda nos cautivan con un porte atractivo. En ella nada hay ficticio, ninguna necesidad tiene de ello”<sup>110</sup>. En este párrafo salta el hecho de que la protagonista, al ser campesina, no necesita recurrir a la moda, lo que nos dice que la moda es también un fenómeno de las ciudades.

Lo anterior se encuentra también en los manuales de urbanidad. La palabra urbanidad deriva del latín *Urbanitas*, que indica lo referente a la ciudad. En ellos se indican pautas de comportamiento en sociedad incluyendo la vestimenta y la moda. Por ejemplo, en el *Manual de Urbanidad y buenas maneras* del venezolano Antonio Carreño se lee: “El imperio de la moda, a que debemos someternos en cuanto no se aparte de la moral y de las buenas costumbres, influye también en los usos y ceremonias pertenecientes a la etiqueta propiamente dicha, haciendo varias a veces en un mismo país la manera de proceder en ciertos actos y situaciones sociales”<sup>111</sup>.

En la cita anterior, destaco dos cosas: la primera, hay una aceptación y reconocimiento de que seguir la moda es necesario y es un deber, siempre y cuando no vaya en contra de la moral. Esto indica que la moda es también un elemento de civilización, puesto que los manuales de urbanidad eran las normas de civilidad del siglo XIX. La segunda: la moda, en el texto, se concibe como a usos y costumbres y no es exclusiva de los trajes y complementos.

Posteriormente, habla sobre la moda en la forma de vestir y enuncia:

La diversidad en las piezas de que consta el traje, en las telas que para ellas se eligen, y en las formas que les da la moda y el gusto de cada cual, es una prueba evidente de que nuestros vestidos no tienen por único objeto el cubrir el cuerpo de manera honesta y decente, sino también contribuir a hacer agradable nuestra persona, por medio de una elegante exterioridad.<sup>112</sup>

---

<sup>110</sup>Gelpelo, “Laura”, *El Correo Español* 4 de septiembre de 1909, pp.1.

<sup>111</sup>Manuel Antonio Carreño, *Manual de Urbanidad y buenas maneras para uso de la juventud de ambos sexos en el cual se encuentran las principales reglas de civilidad y etiqueta que deben observarse en las diversas situaciones sociales; precedido de un breve tratado de los deberes morales del hombre*, Bouret, París-México, 1920, pp.44.

<sup>112</sup> Ibid

La cita anterior reafirma lo que se había dicho anteriormente: el autor reconoce que estar al tanto de la moda es necesario entre la sociedad que seguía estas pautas. Además, el objetivo de esto es el agrado, lo que implica que las personas dentro de esta dinámica serán vistas y verán a los demás. Así, el sistema de la moda se construye en sociedad y en relación con los otros, lo cual indica que la moda es una herramienta en la construcción de la identidad.

En el *Manual de Urbanidad* queda claro que la moda debe seguirse, siempre y cuando no vaya en contra de la moral. Sin embargo, los límites de la moda no se ven del todo trazados en los escritos de la prensa al respecto. La moda se admira por sus caprichos y fantasías, pero también se reprueba por las mismas razones. Un ejemplo de cómo la moda es rechazada lo encontramos en el periódico *El tribuno católico*. En este número aparece un relato donde San Pedro controla el paso de ciertos personajes al cielo. Ahí se lee que:

Una mujer con traje de percal y mantón de Manila, que había subido ligera cuesta murmuró:

- Señor San Pedro, despácheme ya, que tengo prisa, - pero el Santo Apóstol no la oyó.

Fijó sus ojos en la senda, parecía cada vez más asombrado, se quitó las gafas, limpió los cristales, se las volvió a poner y volvió a mirar.

- ¡Madre mía del Carmen! – exclamó. ¿Qué estoy mirando? ¿Es un velador o un paraguas abierto que anda solo?

- Es una señorita a la moda, dijo la mujer de traje de percal.<sup>113</sup>

En esta cita, destaco el contraste entre los dos personajes femeninos: La primera mujer está vestida de percal y de Manila. Ambos materiales eran baratos y de uso común. Por otro lado, la señorita a la moda causa el asombro de San Pedro, quien expresa que la mujer parecía un paraguas abierto, lo que hace referencia a la crinolina o el polisón o *tournure*, ambas prendas costosas. Al continuar

---

<sup>113</sup>S/f. *El Tribuno Católico*, 29 de octubre de 1911, pp.4

el cuento, la mujer vestida de percal pasa fácilmente los filtros de San Pedro, mientras que la señorita a la moda batalla con su sombrero y su crinolina y no puede pasar por la puerta. La moraleja de esta historia es que su propia frivolidad, representada en la moda, no permite a la señorita a la moda cruzar las puertas del cielo.

Con base en todo lo presentado anteriormente, deduzco que la moda, al pasar a ser algo del ámbito femenino se calificó como frívola, a la vez que necesaria. Aunque pudiera condenarse de vanidad o ridiculizarse, la moda daba un elemento de prestigio. La conservación de una imagen de prosperidad denotaba una reafirmación de clase, por ello, las mujeres a la moda se convirtieron en emblemas de prosperidad dentro de la sociedad burguesa.

Si bien fue criticada, la moda era un requisito obligatorio para las clases acomodadas y su sociabilidad. Por ello, existía una preocupación por mantenerse actualizado y para eso circularon secciones de moda en la prensa de la época. Las publicaciones le dedicaron un lugar entero a las modas y en secciones usualmente tituladas “para damas”, reafirmando que se trataba de algo propio del ámbito femenino.

## **2.1 Mujer, apariencia y civilización.**

La idea de ciudadanía estaba ligada a la formación de una identidad nacional que caracterizó la construcción de los Estados-Nación en el siglo XIX. Durante dicho siglo, definir a los ciudadanos fue importante puesto que ellos eran quienes tenían participación política directa. No obstante, dicha categoría se definía bajo parámetros europeos. En el paradigma de ciudadanía discutido a finales del siglo XVIII, los ciudadanos pertenecían al sector burgués de la población, a quienes se relacionaba con ideas ilustradas y comportamientos civilizados.

La forma en la que se ejercía la ciudadanía era votando —delegando su voluntad de ejercer democracia a los votados— y siendo votado<sup>114</sup>. Si bien, para votar y ser votado el único requisito era ganarse la vida de forma honesta, las luchas de poder entre quienes podían tener más participación política que otros estaban relacionadas con poseer un conjunto de elementos que tenían que ver con el paradigma inicial de la idea de ciudadanía: educación cívica y poder adquisitivo. Esto daba a las clases acomodadas de los países latinoamericanos mayor legitimidad en su ciudadanía, y por lo tanto, su participación política.

Si bien, las mujeres no participaban directamente en la política ejerciendo el voto, el ideal de la mujer burguesa sí jugaba un papel en la construcción de las naciones latinoamericanas puesto que era un emblema de civilización. Los preceptos ilustrados de la república, como el *contrato social* de Rousseau, frecuentemente hacían analogías entre el reparto de tareas en el Estado y la familia<sup>115</sup>. De modo que, el equilibrio familiar entre los ciudadanos debía ser equiparable al orden nacional, al menos en apariencia. Así, al corresponderle a las mujeres burguesas el gobierno del hogar, su tarea era también civilizatoria y de legitimación. En esta dinámica, su campo de acción era el de la apariencia, los comportamientos y la formación de ciudadanos.

La importancia de la regulación del comportamiento y la apariencia de las mujeres radicaba en el binomio civilización y modernidad presente a lo largo de la época estudiada. Mediante su apariencia, las mujeres se convirtieron en la personificación de ambos. De esta forma, los estereotipos de género creados en el siglo XIX tenían una relación directa con la medición del progreso de las naciones.

---

<sup>114</sup> Josefina Macgregor Gárate, “Ciudadanía: indefinición y ambigüedad como punto de partida 1857-1917”

<sup>115</sup> “La familia es, pues, si se quiere, el primer modelo de las sociedades políticas: el jefe es la imagen del padre; el pueblo es la imagen de los hijos, y habiendo nacidos todos iguales y libres, no enajenan su libertad sino por utilidad” Jean-Jacques Rousseau, *Contrato social*, Editorial Espasa Calpe, Madrid, 2007, pp.37.

La idea anterior se expresó en una columna de opinión que apareció en *El Mundo* en 1897 por un autor bajo el seudónimo de Dr. M. Flores. Él abre su texto declarando: “Según el clima, la raza, la educación y las constituciones de cada pueblo, la mujer se forma del hombre un ideal diferente y lo acaricia e incuba, hasta que puede o no poder realizarlo[sic]”<sup>116</sup>. En la columna, el autor parte de la idea de que la tarea de la mujer es la educación de los hombres, lo que el autor entiende como su realización. A partir de este enunciado, destaca lo que para él son las características principales de las mujeres en distintos países: Inicia diciendo que las americanas son las más viriles puesto que están “sedientas de libertad e independencia”<sup>117</sup> y sus aspiraciones son de funciones políticas, áreas que Dr. M. Flores considera masculinas.

El autor sigue con la mujer inglesa, a quien describe como metodista, que busca ante todo la corrección, lo que lleva a un matrimonio monótono y serio. Continúa con la mujer italiana, para quien usa los adjetivos “ardiente, tumultuosa y apasionada”<sup>118</sup>. Según el autor, su inestabilidad conduciría a un matrimonio accidentado y turbulento. Después habla de la mujer francesa, víctima del buen gusto y el qué dirán. Por último, el autor describe a la mujer mexicana, quien parecía ser la culminación del modelo de mujer ideal. Sobre ella, afirma: “La mujer mexicana nació para ser madre y es el modelo de las madres; que es toda abnegación, sacrificio, martirio; que sólo aspira a proteger al débil, a amparar al desvalido, a consolar al desgraciado y que es una síntesis de las más altas y excelsas virtudes femeninas”<sup>119</sup>. Por lo tanto, en su opinión, las mujeres mexicanas crearían matrimonios más felices y tranquilos.

---

<sup>116</sup> Dr. M. Flores, “La mujer en los diversos pueblos” en *El Mundo*, 21 de febrero de 1897 pp.3.

<sup>117</sup> *Ibid.*

<sup>118</sup> *Ibid.*

<sup>119</sup> *Ibid.*

Partiendo del argumento inicial de Dr. M. Flores, donde afirma que la mujer debe realizar al hombre, la importancia que para él representa conocer los atributos de las mujeres de las distintas naciones radica en que los hijos y esposos de las mejores mujeres devendrían en los mejores hombres y ciudadanos. De esta forma, al engrandecer a la mujer mexicana y engrandecer lo que para él son sus principales características, afirmó al mismo tiempo que México tiene en sus mujeres el potencial para tener a los ciudadanos ideales y, por lo tanto, convertirse en una gran civilización.

Otro artículo que presenta la idea de que la mujer está directamente relacionada con la civilización de un país fue una columna escrita por el diplomático español Francisco De Paula Flaquer titulada “La odalisca”. En su texto, el autor usa la palabra odalisca como sinónimo de mujer musulmana y la describe como ignorante y sin libertad ni iniciativa. Flaquer termina diciendo que la ignorancia y opresión en la que vivían las mujeres musulmanas guardaba una diferencia muy grande con la religión católica, en la que la mujer es respetada, tiene personalidad, es inteligente y libre. El texto cierra con la siguiente frase “Todo país donde se considera a la mujer es civilizado, porque la mujer, al verse respetada, se perfecciona para merecer los homenajes que se le tributan, y la mujer es, sin duda alguna, la gran influencia moral y social”<sup>120</sup>.

Nuevamente se expresa la relación mujer-civilización y se le atribuye la responsabilidad de ser un sostén moral a nivel social. Es decir, mediante sus comportamientos y capital cultural, que puede expresar a través de su apariencia en sociedad, tiene mayores capacidades para formar ciudadanos. De esta forma, se va construyendo la idea de que la mujer burguesa porfiriana es también un emblema del grado de civilización y potencial de la nación.

---

<sup>120</sup> Francisco De Paula Flaquer, “La Odalisca” en *El Álbum de la mujer*, 02 de enero de 1885, pp.3

La mujer como emblema de civilización poseía también un sentido de patriotismo, lo cual se reprodujo en la prensa de la época. La siguiente imagen (imagen 1) fue una nota que apareció en el periódico *El Mundo Ilustrado* sobre una lucha armada que estaba sucediendo en Guatemala. Como un recurso para apelar a los lectores a seguir el conflicto, el autor decoró la página con retratos de mujeres guatemaltecas que él consideraba bellas, además, el título de la nota es “Bellezas Guatemaltecas”. Se muestra en la imagen que las mujeres responden a un estereotipo de belleza burgués, modesto y con adornos etéreos que recuerdan a las imágenes de la patria de la primera mitad del siglo XIX.



Imagen 1. “Bellezas Guatemaltecas”

Fuente: *El Mundo Ilustrado*

Las cinco mujeres que aparecen en la ilustración anterior usan telas ligeras, lo que puedo deducir por la facilidad con la que se crean los pliegues en los cuellos zurcidos y por el trabajo de luz y sombras que el ilustrador hizo en los vestidos. Dos elementos destacan en el diseño de sus ropas: El primero es que las telas vaporosas recuerdan a la pintura modernista de la época en

cuestión, que se relaciona con la divinidad y la pureza<sup>121</sup>. El segundo es que, para este momento, los vestidos de inspiración griega ya comenzaban a ser tendencia en la moda, por lo que estas mujeres también estaban vestidas de acuerdo a la moda de su época, combinando así perfectamente la tradición y la moda.

Un ejemplo similar lo encontramos en *El Mundo Ilustrado* en una nota titulada “Una Amazona Cubana”. Ahí se relata brevemente la historia de una mujer cubana llamada Matilde Agramonte. Ella había perdido sus bienes en un conflicto armado y quería participar en la guerra sobre la que el periódico daba noticia. Matilde pidió a un general participar en el ejército y él, aunque dudó por el hecho de que Matilde era mujer, decidió finalmente permitirle enlistarse. Matilde murió en batalla y *El Mundo Ilustrado* la exhibió en sus páginas como una mártir de la patria. Sin embargo, el retrato de Matilde Agramonte que apareció en dicho periódico la ilustra sumamente feminizada, recordando más a los retratos de bellezas guatemaltecas presentadas anteriormente que a una militar. Con esto deduzco que, en el periodo estudiado, cuando se relacionaba mujer con patria, la imagen que se difundió fue la de la mujer formadora de ciudadanos, es decir, una madre y esposa por quien se da la vida, aún si ella participaba directamente en el ámbito público.

---

<sup>121</sup> ver: Enrique Florescano *Imágenes de la patria a través de los siglos*

## UNA AMAZONA CUBANA.

No ha sido extraño en la guerra separatista de Cuba, así en las actuales campañas como en las anteriores, encontrar entre las filas de los insurrectos mujeres animosas que sin titubear hacen frente á las balas, verdaderas amazonas que comparten con los soldados las grandes penalidades de las batallas.

Una de estas amazonas valerosas, Matilde Agramonte y Varona, es la que hoy presentamos á nuestros lectores. En la guerra pasada perdió toda su fortuna y en la actual se presentó al General Maceo pidiéndole un puesto en sus tropas. Maceo vacilaba en ofrecérselo, atendiendo á su sexo, más como á la sazón se efectuase una acción, la joven púsose al frente de los insurrectos y cayó ante las balas españolas.



Imagen 2. “Una Amazona Cubana”

Fuente: *El Mundo Ilustrado*

La mujer como sostén moral de la sociedad es una idea que se difundió en la prensa porfiriana numerosas veces. Una de las formas que más se repiten de promover dicha idea es mediante relatos en forma de cuentos cortos moralizantes que presentaban modelos de mujeres ejemplares. Uno de los cuentos se tituló “Amelia” del autor Catulo Mendes que apareció en *El Mundo* en el año de 1897<sup>122</sup>. La trama del cuento es que una joven de nombre Amelia se casó con un hombre ciego. Este hombre, llamado Leonardo, estaba enamorado de su esposa Amelia y

<sup>122</sup> Catulo Mendes, “Amelia” en *El Mundo*, Domingo 10 de enero de 1897, pp.16

deseaba conocer su apariencia física. Leonardo preguntaba constantemente a Amelia sobre el color de sus cabellos “la claridad y pureza de sus ojos”<sup>123</sup> y las líneas de su cuerpo. A lo que Amelia respondía de forma modesta y general, lo cual no satisfacía a Leonardo. Un día, Leonardo se enteró de que un doctor capaz de curar su ceguera estaba en la ciudad y decidió acudir a él para así cumplir su deseo de ver a Amelia. Sin embargo, cuando le expresó al doctor su anhelo, este le dio un discurso sobre cómo había logrado la felicidad más grande al no poder ver a su esposa y soñarla muy bella. Le dijo que por más bella que fuese, nunca podría ser tan bella como la ilusión que él se había hecho ella, lo que mantenía su entusiasmo y deseo. Por último, le ordenó: “Confórmate con tu ceguera y acostúmbrate a considerarla como el origen de tu felicidad, el eterno entusiasmo en el amor, y compadece al resto de los mortales condenados a ver la imperfecta belleza de los seres y de las cosas”<sup>124</sup>.

En este caso, el mensaje de la historia es que la verdadera belleza es interior y no puede verse con los ojos. Amelia lograba que su esposo estuviera enamorado de ella con su modestia y su bondad. De esta forma, la idea de belleza está presente no como algo contemplativo, sino que tiene características de actitud y comportamiento frente al esposo. No obstante, infiero que el deseo del esposo por ver a su esposa tiene que ver con la idea de la época de que mediante las características físicas de las personas podía conocerse información sobre su vida interna, por lo tanto, las virtudes de su esposa le hacían pensar que se trataba de una mujer igualmente bella en el exterior.

Evaluar y clasificar potencialidades, habilidades e inclinaciones de los individuos únicamente con la observación de su apariencia fue una práctica usual en el mundo Occidental de

---

<sup>123</sup> Ibid.

<sup>124</sup> Ibid.

la segunda mitad del siglo XIX y la primera del XX. Por un lado, la epidemiología y el desarrollo científico en general, junto con el determinismo orgánico y otras corrientes de criminología buscaban identificar propensiones a la criminalidad o enfermedad mediante el cuerpo y la ropa de las personas<sup>125</sup>.

Por otro lado, ilustrados del siglo XVIII como Kant<sup>126</sup>, enunciaban que el entendimiento del “bello sexo” se daba a partir de los sentimientos. Kant lo llamó el “bello entendimiento” y se trataba de una forma de conocimiento que se asemeja a la raíz etimológica de la palabra estética: *aisthesis*, que se traduce a percepción. De esta forma, las mujeres entendían el mundo a través de la estética, no obstante, esta percepción estaba condicionada por una ideología estética,<sup>127</sup> es decir, una serie de parámetros que dictaban lo que era bello, fundamentada en tres pilares: el arte occidental, las conductas de civilización y la moral. A mi criterio, el “bello entendimiento” consistía en combinar estos tres elementos, lo cual podía expresarse perfectamente en la apariencia.

La belleza como forma de conocimiento de las mujeres fue una idea que se difundió en la prensa porfiriana. Por ejemplo, en un número de *El Álbum de la Mujer* su editora Concepción Gimeno de Flaquer publicó un artículo titulado “Aptitudes de la mujer para las artes”, en él la autora da una definición de belleza que parece acercarse a la definición de estética, en tanto que es una inclinación subjetiva, no obstante, a lo largo del texto hay elementos que lo separan de ser una percepción y lo convierten más bien en algo normativo. Por ejemplo, en este fragmento la autora habla de lo bello como lo bueno. “Lo bello es lo bueno puesto en acción; y la mujer siente notable predisposición a practicar lo bueno. El sentimiento de lo bello es la luz del espíritu y la moral de

---

<sup>125</sup> Miguel Macedo, *La criminalidad en México. Medios de combatirla*, Secretaría de Fomento, México, 1897.

<sup>126</sup> Immanuel Kant, *Observations on the Feeling of the Beautiful and Sublime and Other Writings*, Cambridge University Press, Cambridge, 2011.

<sup>127</sup> Katya Mandoki *El indispensable exceso de la estética*, Siglo XXI, Ciudad de México, 2013.

la inteligencia”<sup>128</sup>. Si consideramos que, para esta época el espíritu estaba ligado a la racionalidad<sup>129</sup>, esto da cuenta de que lo bello, que en este caso podemos usar como sinónimo de la estética, es una especie de guía moral que dirige la racionalidad hacia las buenas acciones.

A pesar de la gran carga subjetiva de lo que la autora llama “el sentimiento de lo bello”, ella lo reconoce como uno, sólo y universal: “El sentimiento de lo bello es uno entre todos los hombres, en todos los países y en todas las edades; y digo en todas las edades, porque el sentimiento de lo bello tiene su cuna en el alma, y el alma es insenescente”<sup>130</sup>. Según mi lectura, si bien, Concepción Gimeno de Flaquer hablaba de que la belleza está relacionada con los sentimientos, no afirma que lo bello está determinado por la reacción hacia algo, sino en la capacidad de reaccionar de forma positiva a un patrón de gustos específicos y determinados, que tienen dimensiones culturales altamente influenciadas por las artes europeas, que además, a su criterio son un testimonio de civilización: “Las artes son el verdadero termómetro de la cultura de los pueblos. Ellas revelan la civilización, el carácter físico, los hábitos morales, las creencias religiosas y hasta las riquezas de las naciones”<sup>131</sup>.

Debido a la relación belleza y vida interna, se reprodujo numerosas veces el estereotipo de mujer ángel del hogar. Dicha categoría tiene su origen en el poema narrativo *The Angel in the House* del escritor inglés Coventry Patmore, publicado en 1862 que enlistaba todas las virtudes que una mujer debía poseer, inspirándose en su esposa. El ángel del hogar usualmente era

---

<sup>128</sup>Concepción Gimeno de Flaquer “Aptitudes de la mujer para las artes” en *El Álbum de la Mujer*, 20 de julio de 1884, pp. 30.

<sup>129</sup>El diccionario de la RAE duodécima edición lo define como: “Ser inmaterial y dotado de razón” Real Academia de la Lengua Española, *Diccionario de la Lengua Castellana por la Real Academia Española*, Imprenta de D. Gregorio Hernando, Madrid, 1884. pp. 460.

<sup>130</sup>Concepción Gimeno de Flaquer “Aptitudes de la mujer para las artes” en *El Álbum de la Mujer*, 20 de julio de 1884, pp. 30.

<sup>131</sup>Concepción Gimeno de Flaquer “Aptitudes de la mujer para las artes” en *El Álbum de la Mujer*, 20 de julio de 1884, pp. 30.

representado como una mujer con vestimenta modesta, rostro limpio y joven, adornada con temas etéreos o de flores, realizando actividades feminizadas, como puede verse en la siguiente portada de *El Álbum de la Mujer* (Imagen 3). En la ilustración se muestra a una mujer pintando, otra leyendo con una cuna a su lado, al fondo se encuentra una mujer tocando el piano y al centro, una vestida de ángel enseñando a niños. Todo esto, adornado de flores, listones y ornamentos de casa. Si bien, no son adornos ostentosos, hablan del poder adquisitivo que tenían estas mujeres para embellecer su hogar. Al fondo puede verse una iglesia, probablemente apuntando a la relación de todo este imaginario con la cristiandad, específicamente, el catolicismo. Además, todas las actividades realizadas por las mujeres de la ilustración son actividades relacionadas con el ocio y el tiempo libre, algo a lo que en el porfiriato, sólo pocos sectores de la población tenían acceso.



Imagen 3. “Mujer ángel del hogar”

Fuente: *El Álbum de la mujer*

La prensa presentó opiniones mediante columnas y relatos moralizantes de mujeres ejemplares. En ambas formas, destacan los atributos de la mujer burguesa ideal y sus límites en cuanto a la modernidad. Esto también estuvo presente en la literatura. Veo una relación entre las

características morales de los personajes y la apariencia de los imaginarios femeninos. Así, las características que la prensa argumentaba de las mujeres burguesas se movían en estos dos puntos: la mujer moderna y la mujer como emblema de clase social que usualmente se combinaban.

Un ejemplo de cómo podían combinarse las ideas de mujer emblema y mujer moderna es una publicación de las “Páginas de la moda” del semanario *El Mundo Ilustrado* titulada “Los trajes de las jóvenes”. En esta columna se habla sobre las tendencias del momento y el equilibrio que las mujeres debían buscar en su *toilette*. La autora de nombre María Luisa inicia afirmando: “El ama de casa tiene, como un Ministro de Hacienda, capitales que distribuir, de manera que puedan dar a cada uno y a cada parte lo que le conviene; la ciencia de utilizar fructuosamente estos fondos, de hacerlos llenar todas las necesidades, todas las fantasías y todos los gustos, es un grande arte.”<sup>132</sup>

La analogía que presenta entre el capital que reparte un ministro y el que reparte una ama de casa es interesante por dos elementos. Por un lado, el reconocimiento de que la mujer es una administradora del hogar, por el otro lado, el capital que distribuye el ama de casa son bienes tanto materiales como inmateriales que satisfacen gustos y fantasías. En el caso específico de esta columna, se trata de su capacidad de lograr la elegancia y el buen gusto mediante el equilibrio en el vestir. La moda, a pesar de considerarse como algo frívolo, parecía ser necesaria y aceptada.

Por lo anteriormente presentado puedo decir que la capacidad de externalizar emociones por medio de la apariencia, es algo que se presenta varias veces en la idea de la feminidad de la prensa decimonónica para damas. Por ejemplo, el siguiente fragmento sobre los colores de otoño menciona la melancolía como un elemento del alma de la mujer. Según la cita, los colores otoñales hacen juego con el alma de la mujer, diciendo que las emociones pueden expresarse a

---

<sup>132</sup> María Luisa, “Los trajes de las jóvenes” en *El Mundo Ilustrado*, 26 de mayo de 1907, pp. 25.

través de los colores que se usa en la ropa.

En los últimos días del otoño, los árboles del Parque de Madrid tienen el reflejo dorado de que las hojas se visten para morir, y toma todo cuanto alcanza la mirada ese tinte melancólico, que armoniza con el alma de la mujer. Por eso el Retiro ha estado espléndido todo el mes de Noviembre, y en él y en los teatros, algunos salones y no escaso número de bodas celebradas, se han lucido atavíos encantadores, que responden á todos los géneros y á todos los gustos. La moda actual, préstase también á esta melancolía de la naturaleza, y para los trajes de calle y de paseo, aprovecha todos los verdes oscuros y muertos, todos los marrón y todos los reflejos de amarillos.<sup>133</sup>

## 2.2 Belleza y blanquitud

En cuanto al aspecto físico, las descripciones de mujeres bellas publicadas en revistas como *El Álbum de la Mujer* y el semanario *EL Tiempo Ilustrado* eran, en su mayoría, de mujeres blancas.

Los cuentos con personajes femeninos publicados en la prensa usualmente describían mujeres europeas o con fenotipo caucásico. La blanquitud se ligaba a la belleza de las mujeres burguesas.

Un ejemplo es la siguiente crónica de un baile de salón escrita por Concepción Gimeno de Flaquer.

Ella describe a las mujeres mexicanas presentes en el baile a una viajera francesa:

- ¿Quién es aquella Señora rubia?
- Gila Buch, una de nuestras más elegantes damas.
- Y también una de las más bellas. Paréceme uno de los tipos inmortalizados por Ticiano, ese sublime pintor que poseyó el secreto y la armonía del colorido. Habíanme dicho en París que no encontraría rubias en México.
- ¡Oh, qué error! No crea ud. que Gila Buch es la única rubia que puedo presentarle. Sin salir de este salón encontrará ud. algunas. Fíjese en Javiera Buch de Landa y en Dolores y Guadalupe Escandón de Arango.
- Es verdad, son rubias y hermosas como la Eva de Milton, como las magdalenas de Leonardo DaVinci.<sup>134</sup>

---

<sup>133</sup> Joaquina Balmaseda de González, "Revista de modas" en *El Álbum de la mujer*, enero 4 de 1885, pp. 9

<sup>134</sup> Concepción Gimeno de Flaquer, "Crónica de salones. Un baile en casa de Campero" en *El Álbum de la Mujer*, 11 de enero de 1885, pp. 18

La belleza de las mujeres aquí descritas radicaba en el hecho de que eran blancas y que se parecían a las mujeres retratadas en la pintura y literatura europea. Con base en esto infiero que la idea de belleza femenina se medía bajo los parámetros de las mujeres imaginadas por el arte occidental y que se calificaba bajo los criterios de belleza europeos y de blanquitud.

Otro ejemplo lo encontramos en una descripción de Cristina de Suecia. En esta biografía, se habla de que Cristina de Suecia era una mujer con “alma masculina”<sup>135</sup>, es decir, desarrollaba actividades que se consideraban propias del género masculino, como la política, la administración y la ciencia. Lo cual, según la autora, fueron gustos que “mataron sus cualidades femeninas”<sup>136</sup>. Posteriormente la describe físicamente y declara: “Cristina no era bella, pero poseía una mirada simpática, una blancura deslumbradora y una linda cabellera”<sup>137</sup>. A pesar de los numerosos defectos que la autora encuentra en Cristina de Suecia, rescata su blancura como una virtud de su belleza.

En otro artículo publicado en *El Mundo Ilustrado* de crónica de moda escrito por María Luisa, se habla sobre los cabellos rubios: La autora usa el espacio para contestarle a una lectora llamada Violeta de Parra a quien le escribe que no es verdad que en esta época se vean con desprecio los cabellos oscuros. La autora continúa diciendo que, si bien, anteriormente sí era considerado más bello y a la moda tener el cabello rubio, en su momento de escritura ya no era el caso puesto que la moda ya no era una monarquía sino una república en la que las mujeres tomaban sus prescripciones de forma moderada. María Luisa cerró su respuesta diciendo: “Conserve Ud. Violeta de Parra sus cabellos negros, con la seguridad de que son tan hermosos

---

<sup>135</sup> Concepción Gimeno de Flacquer, “Cristina de Suecia” en *El Álbum de la Mujer*, 15 de febrero de 1885, pp. 62.

<sup>136</sup> Ibid

<sup>137</sup> Ibid

y tan de moda como los rubios”<sup>138</sup>. La crónica reconoce que el cabello negro es igual de hermoso que el rubio, pero responde al presupuesto contrario, lo que confirma la existencia de la idea.

Un ejemplo claro del desarrollo de estos estereotipos de belleza lo encontramos en las descripciones femeninas de la novela *Los parientes ricos* del autor Rafael Delgado. En un pasaje de la obra, el autor describe a una joven, de padre proveniente de familia rica pero que, al morir él, su hija y su esposa bajaron significativamente de clase social, sobre ella dice: “La joven, desbordante de juventud y de gracia, alta, esbelta y graciosa, rubia la cabellera como haz de trigo maduro, azules los ojos, de carmín los labios, dulce la sonrisa, delgada la cintura, donairoso el andar, era al decir de muchas gentes, verdadero retrato de su abuela materna”<sup>139</sup>. En esta descripción encontramos un conjunto de aspectos físicos y de comportamiento que la hacían admirable para sus espectadores. Su madre era morena, y al compararlas el autor afirma: “En la rubia toda la dulce y regocijada hermosura de la azucena; en la morena la belleza ardiente de una centifolia abierta por el rocío, al despuntar los albores de una mañana de mayo”<sup>140</sup>. Por un lado, la belleza de la joven rubia se relacionaba con la pureza, por otro lado, la de la morena se trata de una belleza más seductora. Ambas son comparadas con flores y su apariencia es admirada. No obstante, la madre morena es descrita como una mujer de piel clara y cabello oscuro, es decir, ambos personajes tienen características más bien caucásicas. En esta descripción vemos, por una parte, la belleza blanca indiscutible y admirada, por la otra, en la morena se destaca el mestizaje, temas presentes en la construcción de personajes a lo largo del siglo XIX.<sup>141</sup>

---

<sup>138</sup> María Luisa, “Traje sastre cabellos negros y rubios”, en *El Mundo Ilustrado*, 27 de octubre de 1907.

<sup>139</sup> *Ibid* pp. 40

<sup>140</sup> Rafael Delgado, *Los parientes ricos*, Porrúa, Ciudad de México, 2010, pp.18

<sup>141</sup> E.g. *Clemencia* de Ignacio Manuel Altamirano también se presenta la dualidad rubia-pureza, morena/mestiza-seducción. En *Santa* la protagonista es descrita como “trigueña” a lo que se le atribuyen características seductoras. Véase Ángel Rama, *Transculturación narrativa en Latinoamérica*.

Con base en lo anteriormente expuesto deduzco que la belleza femenina fue un elemento constitutivo de la mujer burguesa decimonónica. Las reflexiones en torno a este tema se dividieron en: la belleza natural, contemplativa, ligada a la virtud y la belleza artificial pero alcanzable a través de la moda. Sobre la primera, hablo de la mujer ángel del hogar cuya belleza expresa su virtud y aspiración de carácter moral. La segunda, se trata de un ideal más de mercado, relacionada con la modernidad. Ambas con un elemento de blanquitud.

La belleza en la mujer decimonónica burguesa se entendía tanto como una aspiración como algo del mundo interior. La mujer podía desarrollar la belleza interna ligada a sus virtudes y esto podría exteriorizarse en una apariencia bella. Sin embargo, la lectura de la belleza física para decodificar virtud tenía que ver con poder adquisitivo para comprar la ropa adecuada, conocimiento o personal para arreglar el cabello apropiadamente y rasgos caucásicos.

A grandes rasgos puedo decir que la relación género y moda entre las mujeres burguesas durante la época estaba también directamente ligada a la idea de modernidad puesto que las mujeres podían ostentar riquezas y hacer patente su modernidad mediante su apariencia. La mujer como emblema servía tanto a nivel individual o familiar cómo a nivel de nación y su nivel de civilización. La feminidad durante el periodo estudiado se definía bajo la combinación de dos aspiraciones: la mujer moderna y la mujer como emblema de clase social. También existieron algunas objeciones hacia la transformación de la apariencia o la moda en general, lo cual infiero que se debía a la posibilidad que el maquillaje y las prendas daban a las mujeres de actuar en el propio cuerpo.

De igual forma, la moda sirvió como marcaje de la expresión de identidad de género que para la época se consideraba binaria y fija. Las categorías de masculinización de las mujeres o feminización de los hombres era una respuesta al desordenamiento de dichas expresiones de

identidad de género. La feminidad también estaba ampliamente cruzada por la idea de belleza, dentro de la cual existía una relación entre la belleza y la vida interna que podía verse mediante la apariencia. Esta idea de belleza estaba determinada por la capacidad de reaccionar de forma positiva a un patrón de gustos específicos. En cuanto a la belleza en la apariencia, esta se medía bajo parámetros de las mujeres imaginadas por el arte Occidental, lo cual se calificaba bajo los criterios de belleza europeos y de blanquitud.

## **Capítulo 3. Moda como atributo de clase.**

### **3.1 Moda y trabajo en el porfiriato.**

El fetichismo hacia los bienes suntuarios y su relación directa con la idea de lujo y confort burgués es la abstracción más presente en todo lo que rodea el presente capítulo. La mitificación que la prensa, la publicidad y la arquitectura de la época hicieron de la moda, especialmente la moda femenina, posee una enorme y pesada carga de clase, específicamente, de reafirmación y legitimación.

El consumo de bienes suntuarios era una dinámica a la que solamente podía acceder la clase media acomodada y alta de México. Para resaltar esto, presento la siguiente tabla de relación entre precios estimados de conjuntos y el porcentaje del salario anual que distintos servidores públicos tendrían que destinar para su compra. Presento dos ejemplos de atuendos: el primero es un conjunto de traje sastre, para usarse en visitas, paseos diurnos y vida urbana en general. El segundo es un atavío completo para un baile de salón. Se incluyen en la tabla dos estimados. El primero se realizó con los precios más bajos encontrados en listas de precio de publicidad de tiendas y el segundo, con los precios más altos.

**Tabla 1. Porcentaje de salario anual a destinar para la compra de un atuendo de traje sastre**

<b>Puesto de trabajo</b>	<b>Porcentaje de sueldo anual comprando los precios más bajos.</b>	<b>Porcentaje de sueldo anual comprando los precios más altos.</b>
Jefe de aduana	8.36%	18.84%
Subjefe de aduana	10%	22.6%
Celador	13.75%	30%
Escribano	16.67% a 33.15%	34.54% a 74.63%
Ministro	.66% a 1%	1.50% a 2.26%

Fuente: Guía de memorias de hacienda (1822-1910) y Publicidad en prensa.

**Tabla 2. Porcentaje de salario a destinar para la compra de un atuendo de baile de salón.**

<b>Puesto de trabajo.</b>	<b>Porcentaje de sueldo anual comprando los precios más bajos.</b>	<b>Porcentaje de sueldo anual comprando los precios más altos.</b>
Jefe de aduana	16.30%	65.46%
Subjefe de aduana	19.56%	78.56%

Celador	26.80%	107.61%
Escribano	32.49% a 64.59%	130.44% a 259.31%
Ministro	1.30% a 1.95%	5.23% a 7.85%

Fuente: Guía de memorias de hacienda (1822-1910) y Publicidad en prensa.

El primer traje sastre, de precio más bajo, consiste en un conjunto de \$60, medias de \$.18, blusa de \$3.50, chaleco de \$2.50, zapatos de \$2.25 y un abrigo simple de paño de \$32, en precio de barata. Esto da un total de \$100.43. El segundo traje sastre estimado con los precios más altos. Se conforma de un traje de \$150, medias de \$1.10, blusa de \$7.50, chaleco de \$10, zapatos de \$7.50 y un abrigo sencillo de \$50, dando un total de \$226.1.

El otro estimado será para un atuendo de baile. El primer atuendo posible con los precios más bajos consta de un vestido de \$150, guantes de 4 botones de \$1.75, medias de \$.18, un corset de \$2.50, zapatos de \$2.25 y un abrigo bordado de \$39 en precio de barata. El total de la toilette es de 195.68. El segundo atuendo, con los precios más elevados consiste en un vestido de \$600, guantes de 16 botones de \$4.00, medias de \$1.10, un corsé de \$13.00, zapatos de \$7.50 y un abrigo bordado de \$160. Esta toilette tiene un valor de \$785.6.

Usando como referente los salarios de funcionarios públicos presentados en reportes de hacienda del porfiriato, en la tabla muestro cómo el precio total del conjunto representa un porcentaje relativamente alto para puestos como jefe y subjefe de aduana. Más alto aún para un celador o escribano, para quienes posiblemente sea imposible comprar más de uno de estos atuendos al año, suponiendo que en el hogar existieran varias mujeres. Solamente para un ministro, el gasto en artículos relacionados al vestido representaba menos del 10% de su salario anual.

Lo anterior da cuenta de dos situaciones: la primera es que solamente la clase media y clases más altas podían adquirir prendas en tiendas departamentales, y aún así, no podían hacerlo varias veces en el año. Lo que da la impresión de que vestir según los patrones europeos que emulaban dichas tiendas era un atributo de las clases burguesas. La segunda, que imitar esta forma de vestir para quienes no podían involucrarse en las dinámicas de consumo de tiendas departamentales y querían imitar este patrón estético, implicaba recurrir a métodos como copiar figurines y hacer las prendas en casa, buscar materiales de reemplazo para los que eran costosos, pedir prendas prestadas o heredar, remendar y reutilizar telas, etc.

Según el censo de 1895, los oficios relacionados con la vestimenta y la apariencia ocupaban un total de 147,837 personas, de los cuales 26,256 eran hombres y 121,529 eran mujeres. Estos empleos aparecen en el censo como reparadores de calzado, bordadoras, costureras, lavanderos, pasamaneros y sastres. Algunos de los oficios tienen una gran diferencia de género, como el de lavanderas que muestran 548 hombres dedicados al rubro y 49,357 mujeres. Otro caso es el de bordadoras, donde sólo aparecen 86 hombres frente a 670 mujeres. Para el caso de las costureras, el total de la población dedicada a este oficio eran mujeres. La cifra es de 70,837. En cuanto a los sastres, la mayoría eran hombres, con una cifra de 24,752 hombres y sólo 10 mujeres.

Para 1910 los trabajos relacionados con la apariencia se agruparon en el censo bajo la categoría de toilette e indumentaria. En esta ocupación había un total de 256, 193 trabajadores. De los cuales 92,388 eran hombres y 163,805 eran mujeres. Si agregamos la cantidad de trabajadores de la industria textil el total son 338, 884 trabajadores.

Año	Porcentaje de trabajadores dedicados al vestido y apariencia en relación al total de la población trabajadora.	Porcentaje de trabajadores dedicados al vestido y apariencia en relación a la población total trabajadora restando trabajos de explotación extrema.
1896	3.26%	7.74%
1910	3.50%	20%

En la tabla, encuentro que, según los censos de 1896 y 1910, el porcentaje de personas empleadas en la industria del vestido era bastante bajo. Sin embargo, es sabido que en el porfiriato, gran parte de la población trabajadora era explotada al extremo bajo lo que hoy calificaríamos como tráfico de personas en el peonaje y el trabajo doméstico. Por ello he incluido una columna que no incluye empleos de explotación extrema. Se observa un crecimiento significativo que resulta en que, para 1910 el porcentaje de trabajadores relacionados con la vestimenta representaba el 20%. Esto sin contar a los dependientes de las tiendas departamentales.

Los datos presentados muestran que, si bien, la moda, entendida como bienes suntuarios de lujo, solamente era accesible para un número reducido de personas. Su existencia sí requería de un número significativo de trabajadores. Lo que habla de la relevancia que la sociedad de esta época daba a la moda. Sin embargo, la moda no era para todos, y también era rechazada en distintos contextos de los que hablaré a continuación.

Primeramente, el origen inmoral de los bienes suntuarios fue reprobado estrictamente en la prensa porfiriana. En la sociedad industrial la desigualdad social era patente, pero las mercancías relacionadas al vestido estaban cada vez más presentes en los imaginarios de la

sociedad, lo cual estimulaba su deseo. Frente a esto, las élites rechazaban que otras clases sociales pudieran acceder a mercancías a las que anteriormente sólo ellos tenían acceso. La prensa reprochaba lo anterior, usualmente relacionándolo con el uso de las joyas: “Y hoy el uso, y aún el abuso de estas (joyas) aumenta de modo extraordinario. Ya no son sólo las grandes damas las que lucen espléndidas joyas. La afición por ellas se extiende a todas las clases sociales, y—dicho sea pidiendo perdón por lo cursi del concepto—muchas desgracias íntimas, infinitos dolores sociales, arrancan del amor que se siente hacia los brillantes y las perlas”.<sup>142</sup>

Las joyas mostraban la riqueza de quien las poseía. Sin embargo, para la prensa citada, usar joyas sin tener riquezas sólo denostaba el sufrimiento que tuvo que vivirse para obtenerlas. Dentro de esto, se apuntaba a las mujeres de clases sociales más bajas como responsables del problema por su deseo de lujo e inclinaciones frívolas. La acusación de las mujeres como culpables de la adquisición ilegítima del lujo se expresa en el artículo “Lujo y felicidad”, publicado en *El Álbum de la Mujer* en 1885, de la autora Dolores de Macía, quien enuncia lo siguiente:

El lujo ha invadido desordenadamente todas las clases de la sociedad, esparciendo con él, en cambio del goce de los ojos, la intranquilidad, el egoísmo, la ambición, el juego, y en algunos desaventurados hasta la deshonra. Y con pesar lo decimos; una de las causas que inocentemente más ha contribuido a su fermentación, es sin duda la parte más hermosa del género humano, el ángel creado por Dios para endulzar con el aroma de sus virtudes los dolores y tristezas de la vida: la mujer.<sup>143</sup>

La autora continúa describiendo situaciones en las que las mujeres, en su afán por conseguir los trajes más lujosos y las mejores sedas, les quitan el alimento a sus familias.

---

<sup>142</sup> Claudina, “¿Se deben usar joyas?” en *El tiempo Ilustrado*, 16 de abril de 1905, pp. 18

<sup>143</sup> De Macia, Dolores, “Lujo y felicidad” en *El Álbum de la Mujer*, 1 de marzo de 1885, pp. 83

Después, hace un llamado a las “clases jornaleras” a no aumentar sus “penalidades inherentes” gastando en adornos del vestido y a dejar los lujos sólo para las clases acomodadas. Para Dolores de Macía, el anhelo de joyas solamente llevaba a “empobrecerlos para parecer ricos”.<sup>144</sup>

Fundada en lo anterior, deduzco que el presupuesto que enfrentamos es que, para las clases altas, buscar aparentar una clase social que no se tenía sólo llevaba a la desdicha, dentro de lo que para ellos era una desigualdad natural, parte de un orden establecido. Para ejemplificar estos argumentos, analizaré tres novelas de la época, enfocándome en cómo en las narraciones se utiliza la vestimenta como herramienta para esclarecer diferencias de clase. Estas novelas son *Los parientes ricos* de Rafael Delgado, *Santa* de Federico Gamboa y *Baile y cochino* de José Tomás de Cuéllar.

### **3.1 Moda en la literatura como herramienta de diferenciación de clase**

#### **3.1.2 Los parientes ricos: La moda como distinción de clase.**

Comenzaré con la novela *Los parientes ricos*, del autor Rafael Delgado publicada por primera vez en 1903. La narración cuenta la historia de la familia Collantes, donde las protagonistas son Dolores y Margarita. La trama central es que las dos protagonistas deben retomar la relación con los parientes del fallecido padre y esposo, quienes son ricos.

La novela *Los parientes ricos* usa la ropa como herramienta para indicar la clase social de los personajes. Rafael Delgado utiliza las descripciones de la ropa para hacer evidente la diferencia entre la familia rica de la novela y los dos personajes que vivían alejados de la riqueza: la nieta Margarita y su madre Dolores. Cuando fueron a recibir a uno de sus parientes ricos, el autor describió la vestimenta de las protagonistas de la siguiente forma:

---

<sup>144</sup> Ibid.

Ni Dolores, ni Margarita, cuando acaeció lo que vamos contando, iban ataviadas con los suntuosos adornos que da la opulencia, o, por lo menos con las galas que proporciona amplio y seguro bienestar. La madre llevaba negra saya de gro; la hija ligero y sencillísimo vestido de muselina blanca, sembrada de florecillas azules, cortado a maravilla, que hacía lucir la grácil esbeltez de su dueño. La señora: tocado de blondas y cintas del color de la saya; la joven: lindo sombrero de paja, decorado con cintas crema y con guía de rosas veraniegas. Una con guantes oscuros; la otra sin ellos.

En la descripción anterior se hacen notar algunas cosas. En primer lugar, algo que también está presente en la novela *Baile y cochino*, hacer ajustes a prendas en la propia casa para elevarlas o actualizarlas, como hicieron Margarita y Dolores con listones y flores en sombreros de paja. En segundo lugar, la importancia de resaltar los materiales con los que se ataviaban estos dos personajes, pues se trata de telas baratas y accesibles, que revelan su poder adquisitivo en cuanto a bienes suntuarios.

Al ver a las mujeres, Don Cosme, el pariente a quien Margarita y Dolores fueron a recibir las examinó y llegó a las siguientes conclusiones:

Bien se ve -decía para sus adentros el anciano- que en la casa de estas mujeres no es el dinero lo que abunda. Ese vestidillo galano ha costado poco; ese sombrerillo ha sido hecho a domicilio; ese cuello de seda está marchito...Cuanto a la señora, es patente que ese vestido tiene años de servirle; esos guantes están diciendo a gritos cosas de mejores días...Y en fin que positivamente, esa familia ha venido tan a menos, que pronto tendrán en casa mala huésped, la miseria, la horrorosa miseria, flaca, hambrienta, y exangüe. Pero, no han perdido aún estas pobres gentes la elegancia distinguida de las personas de buena cuna, nacidas y criadas en la abundancia!<sup>145</sup>

La evidencia de que Margarita y Dolores no podían comprarse prendas lujosas ni hacerlo frecuentemente fueron los materiales, las siluetas, el notable desgaste y la necesidad de alterar las piezas en casa. Sin embargo, como se anotó en el capítulo anterior, solamente un sector muy pequeño de la sociedad podía comprar prendas con frecuencia en el porfiriato.

---

<sup>145</sup> Ibid pp.41

A pesar de todo lo anterior, Don Cosme reconoce que no han perdido la elegancia. Es decir, a pesar de ya no ser de clase alta, conservaron el capital cultural de saber combinar adecuadamente las prendas, que según Don Cosme, les corresponde a las personas de “buena cuna”.

### **3.2.1 Santa: El rechazo al salto social por trabajo inmoral**

Otro ejemplo de un personaje femenino a la moda en la literatura, pero mucho más transgresora que las hasta aquí descritas, es Santa de Federico de Gamboa. Esta novela publicada en 1903 muestra las peripecias de una joven que, víctima de la miseria y el abuso sexual, encuentra en la prostitución un oficio que le da un cierto grado de independencia, pero con un final trágico.

Santa es descrita en la novela de la siguiente forma:

Su cuerpo sí que no lo conozco pa'decirle a su mercé cómo es... Cuando se viste de catrina y que se va por ai, al tiatro o a cenar con los rotos esos del Clú, la veo más alta ¡palabra!, como si creciera un jeme de los míos... ¡tiente usted! (acercándole su mano abierta), la cintura se le achica y el seno se le levanta ¡ah! las caderas le engordan y se le ven llenotas, pero nada más; el abrigo y el vestido la cobijan mucho.

Según la descripción, Santa vestía de acuerdo con la silueta de la moda europea de la época, pero solamente cuando se le veía fuera con “los rotos esos del Clú”, es decir, cuando Santa salía en la ciudad con hombres que le llevarían a lugares donde la vestimenta era un filtro para entrar. La descripción dice que la cintura se le achica, probablemente porque usa un corsé, y también por eso el pecho se levanta y las caderas parecen ser más anchas. El personaje que relata cómo se ve Santa físicamente, inicia diciendo que se viste de “catrina”, es decir, estos atuendos eran más bien un disfraz para ella. La catrina es la versión femenina del “Catrín” una persona que viste muy a la moda y pasea por la ciudad. Sin embargo, como podemos ver por ejemplo en las caricaturas de

José Guadalupe Posada, a la catrina se le veía como una farsante, alguien que usaba la ropa como una forma de aparentar una clase social que no poseía.

Más adelante en un pasaje de la novela, Santa entró a una iglesia para orar, y ahí se encuentra con mujeres que rechazaron su presencia, por lo que el sacristán la echó del templo. Gamboa describe el señalamiento de las mujeres hacia Santa de la siguiente forma: “en alto los índices enguantados, las tocas y sombreros con las plumas temblorosas”<sup>146</sup>.

Las mujeres que pidieron la expulsión de Santa de la iglesia iban vestidas como mujeres burguesas de la época. Sin embargo, como vimos en la cita anterior, Santa no era extraña a esta forma de vestimenta. Aun si se vestían del mismo modo, había una distinción entre las mujeres burguesas de buena posición social que pidieron que la sacaran. Esto era que Santa adquiría sus atuendos gracias al trabajo inmoral tan temido por los ilustrados y las feministas de la época.

Posteriormente, en la novela, Santa dejó el negocio de la prostitución por un tiempo y después intentó regresar; para esto buscó, sin éxito, vacantes en diversas casas de citas. La narración relata su llegada a la casa de La Tosca, enemiga de su antigua matrona Elvira, quien le explicó las razones por las que no quería tomarla. Estas eran, en primer lugar, porque había estado en el hospital y su semblante delataba su enfermedad. En segundo lugar, porque a pesar de tener gran demanda, Santa se metía en problemas con los parroquianos, quienes, al considerar la prostitución como un mal necesario, preferían que las mujeres del establecimiento fueran “mujeres menos guapas y a la moda, pero más sufridas y constantes”<sup>147</sup>. Es decir, prostitutas discretas que no ostentaran lujos obtenidos con su oficio. De esta forma, Federico Gamboa retrató el rechazo que se mostraba en la prensa de las clases altas a las mujeres que tenían acceso a bienes suntuarios

---

<sup>146</sup> Federico Gamboa, *Santa*, Porrúa, Ciudad de México, 2013, pp.158

<sup>147</sup> *Ibid.* Pp.349.

gracias a oficios inmorales. En la novela, gran parte del rechazo de la sociedad hacia Santa se expresa en un rechazo a su apariencia.

### 3.2.3 Baile y cochino: la escenificación del salto social en el performance del baile.

Son dos cosas enteramente distintas “dar un baile” y “hacer baile” [...] Da un baile la persona que con cualquier pretexto de solemnidad invita a sus amigos a pasar unas cuantas horas en su compañía. El pretexto es lo de menos; el objeto principal del baile es estrechar los vínculos de amistad y los lazos sociales por medio de la amena distracción que proporciona sus amigos.[...] Ahora bien “hacer baile” es reunir música, refrescos, luces y gentes para bailar, comer y refrescarse, y santas pascuas.<sup>148</sup>

La presente cita es un fragmento de la novela *Baile y cochino* de José Tomás Cuéllar publicada en 1885. Este pasaje se encuentra en un momento del relato cuando la señora de la casa exclama ¡haremos baile!, así que el narrador aclara la diferencia entre “dar” y “hacer” baile. No obstante, la familia que haría baile es una de los denominados “nuevos ricos”, puede ser esta una de las razones que limitaba a la familia a únicamente poder “hacer baile”.

En *Baile y cochino* el autor enfatiza la descripción, no de los vestidos usados en el baile, sino del proceso de los personajes de clases medias para obtenerlos. Por un lado, la familia anfitriona dice tener previsto comprar un vestido para Matilde, la cumpleañera; no obstante la madre, Doña Bartolita también pide que se le compre un vestido nuevo y cuando su esposo le contesta que el último estaba bueno ella contesta: “No; está muy oscuro. Necesito uno más claro y más a la moda porque yo no quiero que me critiquen”<sup>149</sup>. Así que el señor de la casa se dispone a prever lo necesario. Por otro lado, las señoritas invitadas al baile por sus pretendientes Isaura, Rebeca y Natalia se hacen de atuendos de formas más improvisadas. Isaura desbarató un vestido verde limón y compró tiras bordadas, otras telas y listones de diferentes tonos de verde y

---

<sup>148</sup>José Tomás de Cuéllar, *Baile y cochino...*, CONACULTA, Ciudad de México, 2013, pp. 14.

<sup>149</sup> Ibid pp. 18

confeccionó un vestido nuevo. Rebeca pidió un vestido prestado a una amiga y la Natalia accesorizó con una chaqueta que su mamá le confeccionó de una enagua manchada que “parecía la mera verdad”<sup>150</sup>. Además, fabricaron sus propios polizones de canastas y alambres, porque “el hombre pobre todo es trazas”<sup>151</sup>. Por último, las señoritas adineradas de la novela, apodadas “las machucas” utilizan los más lujosos atuendos que su hermano podía pagar después de haberse hecho rico gracias a negocios ilícitos. Ellas “tenían vestidos de seda y alhajas, sin pensar que eran el precio de la deshonra de su hermano”<sup>152</sup>.

En la novela, el autor creó dos personajes que encarnan y satirizan la aspiración de las mujeres de clase media a acceder al lujo: Las Machucas y Enriqueta. Las primeras son las hermanas jóvenes de un hombre que se enriqueció rápidamente mediante negocios ilícitos. José Tomás de Cuéllar relata que las machucas habían sido tan pobres que de pequeñas andaban *descalcitas* y que jamás llegaron a imaginarse la prosperidad que tendrían. Su apariencia la describe de la siguiente forma:

Las Machucas tenían todas las apariencias, especialmente la apariencia del lujo, que era su pasión dominante; tenían la apariencia de la raza caucásica siempre que llevaban guantes, porque cuando se los quitaban, aparecían las manos de la Malinche en el busto de Ninón de Lenclós; tenían la apariencia de la distinción cuando no hablaban, porque la sin hueso, haciéndoles la más negra de las traiciones, hacia recordar al curioso observador la palabra *descalcitas* de que se valía Saldaña; y tenían por último la apariencia de la hermosura, de noche o en la calle, porque en la mañana y dentro de la casa, no pasaban las Machucas de ser unas trigueñitas un poco despercudidas y nada más.<sup>153</sup>

La descripción de las machucas resulta interesante por los elementos que engloba. En primer lugar, las machucas anhelaban el lujo enormemente. En segundo lugar, podían pasar por caucásicas si

---

<sup>150</sup> Ibid pp. 32

<sup>151</sup> Ibid pp. 32

<sup>152</sup> Ibid pp.43

<sup>153</sup> José Tomás de Cuéllar, *Baile y cochino*, CONACULTA, México D.F. 2013, pp. 39.

escondían lo suficiente lo que el autor describe como unas manos con rasgos indígenas. Eran elegantes, siempre y cuando no hablaran y revelaran su acento proveniente de su origen de clase baja. Por último, eran hermosas, pero no eran unas señoritas de casa. Al final de la cita, José Tomás de Cuéllar dice que eran sólo unas “trigueñitas despercudidas”. Es decir, jovencitas que, si bien, pudieron adoptar la apariencia burguesa, su posición social no era legítima al no poder deshacerse del todo de los rasgos que daban pistas de su origen racial.

El otro personaje, Enriqueta, era una joven atractiva, en edad casadera e hija ilegítima de un hombre rico. Enriqueta había contemplado la riqueza de su padre pero no la había vivido: “Enriqueta pedía una limosna de lujo a la sociedad opulenta”<sup>154</sup>. Este personaje representa a una mujer que buscaba lograr movilidad social mediante el matrimonio. Para su propósito, usaba su apariencia favorecedora y los artificios de la moda para engrandecerla. José Tomás de Cuéllar describió a Enriqueta como una aficionada de la moda, está última hacía el papel de su cupido. “El cupidillo aquel tan ingenuo y espontáneo en los tiempos patriarcales, era en la ventana de Enriqueta y en otros balcones un simple intermediario para llegar al lujo”<sup>155</sup>. Vestirse a la moda era para Enriqueta una estrategia para colocarse en el medio social al que quería entrar y así conseguir un marido que legitimara su pertenencia y su movilidad social.

En *baile y cochino*, el autor describe mediante la vestimenta o la forma en la que los personajes de clase media acceden a prendas apropiadas para un baile, la neurotización de la clase media por hacer patente su salto social mediante su apariencia. Para esto usa se vale de herramientas como el contraste de los atuendos —imitación de patrones europeos—y las características físicas de los personajes, resaltando que su fenotipo no concordaba con sus ropas,

---

<sup>154</sup> *Ibid.*, pp.67

<sup>155</sup> *Ibid.*

denostando así, su origen racial y de clase, ligados por completo. También narra a mujeres tratando de conseguir imitar un patrón estético específico mediante artificios o pidiendo prestado, con el sólo propósito de aparentar pertenecer a una clase social a la que buscaban ingresar mediante el matrimonio con algún hombre que sí perteneciera a esa clase.

### **3.3 La ostentación de la clase alta: los bailes porfirianos.**

El paso entre “dar” y “hacer baile” que distingue José Tomás de Cuellar en el apartado anterior era también, en gran parte, de clase. La capacidad de “dar” baile estaba ligada a la idea de distinción y buen gusto. Un baile implicaba un gran bagaje de capital cultural relacionado con reglas de urbanidad y conocimiento de las ideas reinantes del gusto sobre la decoración, distribución del espacio y vestimenta adecuada. Por esto, era usual encontrar crónicas de baile en la prensa donde se enfatizara la capacidad de los organizadores para “dar un baile”. Por ejemplo, en la descripción de un baile dado en Mixcoac se afirmó “Figuraos un salón lujosamente adornado y con ese *chic* propio de la gente de buen gusto y preparado *ad hoc* para un hermoso baile de fantasía”<sup>156</sup>.

Lo mismo sucedió con la crónica de un baile dado por la Legación de Francia:

El anuncio de un baile en la Legación de Francia, se acogió en México con el entusiasmo con que se acogen las fiestas organizadas por los franceses tan hábiles siempre para hacer encantadora la vida social. Tratábase además de Mr. et Mme. Viel Castel, y esto aumentaba los atractivos de la fiesta, pues dichos señores poseen ese *savoir faire* que caracteriza a las personas del *beau monde* que es innato en ellas, y que no puede ser imitado por los que carecen de distinción.<sup>157</sup>

Este baile al que fue invitada la editora de *El Álbum de la Mujer* Concepción Jimeno de Flaquer reproducía la idea hegemónica de la época de que Francia poseía el monopolio del buen gusto,

---

<sup>156</sup>Felipe de J. Haro, “Crónica de un baile” en *El Álbum de la Mujer*, 18 de marzo de 1888 pp.2

<sup>157</sup>La Redacción, “Un Baile en la Legación de Francia” en *El Álbum de la Mujer*, 06 de mayo de 1888 pp.2

por ello podían dar atractivos bailes. Además, enfatizó que algo así no llegaba a ser logrado por quienes “carecen de distinción”, es decir, quienes no tenían acceso al capital cultural y poder adquisitivo que implicaba emular el gusto francés. Otro elemento a destacar del evento efectuado en la Legación de Francia fue el hecho de que la invitación estaba en francés.<sup>158</sup> Durante la época, la lengua franca se asociaba con el cosmopolitismo, por lo que anuncios y publicidad también llegaron a hacerse en francés. El mensaje tácito era que las mercancías, lugares y eventos solamente eran accesibles para quienes conocían el idioma, lo que les daba un aura de exclusividad.

Este baile se hizo en honor a Porfirio Díaz, quien iba a recibir el gran cordón de la Legación de Honor. El evento tenía fines políticos de legitimación tanto de la personalidad política del presidente, como de las relaciones entre éste y la colonia francesa. Si bien, el baile fue para honrar a figuras políticas, la crónica se enfocó en la decoración y la vestimenta de las mujeres, en especial de Carmen Romero Rubio, la esposa del presidente Díaz: “Como gala de la fiesta aparecía la encantadora esposa del presidente de la República, vestida con argentino y áureo traje”<sup>159</sup>.

Étéreas y de fantasía eran las descripciones de los atuendos de las mujeres que asistían a estos bailes. Por una parte, se hablaba sobre las modas de la época, adornando su retórica con elementos fantásticos y enigmáticos que abonaban al aura majestuosa de la decoración reproducida por las ilustraciones de la prensa. Por otra parte, en la crónica se apuntaba la presencia de ciertas familias en el evento ligada a la elegancia de sus mujeres.

---

<sup>158</sup>“Le Chargé d’Affaires de la République Française et Viel Castel prient Monsieur and Madame Flaquer de leur faire l’honneur de venir passer la soirée chez eux, le Lundi 30 Avril à 10 heures. Légation de France, 5 Buená vista- On Dancera. R.S.V.P. en Ibid.

<sup>159</sup>Ibid

Otro baile de una colonia extranjera en México fue el baile de Thanksgiving de la colonia anglo-americana. Lo interesante del evento es el juego de elementos nacionalistas que lo rodeaba. En primer lugar, la celebración del Día de Acción de Gracias, una costumbre estadounidense, en segundo lugar, la decoración del lugar jugaba con elementos de identidad nacional.

En la crónica del baile se describió el panorama del lugar y cómo se hizo un pabellón mexicano y uno norteamericano y que “En todas partes se veían nuestra bandera y la estrellada del Norte, ya formando caprichosas colgaduras sobre espejos y ventajitas, ya casi desapareciendo bajo fantásticos adornos florales”<sup>160</sup>. En la ilustración de *El Mundo Ilustrado* del baile de Acción de Gracias se pueden ver a mujeres vestidas para la ocasión platicando, parejas bailando y paseando en un escenario decorado con flores y luces. No obstante, no pasa desapercibida la bandera estadounidense al fondo del salón y varias banderas tricolor en las ventanas.



Figura 10. Baile del Día de Gracias. Fuente: *El Mundo Ilustrado*

Los bailes se consideraban algo del ámbito femenino. Aun si los bailes se hiciesen para legitimar cuestiones políticas donde los actores fueran hombres, este se daría para las mujeres. Por

<sup>160</sup>S.f. “Costumbres norteamericanas. Baile del Día de Gracias en México” en *El Mundo Ilustrado*, 2 de diciembre de 1894.

ejemplo, en una crónica de baile se afirma que “La junta directiva del Casino de Mixcoac decidió obsequiar a las damas de la ciudad con alguna fiesta digna de recordación, y al efecto organizó un baile de fantasía”<sup>161</sup>. Así, los bailes fungieron como una especie de escenificación de las aspiraciones de progreso del régimen, relacionado con la construcción de una nación civilizada bajo los parámetros europeos donde las mujeres no eran ciudadanas, pero sí agentes de una reafirmación de identidad política y de clase.



Figura 11. Recuerdo del baile dado en Minería en honor al Sr. presidente.

Fuente: El Mundo Ilustrado 20 de enero de 1897

<sup>161</sup>S.f. “Baile de fantasía en el Casino de Mixcoac” en *El Mundo Ilustrado*, 05 de febrero de 1909.

La presente obra (figura 11) fue una portada de *El Mundo Ilustrado* conmemorando un baile en honor a Porfirio Díaz que se llevó a cabo en el palacio de minería. Se trata de un dibujo del ilustrador veracruzano José María Villasana. Dicho artista nació en 1845, hijo del señor José María Villasana y doña Luisa Carballo. Villasana fue un reconocido litógrafo porfiriano que también se desarrolló en actividades políticas y periodísticas a lo largo de su vida<sup>162</sup>.

La litografía es una representación del baile de minería. Este evento fue organizado por las clases altas porfirianas en enero de 1897 para celebrar la toma de posesión del nuevo período presidencial de Díaz<sup>163</sup>. Esta no fue la primera vez que la clase alta mexicana hacía un baile en honor a Porfirio Díaz, ya en 1886 se había hecho uno por su cumpleaños y en 1888 se hizo otro en su honor en el edificio de la ex aduana.

La ilustración guarda muchas similitudes con la descripción del baile que se presenta algunas páginas después en *El Mundo Ilustrado*. En dicho texto se describe y enaltece la decoración del edificio, sobre esto el autor afirma:

Del centro de cada arco pendía un gran foco de intensa luz y aquí y allí, bordando los arcos, pendiendo diamantes en los muros, multiplicándose hasta lo increíble en todas las posiciones, veíanse centenares y centenares de lámparas incandescentes. En la planta baja, el adorno consistía en cortinajes de inmensos de peluche de vivos colores, que formaban un *portier* a cada arco y que dejaban ver, en las galerías, grandes figuras decorativas en bronce, de severo efecto<sup>164</sup>.

---

<sup>162</sup>Hugo Arturo Cardoso Vargas, "José María Villasana, precursor de la historieta mexicana" en *Revista Latinoamericana de Estudios sobre la Historieta*, vol 4, no. 14 (junio de 2004), pp. 98-105

<sup>163</sup> S.f., "Suntuoso baile en honor al señor presidente", en *El Municipio Libre*, 20 de enero de 1897, pp.1

<sup>164</sup> S.f., "El baile en Minería. Impresiones", en *El Mundo Ilustrado*, 24 de enero de 1897, pp. 5

La decoración, las imágenes que transportan a un mundo de fantasía y belleza, son protagonistas en la imagen. Las luces de las guías en los arcos se iluminan más que el resto de los colores en la ilustración, con excepción de las joyas y accesorios que porta Carmen Romero Rubio. Llama la atención cómo dentro de la ilustración, la pareja del centro (Carmen Romero Rubio y el general Escobedo, quien la escolta) se encuentra rodeada únicamente por mujeres. En la misma descripción del baile se relata lo siguiente: “Damas y caballeros sin previo acuerdo, sin que nadie lo hubiera indicado se levantaron de sus asientos, y ocupando las señoras primera fila, formaron a la entrada del salón, una deslumbrante valla, como homenaje de cariñoso respeto a la Sra. Romero Rubio de Díaz”<sup>165</sup>.

La escenificación del pasaje anterior en la ilustración da cuenta de dos cosas. Por una parte, el autor busca plasmar el buen recibimiento de los asistentes al régimen mediante la admiración que muestra el ordenamiento de los invitados para ver desfilan a Carmen Romero Rubio. Por otra parte, se resalta a las mujeres: tanto a Carmen Romero Rubio, como el hecho de que era el objeto de admiración de todas las mujeres asistentes. Aunque el baile sirviera a las clases altas para mostrar su apoyo a Díaz y también ostentar su poderío y buen gusto, se reconocía que la admiración de este espectáculo era para las damas. Si bien, el evento poseía una gran relevancia política y pública de este evento, llama la atención que parece ser un espacio más bien femenino, privado y exclusivo, lo que parecen ser las ideas antagónicas de la política republicana.

Además, no se deja de lado que el objetivo de este baile era rendir homenaje al régimen de Díaz, sin embargo, en esta ilustración la protagonista es Carmen Romero Rubio y no Porfirio Díaz. En la descripción del baile de *El Mundo Ilustrado*, se relata que Porfirio Díaz se apartó con sus

---

<sup>165</sup> Ibid.

acompañantes y Carmen Romero Rubio fue escoltada por el General Escobedo, lo cual se ve en el dibujo. El artista representó el momento de Carmen Romero Rubio sin Porfirio Díaz.

El Mundo Ilustrado enfatiza el atuendo de Romero Rubio:

La presencia de la distinguida señora produjo verdadera admiración por la sencillez y elegancia de su traje, confeccionado en París con riquísima seda de tela negra y adornos de azabache, que hacían resaltar su reconocida belleza. En la parte alta del peinado, lucía la señora tres grandes brillantes en artístico broche, no menos valioso que los brochetes, el magnífico collar de perlas y brillantes y las soberbias pulseras que completaban su toilette<sup>166</sup>.

La descripción parece asimilarse a lo que José María Villasana Ilustró. Incluso, trata de dar un efecto de sombreado en el que el brillo del vestido nos da pistas de que se trata de una seda. Además de esto, Villasana intencionalmente resalta a Carmen Romero Rubio al dibujarla en tonos mucho más oscuros que el resto de las escalas grises de la imagen. Ella se distingue entre las otras mujeres puesto que el artista las viste de blanco a todas las asistentes a excepción de a Carmen, quien usa negro. Por último, los brillos del atuendo de Carmen brillan tanto como las luces de la decoración del salón.

Como hemos visto anteriormente, la decoración fue un punto central en las descripciones de *El Mundo Ilustrado*. Villasana se encargó de crear una atmósfera de cuento de hadas en su dibujo. Sobre esto en el mundo Ilustrado se afirma “Aquellos ensueños de poetas fantásticos que sobrecogen el alma del niño con sus narraciones maravillosas, parecían haberse realizado ahí, en el gran salón, por no sé qué mágico poder”<sup>167</sup>.

---

<sup>166</sup> Ibid.

<sup>167</sup> Ibid.

No obstante, la ornamentación que creaba el efecto etéreo en el baile no era sólo la decoración, sino también las invitadas: “El adorno en tan bello edificio debía lucir notablemente más que en cualquier otra parte y la concurrencia femenina, moviéndose en un cuadro tan vistoso y rico, producir debía el efecto más encantador que darse pueda”<sup>168</sup>. Esto podría estar ligado a la forma en la que Villasana pinta a todas las mujeres vistiendo de blanco, con telas que parecen tener transparencias para crear armonía en el lugar, al mismo tiempo que hacen resaltar a Carmen Romero Rubio.

La ilustración de José María Villasana nos muestra, al ser un artista que apoyaba el régimen, la forma en la que la sociedad porfiriana buscaba ser representada. Las imágenes y descripciones fueron publicadas en la prensa insistiendo en la magia del momento y lo digno que era de recordarse. Además, daba el mensaje de que la relación entre el presidente Porfirio Díaz y las llamadas “clases pudientes” estaba mejor que nunca. Todo esto en un escenario de un edificio público utilizado para fines privados.

En otra litografía (figura 12) que también apareció en *El Mundo Ilustrado*, Carlos Alcalde<sup>169</sup> hizo una representación del momento de llegada del Presidente Díaz y su esposa Carmen Romero Rubio. Vemos que este autor buscó dar una imagen más espontánea e hizo un dibujo donde se muestra el momento justo del arribo de la pareja al salón, puesto que el carruaje sigue en la puerta y ambos aún tienen puestos sus abrigos. En esta representación, la gente se conglomeró, de forma más desordenada que en la ilustración anterior, para verlos al momento de su llegada. Así,

---

<sup>168</sup> Ibid.

<sup>169</sup> Caricaturista mexicano nacido en 1871. Inauguró la sección ilustrada de *El Imparcial* y participó en publicaciones como *El Mundo Ilustrado* y *Revista de Revistas*. Véase: Ortiz Gaitán, Julieta, *Imágenes del deseo. Arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)*, Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, 2003.

creó la impresión de que la admiración o curiosidad de las personas hacia la pareja presidencial era más instintiva. Al comparar esta imagen con la analizada previamente, llama mi atención el hecho de que, en la imagen de Villasana, el general Escobedo usa un uniforme militar, mientras que en esta ilustración, quien recibe a Porfirio Díaz y Carmen Romero Rubio, que según la crónica fue el General Escobedo, porta un frac tradicional, al igual que Porfirio Díaz. Esto crea una escena burguesa, más que de estamentos políticos. Lo que puede ligarse a que los bailes en honor a Porfirio se hicieron en la última década del siglo XIX, cuando el régimen de Porfirio se encontraba más estable.

El manejo de estos eventos en la prensa con litografías y descripciones dice que, para este momento el régimen de Díaz se encontraba bien relacionado con una élite distinguible y con colonias extranjeras y que era un gobierno eminentemente burgués. La adopción de modas en el vestido, pero también en las costumbres y conductas europeas denotan la presencia de orden civilizatorio dentro del régimen, un elemento constitutivo de la modernidad capitalista.<sup>170</sup>

---

<sup>170</sup> En palabras de Bolívar Echeverría, estaríamos hablando de un “racismo constitutivo de la modernidad capitalista, un racismo que exige la presencia de una blanquitud de orden ético o civilizatorio como condición de la humanidad moderna” en Bolívar Echeverría, *Modernidad y blanquitud*, Ediciones Era, México D.F., 2010.



Figura 10

Fuente: “Recepción del presidente y su esposa” en *El Mundo Ilustrado*, 17 de enero de 1897



Figura 13. Baile de fantasía efectuado en el Casino Francés Fuente: *El Mundo Ilustrado* 11 de abril de 1897

En otra litografía de un baile, ya sin la presencia de Porfirio Díaz (figura 13), Carlos Alcalde busca retratar el aspecto del salón del baile que se llevó a cabo el día sábado 3 de abril de 1897 en el casino francés. Nuevamente las protagonistas del baile son las mujeres, sus vestidos y la decoración del salón que recuerda a la escena de cuento de hadas del baile de Minería. La decoración de todos los bailes revisados coincide en el hecho de que se buscaba emular un espacio fantástico que, por un lado, reproducía la idea de la belleza etérea presente en las artes plásticas occidentales de la época, por el otro, contribuía a la mitificación de estas reuniones, cimentando sobre todo, un aura de exclusividad.

Para concluir, me enfocaré en la última idea evocada por las imágenes presentadas: la exclusividad. ¿Cuáles eran los criterios de exclusión de este baile? Mi conclusión, basándome en todos los ejemplos presentados a lo largo del capítulo es que eran de clase social y de poseer lo que llamo capital estético, esto es: el conocimiento, aplicación y asimilación de una ideología estética particular y la capacidad de representarla en el cuerpo. En este caso, mediante el poder adquisitivo, el acceso a mercancías y a técnicas, ya sea por su conocimiento o el empleo de personas y el poseer rasgos caucásicos o asimilarlos mediante la transformación de la apariencia. Como todo capital acumulable, este también genera desigualdad y es resultado de la explotación de un sector social. Además se trata de un capital acumulado principalmente por mujeres que mediante la exhibición de su cuerpo vestido se transfiere a los hombres, sirviendo a ellos como una forma de legitimación de clase y, en el régimen porfirista, también política.

En conclusión, las fuentes presentadas hablan de que, si bien, no muchos podían acceder a la moda, esta tenía preponderancia en la sociedad burguesa por la posibilidad que les daba de distinción y en los obreros por el trabajo que representaba. De igual forma, las clases altas

rechazaban a quienes aparentaban pertenecer a una clase social distinta que la que les correspondía. Se difundieron las ideas de elegancia como un capital cultural heredado que se impone desde el poder y que se considera como de nacimiento. Es decir, la codificación de una forma de apariencia que va más allá del poder adquisitivo pero que sin duda lo necesita. Además, la vestimenta se usó como una forma de denotar la adopción de conductas y costumbres europeas y, por lo tanto, de ser parte de un orden civilizatorio.

## Conclusiones

*“En las colonias, la verdad aparecía desnuda; las “metrópolis” la preferían vestida”*

-Jean Paul Sartre

La moda hegemónica durante esta época parte de tres enunciados que he explicado a lo largo de esta investigación: En primer lugar, la moda representaba la modernidad, el orden social y el deseo de las clases sociales altas de imprimir en el cuerpo dichos principios. En segundo lugar, la idea de feminidad hegemónica era burguesa, relacionada con el tiempo de ocio y la cultura pecuniaria, blanca y con la posibilidad de hacer patente su modernidad mediante su apariencia. Por último, la clase social puede leerse en la apariencia mediante la demostración de lo que llamo “capital estético” .

Una de las preguntas que guió la siguiente tesis fue conocer el papel que jugaba la moda en el contexto de modernidad y urbanización del porfiriato. Con base en el análisis de fuentes presentado en la investigación puedo decir que durante el porfiriato se da un desarrollo acelerado en la urbanización y ornamentación de la ciudad. En este escenario, la moda también creó espacios e hizo del consumo un pasatiempo.

La moda fue relacionada con la fantasía, el lujo y el capricho, es decir, cosas innecesarias pero sumamente deseadas. Esto puede deberse a que los artículos suntuarios y los lugares donde podían conseguirse crearon un fetichismo alrededor de las mercancías de la apariencia donde la modernidad podía materializarse en objetos que se llevaban en el cuerpo, especialmente el cuerpo femenino. Además, dado que sólo un sector muy pequeño de la sociedad tenía acceso a

dichas mercancías, puede verse en los cuerpos vestidos, una escenificación del orden social de clases de la época.

Otro de los propósitos de la tesis era identificar cómo los discursos sobre moda proponían criterios que definían la apariencia de la mujer burguesa como un emblema de clase social. Con base en esto, se creó un campo semántico que ligaba a la mujer, la moda y la clase social con la modernidad tanto a nivel privado como de nación y de la mujer burguesa como emblema de civilización. De esta forma, las mujeres fungieron como un pilar de la ciudadanía burguesa puesto que ellas podían ostentar riquezas. Además, los discursos sobre moda reforzaban el binarismo de la identidad de género. Es decir, la “masculinización” de las mujeres o “feminización” de los hombres eran categorías que respondían al desordenamiento de las identidades de género que para la época se consideraban fijas y binarias.

Dentro de los discursos sobre moda existían también objeciones hacia ella, principalmente porque permitía a las mujeres transformar su cuerpo. La moda en la época estaba ligada a la belleza femenina, la cual se podía conseguir mediante la transformación de la apariencia. Según las fuentes consultadas, la idea de belleza, especialmente en su relación con la vida interna, comúnmente discutida en el tema de la belleza femenina, lo bello estaba determinado por la capacidad de reaccionar de forma positiva a un patrón de gustos específicos y determinados. Estos eran los parámetros de belleza europeos e imaginados por el arte Occidental y de blanquitud.

En general, las exigencias de apariencia para las mujeres burguesas mexicanas se basaban en la combinación de dos aspiraciones: la mujer moderna y la mujer como emblema de clase social. Todo esto relacionado con los principios del acceso al tiempo de ocio, de artículos de lujo y blanquitud que demostraba su modernidad en la apariencia.

Por último, una cuestión que cruza toda la tesis pero en la cual me enfoco en el último capítulo es la relación moda-clase social y género. Las fuentes pudieron demostrar que los artículos de moda de primera mano no eran accesibles para el grueso de la población, sin embargo, la apariencia cobró importancia en esta época tanto por las páginas que se le dedicaron en la prensa como por la cantidad de personas que estaban empleadas en algo relacionado con la apariencia. ¿En qué sentido los discursos sobre moda de las mujeres mexicanas de finales del siglo XIX y principios del siglo XX remiten a la diferenciación y el ascenso social? El ideal de feminidad porfiriana se combinó con dos elementos que podrían sonar contradictorios pero que en realidad, en la época, se combinaron armoniosamente: el nacionalismo y la modernidad. Ambos atributos sólo eran posibles para la clase burguesa de la población, por lo que denotar estos dos elementos constitutivos de la feminidad era también una forma de diferenciación de clase social. De esta forma, la mujer se convirtió en un emblema que poseía los atributos mencionados anteriormente pero que al mismo tiempo podía exhibir su clase social.

## Bibliografía

- Alvarenga Ventuolo, P. (2012). "La política de los polvos y el colorete". El cuerpo femenino en disputa. . En *Identidades en disputa. Las reinventiones del género y de la sexualidad en Costa Rica de la primera mitad del siglo XX* (págs. 145-170). Ciudad Universitaria Rodrigo Facio : Universidad de Costa Rica .
- Appadurai, Arjun. *The social life of things: commodities y cultural perspective* . Cambridge : Cambridge University Press, 1986.
- Armendariz Romero, Dolores Gabriela. *Mujeres de crema y poma en la Ciudad de México. Moda y prácticas de belleza 1880-1910*. Ciudad de México : Tesis de doctorado Instituto Mora , 2016.
- Arechavala y Torrescano, Ma. Del Carmen de. *Visión masculina y femenina de la indumentaria decimonónica a través de la literatura y las artes: Claudio Linati, Madame Calderón de la Barca, Manuel Payno*. México: Tesis de Maestría, en Historia del Arte. FFYL/UNAM, 2008
- Armendáriz Romero, Dolores Gabriela. «La concepción de la moda en México durante el siglo XIX y principios del XX.» *Nierika*, 2017: 38-50.
- Barnard, Malcolm. *Fashion as communication* . New York : Routledge, 2002 .
- Beltrán Rubio, Laura “Portraits and performance: Eighteenth Century Dress and the Culture of Apparences in Spanish America”, *The Journal of Dress History*, Volume 2, The Association of Dress Historians, 2018.,
- Blanche Payne, Geitel Winakor, Jane Farrell-Beck. *The History of costume: From ancient Mesopotamia through the twentieth Century*. New York: Harper Collins Publishers, 1992.
- Blummer, Herbert. «Fashion: from class differentiation to collective selection .» *The Sociological Quarterly*, 1969: 275-291.
- Bogardus, R.F. «The reorientation of paradise: Modern Mass Media and Narratives of Desire in the Making of American Consumer Culture. » *American Literaty History*, 1998: 508-523.
- Bordieu, Pierre et Delsaut, Yvette. «Le couturier et sa griffe : contribution à une théorie de la magie.» *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* , 1975: 7-36.
- Carreño, Manuel Antonio, *Manual de Urbanidad y buenas maneras para uso de la juventud de ambos sexos en el cual se encuentran las principales reglas de civilidad y etiqueta que deben observarse en las diversas situaciones sociales; precedido de un breve tratado de los deberes morales del hombre*, Bouret, París-México, 1920
- Cázares Castillo, M. (2017). *Tesis de maestría Prácticas de intercambio y sociabilidad en las Ciudades de México y San Luis Potosí a través de la moda femenina; 1870-1890*. San Luis Potosí: El Colegio de San Luis.

- Corbin, Alain. «Entre bastidores. El secreto del individuo. La relación íntima o los placeres del intercambio. Gritos y susurros.» En *Historia de la vida privada Vol. IV: De la Revolución Francesa a la Primera Guerra Mundial*, de George Duby, 419-622. Madrid: Santillana, 2001.
- De Gortari, Hira, “¿Un modelo de Urbanización? La Ciudad de México a finales del siglo XIX” en *Secuencia*, Instituto Mora, D.F., 1987
- Echeverría, Bolívar, *Modernidad y blanquitud*, Ediciones Era, México D.F., 2010.
- Foucault, Michel, “Space, Knowledge and Power, en Rainbow, Paul *The Foucault Reader*, Pantheon Books, Nueva York, 1984
- Ganeva, M. (2008). *Women in Weimar fashion: Discourses and displays in German culture, 1918-1933*. Rochester : Camden House.
- Gómez Galvarriato Freer, Aurora, “Industrialización, empresas y trabajadores industriales, del porfiriato a la Revolución: la nueva historiografía” en *Historia mexicana* vol. LII, núm.3 marzo 2003, El Colegio de México, Distrito Federal, pp.773-804.
- Gómez Reyes, Yudmiu Irazú. «La mujer, la coquetería y la moda en la obra de Georg Simmel.» *La colmena* , 2006: 67-74.
- Gonzalez Navarro, Moisés. *Sociedad y cultura en el porfiriato*. Ciudad de México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1994.
- Gourley, Catherine. *Images and issues of women in the twentieth century volume I Gibson girls and suffragists. Perceptions of women from 1900 to 1918*. Minneapolis: Twenty-first Century Books, 2008.
- Guerra, Francois Xavier. *Modernidad e independencias: Ensayos sobre las revoluciones hispánicas*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 2001.
- Hollander, Anne. *Seeing through clothes* . Los Angeles, Berkeley, London : University of California Press, 1978.
- Holguín Balderrama, Juan Carlos. *Las fiestas cívicas y la inauguración de obra pública en Álamos durante el porfiriato: 1892-1910, una política de progreso y legitimidad*. Hermosillo: Tesis de maestría: El Colegio de Sonora, 2015.
- Infante Vargas, L. (2008). De la escritura personal a la redacción de revistas femeninas. Mujeres y cultura escrita en México durante el siglo XIX. *Relaciones* , 69-105.
- Joyce, Patrick, “City Past and City Present. Building The Liberal City” en Joyce, P., *The Rule of Freedom. Liberalism and the Modern City*, USA, Verso, 2003
- Kant, Immanuel, *Observations on the Feeling of the Beautiful and Sublime and Other Writings*, Cambridge University Press, Cambridge, 2011.

- Kunzle, David. «Dress Reform as Antifeminism: A Response to Helene E. Roberts's "The Exquisite Slave: The Role of Clothes in the Making of the Victorian Woman".» *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 1977: 570-579.
- Lipovetsky, Gilles. *El imperio de lo efímero*. Barcelona: ANAGRAMA, 1990.
- Macgregor Gárate, Josefina, “Ciudadanía: indefinición y ambigüedad como punto de partida 1857-1917”
- Mandoki, Katia, *El indispensable exceso de la estética*, Siglo XXI, Ciudad de México, 2013.
- Maynard, Margaret. *Dress and globalisation*. Manchester: Manchester University Press, 2004.
- Miguel Macedo, *La criminalidad en México. Medios de combatirla*, Secretaría de Fomento, México, 1897.
- Ortiz Gaitán, Julieta. «La ciudad de México durante el porfiriato: el París de América.» En *México Francia: Memoria de una sensibilidad común; siglos XIX-XX. Tomo II*, de Javier Cramausel, Chantai Perez-Siller, 179-196. México: Centro de estudios mexicanos y centroamericanos, 1993.
- \_\_\_\_\_ «Arte, publicidad y vida cotidiana en los albores del siglo XX.» En *Múltiples matices de la imagen: historia, arte y percepción*, de Rebeca Monroy Nasr. México, D.F.: Yeuetlatolli, 2003.
- Pasalodos Salgado, Mercedes. «Algunas consideraciones sobre la moda en la belle époque . *Indumentaria: Revista del museo del traje* , 2007: 107-112.
- Pena Gonzalez, Pablo. «Indumentaria en España: el periodo Isabelino (1830-1868).» *Indumenta. Revista del Museo del traje*, 2007
- Perez Monroy, Atzin Julieta. *La moda en la indumentaria: del Barroco a los inicios del Romanticismo en la Ciudad de México (1785-1826)*. México: Tesis doctoral: Universidad Nacional Autónoma de México, 2001.
- Roberts E., Helen. «The exquisite slave: The role of clothes in the making of the victorian woman» *Signs*, 1977.
- Roche, Daniel. «La cultura material a través de la historia de la indumentaria.» En *Historiografía francesa: corrientes temáticas y metodológicas recientes*, de Hira y Gortari, Guillermo De Zermeño, 77-88. Ciudad de México : Centro de estudios mexicanos y centroamericanos, 2000.
- \_\_\_\_\_ (1996). *The culture of clothing: dress and fashion in ancien régime* . Cambridge : Cambridge University Press.
- Ross, Robert. *Clothing: a global history*. Cambridge : Polity , 2008.

- Salazar, Edward, “Estéticas en plural. La moda popular en Bogotá”, *Cuadernos de antropología*, Revista del Laboratorio de Etnología María Eugenia Bozzoli Vargas, 2016.
- Sánchez Parra, Cristina, “Novedad y tradición: Las tiendas por departamentos en la Ciudad de México y su influencia en el consumo, 1891-1915”, Ciudad de México, Tesis de doctorado El Colegio de México, 2017
- \_\_\_\_\_ “La publicidad de las tiendas por departamentos de la Ciudad de México en los albores del siglo XX” en *Historia mexicana*, Marzo de 2020, pp. 1597-1646.
- Sandoval Villegas, Martha. «Los caminos de la moda hacia Nueva España: comercio, personas, libros y papeles.» *Nierika* , 2017: 7-25.
- Saulquin, S. (2010). *La muerte de la moda, el día después* . Buenos Aires : Paidós.
- Sanín Santamaría, Juan Diego. «Estudios de la cultura material.» *Iconofactor*, 2006: 17-38
- Simmel, Georg. *Philosophie de la mode* . Paris: Éditions Allia, 2017.
- Stempniak, Kasia, “Outfitting Paris: Space, and the Body in Nineteenth-Century French Literature and Culture”, Tesis de doctorado, Duke University, Carolina del Norte, 2019.
- Torres Septién, Valentina. «Manuales de conducta, urbanidad y buenos modales durante el porfiriato. Notas sobre el comportamiento femenino.» *Serie de historia moderna y contemporánea - Instituto de Investigaciones Históricas. UNAM*, 2001: 271-289.
- Turner Wilcox, R. *The mode in costume. A historical survey with 202 plates*. New York: Dover Publications, 2008.
- Ventuolo Alvarenga, Patricia. *Identidades en disputa: las reivenciones del género y de la sexualidad en la Costa Rica de la primera mitad del siglo XX*. San José: Universidad de Costa Rica, 2012.
- Villasana, Nahúm. «Proceso de masificación y tergiversación de la moda en Occidente.» *Societarts. Revista de Artes*, 2016: 5-12
- Welters, Linda and Lillethun, Abby. *Fashion history: a global view*. London, Oxford, New York, New Delhi, Sydney : Bloomsbury , 2018.
- Wollstonecraft, Mary, *Vindicación de los derechos de la mujer*, Istmo, Madrid, 2005

