



Universidad Nacional Autónoma de México

Doctorado en Historia  
Facultad de Filosofía y Letras  
Instituto de Investigaciones Históricas

EL JUEGO DE LAS APARIENCIAS  
MODA, CULTURA FEMENINA Y FEMINISMO EN MÉXICO

Tesis  
que para optar por el grado de:  
Doctora en Historia

presenta:  
Claudia Tania Rivera Mendoza

Tutor principal  
Dr. Hira de Gortari Rabiela  
Instituto de Investigaciones Sociales

Comité tutor  
Dra. Josefina Mac Gregor Gárate  
Facultad de Filosofía y Letras

Dr. Franco Savarino  
Escuela Nacional de Antropología e Historia

Ciudad Universitaria, CD. MX, Enero 2024



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.



## INDICE

Agradecimientos	5
Introducción	8
PRIMERA PARTE	
LA MODA, CAMPO DE BATALLA ENTRE LOS SEXOS	
I. La moda como proceso mundial de largo aliento	21
II. El mercado de la moda desde la orilla mexicana	43
SEGUNDA PARTE	
MODA, REVISTAS ILUSTRADAS Y PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LA ESFERA PÚBLICA	
III. Moda, impresos y mujeres	81
IV. Las revistas ilustradas y la participación civil en la posrevolución mexicana	123
V. Moda y feminismo en México: revista <i>El Hogar</i>	159
TERCERA PARTE	
PRÁCTICAS Y USOS DE LA MODA EN EL MÉXICO POSREVOLUCIONARIO	
VI. Difusión y geografía de la moda	221
VII. El poder de la palabra impresa: las pelonas	273
VIII. Cruzadas contra el mal gusto: el concurso del vestido económico del diario <i>El Universal</i>	307
Conclusiones	341
Fuentes y bibliografía	347



## Agradecimientos

En el largo, muy largo tiempo que me tomó hacer esta tesis falleció mi madre —oh, Susana, mi Susana— y me convertí en madre (poquito antes de que comenzara la pandemia de 2020). Lejos de menguar mi interés por esta investigación, los vuelcos que estos dos acontecimientos provocaron en mi vida afinaron mi sensibilidad para indagar posibles significados e interpretaciones sobre los vínculos entre la indumentaria, las modas y las mujeres. Mi madre y mi hija se convirtieron en la inspiración de esta investigación.

Pude dedicar tantos años de trabajo a esta tesis cuando se terminó la beca que me otorgó Conahcyt, gracias al apoyo, las risas, el amor, la escucha y comprensión de Héctor. Sin él esta investigación no hubiera sido posible: me dio una habitación propia para dedicarme a pensar, escribir, leer y vivir tranquila a pesar de las turbulencias. A su lado floreció un jardín sereno, un mundo seguro donde habitamos con Greta y Margot, y en los últimos años con nuestra hija. Gracias, Héctor, por todo y por tanto.

El cariño y bondad de mi padre, Bernardo, de mis hermanos Berny y Mariana, y de mis sobrinas Fernanda y Renata también fueron mi sostén durante este tiempo. Al iniciar el doctorado intentaba —sin gracia y sin éxito— ser apoyo de Fer y Re; hoy ellas son la red que me permite tener una maternidad gozosa. Gracias siempre, adoradas moscas. Gracias también a Claudia Valencia por querer tanto y cuidar de nuestra pequeña niña.

Durante estos años retoñó, además, un lazo profundo y amoroso con mi abuela Soledad. Las tardes que pasamos charlando sobre su vida remendaron huecos que dejó la partida de mi madre y me ayudaron a identificar herencias que desconocía e imaginar el pasado de otras mujeres que, como mi abuela, migraron a la Ciudad de México en la primera mitad del siglo XX. Gracias, abue, por compartirme tus recuerdos, por tu compañía y cariño.

Tengo profunda gratitud con los miembros de mi comité tutor, pues hicieron posible mi permanencia en el programa de posgrado cuando mi investigación parecía una causa perdida. Admiro la paciencia que tuvieron y el interés que mostraron en mi trabajo. Doctor De Gortari, usted no sólo acogió con entusiasmo una tesis sobre un tema entonces poco

valorado, sino que consiguió números de la revista *El Hogar* que pude consultar en el Instituto de Investigaciones Sociales, y tuvo palabras precisas para guiarme cuando mi vida se puso difícil: gracias. Doctora Mac Gregor, aprecio que me haya defendido y haya sido franca conmigo cuando fue necesario; gracias, además, por todas las observaciones que hizo a este trabajo a lo largo de los años. Doctor Savarino, estimo su serenidad, benevolencia y el hecho de que haya señalado a las modistas como personajes relevantes para este trabajo cuando apenas comenzaba a desarrollarlo. Agradezco también a las doctoras Lucrecia Infante y Marina Garone, quienes se sumaron como parte del jurado de esta empresa a la mitad del camino: sus comentarios le dieron nuevas dimensiones.

Hoy sostengo con certeza que el mundo social puede explicarse a través de las modas y la indumentaria, gracias a las charlas y el trabajo que he tenido con muchas personas, sobre todo con mi gran amiga Licette Gómez Sabaiz, y con mis colegas Julieta Pérez Monroy, Martha Sandoval, Cristina Sánchez y todas las personas que han formado parte del Seminario de Estudios sobre Indumentaria y Modas en México (SEIMM). Desde 2013 hemos conversado y realizado proyectos para desarticular la creencia de fatuidad que pesa sobre los fenómenos de la moda y la indumentaria en el mundo de la academia. A partir de 2020, Omar Cruz García nos invitó a colaborar en *Caleidoscopio: moda, creación e identidad*, espacio de reflexión cobijado por el Museo del Chopo en el que he aprendido mucho. Me siento orgullosa y satisfecha de saber que estamos tejiendo redes que terminarán por formar instituciones. Gracias, colegas, por su alegría, trabajo y compañía.

Son muchas, muchas más las personas que contribuyeron de mil formas con este trabajo. Mi suegra, Lucielia Martínez Guerra, Antonio Maya, Ricardo Fagoaga, Sarah Bak-Geller, Daniel Mendoza Luna, Martina Barroeta Zalaquet, el hacker digital Enrique César, César Valdés, Jessica Martín del Campo, Odette Rojas, Lilia Esthela Bayardo, Gizelle Macías, Carlos Didjazaá y muchos otros más nutrieron con lecturas que encontraban por su camino y pensaban que podían serme útiles, o me facilitaron textos que o no conocía o no tenía acceso a ellos: mil gracias. Angélica Tamayo y Jorge Galindo me llamaron con harto entusiasmo cuando se toparon y compraron un montón de números de *El Hogar* en un puesto de la calle mientras paseaban por la Ciudad de México. También estoy

agradecida con Martha Sandoval, Omar Cruz García y Scarlet Galindo Monteagudo, quienes me invitaron a presentar reflexiones sobre el tema de moda y el feminismo en los museos de la Mujer, del Chopo y de la Acuarela.

Agradezco con particular cariño a Susie Porter, quien no sólo me escuchó con interés entre pasillos y fue dadivosa con parte de su trabajo no publicado, sino que también hizo una lectura muy fina de algunas partes de esta tesis y me incluyó en el VII Coloquio Internacional de Historia de las Mujeres y de Género (Redmugen) celebrado en la Universidad de California, San Diego, en 2017. Este encuentro fue crucial para esta investigación, pues ahí recibí atinados comentarios de Gabriela Cano, Mary Kay Vaughan y otras asistentes. También en San Diego conocí a Sarah Buck Kachaluba, quien tiempo después leyó con entusiasmo el capítulo seis de esta tesis y me compartió sus reflexiones sobre el feminismo en México. Gracias también a Olga Sabido, Priscila Cedillo y Cecilia Fernández por el interés que mostraron al leerme.

Sé que olvido a mucha gente que hizo posible el arribo de esta investigación a buen puerto. Me disculpo por este olvido. Sé, sin embargo, que esta tesis no es sólo mía, aunque sí soy la única responsable de sus desatinos.



## Introducción

A lo largo de varias centurias, al menos desde el siglo XVI, se desplegaron una serie de acontecimientos en distintas partes del mundo que, de manera contingente y errática, urdieron con fuerza a las mujeres con la indumentaria, la moda y la frivolidad. El tejido formado por las experiencias y los significados atribuidos a esas experiencias (vinculadas éstas con las mujeres, la indumentaria, la moda y la frivolidad) fue resultado de procesos históricos en los que participaron miles de seres humanos. Por eso mismo, por ser transformaciones que sobrepasaron tantas vidas humanas, en el siglo XIX ya parecía algo natural, casi evidente, que las mujeres encontraran algún trabajo relacionado con la costura o que estuvieran, por lo general, más interesadas en seguir los dictados de la moda y —por si fuera poco— que ese interés se imputara y sirviera como prueba de su frivolidad.

Sabemos poco sobre cómo se desarrolló esta historia, de las circunstancias o coyunturas que hicieron posible la articulación de sucesos que poco o nada tenían que ver entre sí, pero que culminaron en lo que puede identificarse como el proceso de feminización del mundo de la indumentaria y la moda (sin que ello excluya la presencia de los hombres en esta cultura, sino que es un mundo feminizado y *feminizante*, es decir, que se le atribuyen características femeninas y que encarna en formas femeninas). En esta tesis explico momentos de este proceso, su difusión y mantenimiento siguiendo los rastros de modistas, costureras, editoras de moda y lectoras de revistas femeninas ubicadas en la Ciudad de México y, en menor medida, en otros estados de la república mexicana, en un arco temporal que va de finales del siglo XVIII hasta las primeras décadas del siglo XX.

Sostengo que las modistas, las costureras, las editoras de moda y las lectoras de revistas y periódicos fueron personajes clave en la formación y consolidación de la idea de la moda como asunto femenino, pues se convirtieron en sus portadoras sociales (como sujetos y agentes). Con esto me refiero a que sus acciones y sus ideas forjaron una cultura femenina alrededor de la vestimenta que tuvo consecuencias insospechadas. Entre estas consecuencias está la expansión del imperio de la alta costura por todo el mundo, incluso en poblaciones rurales, y la consolidación de ciudades como París y Nueva York como centros de la moda. En pocas palabras, sus acciones contribuyeron a

posicionar en la cúspide a este sistema de vestimenta sobre muchos otros.<sup>1</sup> Pero estas mujeres no sólo reprodujeron rangos que las posicionaron en niveles desventajados.

Sostengo, entonces, que las acciones de costureras, modistas, editoras de moda y lectoras de revistas y periódicos crearon espacios de experiencia donde se fraguaron nuevas formas de ser mujer. Estas experiencias desbordaron poco a poco las normas de género dominantes. A tono con ello, en esta tesis muestro, de manera particular, cómo el ingreso de mujeres a las oficinas de redacción de revistas como encargadas de las secciones femeninas, donde la moda era uno de los temas más relevantes, posibilitó, por un lado, la formación de organizaciones femeninas y feministas, y, por otro lado, fomentó el debate sobre las normas de género. Así, lejos de lo que suele suponerse, el mundo de la moda ha sido tierra fértil para el cultivo de ciertas expresiones de feminismo: esta investigación clarifica la relación entre ciertas formas de feminismo con las redactoras y lectoras de la revista *El Hogar*.

La tesis está dividida en tres partes. La primera está dedicada a las modistas, las modistillas y las costureras. En el primer capítulo sintetizo, a partir de la historiografía que existe sobre el tema, uno momento importante en esta secuencia: la confluencia entre el uso cada vez más extendido de vestidos de corte sencillo —por ejemplo, la mantua que hasta entonces solía usarse sólo en casa y era confeccionado por costureras— con el reconocimiento legal del gremio de las costureras de París en 1675. La confluencia de estos acontecimientos hizo posible que cada vez más mujeres ingresaran al oficio de la aguja y confeccionaran vestidos y ropa para mujeres y niños. Este aumento en la oferta de ropa femenina impulsó, a su vez, su consumo entre mujeres de grupos populares,<sup>2</sup> lo que, al mismo tiempo, provocó nuevas tensiones entre

---

<sup>1</sup> En sentido estricto, la alta costura es la ropa hecha sobre pedido, a la medida, producida en París por una casa de moda acreditada y acorde a la temporada. La prenda debe cumplir con altos estándares de fabricación y diseño. Para ser una casa de moda, ésta debe ubicarse en París, contar con un salón de lujo, un *showroom* y talleres donde trabajan de tiempo completo un número establecido de trabajadores especializados. La alta costura se registró en 1868 en Francia, en la *Chambre syndicale de la confection et de la couture pour dames et fillettes*. Aunque en un inicio estuvieron comprendidas en el mismo ramo, la ropa a la medida y la ropa confeccionada (prehecha) se separaron en 1910. *Cfr.*, Alexandra Palmer, “Haute Couture” en Giorgio Riello y Peter McNeil, *The Fashion History Reader*, Nueva York, Routledge, 2010, pp. 466-469.

<sup>2</sup> Daniel Roche, *The Culture of Clothing. Drees and Fashion in the Ancien Regime*, Cambridge: Cambridge University Press, 1994; Clare Haru Crowston, *Fabricating Women. The Seamstresses of Old Regime France, 1675-1791*, Durham: Duke University Press, 2001.

costureras y sastres, quienes buscaron diferenciar su oficio de las destrezas de sus competidoras.

Entre las consecuencias no previstas del reconocimiento del gremio de costureras parisinas, pero crucial en la expansión del dominio de la moda francesa, está la migración de costureras, modistas y sombrereras a ciudades de todo el mundo. Algunos estudios han documentado y demostrado la posición que ocuparon estas mujeres en la producción de indumentaria en ciudades como Buenos Aires y Boston.<sup>3</sup> Con más o menos detalle, también se han encontrado sus huellas en los mercados de indumentaria de países como Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Perú, República Dominicana y México. A pesar de esta omnipresencia, es asombroso lo poco que se sabe sobre estos movimientos migratorios de mujeres ocurridos durante, al menos, dos siglos.

Ahora bien, a diferencia de otros países de Latinoamérica, hay rastros de modistas francesas y costureras en Nueva España desde el siglo XVIII y también en el México independiente de las primeras décadas del siglo XIX. Como en otras ciudades de América Latina, esta presencia es más intensa en la Ciudad de México a partir de la década de 1840, por el establecimiento de rutas comerciales.<sup>4</sup> Por eso, el segundo capítulo está dedicado a señalar la presencia de modistas francesas y de otras naciones, y sus vínculos con modistillas y costureras de la Ciudad de México desde finales del siglo XVIII hasta casi mediados del siglo XX. Las huellas de estas mujeres quedaron registradas en actas notariales e inquisitoriales, censos, almanaques, diarios de viajeros y en las páginas de publicaciones periódicas. A partir de estos rastros, en este trabajo argumento que las modistas francesas fueron quienes, al menos desde el siglo XVIII, labraron el suelo para que floreciera el afrancesamiento de las costumbres, germinara el dominio de los negocios de franceses —entre ellos las tiendas departamentales— se asociara la alta costura francesa con el “buen gusto” a lo largo del siglo XIX y en las primeras décadas del siglo XX en México.

---

<sup>3</sup> Véanse los libros de Wendy Gamber, *The Female Economy. The Millinery and Dressmaking Trades, 1860-1930*, Chicago, Illinois University Press, 1997 y Gabriela Mitidieri, *Costureras, modistas, sastres y aprendices. Una aproximación al mundo del trabajo de la aguja: Buenos Aires, 1852-1862*, Mar de Plata: Editorial de la Universidad Nacional del Mar de Plata, 2021.

<sup>4</sup> Víctor Goldgel, *Cuando lo nuevo conquistó América. Prensa, moda y literatura en el siglo XIX*, Buenos Aires, Siglo XXI editores, 2013, p.

En comparación con Europa, parecería que las mujeres ocuparon más pronto las posiciones menos afortunadas en la producción de indumentaria en estas tierras pues, por un lado, tras la conquista española fueron desplazadas en la producción de textiles con la introducción de los telares mecánicos; además, las costureras no tuvieron ningún reconocimiento legal en la Nueva España. Por otro lado, los rastros de las mantuas y otros vestidos de una pieza que facilitaron la expansión del mercado de ropa de moda entre los grupos populares de París y dieron mayor autonomía a las costureras parisinas y londinenses, no parecen haber sido muy populares en la Nueva España. Sus registros en las fuentes son escasos;<sup>5</sup> de hecho, todo apunta al monopolio de los sastres sobre la confección de la vestimenta de las mujeres de élite en estas tierras del imperio español a lo largo del siglo XVIII.<sup>6</sup>

A pesar de ello y de que faltan investigaciones para tener conocimientos más precisos sobre este asunto, esta tesis demuestra la fehaciente presencia de modistas francesas en la Ciudad de México (y posiblemente también en otras ciudades del país), desde finales del siglo XVIII hasta, al menos, la medianía del siglo XX. Entre ellas hubo diferencias que se tradujeron en trayectorias variables: sólo unas cuantas lograron convertirse en propietarias de negocios de moda y muchas otras fueron empleadas de casas de moda, grandes almacenes y tiendas departamentales. Al mismo tiempo, y más allá de las diferencias entre ellas, su presencia en la Ciudad de México y en otras ciudades de América sumó un factor más a las desigualdades por género y clase social que ya existían en la producción y comercio de ropa de este lado del Atlántico: el país de origen de la modista o costurera fue uno de los criterios que influían en el nivel que se tenía o se podía llegar a tener en la jerarquía de la producción de indumentaria y moda. En este sentido fue común que las modistas francesas o que se hacían pasar como tales contrataran y tuvieran cierto poder sobre mujeres de distintos orígenes nacionales,

---

<sup>5</sup> Se sabe, por ejemplo, que la marquesa de las Amarillas usó un vestido suelto alrededor de 1756; que en algunos inventarios se registraron “batas sueltas” y otras prendas bajo el nombre de “vestidos sueltos” o “volantes” —como la bata a la inglesa, que en España se conoció como “vaquero”— cuya confección no requería de tantos conocimientos de sastrería. Agradezco esta información a Martha Sandoval Villegas.

<sup>6</sup> James Middleton, “Reading Dress in New Spanish Portraiture. Clothing the Mexican Elite, circa 1695-1805” en *New England/New Spain: Portraiture in the Colonial Americas. 1492-1850. Papers from the 2014 Mayer Center Symposium at the Denver Art Museum*, Mayer Center of Pre-Columbian and Spanish Colonial Art at the Denver Art Museum, Denver, 2016, p. 116.

étnicos y/o de cuna humilde, además de contar con más posibilidades para tener negocios o carreras más exitosas que sus colegas de otras naciones.

La segunda parte de la tesis está dedicada al estudio de la moda en el mundo de los impresos. El capítulo tres muestra la formación y relevancia que tuvieron las secciones femeninas y los contenidos de moda en las empresas periodísticas mexicanas, sobre todo en el formato de revista. Para lograrlo explico la interconexión entre la aparición de buzones de correspondencia en las páginas de las publicaciones, la mayor participación de las mujeres en el mundo de los impresos como redactoras, lectoras y directoras de empresas editoriales, y el aumento de contenidos sobre moda, de publicidad de comercios de moda o artículos de belleza en las publicaciones periódicas. De esta manera, se comprenderá la importancia de las encargadas de los buzones — quienes también solían ser las encargadas de las secciones femeninas y de moda— en el fortalecimiento de los vínculos con las lectoras de las revistas. Las fuentes que nutren este capítulo son las páginas de las revistas *El Mundo Ilustrado* y *El Hogar*, editadas en la Ciudad de México.

El capítulo cuatro expone la relevancia de las publicaciones periódicas en la vida cultural de la Ciudad de México durante las primeras décadas del siglo XX. Para mostrarlo se describe la contribución de los redactores y periodistas de revistas y diarios en la construcción de nuevos cánones de belleza, y se muestra cómo motivaron la participación femenina a partir de la organización de concursos. El análisis está elaborado a partir de la comparación de concursos organizados por *El Universal* y *El Hogar* pues esto permite, por un lado, contrastar las apuestas culturales realizadas entre una empresa elaborada en su mayoría por hombres y otra producida principalmente por mujeres; por otro lado, esta comparación pone de manifiesto la importancia de la moda en la cultura femenina.

El capítulo cinco explica la relevancia de la revista *El Hogar*, de manera especial de las editoras y redactoras de sus contenidos “femeninos”, en la historia de las mujeres y el feminismo en México. Se detalla la importante participación femenina en la producción y contenido de esta publicación a partir de las plumas que aparecieron en sus páginas y los editoriales dedicados a informar sobre asociaciones femeninas y encuentros feministas durante las décadas de 1920 y 1930. De igual manera, se

describen los vínculos que hubo entre las colaboradoras de esta revista más allá de sus páginas y sus fuertes lazos con los proyectos educativos para las mujeres de aquella época. Además, se muestra que los buzones de correspondencia con las lectoras de esta revista fueron pieza clave en la difusión de algunas ideas feministas pues ahí se dio el encuentro entre mujeres de distintas clases sociales que vivían por toda la república mexicana y mujeres intelectuales; de manera particular, se detalla la participación de Leonor Llach en el buzón Mutua Ayuda durante la década de 1930.

En la tercera parte de la tesis analizo algunas prácticas y usos de vestimenta en el México posrevolucionario. El capítulo seis señala el poder que tuvieron las publicaciones periódicas en la difusión del fenómeno de la mujer moderna en México y, de manera particular, en la Ciudad de México. Lejos de afirmar que las lectoras seguían las modas porque las veían en las páginas de las revistas o en las pantallas de cine, demuestro cómo los periodistas fueron quienes mexicanizaron este fenómeno mundial al nominarlo. En otras palabras, se verá cómo los periodistas bautizaron a las *flappers* mexicanas como *pelonas* porque retomaron un término usado al menos un siglo antes en la prensa del país. Al llamarlas *pelonas*, los periodistas también establecieron asociaciones signadas por prejuicios de clase y raza en la cultura de las apariencias de México en aquellos años. Por otro lado, en el capítulo se analizan las fachadas personales de algunas “pelonas” para identificar algunos de los diferentes usos y prácticas de moda que hubo entre mujeres que habitaban en la Ciudad de México.

El capítulo siete estudia la difusión de la moda a través de la venta de patrones para confeccionar vestidos de última moda que hizo *El Hogar* a partir de 1926. Con estos datos, sostengo que el mercado de la moda en México se amplió con el trabajo de edición que realizó esta revista al vender patrones de confección de vestidos. Esta labor de edición consistió en la selección de modelos ofertados por la empresa estadounidense McCall y los consejos que ofrecieron las encargadas del Departamento de Encargos y el Departamento de Patrones, que funcionó entre 1926 y 1927. Gracias a la información publicada en los buzones de correspondencia de estos departamentos, localicé a las consumidoras de estos patrones en casi toda la república mexicana y logré conocer el avance de la moda en las prácticas de vestimenta de las lectoras de esta revista. Los consejos de la editora de moda y los intercambios epistolares entre las lectoras me

permitieron para identificar una diversidad de orígenes sociales entre las lectoras de *El Hogar* que vistieron según los dictados de la última moda durante las décadas de 1920 y 1930.

En el capítulo ocho analizo el Concurso del Vestido Económico organizado por *El Universal* en 1928. A partir de las notas sobre el concurso y las fotografías publicadas en este diario y el semanario *El Ilustrado*, muestro la relevancia que tuvo la cultura de las apariencias en México después del estallido revolucionario. Como se verá, las fachadas personales fueron un medio de orientación eficaz en las interacciones diarias entre las personas, pues sirvieron para posicionar a otros y posicionarse frente a otros en una sociedad que atravesaba por cambios intensos, acaecidos por la creciente urbanización, la formación de un nuevo estado surgido de un proceso revolucionario y el desarrollo de una economía capitalista. Con la información que obtuve en las notas publicadas se verá cómo la selección del corte, la tela y los acabados de los vestidos que confeccionaron las participantes y la apreciación que de ellos hicieron los jueces del certamen, estuvieron atravesados por la clase social y el tono de piel de unas y otros. Además, gracias a las declaraciones que hicieron los jueces, las participantes, los reporteros y el público durante la organización del evento, junto a las fotografías que ilustraron las notas publicadas, logré identificar un código indumentario que permite situar el origen social de las mujeres de aquellos años. Por otra parte, tras el análisis de los resultados del concurso puedo afirmar que se ensalzó un tipo específico de consumo vinculado con un ideal de feminidad de clase media, pues se exaltaba la confección en casa del atuendo femenino, práctica que, contrario a lo que se cree hoy en día, no era la más extendida y sólo podían realizarla quienes tenían la preparación y los conocimientos para confeccionar ropa.

## **Conceptos**

Los conceptos centrales de esta tesis son:

*Cultura de las apariencias.* Retomo este concepto desarrollado por Daniel Roche en su obra pionera para marcar una distancia con la historia de la moda clásica que estudia las transformaciones de la indumentaria de las élites sin mirar los vínculos que estos cambios tienen con la sociedad y el contexto en el que se desarrollan. El concepto de

cultura de las apariencias hace referencia a las formas de producción y de consumo, así como a las prácticas de vestimenta de todos los grupos sociales que conforman una sociedad en un momento determinado. Enfatizo en este concepto el hecho de que la cultura de las apariencias está constituida por los distintos sistemas de vestimenta que existen en una sociedad durante un periodo determinado, y las relaciones que establecen entre sí. Estudiar la cultura de las apariencias implica, entonces, analizar las relaciones de dominación que se establecen entre esos distintos sistemas de vestimenta, además de identificar a los grupos sociales que participan en cada uno de ellos, y los artefactos que se utilizan para la producción, consumo y circulación de los distintos tipos de indumentaria.

*Sistemas de vestimenta.* Formas de producción, distribución y consumo de indumentaria, así como usos de prendas, accesorios y otros artefactos realizados por los grupos sociales que conforman una sociedad en un momento determinado. Estos sistemas de vestimenta se manifiestan sensiblemente como formas de vestir, pero también implican conocimientos (reglas de etiqueta, por ejemplo) que se expresan en modos particulares de sentir y relacionarse con el cuerpo. Vividos como experiencias corporales, es decir, como cuestiones “naturales”, algunos sistemas de vestimenta han buscado imponerse y han logrado desplazar a otros en la cultura de las apariencias.

*Moda.* Entiendo aquí la moda como un sistema de vestimenta que se distingue de otros por la creencia en el valor de la novedad, por el cambio de estilos de indumentaria según temporadas, por la relevancia del creador o creadora individual en la producción de ese estilo novedoso, cuyo énfasis está puesto en la forma más que en la función de prendas y accesorios, y que coloca a la alta costura en la cúspide de su producción. Ahora bien, este sistema de vestimenta ha ocupado una posición dominante en la cultura de las apariencias desde hace casi un par de siglos. En este sentido, la indumentaria de moda se entiende como una manifestación simbólica de las relaciones de poder entre distintos grupos sociales, es decir, como una relación de dominación que se expresa, sobre todo, a través de las prácticas de vestimenta.

*Alta costura.* En 1868 se registró la *Chambre syndicale de la confection et de la couture pour dames et fillettes* (Cámara Sindical de la Alta Costura) en París. Aunque en un inicio estuvieron comprendidas en el mismo ramo la ropa a la medida y la ropa confeccionada

(prehecha) se separaron en 1910. A lo largo del siglo XX se sumaron Londres, Nueva York, Milán y Tokio a París como capitales de la moda. En sentido estricto, la alta costura es la ropa hecha sobre pedido, a la medida, acorde a la temporada y producida en París por una casa de moda acreditada. Las prendas de alta costura deben cumplir con altos estándares de fabricación y diseño. Para ser una casa de moda, ésta debe ubicarse en París o en alguna otra de las “ciudades de la moda”, contar con un salón de lujo, un *showroom* y talleres donde laboran de tiempo completo un número establecido de trabajadores especializados.<sup>7</sup> La alta costura ha ocupado, desde mediados del siglo XIX, la posición más prestigiosa dentro del sistema indumentario de la moda.

*Fachada personal.* La fachada personal es el conjunto de “insignias del cargo y rango, el vestido, la edad y las características raciales, el tamaño y aspecto, el porte, las pautas de lenguaje, las expresiones faciales, los gestos corporales y otras características semejantes”.<sup>8</sup> Gestado por el sociólogo Erving Goffman para observar las interacciones cara a cara en la vida diaria, este concepto es útil para el estudio de la cultura de las apariencias, pues permite identificar una serie de elementos que, en conjunto y contraste con otros, dan cuenta del universo de apariencias que existieron en épocas y lugares específicos, y cuyos rastros quedaron registrados en fotografías, documentos escritos, grabaciones de video o audios. Beatriz Bastarrica usó este concepto en su tesis de doctorado en historia para analizar los retratos de sirvientes y presos contenidos en diversos registros que van de 1867 a 1911 en la ciudad de Guadalajara en el siglo XIX.<sup>9</sup>

*Cultura escrita.* Se entiende como las prácticas, los saberes y los artefactos vinculados a los usos de la escritura. Entre estos usos destacan la transmisión, la organización, administración de los conocimientos y recursos materiales de una sociedad entre los grupos que la constituyen. Hablar de cultura escrita implica dar cuenta de cómo están distribuidas las habilidades para comprender y producir textos entre distintos grupos

---

<sup>7</sup> Alexandra Palmer, “Haute Couture” en Giorgio Riello y Peter McNeil, *The Fashion History Reader*, Nueva York, Routledge, 2010, pp. 466-469.

<sup>8</sup> Erving, *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu, 1997, p. 35 y Beatriz Bastarrica Mora, “‘Todos eran decentes pero la capa no aparece’. Guadalajara durante el Porfiriato. La ropa como bien de cambio” *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad* 148 bis, otoño 2016, pp. 57-88.

<sup>9</sup> Beatriz Bastarrica Mora, “Guadalajara, 1850-1910. El vestido, la moda y la civilización”, tesis de doctorado en Ciencias Sociales, Universidad de Guadalajara, 2013.

sociales, los usos e interpretaciones, es decir, el sentido que han dado a esos textos, así como la distribución y circulación de artefactos asociados a lo escrito.

*Cultura femenina.* Está conformada por las formas de hacer, ser y sentir que son consideradas como “femeninas” en una sociedad y época específicas. Hablar de cultura femenina implica conocer las experiencias y sus significados elaborados por las mismas mujeres de una sociedad determinada y las representaciones sobre las mujeres que existen en esa sociedad. Es decir, implica conocer las actividades vinculadas con el quehacer femenino y cómo se representaban éstas.

*Feminismo.* En esta investigación, este término se comprende desde la definición que de él dieron las mujeres de la época y que, en gran medida, fue utilizado para describir los cambios que experimentaban las mujeres de aquellos años. De manera particular, quienes ingresaban a las escuelas y a la fuerza laboral echando mano de distintas habilidades, entre ellas las de saber leer y escribir.

### **Aclaración necesaria**

En México existe una gran diversidad de sistemas de vestimenta que ha resistido avanzadas de homogenización lanzadas en distintos momentos. Estas avanzadas han formado parte de proyectos “modernizadores” que, de manera particular, han tenido como objetivo modificar los sistemas de vestimenta de grupos indígenas.

El tema es complejo y se ha estudiado de manera fragmentaria. Por un lado, la antropología se ha encargado del estudio de la indumentaria indígena y ha realizado etnografías y arqueologías detalladas; también hay estudios que abordan el proceso de aculturación de algunos sistemas de vestimenta indígenas a partir de los fenómenos de la migración y la urbanización.<sup>10</sup> Por otro lado, en años recientes el tema de la “apropiación cultural” ha estado presente en el debate público y también en la academia.<sup>11</sup> Sin embargo, se ha puesto poca atención a la relación entre los sistemas

---

<sup>10</sup> Un ejemplo de esto es el libro de Susana Drucker, *Cambio de indumentaria. La estructura social y el cambio de la vestimenta indígena en la villa de Santiago Jimaltepec*, México, Instituto Nacional Indigenista/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1990.

<sup>11</sup> En el ámbito académico puede consultarse el trabajo de Roberto Rodríguez González, quien analizó las relaciones entre los diseñadores de moda en México y artesanos textiles de Hueyapan, Puebla. Véase Roberto Rodríguez González, “Entretejiendo voces e hilvanando reflexiones en contextos de desigualdad, el caso de las artesanas textiles de Hueyapan, Puebla y diseñadoras de moda, una mirada desde la

de vestimenta indígenas, el sistema de la moda, el desarrollo del capitalismo y del estado nación en términos históricos, enfoque que daría luz a las relaciones de dominación simbólica en momentos y lugares específicos. Una notable excepción a esta ausencia es el análisis de Francie Chassen-López, quien con contundencia demuestra cómo el traje de la tehuana:

no fue un vestigio primitivo de una civilización prehispánica [...] llevado por sensuales matriarcas zapotecas como imaginaban viajeros, intelectuales y pintores sino más bien el producto de la expansión de la sociedad capitalista de consumo en el itsmo, de la combinación de tradiciones zapotecas con la moda occidental. Y Juana C. Romero fue una de las fuerzas motrices detrás de las innovaciones que transformaron el traje en una mercancía disponible para el consumo local y nacional.<sup>12</sup>

La complejidad de la relación entre distintos sistemas de vestimenta, y su encadenamiento con procesos de transformación o consolidación del estado nacional mexicano y el desarrollo de la economía capitalista rebasan esta tesis: el tema requiere un análisis propio. Dejo constancia de que en los buzones de correspondencia de *El Hogar* se hicieron pedidos de algunas prendas de trajes de china poblana, tehuana y charros sobre todo para elaborar atuendos de niños o para fiestas escolares; también se publicaron retratos de niños ataviados con estos trajes sobre todo en la década de 1920.<sup>13</sup> Se sabe que estos elementos indumentarios de sistemas de vestimenta indígena sirvieron para inventar una indumentaria nacional. Ahora bien, en este periodo, es posible observar la competencia entre prendas de distintos sistemas indumentarios, por ejemplo,

---

antropología del diseño y los Fashion Studies”, tesis de maestría en Antropología, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2021.

<sup>12</sup> Francie Chassen-López, “El traje de tehuana” en *Mujer y poder en el siglo XIX. La vida extraordinaria de Juana Catarina Romero, cacica de Tehuantepec*, México, Taurus, 2020, pp.186-187.

<sup>13</sup> Algunos ejemplos de esto son los retratos de las niñas y los niños vestidos con trajes regionales como los de china poblana, charro, tehuana y otros, o prendas como calzones de manta y sarapes de Saltillo portadas por María Isabel Guasque, Mariano Augusto González, Lupita B. Guerra, Fermín Roberto Ramírez, Altigracia Hevila, Macro Vinicio Vivero, Lucila Pulido Caso, María Lilia, César y Consuelo Villevicencio, Leonor, Marta, Ciro y Efrén Leyva, publicados en la sección “Los lindos tiranos del Hogar” de *El Hogar* en las siguientes fechas: 20 de mayo de 1923, año 10, núm. 181, p. 11; 10 de julio de 1923, año 10, núm. 186, p. 11; 24 de agosto de 1927, 11 de abril de 1928, año 15, núm. 428, p. 21; 17 de diciembre de 1930, año 18, núm. 558, p. 25; 25 de abril de 1934, año 21, núm. 733, p. 37; 12 de septiembre de 1934, año 21, núm. 753.

con mantones de manila (echarpes), mantillas o pelucas blancas, que servían para imaginar los múltiples pasados de la nación mexicana.<sup>14</sup> En la década de 1930, en las páginas de *El Hogar* se pueden encontrar retratos, portadas y dibujos de personas que portan trajes como el de la china poblana pero también de mantones de Manila.<sup>15</sup> De hecho, el mantón fue la única prenda que mereció la organización de un concurso entre las lectoras de *El Hogar*, mismo que se llevó a cabo en la celebración del 22º aniversario de la revista y cuyas concursantes aparecieron retratadas en una de sus páginas.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Algunos retratos de niños con pelucas blancas, miriñaques y calzones son los de Graziella y Sergio Orozco, y Luz Ma. Herrera y Vicente Zarco en la sección “Lindos Tiranos del Hogar”, de la revista *El Hogar* el 1 de octubre de 1924, año 12, núm. 231, p. 11 y el 11 de abril de 1928, año 15, núm. 418, p. 21. También pueden verse los retratos de la señorita Leonila Ortiz, quien viste con mantilla y de Zoila Soledad Maldujano, quien porta un mantón en “Sociales”, *El Hogar*, 10 de marzo de 1924, año 11, núm. 215, s.p. y “Sociales”, *El Hogar*, 2 de mayo de 1928, año 15, núm. 421, s.p..

<sup>15</sup> Ejemplos de esto son: el retrato de Luz María Manzano vestida de china poblana, “De sociedad, *El Hogar*, 5 de junio de 1935, año 21, núm. 791, p. 2; dibujo de Ernesto Tamariz, “La china poblana”, *El Hogar*, 20 de julio de 1923, año 11, núm. 215, s.p. Algunas portadas de la revista que ilustran esto son las que ilustran chinas poblanas y charros, de estas fechas: 31 de mayo de 1933, año 20, núm. 686; 2 de agosto de 1933, año 20, núm. 695 y 16 de septiembre de 1931, año 19, núm. 597. Algunas portadas de mujeres con mantones son las del 11 de octubre de 1933, año 21, núm. 705 y del 4 de septiembre de 1935, año 21, núm. 804.

<sup>16</sup> “Nuestro festival de aniversario”, *El Hogar*, 11 de septiembre de 1935, año 21, núm. 805, p. 8 y “De nuestro concurso del mantón”, *El Hogar*, 11 de septiembre de 1935, año 21, núm. 885, s.p.

## I. La moda como proceso mundial de largo aliento

### *La moda, fortaleza femenina*

La moda ha sido un campo de batalla entre los sexos. Mujeres y hombres se han enfrentado desde hace varios siglos en las fábricas, los talleres, las tiendas departamentales, las calles y las mesas de redacción de empresas periodísticas para definir quién hace qué, por qué y cómo en la cultura de las apariencias.<sup>17</sup> Uno de los resultados de estas luchas es la idea que señala a la moda como un asunto femenino (un territorio del que se apropiaron las mujeres), pero frívolo (etiquetado así por los hombres y algunas mujeres). Esta definición ha convertido a la moda en tierra de libertad y espacio de organización para algunas mujeres.

Como se verá, la moda es un fuerte donde se han forjado vidas que han roto con los esquemas de género y desde donde se han lanzado estrategias contra el desigual equilibrio de poder entre hombres y mujeres. En el mundo de la moda y en la cultura de las apariencias —habitado en su mayoría por mujeres— se han formado redes y agrupaciones femeninas (y, a veces, feministas). También en ese mundo algunas mujeres lograron una valoración de sí mismas y de sus habilidades más allá de los típicos

---

<sup>17</sup> Retomo este concepto desarrollado por Daniel Roche para marcar una distancia con la historia de la moda que estudia las transformaciones de la indumentaria de las élites sin mirar los vínculos que estos cambios tienen con la sociedad y el contexto en el que se desarrollan. El concepto de cultura de las apariencias hace referencia a las formas de producción y de consumo, así como las prácticas de vestimenta de todos los grupos sociales que conforman una sociedad en un momento determinado. Daniel Roche, *The Culture of Clothing. Drees and Fashion in the Ancien Regime*, Cambridge: Cambridge University Press, 1994, p. 501.

roles de madre, esposa, hermana o hija; ejemplos de esto son las grandes modistas de inicio de siglo XX Coco Chanel, Madeleine Vionnet o Elsa Schaparelli. Pero junto a estas exitosas modistas habitaron montones de costureras, editoras, redactoras, dibujantes y fotógrafas. Basta nombrar a Mary Anne Walkey, la joven sombrerera inglesa que murió en el taller de modas de Madame Elise por exceso de horas de trabajo –y cuya experiencia sirvió a Karl Marx para hablar de la jornada de trabajo en *El Capital*–<sup>18</sup> para dejar claras las múltiples diferencias que atravesaban y siguen atravesando a las habitantes de la tierra de la moda.

En este capítulo presento primero una síntesis, a través de la historiografía, de dos momentos relevantes en el proceso donde se configuró la interdependencia entre la moda, las mujeres y la frivolidad, esa interdependencia que hoy parece “natural”. El primer momento de esa secuencia son las batallas que sostuvieron las modistas y los sastres en París; el segundo, son los desplazamientos de las modistas bostonianas frente a la industrialización de la producción de ropa y de los patrones para confeccionar prendas de vestir durante el siglo XIX. En la última parte del capítulo realizo un acercamiento a la producción de la cultura de las apariencias en México para 1) aquilatar la importancia de las mujeres en este mundo desde el escenario del trabajo doméstico (que incluye las horas dedicadas a la producción y el consumo de ropa); y 2) puntualizar los procesos mediante los cuales se estableció una jerarquía entre regiones, clases sociales y etnias, jerarquía que privilegió ciertos estándares de belleza y de gusto, dotándolos de poder y prestigio.

### *Emplazamientos y desplazamientos*

El compromiso de las mujeres con la moda (conocida como “debilidad femenina por los trapos”) no es una disposición biológica ni esencial sino resultado de una serie de procesos —algunos milenarios, herencia del cristianismo— que, a veces de manera contingente, formaron lazos entre la costura y las mujeres. Tampoco es verdad que los hombres hayan renunciado a la moda: existen rastros de varones comprometidos con la cultura de las apariencias en cada época histórica; de hecho, algunas investigaciones

---

<sup>18</sup> Karl Marx, *El Capital*, México, Fondo de Cultura Económica, 1972, pp. 197-199.

han mostrado los estrechos vínculos entre los hombres, el consumo y la cultura de las apariencias.<sup>19</sup> Aunque hago esta advertencia, centraré mi atención en las mujeres pues me interesa explicar la “naturalización” de este proceso sociohistórico.

La asociación de las mujeres, la moda y la frivolidad es resultado de procesos históricos en tensión. Por eso en la historiografía coexisten interpretaciones que diagnostican una feminización de la moda y otras que sostienen lo contrario, es decir, que la moda se convirtió en un territorio conquistado por los hombres. Ambas interpretaciones son acertadas y coherentes: bajo ciertas circunstancias y a lo largo de varios siglos, las mujeres han perdido plazas, privilegios y autonomía en el mundo de la moda ante la llegada de los hombres, pero en otras ocasiones ellos han sido desplazados por las mujeres. En todo caso, la asociación que existe entre las mujeres, la moda y la frivolidad es tan fuerte que su presencia como campo de conocimiento en las universidades ha sido cuestionada y la gran mayoría de especialistas sobre el tema son mujeres.

Los primeros textos que representaron a la moda como mujer aparecieron en las primeras revistas de moda, hechas en el último cuarto del siglo XVIII. A ellos se sumaron tratados filosóficos y sociológicos —escritos entre finales del siglo XIX y las primeras décadas del XX— que encasillaron al fenómeno como un asunto femenino y elaboraron un refinado arsenal conceptual. Por ejemplo, en *Teoría de la clase ociosa* (1899) el sociólogo estadounidense Thorstein Veblen señaló a las mujeres como las máximas exponentes del consumo vicario y ocioso.<sup>20</sup> En la “Filosofía de la moda” (1911) el sociólogo alemán Georg Simmel aseveró que, por su vida monótona, las mujeres eran las mayores secuaces de la moda.<sup>21</sup> Hacia la década de 1930, el inglés Carl John Flüegel afirmó en su *Psicología del vestido* que los hombres habían renunciado a la moda en el siglo XIX.<sup>22</sup>

Con todo y sus acertados barruntos, estas reflexiones naturalizaron el vínculo entre las mujeres, la frivolidad y la moda. En otras palabras, las intensas reflexiones en

---

<sup>19</sup> Christopher Breward, *The Hidden Consumer: Masculinities, Fashion and City Life, 1860-1914*, Manchester: Manchester University Press, 1999.

<sup>20</sup> Thorstein Veblen, *Teoría de la clase ociosa*, Ciudad de México: FCE, 1995, pp. 173-192.

<sup>21</sup> Georg Simmel, “La mujer y la moda” en *Cultura Femenina y otros ensayos*, Buenos Aires: Espasa-Calpe, 1939, pp.141-144.

<sup>22</sup> J. C. Flügel, *Psicología del Vestido*, Tenerife: Melusina, 2015, pp. 97-100.

torno a este tema escritas entre los siglos XVIII y XX crearon un depósito de conceptos anclado en una clasificación de género que asoció a la moda con las mujeres y a su gusto por la moda con la frivolidad. Pero estas asociaciones no nacieron únicamente de la faena intelectual de mentes inspiradas (mentes masculinas, principalmente).

Durante las últimas décadas del siglo XVII hubo un cambio en el mundo de la producción de ropa, cambio que se prolongó hasta el siglo XIX. El centro de esta transformación fue París, lugar donde se dio el reconocimiento legal del trabajo femenino en la producción de ropa. Este reconocimiento provocó una serie de disputas entre costureras y sastres durante los siglos XVII y XVIII, que culminó con la feminización de la moda. Las ondas de esta mayor presencia de mujeres en la producción de indumentaria llegaron a distintas regiones del mundo, aunque esta mundialización se ha enfatizado poco en las investigaciones y no se sabe bien cómo ocurrió.

La especialización de las actividades en la producción y venta de indumentaria, y la migración fueron cruciales para la transformación de la moda en espacio de mujeres. De hecho, en este proceso de feminización de la moda fue decisiva la proliferación de las *marchandes des modes* —marchantes de moda— en las calles parisinas, quienes migraron a ciudades de todo el mundo desde mediados del siglo XVIII y a lo largo de todo el siglo XIX. Luego de que las calles se colmaran de mujeres que trabajaban en actividades vinculadas con la producción y comercio de ropa, el reconocimiento de la moda como territorio *naturalmente femenino* quedó rematado con su representación como una reina; esta representación se difundió en las revistas de moda francesas de finales del siglo XVIII —que circularon por (casi) todo el mundo— y que filósofos y sociólogos sofisticaron años más tarde.

Ahora bien, la diferenciación de la producción y comercialización de las apariencias según los sexos (que se manifestó en las disputas que hubo entre modistas y sastres) no significó una valoración creativa del trabajo femenino sino todo lo contrario. En primer lugar, la costura hecha por mujeres se consideró como poco sofisticada comparada con la que se realizaba a partir de los conocimientos y las técnicas de los sastres (aunque había mujeres que conocían bien el oficio de la sastrería). En segunda instancia, el trabajo de las marchantes de moda que, además de vender listones y otros accesorios, adornaban vestidos y sombreros, quedó asociado con la frivolidad.

Además del estigma de la frivolidad y de la poca valoración del trabajo de las costureras y marchantes de moda, la cultura femenina que había florecido en el mundo de la moda durante el siglo XVIII quedó hecha girones con el desarrollo de la industria de la confección (la producción industrial de ropa), la aparición de las tiendas departamentales y la venta de patrones para confeccionar prendas de vestir en el transcurso del siglo XIX. En otras palabras, las modistas y costureras decimonónicas quedaron replegadas en la guerra que sostuvieron contra las fábricas de ropa hecha, los grandes almacenes y las empresas de patrones para confeccionar ropa. Todas estas empresas estuvieron encabezadas, en su mayoría, por hombres.

Aunque todo parece indicar que las mujeres perdieron, más tarde o más temprano, esta guerra en la cultura de las apariencias, asumir sin matices la derrota impide valorar la relevancia histórica de la moda como un espacio femenino crucial en la lucha contra el desequilibrio de poder entre los sexos. Aún más. Aceptar sin reservas el fracaso femenino en el mundo de las apariencias oscurece un asunto vital: no todas las mujeres fueron derrotadas. Los rastros de vida de quienes libraron algunas derrotas no sólo muestran las tensiones emocionales que les provocaba ser mujeres en un mundo laboral con pocas posibilidades para ellas; también permiten observar las grietas —más grandes, o más pequeñas— que sus vidas hicieron en los modelos de dominación masculina. Por eso, en las siguientes páginas describiré con detalle dos momentos históricos que permiten conocer cómo se tejió la asociación de las mujeres, la moda y la frivolidad.

#### *Diferencias de género: quehacer de costureras y modistas, quehacer de sastres*

Suele asumirse con tanta naturalidad que la costura es una actividad femenina que puede sorprender el hecho de que antes de la segunda mitad del siglo XVII, los sastres eran los únicos que podían confeccionar legalmente la ropa de hombres y mujeres. Más asombroso resulta enterarse que estas prendas se construían bajo los mismos principios artesanales, con las mismas telas y la misma lógica ornamental para unas y para otros. En palabras llanas, los hombres eran los principales encargados de producir la vestimenta pues diseñaban, cortaban, medían y ajustaban las prendas de hombres y mujeres; otros, en su mayoría hombres, las construían con postizos, rellenos, varillas.

Aunque estaba prohibido, las mujeres participaban en esta producción con su aguja. Ellas cosían o unían piezas, pegaban botones, hacían ojales, camisas, camiones, vestidos sencillos, faldas, ropa de cama y de niños. También decoraban y terminaban prendas, y algunas eran tan ágiles con las manos que bordaban finos trabajos de aguja y realizaban exquisitos accesorios, aunque todo de ello tenía poco valor en el mercado o no eran consideradas actividades relevantes. Pero esta organización del trabajo tuvo una profunda transformación.

Si bien a finales del siglo XIV se había generalizado el traje corto que dejaba las piernas de los hombres a la vista, aunque cubiertas por ajustadas calzas, fue entre 1660 y 1690 cuando se produjo un giro estético en la vestimenta femenina que aceleraría la diferenciación sexual en la producción de ropa. Algunas aristócratas comenzaron a vestir mantuas, un vestido de corte muy sencillo que solía usarse en casa y que era confeccionado por costureras. Como las costureras trabajaban fuera de la estructura gremial, los sastres protestaron y las persiguieron cuando notaron el éxito del sencillo vestido. En contraataque, las costureras pidieron a sus clientes aristócratas que intercedieran por ellas ante el rey.<sup>23</sup>

Para obtener el privilegio que reconociera su derecho a coser, las costureras argumentaron que las clientes debían tener la posibilidad de elegir que una mujer las vistiera a ellas y a sus hijos por cuestiones de modestia y en honor a su virtud. Es decir, estas costureras lanzaron un argumento fundado en diferencias de género para lograr el reconocimiento legal de su trabajo. Luego de un tiempo, en 1675, Luis XIV otorgó a las costureras el privilegio que las reconocía como gremio y que las autorizaba a confeccionar y vender ropa para mujeres y niños,<sup>24</sup> pero que les prohibía coser corpiños y faldas de vestidos para la corte y las obligaba a utilizar la misma tela para hacer adornos en los vestidos. La razón detrás de esta prohibición era mantener los privilegios de los

---

<sup>23</sup> Jennifer M. Jones, *Sexing La Mode. Gender, Fashion and Commercial Culture in Old Regime France*, Oxford: Berg, 2004, p. 82.

<sup>24</sup> El permiso real establecía que después de tres años de aprendizaje en corte y confección de vestimenta femenina, las mujeres podían trabajar como modistas. Podían confeccionar vestidos, camisolas, vestidos de casa, faldas, abrigos. Valerie Steele, *Paris Fashion. A Cultural History*, Nueva York: Oxford University Press, 1987, p. 253 y Jones, p. 82.

sastres, quienes además de poder confeccionar todas las prendas también podían hacer toda la ropa más prestigiosa (como los corsés o faldas con cola).<sup>25</sup>

Así, a mediados del siglo XVIII el trabajo de costura se asumía ya como un derecho natural de las mujeres —cultivado desde la tradición cristiana—,<sup>26</sup> pero su reconocimiento legal desató un intenso debate sobre las consecuencias del trabajo de las mujeres en la producción y comercio de la moda. En la raíz de este debate estaba la abrumadora presencia femenina en el comercio de ropa, pues tras la constitución del gremio de las costureras, cada vez más mujeres comenzaron a vivir de la aguja; es decir, la costura era de los pocos espacios que les ofrecía el mercado laboral.

Esto debe enfatizarse: el mercado laboral para las mujeres era restringido. Ellas podían trabajar en el gremio de vendedores de blancos dedicado a la costura y venta de ropa de cama, ajuares para bebés, enaguas, camisas, blusas, pijamas y pañuelos.<sup>27</sup> Pero a partir de la publicación del decreto del rey de 1675, el trabajo de costura se constituyó como otra de las (pocas) opciones donde las mujeres podían aprender un oficio y obtener reconocimiento legal para defender su trabajo. Esta creciente participación femenina en la producción de ropa se reflejó en un aumento de la oferta de prendas para mujeres y niños que llenó, como nunca, los guardarropas de las mujeres de grupos no privilegiados.<sup>28</sup> El aumento en la producción y consumo de indumentaria provocó, a su vez, la especialización del comercio de ropa.

Ahora bien, aunque hubo cada vez más costureras, no todas tenían las mismas habilidades ni aprendían a hacer lo mismo. Había costureras que sólo sabían hacer ropa “de calle” (faldas, vestidos, etc.); otras más cosían ropa interior (corsés incluidos), y otras confeccionaban las prendas que se ponían de moda (por ejemplo, los meriñaques o los disfraces de algún estilo) o vestuario para obras teatrales y disfraces. Algunas tenían una clientela distinguida y podían contratar aprendices. Otras, la gran mayoría, vivían al día, apenas mitigando el hambre con su trabajo diario.

---

<sup>25</sup> Jennifer M. Jones, *Sexing la mode*, p. 83 y Clare Haru Crowston, *Fabricating Women. The Seamstresses of Old Regime France, 1675-1791*, Durham: Duke University Press, 2001, p. 36.

<sup>26</sup> Judith G. Coffin, *The Politics of Women's Work. The Paris Garment Trades, 1750-1915*, Princeton: Princeton University Press, 1996, p. 21.

<sup>27</sup> Judith G. Coffin, *The Politics*, p. 27

<sup>28</sup> Daniel Roche, *The Culture of Clothing*, pp. 86-117 y 141-148 y Clare Haru Crowston, *Fabricating Women*, pp. 23-25.

Además de las costureras, el incremento en la oferta de ropa femenina también benefició a las mujeres que se dedicaban a comerciar mercancías vinculadas a la ropa, en particular a las marchantes de moda.<sup>29</sup> El origen de estas marchantes no es claro. Se dice que eran las esposas de los merceros, pero especializadas en vender accesorios para ropa de hombres y mujeres. Lo que es un hecho es que las calles parisinas se llenaron de tiendas de moda atendidas por ellas, sobre todo a partir de la segunda mitad del siglo XVIII, y que no estaban agremiadas, es decir, que su trabajo floreció al margen de la organización gremial.

Las *marchandes des modes*, *milliners* o marchantes de moda, sombrereras o modistas no eran costureras, aunque podían tener nociones del oficio de costura. De hecho, no solían confeccionar vestidos, por eso consideraban su labor como un talento y no como un oficio que pudiera aprenderse. Su principal trabajo consistía en elegir los colores y formas de los accesorios que llevarían los vestidos y sombreros de sus clientes, es decir, ellas daban estilo a los vestidos que sus clientes, con mucha probabilidad, mandaban coser con una costurera.<sup>30</sup> La figura más reconocida de las modistas en el siglo XVIII es Rose Bertin, quien daba estilo a los vestidos de la reina María Antonieta y que llegó a ser reconocida como “ministra de modas”.

La mayor presencia femenina en el mundo de la producción y comercio de ropa fue contraproducente, pues cultivó la distinción entre la “respetable sastrería” hecha por hombres y la “frívola moda” salida de las manos de mujeres. En el origen de esta distinción entre lo respetable y lo frívolo está la diferencia sexual en la distribución de conocimientos aplicados a la construcción de las prendas. En otras palabras, la diferencia creció a partir de los modos de hacer de unas y otros, y el tipo de conocimientos y habilidades que se atribuía a las mujeres y a los hombres. ¿Cuáles eran esas diferencias?

El oficio de los sastres, organizados en gremios, dependía del aprendizaje de técnicas de medición, corte y diseño forjadas a partir de la experiencia y guardadas con celo en patrones o libros que indicaban los trazos para cortar la tela que formaría cada prenda. Los sastres construían (y construyen) cada prenda a partir del trazo de muchas

---

<sup>29</sup> Jennifer M. Jones, *Op. Cit*, pp. 82-95.

<sup>30</sup> Clare Haru Crowston, *Fabricating*, pp. 67-71.

piezas que ajustaban y daban forma al cuerpo, es decir, aplicaban principios de geometría y diseño a la confección de ropa. Hacia el final del siglo XVIII, la moda del traje masculino requirió más precisión, pues las prendas masculinas se ajustaban al cuerpo del usuario y debían moldearlas. De hecho, todavía en el siglo XVIII, los sastres lucharon por tener el monopolio de la producción del dorso (corsés) de los vestidos de mujeres, elemento que daba estructura a la indumentaria femenina.<sup>31</sup> El camino que siguieron los sastres para lograr que ellas no hicieran estas prendas fue solicitando que todas las costureras tuvieran prohibido usar hueso de ballena, material con el que se realizaban las varillas del corsé.

Las modistas, por su parte, no pertenecían a gremios ni poseían libros que condensaran sus conocimientos: contrataban a costureras para que realizaran las prendas y ellas las adornaban. Las herramientas de las costureras, por su parte, eran pocas y básicas: plancha, hilo, ajuga, dedal y tijeras. Las maestras de la costura sabían tomar medidas y cortar la tela, pero a diferencia de los sastres, ajustaban la tela al cuerpo a partir de drapeados, o colocando tela o papel sobre el cuerpo del usuario con alfileres para así lograr el ajuste adecuado (o la medida) de las prendas.<sup>32</sup> Aunque hoy se comienza a reconocer su maestría, las destrezas con las manos moviendo la aguja para coser y adornar prendas no eran consideradas como conocimientos especializados en aquellos años.

Haré un breve paréntesis para ilustrar la relevancia de esta incursión. Un acto de rebelión en contra del prejuicio que minimizaba la técnica de las costureras y que buscó demostrar las habilidades para hacer vestidos sin trazar patrones y valiéndose sólo de tijeras, aguja e hilo, la encabezó la francesa Madeleine Vionnet a inicios del siglo XX. Al confeccionar sus vestidos, Vionnet enarbolaba la técnica de las costureras: diseñaba sus vestidos sobre muñecos, cortando y ajustando la prenda conforme veía la caída de la

---

<sup>31</sup> Las modistas comenzaron a confeccionarlos en el siglo XIX. Véase, Hollander, *Sex and Suits. The Evolution of Modern Dress*, Nueva York: Kodascha Globe, 1994, p. 67.

<sup>32</sup> Claudia B. Kidwell, *Cutting a Fashionable Fit. Dressmakers' Drafting Systems in the United States*, Washington: Smithsonian Institute Press, 1979, pp.11-13. Silvia Arrom señaló la diferencia en la organización entre hombres y mujeres que cosían, pero pasó por alto la técnica del oficio que distinguía a unos y a otras. "Hombres y mujeres aparecían en forma aproximadamente pareja entre los que cosían, pero los hombres se llamaban sastres y se organizaban en gremios, mientras que las mujeres se llamaban costureras y no estaban agremiadas". Silvia Marina Arrom, *Las mujeres de la Ciudad de México, 1790-1857*, Ciudad de México: Siglo XXI Editores, 2011, p. 203.

tela, sin necesidad de patrones ni cálculos matemáticos. Esta modista también echó mano del corte al bias –corte de la tela en diagonal que produce un efecto elástico— para lograr un mejor efecto de ajuste de la tela al cuerpo.<sup>33</sup> Hoy, Vionnet es considerada una de las más grandes figuras del mundo de la moda (Ilustración 1.1).



Ilustración 1.1. Reprografía. Madeleine Vionnet, con su maniquí de madera, circa 1935

Regreso al argumento central. La diferenciación sexual de la producción de las apariencias engarzó entonces con la idea de la moda como un asunto frívolo. Mientras los cambios en la ropa masculina involucraban innovaciones en conocimientos técnicos de diseño (conocimientos abstractos), las transformaciones en la vestimenta femenina –al menos hasta antes de la moda del traje sastre femenino de finales del siglo XIX— tenían su motor no tanto en el diseño de las prendas (corte y confección), sino en

---

<sup>33</sup> El corte al bias consiste en cortar la tela de manera sesgada o en diagonal, logrando con este corte un efecto de elasticidad en la tela que, por ende, se ajusta mejor al cuerpo.

modificaciones de accesorios, bordados o listones, pensados por las mercadoras de moda y hechos por las costureras.

Así, desde el siglo XIX la elegancia femenina obedeció cada vez más a los adornos en la tela (hechos con listones, moños, encajes, aplicaciones) y recayó con mayor frecuencia en la figura de la modista (no de la costurera), mientras que la elegancia en la apariencia masculina dependió cada vez menos del adorno y más del saber de los sastres para cortar las piezas unidas con ribetes,<sup>34</sup> pues comenzó a configurarse una nueva forma de estructurar el cuerpo masculino, forma que cristalizó en el siglo XIX en lo que conocemos como traje sastre. Esta diferenciación sexual de las apariencias atravesó el siglo XVIII y tuvo su paroxismo en el siglo XIX (basta mirar las siluetas vestidas de hombres y mujeres para notar las diferencias).<sup>35</sup>

Ahora bien, gracias a la etiqueta de frivolidad y al hecho de ser tratada como asunto de mujeres, floreció una cultura femenina en el campo de la moda, es decir, un ambiente donde la gran mayoría eran mujeres y donde se producían tipos de feminidad o formas de ser mujer a partir de costuras. Pero entre estas mujeres había diferencias de clase: las modistas contrataban a las costureras para confeccionar los vestidos de sus clientes, mientras ellas trataban directamente con el cliente, elegían y sugerían las telas y adornos que llevarían esos vestidos. Se puede suponer, entonces, que las modistas no sólo contaban con más recursos económicos sino también con más conocimientos estéticos que las costureras.

El uso de las matuas o mantos, conocidos en Nueva España como batas o vaqueros, no parece haber provocado en Hispanoamérica los cambios que suscitaron en París o en ciudades como Boston. Además, para el caso de Nueva España, los especialistas del periodo sostienen que el gremio de sastres mantuvo el monopolio de la hechura de indumentaria lujosa hasta 1799 y que las costureras no representaron un desafío en la producción de indumentaria sino hasta el siglo XIX. Sin embargo, la legalización del gremio de las costureras de 1675 sí tuvo repercusiones: las modistas francesas llegaron a todas las ciudades de América al menos desde finales del siglo XVIII

---

<sup>34</sup> Los ribetes son cintas que refuerzan las orillas y costuras de las piezas que forman una prenda.

<sup>35</sup> Anne Hollander, *Sex and Suits*, pp. 64 y 65.

y a lo largo de todo el siglo XIX; y su presencia en estas tierras configuró una serie de tensiones peculiares que se bosquejarán más adelante.

### *La moda: una economía femenina*

Existe un corpus robusto de investigaciones sobre la presencia femenina en la producción y comercio de ropa en distintas partes del mundo. Gracias a estas investigaciones es posible conocer con nitidez las condiciones de vida de costureras, modistas y trabajadoras textiles en diferentes países. Sin embargo, pocas han profundizado en el análisis de las relaciones entre estas mujeres, es decir, en estas investigaciones ha dominado la perspectiva de género sobre la de clase social. Si bien se ha enfatizado la jerarquía de estas posiciones en la producción de indumentaria, éstas se han atribuido sobre todo a las actividades y habilidades que realizaban modistas, maestras costureras, costureras especializadas en confeccionar una determinada prenda, modistillas y costureras de munición; pero en esta jerarquía tuvo un peso relevante el lugar de origen de unas y otras.

Dos de las investigaciones más acabadas de este mundo femenino son las elaboradas por las historiadoras Wendy Gamber, quien señala que la diferenciación sexual en la producción de las apariencias fue benéfica para algunas mujeres, al menos hasta finales del siglo XIX, en Boston; y Gabriela Mitidieri, quien desde la historia social analiza las diferencias entre las trayectorias de modistas y costureras en la Buenos Aires de mediados del siglo XIX.

Gamber sostiene que entre 1860 y 1930 el mundo de la moda se convirtió en uno de los caminos hacia la independencia económica para algunas de las mujeres que hacían vestidos y sombreros en la ciudad de Boston. Las modistas y sombrereras, señala Gamber, eran las aristócratas de la clase trabajadora, pues además de su autonomía económica, eran valoradas por su trabajo, es decir, obtenían estatus y reconocimiento por confeccionar vestidos y sombreros sin importar si eran esposas, madres, hermanas o hijas de alguien. Pero la independencia económica y el estatus de estas mujeres menguaron lentamente en el transcurso del siglo XIX y las primeras décadas del XX.

En el siglo XIX se industrializó la producción textil a nivel mundial y se inauguraron tiendas departamentales. Ambos hechos acentuaron la diferenciación entre vendedores y productores de vestimenta. Además, en este siglo también inició la producción, venta y mayor circulación de patrones y manuales para confección de ropa. La gran mayoría de las empresas que se dedicaban a producir patrones y manuales eran, como se verá en otros capítulos, lideradas por hombres. La confluencia de todas estas transformaciones menguó el dominio femenino en el mundo de la moda y se expresó en luchas entre modistas y sombrereras, por un lado, y fábricas de ropa y tiendas departamentales, por otro lado. Las grandes perdedoras en estos enfrentamientos fueron las sombrereras y modistas con menos recursos (tanto económicos como culturales). Pero iré paso a paso.

La industrialización de la producción de ropa comenzó hacia la década de 1830, pero la ropa hecha eran piezas de uso rudo. A mediados del siglo XIX surgieron las primeras tiendas departamentales donde se vendían prendas ya confeccionadas como corsés, ropa interior y algunas capas o abrigos. Años más tarde, gracias a la producción industrial, estos negocios también pudieron ofrecer una gran cantidad de mercancías (telas, listones, sedas, calcetines) a precios fijos, mercancías que, además, podían almacenar, es decir, que tenían a su disposición cuando el cliente las solicitaba. Por si esto fuera poco, las tiendas inauguraron departamentos de sombrerería y confecciones donde ofrecían a sus clientes la posibilidad de adquirir ropa única y a la medida, tal como hacían las modistas en sus casas. En contraste, las modistas y sombrereras confeccionaban todas las prendas que vendían, es decir, ofrecían sombreros únicos o exclusivos y hechos a la medida de cada uno de sus clientes. Por otra parte, estas comerciantes tenían poca mercancía a su disposición, pues no tenían espacio suficiente para almacenarla.

Al mismo tiempo que competían por los clientes, las tiendas departamentales y las casas de moda competían en el mercado de trabajo. Las tiendas departamentales ofrecían beneficios laborales a costureras y sombrereras que las modistas no podían garantizar: la temporada de trabajo era más estable y el pago del salario era regular. Sumada a estas diferencias laborales, la producción industrial de ropa hecha creó un nuevo tipo de trabajadora en las tiendas departamentales: la ajustadora, dedicada a subir

o bajar dobladillos de pantalones o vestidos, subir o bajar las mangas de sacos o abrigos, ajustar pretinas, etc.<sup>36</sup> Con este tipo de empleadas, las tiendas departamentales asestaron otro golpe a las modistas y sombrereras, pues pudieron ofrecer ropa hecha que podían ajustar al cuerpo de los compradores, y quizá dieron trabajo a aprendices de costureras sin la necesidad de tener conocimientos especializados.

Pero no sólo las dueñas de talleres y casas de moda perdieron terreno con estos cambios. Si los arreglos y ajustes a la ropa hecha significaron ventajas para los clientes y los dueños de las tiendas departamentales, las costureras contratadas no adquirirían más conocimientos ni obtenían prestigio ni honor al realizarlos; es decir, el trabajo de estas costureras no era reconocido y sí perdía prestigio. Esta pérdida de valor del trabajo de costura también se manifestó en otras áreas de las tiendas departamentales.

La gran mayoría de los trabajadores de tiendas departamentales —vendedores o dependientes— eran hombres, por eso era común que, al integrarse a sus filas, las costureras, modistas y sombrereras estuvieran bajo su mando. Esta subordinación significó menores posibilidades para las costureras y modistillas de observar y participar en la toma de decisiones y en el proceso creativo, habilidades fundamentales para trabajar en casas de moda o talleres. Va un ejemplo: la gran mayoría de las mujeres que laboraban en las tiendas departamentales no podían tomar decisiones sobre la forma de los sombreros o los vestidos que hacían, ya fuera porque tenían que acatar los deseos del cliente (defendidos por los vendedores) o porque los modelos estaban diseñados de antemano y ellas sólo debían seguir un patrón de hechura. Por otro lado, aunque podían ganar más dinero en las tiendas departamentales o en las fábricas textiles, tanto costureras como sombrereras tenían menos prestigio que las vendedoras, pues éstas interactuaban con los distinguidos clientes dentro de las tiendas y aquéllas hacían el trabajo en los talleres, tras bambalinas.<sup>37</sup>

De esta manera, los modos de venta menos personalizados, pero más profesionalizados (vendedoras), el liderazgo empresarial masculino y la ropa hecha mellaron el estatus y el control que las mujeres habían ejercido en el negocio de la moda

---

<sup>36</sup> Según Wendy Gamber, hacia 1909 había en Boston más ajustadoras que costureras o modistas en las tiendas departamentales. Véase Wendy Gamber, *The Female Economy. The Millinery and Dressmaking Trades, 1860-1930*, Chicago: University of Illinois Press, 1997.

<sup>37</sup> Wendy Gamber, *The Female Economy* p. 204.

durante más de un siglo. Por si fuera poco, el desarrollo tecnológico también impactó la vida de las modistas y sombrereras. En el siglo XIX se patentó la primera máquina de coser (1846) y se fundaron las primeras empresas dedicadas a la venta de manuales de corte y confección y de patrones para confeccionar ropa. Estos inventos tecnológicos, la mayoría de ellos patentados por hombres, significaron la proliferación de competidores para las mujeres que vivían de la costura —ya de sombreros o de vestidos—.

Los empresarios que vendían máquinas de coser, manuales de corte y confección y los patrones de ropa buscaban atraer a las amas de casa, pues partían de la creencia —poco acertada— que señalaba que las mujeres sabían coser por el sólo hecho de ser mujeres. Al mismo tiempo, estos empresarios ignoraban y desvalorizaban el conocimiento especializado de las mujeres que trabajaban en la industria de la confección: pensaban que las mujeres, sólo por ser mujeres, serían capaces de utilizar la aguja. Si estos empresarios deseaban facilitar el trabajo doméstico de hechura de ropa, sus productos desconocían la diversidad de habilidades entre las expertas de la aguja. Los inventores de máquinas de coser y patrones de confección de ropa, por ejemplo, suponían de manera errónea que el trabajo de costura de las expertas modistas y maestras de la costura no requería de mucho conocimiento y que por eso cualquier mujer podría realizarlo.

El uso de patrones y de máquinas de coser no significaron por sí mismos ni de inmediato un desplazamiento de las expertas, aunque sí minaron el mercado de las sombrereras y modistas. Este desplazamiento de las expertas de la aguja se acentuó cuando los Estados comenzaron a impulsar la enseñanza de corte y confección en las escuelas para mujeres, pues la lógica de sentido común dictaba a los funcionarios que el trabajo de la aguja era una posibilidad para sacar a las mujeres de la pobreza. Además, la simplificación del estilo de vestimenta femenina (su corte sencillo y el desuso del corsé) en la década de 1920, sumada a transformaciones en la propia industria de producción de patrones hicieron mucho más sencilla y asequible la confección de vestidos. Entonces sí hubo amas de casa que comenzaron a confeccionar por sí mismas sus propios atuendos de moda.

En el paisaje bostoniano pintado por Gamber, tras décadas de enfrentamientos, las modistas y sombrereras disminuyeron. Sobrevivieron las que dirigían distinguidas

casas de moda, con más recursos (ya financieros o sociales) y las tiendas sostenidas por sombrereras o costureras que sabían poco del oficio (sólo enmendaban o ajustaban prendas ya hechas), pero que abastecían a un mercado local o étnico.<sup>38</sup> Bajo esta perspectiva, aunque las mujeres siguieron presentes en el trabajo de la producción textil y en los comercios y tiendas departamentales, desde finales del siglo XIX la producción en el mundo de la moda quedó en manos de hombres. Por eso para Gamber, lo que pasó durante el siglo XIX no fue un proceso de feminización sino de desplazamiento femenino o masculinización de la moda.<sup>39</sup>

Tabla 1.1 Diferencias en la producción y venta de moda e indumentaria

<b>Modistas y sombrereras (tácticas)</b>	<b>Tiendas departamentales (estrategias)</b>
<p><i>Showrooms</i> Vestidos únicos y a la medida  Publicidad en medios impresos  Contratación de vendedoras Trato directo con la “creadora”</p>	<p>Escaparates luminosos Departamentos de confecciones y sombrería Publicidad en medios impresos y mamparas Contratación de costureras dedicadas a realizar ajustes a ropa hecha (dobladillos, pretinas, etc.) Mejores salarios, pagos regulares durante más tiempo Gran cantidad de mercancías almacenadas Edificios lujosos con espacios o departamentos íntimos Precios fijos</p>

Fuente: Elaboración propia con datos de Wendy Gamber

La secuencia propuesta por Gamber parece satisfactoria, sin embargo, proyecta una línea progresiva que debe, cuando menos, cuestionarse. En este sentido, la investigación de Cristina Sánchez sobre las tiendas departamentales en la Ciudad de México sostiene que éstas se construyeron, en primer lugar, gracias a un ecosistema comercial

<sup>38</sup> Wendy Gamber, *The Female Economy*, p. 226.

<sup>39</sup> Wendy Gamber, *The Female Economy*, caps. 2 y 7.

preexistente y que su mera presencia no desplazó a esas formas de comercio que las antecedieron.<sup>40</sup> Como Sánchez demuestra, a partir de la última década del siglo XIX tiendas departamentales como Palacio de Hierro, el Centro Mercantil o Liverpool, entre otras, añadieron, más no desplazaron, un nuevo circuito de comercio al núcleo que ya existía.

Se puede argumentar más. Entre 1929 y 2005, el Palacio de Hierro contó entre su personal a Madame Margarita Rostan, modista francesa que llegó a México en 1929 y trabajó para esa empresa hasta 2006 (de hecho, madame Rostan vivió en el edificio de la sucursal del centro de la Ciudad de México durante muchos años). Al menos hasta mediados del siglo XX, madame Rostan fue directora y creativa del Departamento de Alta Costura del Palacio de Hierro;<sup>41</sup> después se convirtió en jefa del departamento de Artesanía de la misma tienda departamental.<sup>42</sup> A finales de los años de 1940, esta modista logró que El Palacio de Hierro tuviera licencia para reproducir los diseños de Christian Dior, cosidos por ella misma. En 1963, Margarita Rostan formó parte de las primeras socias del Grupo Regional de México de The Fashion Group Inc., cuya objetivo era fomentar y desarrollar la moda como industria y profesión en el país, estableciendo lazos con sus pares en Estados Unidos. De hecho, es significativo que Rostan haya estado a cargo de la primera exhibición de lo que se llamó “moda mexicana”, exhibición compuesta por trajes regionales que formaban parte de la colección personal de la modista francesa, junto a propuestas de doce diseñadores mexicanos en el Hotel Hilton de Nueva York a mediados de la década de 1960.<sup>43</sup>

Con esto en mente, es posible afirmar que el ocaso del consumo de indumentaria a través de los servicios de modistas puede explicarse no sólo por la mera competencia comercial que pudieron plantear las tiendas departamentales por sí mismas. Las razones del desuso del servicio que ofrecieron las modistas pueden encontrarse en procesos

---

<sup>40</sup> Cristina Sánchez Parra, p. 15 y capítulo 1.

<sup>41</sup> “Margarita Rostan: entre la moda y la tradición. Colección Madame Rostan”, exposición curada por Ana Elena Mallet y Marta Turok, Museo Franz Mayer, 20 de junio a 20 de octubre de 2019, <https://franzmayer.org.mx/blog/margarita-rostan-entre-la-moda-y-la-tradicion/>

<sup>42</sup> Madame Rostan recibió un reconocimiento de Fashion Group y la Fundación México Vivo por su dedicación a fomentar la artesanía mexicana en 2005. Dessirée Navarro, “Sin reservas”, *El Universal*, 8 de octubre de 2005.

<sup>43</sup> *The Fashion Group. Grupo regional de México. Veinticinco aniversario*, México, Advermex S.A., 1987. Agradezco a Carlos Didjazaá por compartirme con generosidad este libro.

como la mayor diversificación del mercado laboral para las mujeres a lo largo del siglo XX, y a cambios en las formas de producción de ropa que derivaron no sólo en su abaratamiento sino también en su mejor confección. En cualquier caso, lo relevante en este momento es mostrar que muchas de las mujeres que vivieron de la modistería y que formaron parte de esa aristocracia del proletariado —como Gamber atinadamente las nombra— migraron desde Francia a muchas ciudades del mundo a lo largo de varias décadas.

En este sentido, Gabriela Mitidieri ha demostrado cómo el mundo de la indumentaria y la moda constituyó un espacio de trabajo para las mujeres, cuyas posibilidades de éxito dependían no sólo de su género, sino también de su raza y su clase social. En su investigación, esta historiadora argentina expone cómo las modistas francesas que arribaron a la ciudad de Buenos Aires a mediados del siglo XIX tuvieron trayectorias de vida exitosas en contraste con las posibilidades que en ese campo encontraban las costureras nativas de la ciudad. Mitidieri ilustra con gran detalle las experiencias de las modistas llegadas de París y las vivencias de las costureras argentinas tejidas alrededor de condiciones de existencia paupérrimas.

Además, Mitidieri también señala la relevancia que tuvieron las sociedades de beneficencia en la enseñanza de costura a nivel básico y al Estado como uno de los mayores promotores del trabajo de costura a destajo a través de la demanda de uniformes para el ejército. En este sentido, el trabajo de Mitidieri tiene más resonancia con esta tesis, pues el contexto de la Buenos Aires de mediados del siglo XIX, a travesado por las guerras de independencia del imperio español y los intentos de consolidación de una nación, es muy cercano al de México y otras ciudades de América Latina.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Gabriela Mitidieri, *Costureras, modistas, sastres y aprendices. Una aproximación al mundo del trabajo de la aguja en Buenos Aires 1852-1862*, Mar del Plata, Editorial de la Universidad Nacional de Mar del Plata, 2021.

*Las modistas de París por toda América*

Desde hace ya varias décadas ha crecido la tendencia a investigar a los personajes “de abajo”, esos que parecían “pequeños” o “poco relevantes” en las narrativas históricas. En este tono, dentro de los estudios sobre moda e indumentaria algunos han intentado ir más allá de la alta costura de los centros occidentales y de las grandes figuras como diseñadores de modas o célebres consumidores de moda; por eso, con más frecuencia aparecen análisis sobre el fenómeno de la moda desde una mirada decolonial, los debates sobre apropiación cultural o las miradas críticas o no hegemónicas, donde la presencia de América Latina emerge de manera nítida junto a otras regiones que habían sido identificadas como receptoras, o meros intentos de copia de los centros dominantes.

Ahora bien, la sola mirada hacia estas regiones y a estos fenómenos es insuficiente, pues se corre el riesgo de naturalizar procesos históricos que son inestables en sí mismos. Por ello es importante investigar cómo se tejieron las relaciones entre dominantes y dominados en el mundo de la moda y, de manera más general, en la cultura de las apariencias. En otras palabras, para saber cómo y por qué fue posible el dominio —nunca absoluto— de los sistemas de vestimenta producidos en ciudades como París, Nueva York o Londres más allá de sus fronteras, se deben identificar los grupos sociales que fueron cruciales para que esa influencia persistiera en distintos momentos y bajo diversas circunstancias en muchas partes del mundo.

Las modistas francesas —o que se hicieron pasar como tales— que migraron a muchas ciudades del mundo desde mediados del siglo XVIII y durante todo el siglo XIX fueron pieza clave en la consolidación del imperio parisino de la moda. Hay rastros de ellas en Boston, Ciudad de México, Santiago, Buenos Aires, Bogotá, Lima, Río de Janeiro, Santo Domingo y La Habana, lo que permite suponer que pudieron establecerse en todas las ciudades del continente americano. Sus rastros son escasos hasta las primeras décadas del siglo XIX, pero al menos desde 1840 su presencia es incuestionable y, de hecho, eran reconocidas como árbitros del buen gusto en el vestir en las ciudades de América.

Estas modistas, como muchas otras personas, se embarcaron a hacer la América. Zarparon, a veces con todo e hijos, otras veces solas, ya casadas o solteras, desde el puerto de Havre o Burdeos hasta llegar a Nueva York, Nueva Orleans o Cuba. Algunas

siguieron su viaje hacia Veracruz y de ahí tierra adentro. Otras tomaron embarcaciones que las llevaron a Cartagena, Buenos Aires, Río de Janeiro o Santiago. Unas pudieron vivir como modistas afamadas lejos de su patria, por eso sus rastros aparecen en juicios, pero sobre todo en anuncios de los diarios en almanaques, directorios comerciales y algunos censos. De otras, como se verá, nada más hay rastros de su llegada a tierras americanas.

Los anuncios de sus servicios aparecidos en la prensa solían enfatizar su origen francés y las novedades que recibían directamente de París. En Brasil, por ejemplo, la modista francesa Mme. Berthier anunció la llegada de novedades de París a su tienda en las páginas del *Diário do Rio de Janeiro* en 1826; hacia 1860, madame Forunel, además de vestir a la emperatriz portuguesa, radicada en Río de Janeiro, anunciaba que había establecido vínculos comerciales con las casas de moda más afamadas de París; y diez años más tarde, en 1870, 34 de las 58 modistas que enlistaba el *Almanak Laemmert* eran francesas.<sup>45</sup> También en Perú, Madama Andrea Laroche se anunció como “discípula de la casa de Worth” en las páginas del diario peruano *La Bella Limeña* en 1872.<sup>46</sup>

En Colombia, los primeros rastros de una modista francesa, madame Gautron de Convers, en Bogotá son de, aproximadamente, 1830. Esta presencia aumentaría en el transcurso del siglo, pues hacia 1850 junto a Gautron de Convers, se encuentran los nombres de Genni Jannaut, Eugenia Mouthon, Josefina Dupuy y de otras como Tomasa Buenaventura y Carolina Heller que, por sus nombres, se puede suponer que no eran francesas.<sup>47</sup> Es factible, entonces, que entre las 97 modistas que quedaron enlistadas en el Directorio General de Bogotá hubiera algunas colombianas.<sup>48</sup> También en la capital

---

<sup>45</sup> Giselle Pereira Nicolau, “Os franceses e o setor de moda e vestuário no Rio de Janeiro durante os oitocentos” ponencia presentada en el XXV Encontro Estadual de História da ANPUH-SP, Enlace: [https://www.encontro2020.sp.anpuh.org/resources/anais/14/anpuh-sp-erh2020/1597801293\\_ARQUIVO\\_6d1bcf63a2478d4ec3595def6bf90b2a.pdf](https://www.encontro2020.sp.anpuh.org/resources/anais/14/anpuh-sp-erh2020/1597801293_ARQUIVO_6d1bcf63a2478d4ec3595def6bf90b2a.pdf)

<sup>46</sup> Alicia del Águila, *Los velos y las pieles, cuerpo, género y reordenamiento en el Perú republicano (Lima, 1822-1872)*, Lima, Instituto de Estudios Peruanos, 2003, p. 91.

<sup>47</sup> Aída Martínez Carreño, “Sastres y modistas: notas alrededor de la historia del traje en Colombia”, Boletín cultural y bibliográfico, 15 de septiembre de 1991, pp.61-76.

<sup>48</sup> Es importante anotar que en Bogotá se publicaron varios manuales de modistería a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX y que parece circularon, al menos, también en Perú. Estos tratados son: Faustino Moreno R., *La modista en casa; corte y confección de trajes, al alcance de los niños: sistema objetivo y graduado*. Bogotá: Imprenta de la Luz, 1896, Mercedes Lastra Márquez, *Tratado completo del estudio de*

de Cuba, La Habana, los negocios de madame Ducas y madame Dumas eran muy concurridos en 1842, según anunciaban las páginas de la publicación cubana *El Artista*.<sup>49</sup> En Chile, los registros de modistas francesas son más frecuentes a partir de 1840; entre ellas están los nombres de “Victorina Jardel, Amelia Pioch, las señoritas Claveau, Clara Horeau, Feliza Lamartini, María Lay, Catalina Laserre y las *Madames* Barrier, Ronjas, Bernos, Bouillerot, Anselme y Desplanques”.<sup>50</sup>

Estas modistas se convirtieron en difusoras de la moda parisina en todas las ciudades donde se establecieron pues no sólo ofrecían vestimenta con los estilos parisinos, sino que también enseñaron el oficio de costura en sus talleres.<sup>51</sup> De hecho, ellas labraron la tierra que haría posible el florecimiento del imperio de la moda parisino, pues fueron sus embajadoras en casi todas las ciudades de América y, posiblemente, del mundo, décadas antes del establecimiento legal de la alta costura en 1868. En las ciudades a las que llegaron, fueron reconocidas por su buen gusto, y como representantes de lo francés; tenían ventajas sobre modistas de otras regiones, pues tenían redes sociales y comerciales que hacían viable que trabajaran como modistas y que recibieran las últimas novedades del comercio parisino. Sus tiendas fueron, con gran probabilidad, verdaderos gabinetes de curiosidades donde se podían mirar mercancías de todo tipo.

Ahora bien, las investigaciones sobre ellas han apuntado cómo en su labor como modistas mantuvieron ciertas cuotas de autonomía, pues se insertaron en la vida económica de estas ciudades con negocios propios. En sus tiendas “establecieron alianzas con otras mujeres productoras y también con sus consumidoras. Además, ayudarán a introducir una nueva visión sobre el trabajo de la mujer”.<sup>52</sup> Esto no es poca cosa: si el mercado laboral de las mujeres era estrecho en casi todos los rincones del mundo, la modistería fue un camino reconocido para lograr cierta autonomía. Desde este

---

*la costura y la modistería*. Bogotá, Talleres tipográficos de R. Domínguez, 1900, Carlina Echeverría y Amalia Barriga, *El nuevo método de modistería*. Bogotá: Imprenta de vapor de Zalamea Hermanos, 1907.

<sup>49</sup> Víctor Goldgel, *Cuando lo nuevo conquistó América*, p. 155.

<sup>50</sup> Sara Acuña, “La cotidianeidad del género. Sastres, modistas y costureras en Santiago en la transición al capitalismo (1802-1849)”, tesis de maestría en historia, Universidad de Chile, 2013, p. 93. Agradezco a Marina Barroeta el acceso a esta tesis.

<sup>51</sup> De estas prácticas hay rastros en Argentina y Brasil. Véase Mitidieri, *Costureras, modistas, sastres y aprendices*, y Giselle Pereira Nicolau, “Os franceses...”.

<sup>52</sup> Acuña, p. 93

horizonte, cobra sentido el comentario que hizo en 1931 Leonor Llach —de quien se hablará con detalle más adelante— sobre la elección del oficio de modista, ya de sombreros o de vestidos, como una de las carreras que convenían a una jovencita pues “tiene innumerables perspectivas estéticas y le asegura la independencia económica, libre de las intrigas que tendría que luchar en otra actividad.”<sup>53</sup>

Los detalles de las vidas de estas migrantes y aún son desconocidos. Sin embargo, su relevancia es crucial para el estudio de la difusión de la moda y para saber cómo y por qué fue posible el dominio francés de la moda desde mediados del siglo XIX hasta mediados del siglo XX. Baste por ahora dejar constancia de los registros que de ellas se han encontrado en otros países y que han registrado colegas de distintos países de América Latina.

---

<sup>53</sup> Respuesta de *Galatea*, “Mutua Ayuda”, *El Hogar*, 15 de julio de 1931, año 18, núm. 586, p. 55.

## II. El mercado de la moda desde la orilla mexicana

### *Entre el género, la clase y la nación*

El mundo de la producción y consumo de ropa en México pasó por procesos similares a los ocurridos en Argentina, Chile y Colombia, cuyas características iluminan dinámicas mundiales más difíciles de percibir desde países como Francia o Estados Unidos. En los países latinoamericanos es mucho más nítida la interrelación entre género, clase y nación que está encarnada en la jerarquía que distingue a las costureras de las modistas. Sin embargo, en México hay rastros de estos conflictos desde antes del siglo XIX.

A primera vista parecería que el desplazamiento de las mujeres en la producción de indumentaria en tierras mexicanas comenzó siglos antes que en Europa. Las mujeres indígenas, encargadas de tejer el algodón, fueron desterradas de la manufactura de textiles tras la conquista española. Los conquistadores trajeron consigo telares de pedal que enseñaron a utilizar sólo a los varones, situación que relegó a las mujeres al trabajo de hilado y a la producción doméstica de textiles (telar de cintura), y que las alejó del uso de nuevas tecnologías.<sup>54</sup> Además, la presencia masculina en la producción de ropa y de textiles en México continuó incluso a finales del siglo XIX. Algunos testimonios de viajeros europeos en México de esa época confirman esta interpretación.

En 1823, el viajero inglés William Bullock describió su sorpresa al ver a unos morenos sombrereros bigotones “decorando vestidos, cosiendo vestidos de muselina, arreglando flores y decorando gorros y otros artículos del atuendo femenino”.<sup>55</sup> Más de cincuenta años después, en 1890, un cónsul norteamericano calculó que las mujeres

---

<sup>54</sup> Carmen Ramos, *Industrialización, género y trabajo femenino en el sector textil mexicano. El obraje, la fábrica y la compañía industrial*, Ciudad de México: CIESAS, 2004, p. 59.

<sup>55</sup> William Bullock, *Six Months' Residence and Travels in Mexico. Containing Remarks on the Present State of New Spain, its Natural Productions, State of Society, Manufactures, Trade, Agriculture and Antiquities, & with Plates and Maps*, Londres: John Murray, 1824, p. 279.

eran el 13% de la fuerza de trabajo en las fábricas textiles de México, los niños 12% y los hombres 75%. En este sentido, el viajero francés Mae Sayus manifestó: “El trabajo que en Estados Unidos, Francia y Alemania se hace por mujeres, aquí se hace por hombres”.<sup>56</sup> También el cónsul británico Lionel Carden confirmó que la mayoría de los trabajadores en las fábricas textiles mexicanas eran hombres.<sup>57</sup>

Pero la solidez de esta interpretación sobre el desplazamiento femenino en el mundo de la producción textil y el comercio de indumentaria en México es aparente. El testimonio del cubano José Verguez es muestra de ello. En 1873, al ver a unas mujeres atendiendo a los clientes de una guantería en la Ciudad de México, Verguez expresó: “Esto es Europa”.<sup>58</sup> ¿Por qué el cubano subrayó la presencia femenina y los otros viajeros sólo percibieron su ausencia?

Podría pensarse que los viajeros europeos y norteamericanos acentuaron la presencia masculina en la producción y comercio de textiles e indumentaria en México porque ésta chocaba con su percepción de la producción de indumentaria y de moda como una actividad femenina; representación que, como señalé antes, se había forjado lentamente en Europa desde el siglo XVII. Este argumento parece sólido, pues las cifras de censos y padrones del siglo XIX que sobrevivieron al paso del tiempo confirman a esa mayoría masculina en el comercio de indumentaria. Por ejemplo, el Padrón de la Municipalidad de México que se levantó en 1842 registró sólo a una modista.<sup>59</sup> Sin embargo, éstas no son pruebas suficientes para sostener que había una mayoría masculina en la producción de indumentaria en México.

Los censos, elaborados con base en una clasificación de género de las actividades, no suelen ser la mejor herramienta para buscar los rastros de mujeres que vivieron en otras épocas. Marie Françoise ha demostrado cómo las lavanderas recibían dinero por mantener las ropas blancas; a pesar de ello, su trabajo —como el de otras mujeres que planchaban y cosían— es invisible en los censos pues “las normas

---

<sup>56</sup> Keremitsis, *La industria textil mexicana en el siglo XIX*, Ciudad de México: SEP, 1973, p. 209.

<sup>57</sup> *The Cotton Manufacturing Industry in Mexico*, Londres, 1898. Biblioteca Benson Latina America Collection, citado por Carmen Ramos, *Industrialización*, p. 223.

<sup>58</sup> José Verguez, *Recuerdos de México*, Barcelona: Ed. Henrich y Cía, 1873, p. 115-116.

<sup>59</sup> Este padrón fue levantado para la elección de diputados al Congreso. Sonia Pérez Toledo, “El trabajo femenino en la Ciudad de México a mediados del siglo XIX”, en *Signos Históricos*, julio-diciembre de 2003, núm. 10, p. 83.

patriarcales [...] asignaban el trabajo pagado sólo a los varones, con lo que [las mujeres] quedaban excluidas de los datos censales.”<sup>60</sup> Más allá del sesgo, lo que sí muestran los censos es la presencia femenina en el servicio doméstico y ese dato es relevante.

Las situaciones que vivimos día tras día requieren de atuendos “adecuados”. Esta apariencia adecuada es indispensable para navegar con éxito la vida social. Parte del trabajo doméstico (o trabajo reproductivo) incluye labores como lavar y remendar ropas, actividades indispensables para mantener una apariencia socialmente aceptable.<sup>61</sup> Resaltar estas labores ayuda a comprender por qué el trabajo reproductivo es crucial para identificar la presencia femenina en el mundo social y en la cultura de las apariencias. Al pensar en la categoría de trabajo reproductivo se puede distinguir, por ejemplo, a esas mujeres contadas como parte del servicio doméstico en las casas de las familias adineradas que se dedicaban a coser ropa y, también, a lavarla.<sup>62</sup> Pero las mujeres no sólo han realizado trabajo reproductivo y doméstico en el mundo de las apariencias.

Hay rastros de costureras, modistas y sombrereras desde los años de la Nueva España. Sus huellas son dispares, aisladas, pero existen mucho antes de 1799, año en el que fueron abolidas las ordenanzas que prohibían la participación femenina en los gremios. Las primeras en aparecer en las fuentes son las costureras y esto no es fortuito, pues la costura no sólo fue una actividad realizada al margen de la organización gremial, sino que es más vieja que el oficio de modista. En 1706, por ejemplo, María Teresa, una negra libre de 36 años, se identificó como costurera ante la Inquisición<sup>63</sup> y en el censo levantado en la Villa de León en 1719 quedaron registradas 38 mujeres dedicadas a la costura.<sup>64</sup> Los rastros de las costureras se vuelven más nítidos y consistentes a

---

<sup>60</sup> Marie Françoise, “La lavandería, la producción cultural y la economía política en la Ciudad de México”, en Susie S. Porter y María Teresa Fernández Aceves (eds.), *Género en la encrucijada de la historia social y cultural de México*, México: El Colegio de Michoacán/ CIESAS, 2015, p. 63.

<sup>61</sup> Bajo este razonamiento, en la cultura de las apariencias hay que incluir a las lavanderas. Marie Françoise, “Stitching Identities: Clothing Production and consumption in Mexico City” en John Sinclair y Anna Cristina Pertierra, *Consumer Culture in Latin America*, Nueva York: Palgrave MacMillan, 2012, pp. 107-120. Agradezco a Marie Françoise el acceso a su texto.

<sup>62</sup> *Ibid.*, p. 111.

<sup>63</sup> María Elisa Velázquez Gutiérrez, *Mujeres de origen africano en la capital novohispana, siglos XVII y XVIII*, Ciudad de México: INAH-UNAM, 2006, p. 201 y 214. AGN, Inquisición, vol. 735, ff. 360-361.

<sup>64</sup> Sandra Olivero Guidobono y José Luis Caño Ortigosa, “Casas sin hombres, mujeres sin dueño: jefas de hogar en León (Nueva España) a principios del siglo XVIII”, *Redescubriendo el nuevo mundo: estudios americanistas en homenaje a Carmen Gómez*, Sevilla: Universidad de Sevilla, 2012, p. 175.

mediados del siglo XVIII: el padrón de la Ciudad de México de 1753 registró a 240 mujeres que vivían de la aguja.<sup>65</sup>

Las habilidades de algunas de estas costureras no eran menores. Algunos sastres interpusieron denuncias contra las vendedoras que ofrecían ropa por las calles, pues consideraban que estas prendas eran una franca y desleal competencia.<sup>66</sup> No sabemos si quienes confeccionaron tales prendas fueron costureras o sastrecillos que trabajaban al margen del gremio, pero se puede sospechar que entre ellos hubo viudas e hijas de sastres. Sostengo esto porque, si bien las mujeres no podían obtener algún grado dentro de los gremios (estaba prohibido), se sabe que trabajaban en el taller familiar junto a sus maridos o padres y que tenían conocimientos suficientes del oficio.<sup>67</sup> Prueba de ello es la declaración de la costurera francesa Eugenia Segault durante el juicio de divorcio permanente contra su marido, el sastre Pedro Ouvrant.

La señora Segault, quien residía en México al menos desde la década de 1820, solicitó el divorcio permanente de su marido en 1837, tras haber estado legalmente separados durante ocho años. En el juicio, Segault declaró que el señor Ouvrant “se marchaba a paseo dejándole piezas de ropa de sastrería para que las cosiera...”<sup>68</sup> Segault no era un caso excepcional. Varios años después, quedaron registradas seis sastras en el Padrón de la Municipalidad de México de 1842.<sup>69</sup> Ahora bien, ¿por qué la señora Segault no fue reconocida como modista o sastra, sino como costurera?

Que no se llamara modistas ni sastras a las hábiles mujeres que cosían y vendían ropa a finales del siglo XVIII e inicios del XIX es un indicio sobre la aparición de las modistas en el negocio novohispano del vestido y sobre la paulatina diferenciación

---

<sup>65</sup> Pilar Gonzalbo Aizpuru, *Los muros invisibles. Las mujeres novohispanas y la imposible igualdad*, Ciudad de México: El Colegio de México, 2016, p. 203.

<sup>66</sup> Pilar Gonzalbo, *Los muros invisibles*, p. 218.

<sup>67</sup> Aunque no se ha documentado ningún caso para la Nueva España, durante el siglo XVIII en Nueva Inglaterra hubo varias viudas de sastres que vivieron de la aguja confeccionando de todo, incluso las prendas más sofisticadas. Marla R. Miller, “Gender, Artisanry and Craft Tradition in Early New England: The View through the Eye Needle”, *The William and Mary Quarterly*, vol. 60, num. 4., octubre de 2003, pp. 743-776. Una anotación sintética sobre la presencia femenina en los gremios de la Nueva España puede leerse en Jorge González Angulo Gutiérrez, *Artesanado y ciudad a finales del siglo XVIII*, Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 1983, pp. 139-141.

<sup>68</sup> “Doña Eugenia Segault, costurera, contra su marido don Pedro Ouvrant, sastre, sobre divorcio, 1837-1840”, extractos del juicio reproducidos en Silvia M. Arrom, *La mujer mexicana ante el divorcio eclesiástico (1800-1857)*, México: SepSetentas, 1976, p. 179.

<sup>69</sup> Sonia Pérez Toledo, “El trabajo femenino en la Ciudad de México a mediados del siglo XIX”, pp. 97-101.

laboral entre las mujeres dedicadas al negocio de la aguja. El término modista ya existía en el siglo XVIII, pero no tenía el sentido que le damos hoy en día: los significados de las palabras se amasan en las experiencias de la gente.

En 1734 la palabra modista describía al que seguía –que no hacía– nuevos modos o modas.<sup>70</sup> A partir de 1803 los diccionarios registraron el significado de modista como “el que hace las modas o tiene tienda de ellas”.<sup>71</sup> Para 1869, el término “modista” era mucho más preciso —“[...] es *la mujer* que corta y hace vestidos elegantes de las señoras”— y se distinguía, incluso, de la palabra modistilla, oficialas o aprendizas, mujeres de “menos valer” en el arte de la confección de vestidos elegantes para damas.<sup>72</sup> Estas entradas de los diccionarios de habla hispana indican que el oficio de modista pasó de ser alguien dedicado a la venta de mercancías de moda a definirse como la actividad de una mujer reconocida por sus habilidades para cortar tela —habilidad defendida con celo por los sastres— y confeccionar vestidos “elegantes”. El cambio en el significado del oficio de modista se forjó a partir de la experiencia y la vida de varias mujeres dedicadas al comercio y producción de ropa unos años antes de 1734 y, al menos hasta 1869.

En esos poco más de 130 años también se tejió una jerarquía laboral expresada en la diferenciación entre los términos modista, modistilla y costurera. Esta jerarquía surgió en los talleres tras la enseñanza y el aprendizaje para cortar tela y otras técnicas para confeccionar vestidos. Pero lo que no dicen los diccionarios es que, en México, esta diferenciación social estuvo atravesada por el lugar de origen de las mujeres.

La historiografía sobre México ha señalado el predominio de mujeres francesas entre las modistas. La historiadora Silvia Arrom, por ejemplo, afirmó que las mujeres mexicanas no ingresaron “a las filas de las modistas más elegantes debido al prejuicio a favor de los europeos y sus modas”, además del estigma que representaba el trabajo para las mujeres –pues ponía en duda su honor y decencia al estar en continuo contacto con hombres desconocidos.<sup>73</sup> Fanny Calderón de la Barca, por su parte, anotó en sus

<sup>70</sup> *Diccionario Academia Autoridades*, tomo 4, Madrid: Real Academia Española, 1734, p. 5831.

<sup>71</sup> *Real Academia Española. Diccionario de la lengua castellana compuesto por la Real Academia Española, reducido a un tomo para su más fácil uso*, Madrid: Imprenta Viuda de Ibarra, 1803, p. 5632.

<sup>72</sup> *Real Academia Española. Diccionario de la lengua castellana por la Real Academia Española*. Madrid: Imprenta de Don Miguel Rivadeneyra, 1869, p. 5143. El énfasis es mío.

<sup>73</sup> Silvia Arrom, *Las mujeres de la Ciudad de México*, pp. 209-212.

memorias sobre su estancia en México en los primeros años de la década de 1840, que las modistas francesas “gozan aquí de muy mala fama”.<sup>74</sup> Pero no fueron meros prejuicios de los consumidores ni el temor al “qué dirá la gente” lo que explica la aparente ausencia de mexicanas en el negocio de la moda en México durante el siglo XIX y los inicios del XX.

### *Modistas*

La expansión semántica del término modista coincide con sus primeros rastros en la Nueva España, que datan de la segunda mitad del siglo XVIII. Una denuncia inquisitorial de 1775 registró el robo a una casa de modas.<sup>75</sup> El padrón de la Parroquia del Sagrario de 1777 da cuenta de la propietaria de una sombrerería.<sup>76</sup> En 1786 y 1787 la Santa Inquisición enjuició a dos modistas acusadas de herejía.<sup>77</sup> Una de ellas fue la francesa Luisa de Dufresi que llegó a la Nueva España desde La Habana a mediados de 1785 y estableció un “cajón de modas” en la calle de San Francisco (hoy Madero), frente a la calle de Palma, cajón donde trabajaron siete costureras.<sup>78</sup> La otra modista fue la criolla Paulina Librán, quien declaró que en su oficio como modista cosía, bordaba y hacía cosas de moda, es decir, adornaba vestidos.<sup>79</sup> En mayo de 1790 se anunció en la *Gazeta de México* el traspaso de un cajón de modas, con géneros o sin ellos, ubicado en la calle de San Francisco 62.<sup>80</sup> Unos años después, en 1805 el *Diario de México* informó que la modista francesa Teresa Dandort había extraviado una muselina y solicitaba se la

---

<sup>74</sup> Madame Calderón de la Barca, *La vida en México*, México, Porrúa, 1959, p. 122.

<sup>75</sup> Martha Sandoval Villegas, “Los caminos de la moda hacia Nueva España: comercio, personas en libros y papeles” en *Nierika 11. Revista de estudios de Arte*, Universidad Iberoamericana, enero-junio de 2017, p. 21.

<sup>76</sup> Pilar Gonzalbo, *Los muros invisibles*, p. 213.

<sup>77</sup> Carmina del Rosario Pérez Juárez, “Una falsa viuda en la Nueva España: el caso de Luisa de Dufresi”, tesis de licenciatura en historia, FFyL-UNAM, 2015, pp. 59-72, 122-126.

<sup>78</sup> Carmina Pérez, “Vida de una modista francesa en el mundo hispánico. Luisa de Dufresi, un caso de movilidad social en el siglo XVIII”, *Estudios de historia novohispana*, núm. 57, 2017, pp. 61-78. Recuperado en <http://www.historicas.unam.mx/publicaciones/revistas/novohispana/pdf/novo57/681.pdf> [consulta 20 de agosto de 2018]

<sup>79</sup> Julieta Pérez Monroy, “La moda en la indumentaria: del barroco a los inicios del Romanticismo en la Ciudad de México (1785-1826)”, tesis de doctorado en historia del arte, México: Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2001, nota 93, p. 107.

<sup>80</sup> “Encargos”, *Gazeta de México*, 18 de mayo de 1790, p. 92.

llevaran a la “calle del amor de Dios, en la accesoria que está pegada a la academia [...]”.<sup>81</sup>

Las huellas de modistas reaparecen luego de la guerra de Independencia. Tras su viaje a México en 1825, Robert Burford dijo que había “no pocas modistas” quienes empleaban entre 20 y 30 “muchachos” para hacer gorros y otros elementos de indumentaria femenina.<sup>82</sup> Sabemos también que en 1827, cuando solicitó por primera vez el divorcio de su marido, la francesa Segault tenía una tienda en la calle de Plateros (hoy Madero) donde ofrecía servicios de confección.<sup>83</sup> Y aunque Guillermo Prieto afirmó que entre 1820 y 1840 las modistas “eran muy contadas” y sólo recordó a Madame Adela Joubert y a Virginia Gourges,<sup>84</sup> en los anuncios de prensa de esa época aparecen nombres de más modistas. Entre 1825 y 1844, por ejemplo, las páginas impresas anunciaron la disolución del negocio entre las modistas Fernet y Joubert –Sobert– que era la Adela recordada por Prieto, además de los servicios de las modistas francesas señora Robert, la viuda de Serám, Sofía Segol y la señora Fonclaire, además de una mujer de apellido Castañeda y una madama Carolina.<sup>85</sup>

Estas modistas fueron de las pocas que pudieron pagar anuncios en los periódicos, es decir, que contaron con más recursos y/o quizá fueron las más socorridas por la élite mexicana para arreglar sus vestidos a la moda durante la primera mitad del siglo XIX. Por eso dejaron huella en los recuerdos de Prieto, quien en sus crónicas sociales describió algunos atuendos de los personajes que asistían a bailes y paseos. Pero junto a estas modistas hubo otras menos afortunadas.

En la prensa quedó registro de modistas que desembarcaron en el puerto de Veracruz; de muchas, ese es el único rastro de su llegada a México. En diciembre de

---

<sup>81</sup> “Perdida”, *Diario de México*, 14 de diciembre de 1805, p. 330.

<sup>82</sup> Robert Burford, *México en 1825*, México: Olimpo, 1959, p. 24.

<sup>83</sup> Doña Eugenia Segault contra Pedro Oucard, 1827-1829, AGNBN legajo 470, número 30. Silvia Arrom, *La mujer mexicana ante el divorcio eclesiástico (1800-1857)*, México: SepSetentas, 1976, pp.173-195.

<sup>84</sup> Guillermo Prieto, *Memorias de mis tiempos. 1820 a 1840*, París: Librería de la vda. de C. Bouret, 1906, p. 289.

<sup>85</sup> “Avisos”, *El Sol*, 10 de julio de 1825, año 3, núm. 157, p. 102; “Avisos”, *El Sol*, 10 de agosto de 1825, p. 104; “Avisos”, *El Águila Mexicana*, 14 de julio de 1825, p. 4; “Avisos”, *El Sol*, 12 diciembre 1826, p. 2186; “Avisos”, *El Sol*, 5 de febrero de 1827, p. 2406; “Avisos”, *El Sol*, 14 de mayo de 1828, p. 7070; “Avisos”, *El Sol*, 7 de febrero de 1831, p. 2376; “Avisos”, *El Sol*, 3 de mayo de 1831, p. 2688; “Avisos”, *El Sol*, 17 de marzo de 1832, p. 3964; “Avisos”, *El Fénix de la Libertad*, 30 de septiembre de 1832, p. 4; “Comunicados”, *El Sol*, 11 de julio de 1827, p. 3127; L. T. de A., “Modas”, *El Museo Mexicano*, tomo 4, 1844, pp. 280-282.

1827, por ejemplo, Marin Bailache bajó de un barco que venía desde el puerto de Havre. No sabemos qué pasó con Bailache después de su arribo a México, lo que es un hecho es que no se hizo famosa por sus dotes en el oficio de modista.<sup>86</sup> Como Bailache, muchas modistas francesas —y de otros países del viejo continente— se embarcaron hacia América con distintos destinos durante todo el siglo XIX. Como se ha dicho antes, hay pistas de ellas en Chile, Argentina, Colombia, Perú, Estados Unidos, República Dominicana y Costa Rica, lo que hace posible suponer que llegaron a todos los países del continente.<sup>87</sup>

El *Diario del Gobierno de la República Mexicana* registró la llegada de 19 modistas a este país entre 1842 y 1845. Quince de ellas zarparon del norte de Francia, desde el puerto de Havre, o desde el sureño puerto de Burdeos. De las cuatro modistas restantes dos eran inglesas, una española y otra estadounidense. Una de las inglesas, Isabela Thompson, llegó desde Havre; las otras tres partieron, quizá después de hacer alguna escala, desde Nueva Orleans, Nueva York y La Habana. Es muy probable que la mayoría de estas modistas viajara en compañía de otra mujer o con niños; de este grupo, cuatro declararon venir con sus hijos —María Lassepas y Madame Cordier— o acompañadas de un niño —Marie Hervé y la española Josefa Echevoyen—. <sup>88</sup>

---

<sup>86</sup> “Veracruz. Entradas y salidas de buques”, *El Sol*, 13 de diciembre de 1827, p. 3751.

<sup>87</sup> Sobre la presencia de modistas francesas en Argentina puede leerse el artículo de Gabriela Mitidieri, “Entre modistas de París y costureras del país. Espacios de labor, consumo y vida cotidiana de trabajadoras de la aguja. Buenos Aires, 1852-1862”, *Trashumante. Revista Americana de Historia Social*, núm. 12, 2018, pp-8-29.

<sup>88</sup> “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 3 de diciembre de 1842, p. 500; “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana* 21 de noviembre de 1842, p. 452; “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 4 de diciembre de 1842, p. 504; “Noticias marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 8 de diciembre de 1842, p. 520; “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 30 de mayo de 1844, p. 116; “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 30 de diciembre de 1843, p. 488; “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 3 de abril de 1843, p. 436; “Noticias Marítimas”, 22 de febrero de 1843, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 22 de febrero de 1843, p. 276; “Avisos”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 27 de febrero de 1843, p. 296; “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 23 de noviembre de 1844, p. 460; “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 17 de septiembre de 1844, p. 192; “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 17 de agosto de 1844, p. 108; “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 21 de agosto de 1842, p. 84; “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 16 de agosto de 1844, p. 64; “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 18 de febrero de 1844, p. 188; “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 29 de enero de 1844, p. 116; “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 10 de noviembre de 1845, p. 284.

Estos viajes hacia América no eran cualquier cosa. Además de costosos, duraban entre 50 y 60 días. De hecho, muy pocas modistas realizaron estas travesías transatlánticas con regularidad. Del grupo de 19 modistas cuya llegada quedó registrada en el *Diario del Gobierno*, sólo una, la española Echegoyen, entró a México en dos ocasiones distintas –en 1842 y 1844 desde La Habana.<sup>89</sup> Aun así, la migración de mujeres desde Europa hacia toda América fue continua a lo largo del siglo XIX.

Las modistas comenzaron a tener mucha más presencia en la Ciudad de México a mediados de la centuria del mil ochocientos. Entre 1844 y 1870, modistas como Margarita Dupin, Mademosille A. Gauthier, Clotilde Montauriol, Madamas Got y Bontemp, Juana Dastugue y Eugenia Ouvrard<sup>90</sup> se anunciaron en distintos impresos.<sup>91</sup> Estos nombres también aparecieron en las columnas y crónicas de moda donde se solía recomendar los servicios de algunas de ellas o las mercancías de algunos cajones de ropa. En 1853, por ejemplo, el diario *La Camelia* recomendó los servicios de la modista Dastugue.<sup>92</sup> Hacia la década de 1880 también hubo cronistas de sociales que escribieron sobre las modistas. En una nostálgica entrada de inicios de siglo XX, Enrique Echevarri, *Juvenal*, enlistó a Clara Toussaint, Madame Anciaux, Madame Bornecke y Fanny Flalix, mujeres que hicieron fortuna con sus talleres de moda entre 1880 y 1900.<sup>93</sup>

Las modistas también figuraron con más intensidad en la literatura, y en censos y padrones de finales del siglo XIX y de las primeras décadas del siglo XX. En el Censo General de la República Mexicana de 1898, por ejemplo, quedaron registradas 808 modistas sólo en el Distrito Federal.<sup>94</sup> Unas décadas más tarde, el censo de 1921 anotó

<sup>89</sup> “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana* 21 de noviembre de 1842, p. 452 y “Noticias Marítimas”, *Diario del Gobierno de la República Mexicana*, 23 de noviembre de 1844, p. 460.

<sup>90</sup> Sylvia Arrom supone que Eugenia Ouvrard es hija de Eugenia Seagault, la mujer que promovió el juicio de divorcio contra el sastre Pedro Ouvrard. Me inclino a pensar que no es así y que se trata de la misma mujer por dos razones. En primer lugar, porque la modista Ouvrard se presentaba como viuda y, en segunda instancia, porque dirigía el negocio junto a su hijo, quien eran el que hacía negocios en Francia y de quien se dijo, durante el juicio de divorcio, que estaba estudiando en el país galo. Sylvia Arrom, *Las mujeres de la ciudad de México*, pp. 209.

<sup>91</sup> María del Carmen de Arechavala y Torrescano, “Moda y consumo en las altas clases sociales de la Ciudad de México, 1840-1870”, tesis de doctorado en historia, México: Facultad de Filosofía y Letras/UNAM, 2014, pp. 241-243.

<sup>92</sup> “Modas”, *La Camelia. Semanario de literatura, variedades, teatros, modas, etc. Dedicado a las señoritas mejicanas*, 1853, núm. 47, p. 371.

<sup>93</sup> *Juvenal*, “Crónica de la moda. Desastre de sombreros”, *El Imparcial*, 20 de abril de 1903, p. 2.

<sup>94</sup> Ministerio de Fomento, *Censo General de la República Mexicana. Verificado el 20 de octubre de 1895*, México: Oficina Tipográfica de la Oficina de Fomento, 1898, p. 56.

a 70 563 modistas en todo el país.<sup>95</sup> Las categorías utilizadas en estos censos no siguieron los mismos criterios para agrupar las actividades vinculadas con la producción de las apariencias, pero se pueden tomar como indicio del incremento de la participación femenina en el mundo de la producción y comercio de indumentaria a inicios del siglo XX en México.

En el censo de 1921, por ejemplo, no se registró a ninguna costurera, pero las modistas y sombrereras aparecieron como categoría separada de sastres, bordadores, manufactureros de ropa, de camisas o de trajes. En 1930 probablemente todas quedaron aglutinadas en la entrada Ropa, sombreros y confecciones para mujer, que está separada de la entrada Ropa y sombreros para hombres. En el censo de 1940 se utilizó una categoría todavía más general: Indumentaria y tocador pero, a diferencia de los otros censos, quedó registrado cuántos de los censados eran propietarios, empleados, obreros, o si trabajaban de manera independiente o sin retribución (Gráfica 2.1). Gracias a este desglose, sabemos que en 1940 había 23 mujeres propietarias en el ramo de Indumentaria y tocador.

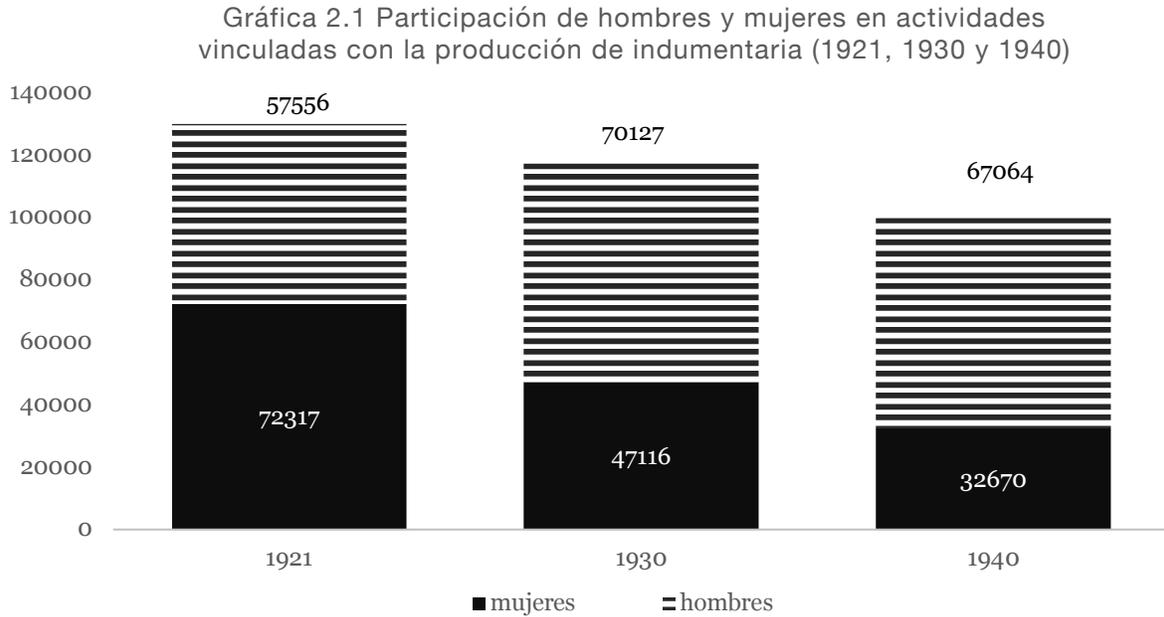
¿Qué significa todo esto?

Aunque imperfectos, con estos datos se puede esbozar una trayectoria general de la participación femenina en el negocio de la aguja. Esta trayectoria muestra una creciente incorporación de mujeres en el trabajo de la moda a lo largo del siglo XIX que parece haber tenido su clímax a inicios de la década de 1920, pues en el censo de 1921 el número de modistas y sombrereras es avasallador. Esta tendencia se revierte poco a poco, pues la presencia de hombres va en aumento; además, es llamativo el hecho de el reducido número de mujeres propietarias de negocios de moda en la década de 1940. Esto no quiere decir, sin embargo, que las mujeres hayan abandonado el mundo de la producción de ropa, pero quizá sí indica que perdieron posiciones dominantes en este terreno. Ya en los años ochenta del siglo pasado había en la Ciudad de México un buen

---

<sup>95</sup> *Resumen del Censo General de Habitantes. 30 de noviembre de 1921.* México: Talleres Gráficos de la Nación, 1928, p. 88.

número de talleres clandestinos que echaban mano de trabajo a domicilio, varios de ellos dirigidos por mujeres.<sup>96</sup>



Fuente: Elaboración propia con los Censos Generales de Población de 1921, 1930 y 1940

Con el trazo de esta tendencia y los registros obtenidos del siglo XIX se pueden formular algunas conjeturas sobre la participación de las mujeres en la producción de las apariencias en México. La más evidente es que nunca fueron un grupo homogéneo. De hecho, esta diversidad de orígenes y destinos terminó por expresarse en el uso de palabras distintas para ubicarlas: modistas, modistillas y costureras. Veré más de cerca esta diversidad para lanzar algunas hipótesis sobre los criterios con los que se formó la jerarquía que distinguió a unas de otras. La ubicación de los negocios donde laboraban las modistas en México es un dato relevante para rastrear estas diferencias.

Según el *Manual del Viajero en México* de Marcos Arróniz (1858), a mediados del siglo XIX la calle de Plateros (hoy Madero) albergaba las tiendas más lujosas donde las damas elegantes podían admirar las últimas modas francesas y algunas muestras de las

<sup>96</sup> José Antonio Alonso Herrero, "Crisis, sismos y microindustria doméstica del vestido: estudio de caso en Nezahualcóyotl" en Vania Salles y Elsie Mc Phail, *Textos y pretextos. Once estudios sobre la mujer*, México: PIEM/Colmex, 1994, pp.261-308.

habilidosas modistas de aquel país “en tiendas notables por el buen gusto”. En la calle de Monterilla (hoy 5 de febrero), por su parte, estaban “los cajones de menos lujo o de segundo orden”.<sup>97</sup> Si echamos un vistazo a los domicilios de los negocios de modistas parece sostenerse esta jerarquía espacial.

Clotilde Montauriol, modista de París, vendió flores, sombreros, perfumes, cuellos bordados, guantes y encajes entre 1848 y 1872, en un cajón ubicado en la 1ª de Plateros (hoy Madero) número 10.<sup>98</sup> Ahí también vivían su esposo Pedro, peluquero, y su hija.<sup>99</sup> Aunque el negocio de la modista Montauriol estuvo en el mismo domicilio durante 22 años, tuvo varios cambios. Algunos de ellos parecen estar vinculados con viajes a Francia que hicieron ella o su marido.

Cuando abrió las puertas de su negocio (1848), Montauriol atendía en los bajos del número 10 de Plateros, pero luego de que don Pedro regresara de un viaje a Francia en 1851, la peluquería ocupó ese lugar y el cajón de modas quedó anexado a aquélla. Esta aglomeración no menguó el negocio: en 1854 la tienda de modas volvió a ser independiente de la peluquería, que seguiría en el la 1ª Plateros 10 hasta 1864.

La trayectoria de Montauriol fue exitosa. Durante la década de 1850, esta modista viajó a París con frecuencia (1853, 1854 y 1855). En estos viajes hizo tratos con comerciantes europeos para vender en México mercancías novedosas mes con mes. También consiguió —tras varios sacrificios, dijo ella— que vinieran a trabajar a su tienda las mejores aprendices de las modistas “de la emperatriz de los franceses y de las reinas de Inglaterra y España”: una haría vestidos y “albornoces”, y la otra se dedicaría a hacer sombreros. Una década más tarde, en 1864, el cajón de modas de doña Clotilde volvería a ocupar los bajos de Plateros 10 (la peluquería de su marido se había mudado a la 2ª de Plateros 2). El cajón de Montauriol siguió funcionando en ese domicilio al menos hasta 1872, año en el que se anunció la rebaja de 50% en gorros, sombreros, flores, listones,

---

<sup>97</sup> Marcos Arróniz, *Manual del Viajero en México o Compendio de la historia de la Ciudad de México*. París: Librería de Rosa y Bouret, 1858, pp. 40-41.

<sup>98</sup> Es posible que esta modista haya ofrecido sus servicios desde 1844, pues en una entrada sobre Modas de *El Museo Mexicano*, el redactor escribió sobre Pedro de Montauriol, quien trabajaba en el Cajón del Arco Iris y también menciona a una tal Clotilde. En 1848 la señora Montauriol anunció que mudaba su cajón “A las modas francesas” de la 1ª de Plateros 7 al número 10 de la misma calle. L. T. de A., “Modas”, *El Museo Mexicano*, tomo 4, 1844, pp. 280-282; “Avisos”, *El Siglo Diez y Nueve*, 30 de octubre de 1848, p. 4.

<sup>99</sup> Así lo declaró Pedro de Montauriol en un juicio al que fue llamado como testigo. “Parte oficial”, *El Siglo Diez y Nueve*, 11 de abril de 1861, p. 3.

ropones, encajes “y todo lo concerniente al ramo”.<sup>100</sup> Los rastros esta modista desaparecen de la prensa luego de este anuncio, es decir, es posible sostener que el negocio de doña Clotilde funcionó durante dos décadas.

La trayectoria de Montauriol es excepcional. Pocas modistas lograron lo que ella: mantener un negocio durante décadas en la lujosa calle de Plateros. Fue más común que los negocios duraran pocos años. Celina, por ejemplo, abrió su tienda *A las modas elegantes* en la 2ª calle de Plateros 11 en septiembre de 1850.<sup>101</sup> Entre sus credenciales contaba con haber trabajado “algunos años para la corte de Francia, y para las señoras más distinguidas y elegantes de París”, además, aseguraba estar siempre al tanto de las últimas tendencias de la “Ciudad de la Luz” porque su hermana, modista de aquella capital, le mandaba surtidos cada estación.<sup>102</sup> Pero la publicidad sobre el negocio de esta modista desaparece de la prensa hacia 1852. Por ello, se puede suponer que la empresa de Celina duró pocos años (al menos entre 1850 y 1852).<sup>103</sup>

Dicho esto, es importante señalar que tener un negocio de cualquier tipo en esa época fue arriesgado y difícil a mediados del siglo XIX. La guerra causaba continuas cargas fiscales poco previsibles y los robos eran frecuentes.<sup>104</sup> En diciembre de 1852, un par de diarios avisaron del robo al cajón de modas La Góndola Veneciana ubicado en los bajos del número 14 de San José El Real (hoy Isabel la Católica) y financiado con los ahorros de una viuda guanajuatense recién llegada a la Ciudad de México. Este robo fue letal para el negocio: en marzo de 1853 otro anuncio informó del traspaso o arriendo del negocio con todo y aparadores.<sup>105</sup> Años más tarde, en 1858, una nota del diario

<sup>100</sup> “Avisos”, *El Siglo Diez y Nueve*, 31 de octubre de 1848, p. 4; “Cajón de modas de Clotilde Montauriol”, *El Universal*, 26 de noviembre de 1854, p. 4; “Avisos”, *La Sociedad*, 8 de febrero de 1864, p. 4; “Anuncio”, *El Siglo Diez y Nueve*, 23 de marzo de 1872, p. 4.

<sup>101</sup> “Avisos”, *El Universal*, 12 de febrero de 1850, p. 4; “Avisos”, *El Siglo Diez y Nueve*, 27 de mayo de 1851, p. 488; “Modas”, *El Universal*, 4 de noviembre de 1851, p. 4; “Avisos”, *El Universal*, 18 de junio de 1852, p. 4; “Avisos”, *El Siglo Diez y Nueve*, 25 de abril de 1868, p. 4.

<sup>102</sup> “Avisos”, *El Universal*, 12 de octubre de 1850, p. 4.

<sup>103</sup> De Arechavala asegura que Madame Celine tenía un cajón ubicado en la 2ª de Plateros 3 desde 1842, por un anuncio que apareció en *El Siglo Diez y Nueve* en enero de ese año, desafortunadamente yo no he encontrado ninguna referencia directa de que así sea. Lo que es cierto es que en 1868 había una pastelería en la 2ª de Plateros 11. María del Carmen de Arechavala, “Moda y consumo”, p. 240.

<sup>104</sup> Carlos Illades ahonda en las debilidades económicas de los establecimientos industriales entre 1853 y 1876. Carlos Illades, *Hacia la república del trabajo. La organización artesanal en la ciudad de México, 1853-1876*, México: El Colegio de México, 1996, p. 35.

<sup>105</sup> Además de éste la prensa dio noticia de al menos dos robos más a cajones de moda. Uno ubicado en la calle de Plateros ocurrido en 1861 y otro al cajón llamado Al Jockey Club, ubicado en la calle de San Francisco, en 1887. “Un robo escandaloso”, *El Siglo Diez y Nueve*, 1 de diciembre de 1852, p. 4; “Un robo

conservador *La Sociedad* culpó a las tropas liberales de Ignacio Comonfort de haber saqueado un cajón de modas ubicado en la calle de la Profesa (hoy Madero, esquina con Isabel la Católica), luego de que una granada cayera sobre el negocio.<sup>106</sup>

A pesar de este ambiente hostil, los cajones de moda siguieron inaugurándose. Muestra de ello son los nombres de modistas con negocios en Plateros y en otras calles de la capital también registrados en la *Guía de forasteros en la Ciudad de México* de Mariano Galván Rivera de 1854 y en el *Gran Almanaque Mexicano y Directorio del Comercio al Uso del Imperio Mexicano* de 1867. El primero apuntó 20 cajones de modistas, 17 dirigidos por mujeres y tres por hombres.<sup>107</sup> El directorio comercial registró a 27 modistas, una ubicada en Guadalajara y otro varón, además de tres cajones y un almacén de moda.<sup>108</sup> De estas 47 modistas, 14 tuvieron tiendas sobre la lujosa calle de Plateros.

Al comparar los nombres de ambas listas sólo coincide uno de ellos, el de Coralia Deveaux.<sup>109</sup> Deveaux comenzó a ofrecer sus servicios en la 1ª de Plateros, frente a Palma, hacia 1850. Pero en 1852 mudó su cajón —que ya tenía taller de modas— a la 2ª calle de San Francisco número 4, lugar donde atendió a sus clientes durante casi veinte años (1852-1870). Ahora bien, a diferencia de Celina y Montauriol, Deveaux era una especialista en trajes de máscaras para bailes y días de carnaval, además de dedicarse a confeccionar trajes para actrices de teatro que después replicaba para sus clientes. En 1850, por ejemplo, avisó que además de trajes de máscaras para señoras tenía un surtido de “pierrots” y dominós para caballero; y que podía hacer los vestidos con dos días de anticipación a “precios cómodos”.<sup>110</sup>

---

escandaloso”, *El Universal*, 2 de diciembre de 1852, p. [3]; “Avisos”, *El Universal*, 16 de marzo de 1853, p. [4]; “Un robo más”, *La Independencia*, 1 de mayo de 1861, p. 3; “Un ejemplo que imitar”, *El Nacional*, 6 de octubre de 1887, p. 2.

<sup>106</sup> “Apuntes para la historia”, *La Sociedad*, 23 de enero de 1858, p. 1.

<sup>107</sup> Mariano Galván Rivera, *Guía de forasteros en la Ciudad de México para el año de 1854*, México: Imprenta de Santiago Pérez y Cía., 1854, p. 321.

<sup>108</sup> *Directorio del Comercio del Imperio Mexicano*, París: Imprenta Hispano Americana de Rouge frères, Dunon y Fresné, 1867, pp. 248, 262, 292, 311.

<sup>109</sup> Se podrían agregar dos nombres más, pero cambia la dirección o el apellido de la persona. En la Guía aparece una Celina Eynecea, cuyo negocio estaba en la 2ª de Plateros 54; en el directorio aparece Celine con una casa de modas en 1ª Plateros 1. En 1854 se anunció a Doña Virginia Fortoul e hijos con domicilio en 1ª de Plateros 1 y en 1867 aparecieron las hermanas Fortoul en la 2ª de Plateros.

<sup>110</sup> “Avisos”, *El Universal*, 12 de febrero de 1850, p. 4; “Carnaval”, *El Universal*, 1 de marzo de 1851; Mariano Galván Rivera, *Guía de forasteros en la Ciudad de México para el año de 1854*, México: Imprenta de Santiago Pérez y Cía., 1854, p. 321; “Avisos”, *Iberia*, 13 de febrero de 1869, p. 4; “Crónica de la Semana”,

Ahora bien, si pocas modistas lograron establecerse sobre Plateros, fueron aún excepcionales las que pudieron mantener sus negocios durante mucho tiempo en esa lujosa calle. De hecho, esta tendencia continuó incluso en el último cuarto del siglo XIX, periodo de estabilidad económica y política en México conocida como porfiriato. La francesa Clara Toussaint, por ejemplo, abrió su cajón de modas en la calle del Espíritu Santo 1 (hoy Isabel la Católica a la altura de 16 de septiembre) y al poco tiempo, *Aux Modes Parisiennes* ya estaba en la 2ª de Plateros 7. Como Deveaux y Montauriol, la modista Toussaint también viajó varias veces a París y contrató a otras mujeres expertas para que trabajaran con ella, por ejemplo, a la sombrerera Eugenia Hallé y a la modista E. Labailly; pero a diferencia de sus antecesoras, que lograron tener sus negocios durante décadas, Toussaint estuvo al frente de su negocio sólo ocho años (de 1879 a 1887), es decir, menos de la mitad del tiempo que sus antecesoras. Ahora bien, a pesar de este menor tiempo, Toussaint llegó a ser considerada “sacerdotisa de la moda”.<sup>111</sup>

La notoriedad de esta modista no fue *rara avis* a finales del siglo XIX. En los años de 1880 y 1900 varias modistas se convirtieron en personajes importantes de la vida citadina en México y tuvieron negocios breves pero prósperos. Esta notoriedad puede explicarse porque desde la década de 1880 ya había una red de publicaciones periódicas mexicanas que producían con regularidad textos propios sobre cuestiones de moda. Por ejemplo, entre 1884 y 1888, *Titania*, cronista de teatro que publicaba en *La Patria* y *El Diario del Hogar*, recomendó a sus lectoras visitar a Madame Borschneck en el cajón La Reina de las Flores donde encontrarían sombreros que seguían el último grito de la moda.<sup>112</sup> No es posible saber el impacto de estas recomendaciones, pero sí la notable presencia de modistas francesas en las crónicas. ¿Por qué las francesas alcanzaron tal fama?

La moda es un fenómeno global, por eso, la investigación de Gamber sobre las modistas en Boston puede darnos luces. Gamber sostiene que, aunque la mayoría de

---

*El Renacimiento*, 10 abril de 1869, p. 201, y “¡Carnavall!”, *El Siglo Diez y Nueve*, 28 de marzo de 1870, p. 4.

<sup>111</sup> Anuncio, *L’Trait d’Union*, 18 de septiembre de 1881, p. 4; “Faits Divers”, *Le Trait d’Union*, 14 de agosto de 1885, p. 3; “Miscelánea”, *La Voz de México*, 11 de septiembre de 1886, p. 3; “Safo”, *El Tiempo*, 13 de marzo de 1886, p. [4].

<sup>112</sup> Titania, “Ecos de la semana”, *La Patria*, 9 de octubre de 1884, p. 2; Titania, “Ecos de la semana”, *La Patria*, 25 de marzo de 1886, p. [2]; Titania, “Ecos de la Semana”, *La Patria*, 9 de octubre de 1887, p. 1; “Ecos de la Semana”, *El Diario del Hogar*, 29 de marzo de 1888, p. 1.

las modistas de Boston en el siglo XIX eran oriundas de esa ciudad, entre las más exitosas, había varias francesas. De hecho, el éxito de éstas era tal, que hubo americanas que afrancesaron su nombre; por ejemplo, Josephine McCluskey se convirtió en Miss Delavenue.<sup>113</sup> Este cambio de nombre deja claro cómo el fenómeno de la moda y la producción mundial de indumentaria está atravesado no sólo por diferencias de clase y de género, sino también por relaciones de dominación entre naciones. Desde esta perspectiva, es vital saber cómo el trabajo de mujeres mexicanas en el negocio de la indumentaria y la moda sostuvo el dominio del imperio francés en México.

Las francesas eran herederas de técnicas forjadas tras horas de entrenamiento en talleres especializados que habían florecido a la sombra de una política estatal que había impulsado y protegido el negocio de mercancías de lujo; esta herencia les ayudó a sobrevivir mejor ante los embates de la industrialización textil. Cuando las francesas arribaban a otros países, traían como equipaje la herencia de aquellas técnicas y conocimientos incorporados a partir de horas y horas de entrenamiento en talleres parisinos y conventos. En 1787, por ejemplo, la modista De Dufresí declaró haber aprendido “a leer, escribir, coser, bordar y hacer todas las demás cosas de modas propias de su sexo” en un colegio de monjas benedictinas.<sup>114</sup> En el siglo XX, Coco Chanel también declaró que le enseñaron a coser en el orfanato dirigido por las monjas de la Congregación del Sagrado Corazón de María. En otras palabras, las modistas francesas manejaban un lenguaje estético, adquirido en conventos y talleres de su país, lenguaje que, además, era reconocido en todo el mundo como encarnación de buen gusto.

Además de este entrenamiento, las modistas francesas que se aventuraban a vivir allende las fronteras de Francia podían echar mano de una red de migrantes que dirigían negocios vinculados al mundo de la moda.<sup>115</sup> Se sabe, por ejemplo, que en la Ciudad de

---

<sup>113</sup> Gamber, *The Female Economy*, pp.34 y 35.

<sup>114</sup> AGN, Inquisición, vol. 1215, exp. 6, f. 70.

<sup>115</sup> Algunos de estos franceses venían de la región francesa de Barcelonnette; sin embargo, las investigaciones que se han escrito sobre la presencia francesa en México han abordado muy poco la migración femenina. Existe un acervo importante de trabajos sobre la migración francesa a México, por ejemplo, Leticia Gamboa Ojeda, Guadalupe Rodríguez y Estela Munguía (coords.), *Francesas. Del México colonial al contemporáneo*, Puebla, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, 2011, pp. 401; Leticia Gamboa Ojeda (coord.), *Los Barcelonnettes en México, miradas regionales, siglos XIX-XX*, Puebla, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, 2008, pp. 509; Javier Pérez Siller, *México-Francia. Memoria de una sensibilidad común, siglos XIX y XX*, vol. 1, México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla/ El Colegio de San Luis/CEMCA, 1998.

México el primer cajón de ropa de franceses en la Ciudad de México, Las siete puertas, se abrió en 1829 y que para 1850 había ya 19 almacenes sólo de barcelonnettes, donde se vendían desde telas hasta pasamanería.<sup>116</sup>

Después de 1870, afirmó el viajero Augusto Génin, “algunos de los franceses retirados en Francia después de haber hecho fortuna en México abren en París casas distribuidoras y ofrecen amplios créditos a sus compatriotas establecidos en la República”.<sup>117</sup> Es decir, esta red de migrantes y créditos facilitaba a las modistas francesas su ingreso al mercado laboral del país donde llegaban y, en este sentido, tenían más posibilidades de prosperar en el negocio gracias a posibles préstamos u ofertas laborales.<sup>118</sup>

El nacimiento de la alta costura es otro elemento de peso en la consolidación del dominio francés. Antes del establecimiento legal de la alta costura, las modistas ya hacían referencia a París como garantía de la calidad de su trabajo. Algunas informaban que estaban al tanto de las novedades más recientes de la moda parisina. Otras anunciaban sus viajes a París o avisaban que tenían informantes radicados en la capital de la moda como garantía de que sus confecciones seguían los últimos estilos del vestir.<sup>119</sup> Y otras más decían que los vestidos que confeccionaban seguían las tendencias de los últimos figurines publicados en revistas de moda, especialmente, de revistas españolas como *La Moda Elegante*.

---

<sup>116</sup> Cristina Sánchez, *Novedad y tradición. Las tiendas por departamentos en la ciudad de México y su influencia en el consumo, 1891-1915* tesis de doctorado en historia por El Colegio de México, 20017, p. 37.

<sup>117</sup> Augusto Génin, *Notes sur le Mexique*, México: Imprenta Lacaud, 1908-1910, reproducido en Hira de Gortari Rabiela y Regina Hernández Franyuti, *Memoria y encuentros: la Ciudad de México y el Distrito Federal (1824-1928)*, tomo 3. México: Departamento del Distrito Federal/ Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 1988, p. 242.

<sup>118</sup> Mitidieri, “Entre modistas de París...”, pp. 9 y 15-16.

<sup>119</sup> *El Monitor Republicano*, 19 de mayo de 1874, p. 4; *El Siglo Diez y Nueve*, 5 de junio de 1876, p. 4; “Avisos”, *Monitor Republicano*, 25 de septiembre de 1879, p. 4; “Modista madrileña”, *El Diario del Hogar*, 5 de marzo de 1885, p. 3.

DE LAS DAMAS  
MODELOS  
DU  
PARIS CHARMANT



Modelo de traje  
POR LELONG, DE PARIS,  
PARA LA SEÑORA  
*Duquesa de Gramont*

REPETIDO EN MÉXICO  
POR LA CASA  
"Paris Charmant,"  
PARA LA SEÑORITA  
CONCEPCIÓN SALCIDO.

Ilustración 2.1. Modelo del modisto francés Lucien Lelong replicado en la Casa Le Paris Chamant, reproducido en *El Mundo Ilustrado*, 15 de septiembre de 1901.

En 1901, por ejemplo, la casa de modas París Charmant, ubicada en la 2ª calle de Plateros esquina con Palma y fundada por Melchor Eyssauter a mediados del siglo XIX,<sup>120</sup> replicó para la señorita Concepción Salcido un modelo diseñado por el famoso modisto francés Lucien Lelong (Ilustración 2.1). Éste no fue un caso excepcional. Las hermanas Carmen y Marta Hirigoity, que vivían en Chihuahua, pagaron a este mismo negocio por un par de vestidos que habían sido diseñados en casas de moda parisinas.<sup>121</sup> Apunto: París Charmant era de los negocios más sofisticados del país donde además de modistas “experimentadas” y sastres (“cortadores de primer orden”), también trabajaban costureras —operarias— “suficientemente instruidas”.<sup>122</sup>

Contrario a lo que se ha sostenido, las modistas francesas famosas y (quizá) exitosas fueron una minoría. Lo que más hubo fueron mujeres extranjeras y mexicanas que intentaron triunfar en el negocio de la moda con poca suerte.<sup>123</sup> Desde esta perspectiva podemos comprender por qué los traspasos o ventas de los cajones de moda eran tan frecuentes. Por ejemplo, el cajón La Reina de las Flores ubicado en el número 2 de la Profesa, estuvo a cargo de Eugenia Borschneck entre 1884-1889, quien quizá después de casarse —pues su nombre aparece con el apellido compuesto Lamy-Borschneck en 1887— lo vendió a Fanny Flalix, modista que seguiría al frente del negocio en 1899.<sup>124</sup>

El negocio de la moda a finales del siglo XIX era inestable. Muchas mujeres naufragaron en su intento por convertirse en célebres modistas, sin embargo, las francesas podían vender estos negocios a sus compatriotas. Esta posibilidad de traspaso daba la impresión de continuidad, es decir, la presencia de las francesas parecía mucho

---

<sup>120</sup> Mario Trujillo Bolio, *Empresariado y manufactura textil en la Ciudad de México y su periferia. Siglo XIX*, México: CIESAS, 2000, p. 109.

<sup>121</sup> “A nuestras lectoras”, *El Mundo Ilustrado*, 15 de septiembre de 1901, pp. [17-19].

<sup>122</sup> La colección de indumentaria del Museo Nacional de Historia cuenta con un vestido de calle color negro con magenta y verde confeccionado en esta casa aproximadamente en 1907. “París Charmant. Un establecimiento de primer orden”, *El Mundo Ilustrado*, 3 de enero de 1904, p. [73].

<sup>123</sup> Contrario a lo que la historiografía a sostenido.

<sup>124</sup> Titania, “Ecos de la semana”, *La Patria*, 9 de octubre de 1884, p. 2; “Anuncios”, *El Álbum de la Mujer*, 5 de septiembre de 1886, p. 102; “Anuncio”, *El Tiempo*, 21 de diciembre de 1887, p. [4]; “Anuncio”, *El Tiempo*, 4 de marzo de 1889, p. 4; *Juvenal*, “Crónica de la Moda. Trajes de Invierno”, *El Imparcial*, 29 de octubre de 1899, p. 1; *Juvenal*, “Crónica de la moda. Desastre de sombreros”, *El Imparcial*, 20 de abril de 1903, p. 2.

más estable que las incursiones de mujeres de otras regiones. Aun así, para las francesas también era difícil mantenerse a flote vendiendo ropa.

En 1887, por ejemplo, la “sacerdotisa de la moda” Clara Toussaint vendió su cajón de modas a Anna Chesneau. Chesneau no era novata cuando compró el cajón de Toussaint. Al menos un año antes había estado al frente de un taller en la calle de Vergara 6 donde hacían “corte especial de vestidos”, algunos confeccionados al estilo de París.<sup>125</sup> A diferencia de Toussaint, quien se especializaba en arreglar sombreros, Chesneau era experta en la confección de vestidos, corsets y jerseys. Pero Chesneau no tuvo suerte: los anuncios de su cajón desaparecen de la prensa en 1889.<sup>126</sup>

Chesneau no fue la única que fracasó tras la salida de Toussaint. Eugenia Hallé, la sombrerera que trabajaba bajo la dirección de Toussaint en *Aux Modes Parisiennes*, abrió una tienda propia en la calle 5 de mayo cuando su jefa vendió el cajón a Chesneau. Desafortunadamente, la empresa de Hallé tampoco prosperó, pues sus pistas se pierden a menos de un año de haber iniciado su travesía como sombrerera independiente en el comercio de la moda.<sup>127</sup> Esta experiencia fue común.

La gran mayoría de las modistas que llegaban desde Europa laboraban en cajones de ropa que eran negocio de alguien más. Algunas de estas empresas estaban en manos de hombres, por ejemplo, en 1832, se avisó que Eugenia Cristina, “modista de primer orden en París”, trabajaría en el cajón de ropa de José María Courreye.<sup>128</sup> De otras modistas no sabemos su nombre, pero sí que trabajaban en los cajones de ropa ubicados en las calles más exclusivas de la ciudad, como el Cajón de la Modista que estaba en la 1ª calle de Plateros número 3. Hacia 1832, este cajón avisó que ofrecía de nuevo a “las señoras que quieran ocupar a la modista que las servirá con puntualidad y gusto”.<sup>129</sup> Esta historia se repitió durante todo el siglo XIX.

---

<sup>125</sup> “París-Modas”, *El Monitor Republicano*, 24 de septiembre de 1886, p. 4; Anuncio, *El Monitor Republicano*, 26 de agosto de 1887, p. 4; “Anuncios”, *El Tiempo*, 11 de noviembre de 1887, p. [4]; Anuncio, *El Monitor Republicano*, 5 de abril de 1888, p. 4.

<sup>126</sup> En 1886 Chesneau pagó un pequeño anuncio en *El Monitor Republicano* avisando que viajaría a Europa y prometía volver en septiembre para atender a su clientela. “Aviso”, *El Monitor Republicano*, 1 de mayo de 1886, p. 4; Anuncio, *El Monitor Republicano*, 28 de marzo de 1889, p. 4.

<sup>127</sup> “Sombreros de última moda para señoras”, *El Tiempo*, 15 de abril de 1888, p. [6].

<sup>128</sup> “Avisos”, *El Sol*, 25 de febrero de 1832, p. 3880.

<sup>129</sup> “Avisos”, *El Sol*, 7 de enero de 1832, p. 3684.

María Eloísa Gullec llegó a México desde Europa en marzo de 1891 para trabajar como modista en Al Jockey Club, casa dirigida por el matrimonio de franceses Bayonne. Gullec tenía 29, quizá 30 años, cuando desembarcó en el puerto de Veracruz. Trabajó durante cuatro años arreglando los atuendos de los acaudalados clientes de la casa de modas ubicada en la primera calle de San Francisco 4. En el otoño de 1894 una serie de pequeños anuncios aparecieron en la prensa ofreciendo los servicios de la modista Gullec, quien había dejado la casa de los Bayonne para atender por cuenta propia en Puente de San Francisco 10 (hoy avenida Juárez).

Casi al mismo tiempo que Gullec ofertaba sus servicios, la publicidad de la casa Al Jockey Club indicaba con letras de distintas familias y tamaños que en el mismo vapor que traía las mercancías de última novedad, también venía la primera modista que “sale de una de las mejores casas de París y que reemplaza a la Sra. Ellise Gullec”. La diferencia de tamaños de los anuncios del cajón de modas y de la modista es elocuente (Ilustración 2.2); Gullec quedó fuera del comercio de la moda mucho antes que el cajón de modas de los Bayone. Once años después de publicados los anuncios de sus servicios como modista, el nombre de Gullec volvió a aparecer en la prensa, pero esta vez dentro de un cuadro estadístico que indica los cambios de estado civil de los extranjeros radicados en territorio mexicano. Gracias a esta información es posible saber que en 1905 Gullec, de 43 años, se había casado con Eugenio Gasné y vivía en Mérida.<sup>130</sup>

No es posible trazar la trayectoria de vida de la señora Gullec desde que llegó al puerto de Veracruz hasta que migró a Mérida con tan pocos datos, pero estos pincelazos que han sobrevivido al tiempo trazan un camino que parece haberse repetido más de una vez en la vida de las modistas en México. Se sabe, pues, que Gullec viajó desde Francia a México para trabajar con compatriotas en un cajón de modas (Al Jockey Club); luego de un tiempo, abrió su propio negocio en la Ciudad de México, pero quizás tuvo poca fortuna, pues desaparecieron sus rastros de las páginas de prensa y diez años más

---

<sup>130</sup> “Servicio de Noticias”, *El Monitor Republicano*, 12 de marzo de 1891, p. 4; “Anuncio”, *El Tiempo*, 7 de noviembre de 1894, p. [3]; “Anuncio”, *El Monitor Republicano*, 6 de noviembre de 1894, p. 4; “Secretaría del Estado y Despacho de Relaciones Exteriores”, *Diario Oficial*, 7 de agosto de 1905, p. 522-23.

tarde era una mujer casada que, además, había migrado de la Ciudad de México a Mérida, donde quizás pudo (o no) ofrecer sus servicios de modista.

A la poca estabilidad en el mercado hay que agregar que en el último cuarto del siglo XIX abrieron en México tiendas departamentales como El Palacio de Hierro, el Centro Mercantil y El Puerto de Liverpool. Estos negocios —que iniciaron como cajones de ropa a mediados del siglo XIX— fueron competencia para las modistas que atendían sus propios negocios, pues en los grandes almacenes también trabajaban expertas de la moda. El Palacio de Hierro, por ejemplo, contaba con talleres de moda atendidos por una modista “muy competente en el ramo” que se mantenía al día a través de “los mejores periódicos de modas parisienses y americanos”.<sup>131</sup> Y esta presencia de una modista francesa al frente del departamento de moda continuó, como se dijo antes, hasta bien entrado el siglo XX.

Además, las tiendas departamentales tenían más capital para invertir, por eso rebajaban el precio de sus mercancías con regularidad y ofrecían novedades cada temporada. De hecho, tenían buenas relaciones comerciales con el gobierno: se sabe que algunas oficinas administrativas durante el porfiriato estaban equipadas con alfombras, muebles, cortinas y otros artículos de decoración adquiridos en El Palacio de Hierro, negocio que, además, se expandió gracias a la compra de un pedazo de terreno del Palacio Municipal de la Ciudad de México.<sup>132</sup>

---

<sup>131</sup> Talleres de moda y de sastrería, Almacenes del Palacio de Hierro. *Agenda para el año 1900*, 4a de forros.

<sup>132</sup> Cristina Sánchez Parra, “Novedad y Tradición”, p. 30

— un conjunto y vapor para vaporizar —  
 días clásicos para varicos, Suspensivos Pulverizadores  
 y vaporizadores. Ojos artificiales, \$ 4.  
**Taller de Compostura y Ablandaría.**  
 572—40a—29

**AGUAS DE MONJANTZ.**  
 —Combaten la impetencia.—  
 ACABAN DE LLEGAR.  
**1º DE SAN RAMON NUMERO 2.**  
 —R. DEL VALLE.  
 650—13—10

**NOTICIA IMPORTANTISIMA.**  
**SOMMER, HERRMANN**  
 Y COMPAÑIA—  
 1º INDEPENDENCIA NUM. 76  
 OFRECEN

**MAQUINAS PARA HACER HIELO**  
 A MANO  
 —gran novedad.—  
 MOTORES A PETRÓLEO,  
 gran novedad.—  
**BICICLETAS**  
 —Premier—  
 LAS PRIMERAS DEL MUNDO,  
 y toda clase de MAQUINARIA y  
**CARRUAJES.**  
 Pídanse catálogos y diríjase toda corres-  
 pondencia á Apartado 299.—México.  
 670—20—3

**¿Desa usted**  
 un calzado elegante, con sacos materiales ex-  
 trañeros y suela jalapeña, que no mancha jamás los

AL  
**JOCKEY CLUB**  
 1ª DE SAN FRANCISCO NUM. 4.  
 MÉXICO.  
**GRAN CASA DE MODAS**  
**Y ALTAS NOVEDADES.**

Tengo el gusto de avisar á mi escogida clientela que por el último Vapor Francés,  
 he recibido un  
**SELECTO SURTIDO**  
 —A PRECIOS MUY CÓMODOS—  
 DE  
**SOMBREROS, TOCAS**  
**Y CAPOTAS.**

Por el mismo Vapor llegó una  
**PRIMERA MODISTA**  
 que sale de una de las mejores casas de París y que reemplaza á la Sra. Elise Guellec.  
**E. BAYONNE.**

64—8 5

**NO MAS CALENTURAS,**  
 Para el que usa el Vino Tónico  
**De WINTERSMITH.**  
 El solo remedio conocido contra las ca-  
 lenturas y malarías. Por 30 años el reme-  
 dio favorito en los Estados Unidos. Otros  
 remedios alivian al enfermo temporal-  
 mente dejando los gérmenes en el sistema.  
 El remedio de WinterSmith nunca falta  
 de remover la causa, cura siempre radica-  
 lmente los casos más obstinados de ca-  
 lenturas y echa toda malaría del cuerpo.  
 Los curaciones es permanente.  
 No compre otro. Cuidado con las imita-  
 ciones.  
 Se vende en todas las Droguerías y Boti-  
 cas.—ANNUN PEREZ y C<sup>o</sup> Agentes Ge-  
 nerales, Louisville, Ky., U. S. A.  
 233 72 miavd 03

**Se busca,**  
 en terrenos de 1,500 plés sobre el  
 mar por arriba, un cafetal con va-  
 rios miles de palos en producto y  
 con superficie para poder plantar  
 200,000 árboles y que tenga ade-  
 más terrenos á propósito para ta-  
 baco, caña y maíz. Sólo se con-  
 sideran ofertas referentes á propie-  
 dades con títulos intachables con  
 valor hasta \$20,000, cuyas ofertas  
 deben hacerse directamente sin  
 intervención de corredor. Diríjase  
 á "SERIO," Apartado Correo 302,  
 México.  
 445 10 ni vd 8

**Modista.**  
 La Sra. Elisa Guellec tiene el honor de  
 poner en conocimiento del público que  
 se ha separado de la casa Bayonne, y que  
 ha abierto un ALMACEN DE MODAS  
 (sombreros) en la casa número 14 de la  
 calle del Puente de San Francisco.  
 233 10 miavd 15

**ENFERMEDADES**  
**DE LA SANGRE**  
 Cuando la sangre está enferma, lleva la  
 enfermedad por todo el sistema, porque  
 la corriente de la vida humana está  
 en la sangre. Esto prueba cuán ne-  
 cesario es tener la sangre pura.

Ilustración 2.2 Anuncios, tomados de *El Tiempo*, 7 de noviembre de 1894 y *El Monitor Republicano*, 6 de noviembre de 1894.

Resumiré lo dicho hasta aquí, para retomar la idea principal. En primer lugar, es importante enfatizar que junto a una minoría de modistas afortunadas que atendían a las familias más adineradas en la calle de Plateros, hubo un grupo cada vez más grande que trabajaba por cuenta propia, ya en su casa o en pequeños talleres, o que vendía su fuerza de trabajo, es decir, que laboraba en los cajones de moda y, más tarde, en las tiendas departamentales a cambio de un salario. Este número de asalariadas creció al compás de la industrialización de la producción textil, del incremento de la venta de ropa hecha y de la expansión de la alta costura como centro de dominación que dictaba los

estilos de vestimenta y su cambio constante. Otro elemento que distinguía a las modistas eran sus habilidades: había quienes sabían trazar patrones y cortar prendas, y quienes sólo se dedicaban a realizar accesorios.

Otro punto por considerar es la clientela de estas modistas que no sólo era variada, sino que algunas tenían clientes modestos. Los negocios de estas modistas se ubicaban lejos del esplendor de Plateros, en calles menos pomposas como Coliseo (hoy Bolívar), Coliseo Viejo (hoy 16 de septiembre), Zuleta (hoy Venustiano Carranza) y Rebeldes (hoy Artículo 123). Otras ofrecían sus servicios en su domicilio, es decir, confeccionaban o hacían sombreros en sus casas mientras abrían un cajón de moda.<sup>133</sup>

Los servicios que estas modistas ofrecían a su clientela eran diferentes. En 1861, por ejemplo, la señora Luisa que tenía su tienda en la calle de Zuleta 12 informaba que le habían llegado sombreros y gorros de “última moda”, pero recordaba a los lectores y a sus posibles clientes que también podía renovar y poner a la moda “los sombreros de paja que hayan sido ya usados”.<sup>134</sup> Es decir, aunque quizá sabían confeccionar piezas complicadas, algunas modistas pasaban parte de su tiempo remendando o modificando ropa usada.

La relación de estas modistas con sus compradores era menos jerárquica, permitía más jaloneos y negociaciones. Algunas modistas podían incluso torcer el brazo de sus clientes si no les pagaban. Una noticia del periódico contó, por ejemplo, cómo una modista trató con cortesía a una mujer que no había terminado de pagarle un vestido. La cliente en cuestión llegó al taller con el vestido puesto y pidió que se lo ajustaran como era debido. La modista, astuta, le pidió que esperara en el gabinete mientras hacía los arreglos. La señora, confiada, se quitó el vestido y esperó, esperó y esperó en paños menores dentro del gabinete hasta que tuvo que mandar por alguien de su casa para que le llevaran otro vestido y negociaran el pago de lo que debía a la modista.<sup>135</sup>

Para contrastar esta experiencia, describiré una escena entre la modista Toussaint con otra cliente. Recordemos que Toussaint tenía su cajón de modas en la calle de Plateros y que recibía la visita de columnistas como *Juvenal*, quien iba a la tienda para

---

<sup>133</sup> “Mucho gusto en modas”, *La Patria*, 5 de marzo de 1893, p. 2.

<sup>134</sup> “Modas”, *La Unidad Católica*, 7 de agosto de 1861, p. 4.

<sup>135</sup> “En casa de una modista”, *El Imparcial*, 11 de enero de 1901, p. 1.

inspirarse y escribir su “Charla de los domingos” en el diario *El Monitor Republicano*. A este cajón de modas llegaban señoras adineradas y extravagantes que gastaban un dineral.<sup>136</sup> Para condenar estas excentricidades, *Juvenal* recreó una escena en esta casa de modistas de élite inspirándose en el traje de gato que vistió Kate Fearing Strong en el baile de disfraces organizado por la señora W. K. Vanderbilt en Nueva York en marzo de 1883 (Ilustración 2.3).<sup>137</sup>



Ilustración 2.3 Miss Kate Fearing Strong (Mrs. Arthur Welman), 1883, Museo de la Ciudad de Nueva York

<sup>136</sup> Para dar una idea del gasto de las élites mexicanas en vestimenta a mediados del siglo XIX, María del Carmen de Arechavala realizó una interesante comparación entre los costos en vestimenta y en comida. La comparación propuesta por De Arechavala está basada en los precios constantes de las mercancías anunciados por los cajones de ropa en la prensa y los precios de comida ofertados por negocios como el Café Restaurant Parisiense, donde ofrecían un abono mensual de 28 pesos que incluía desayuno diario con café, almuerzo y comida. Cito a De Arechavala: “Para hacer cuentas del gasto en ropa con un precio ‘moderado’ tomemos en cuenta el vestido adquirido en Los Tres Navíos, cuyo costo total era de 600 pesos. Con esta suma se hubiera podido pagar 21 abonos mensuales de comida con valor de 28 pesos [...]”. Dicho de otra forma, un vestido equivalía a pagar tres comidas al día de una persona durante un año nueve meses. María del Carmen de Arechavala y Torrescano, “¿Cuánto costaba vestirse entre 1840 y 1870? Los placeres y tormentos de la moda”, en *Hilos de historia. Colección de indumentaria del Museo Nacional de Historia*, México: Secretaría de Cultura/ INAH/ Museo Nacional de Historia, Castillo de Chapultepec, 2017, p. 36.

<sup>137</sup> “All society in costume. Mrs W. K. Vanderbilt’s Great Fancy Dress”, *The New York Times*, 27 de marzo de 1883. Consultado en <<https://timesmachine.nytimes.com/timesmachine/1883/03/27/102813472.pdf>>, el 4 de octubre de 2018.

Según la crónica de *Juvenal*, al cajón de Toussaint llegó una viuda lacrimosa que deseaba un sombrero adornado con un gatito disecado que llevaba bien embalado y envuelto en una manta negra. Mientras descubría al gatito muerto, la viuda pedía a Toussaint que lo pusiera “de lado, como dormidito, como si estuviera hilando, ó mejor enroscado estendiendo [sic] una pata [...]”.<sup>138</sup> La modista, según *Juvenal*, cumplió los deseos de su cliente. Si bien la escena seguramente fue inventada, ayuda a imaginar el trato de las modistas más acaudalas con sus clientes.

Imagínese ahora al día a día de Victoria Álvarez, una modista que tenía un taller de costura a inicios del siglo XX en la calle de Rebeldes (hoy Artículo 123), lejos del esplendor de las vitrinas de Plateros (hoy Madero). Álvarez no pagó anuncios de prensa para ofrecer sus servicios, tampoco quedaron registros de posibles viajes hechos al viejo continente ni visitas de columnistas de diarios que le preguntan cuál era el estilo más novedoso de la temporada. Pero sí quedó registro en un lapso de tres años de sus visitas a la comisaría, ya para denunciar o ser testigo en procesos judiciales, ya por líos con empleados.

Al taller de costura de Álvarez acudía gente común. Un día de finales del año 1900, por ejemplo, llegó al negocio un hombre que dijo ser el compositor de zarzuela Miguel Lerdo de Tejada. Seguro Álvarez se entusiasmó al recibir al compositor de zarzuela, pues eso podía significar la llave de entrada al mundo de las élites del teatro donde estaba la clientela que daba prestigio a las modistas. El hombre eligió varias camisas de batista y pidió que el mozo lo acompañara al Gran Hotel para pagarlas. El mozo acompañó al supuesto compositor al hotel, donde le esperó un buen rato antes de enterarse de que el susodicho había salido a hurtadillas por una de las puertas del edificio con todo y las camisas y sin pagar un centavo. Oh, desilusión: Álvarez terminó en la estación de policía denunciando el hecho, a donde también llegó el compositor para reclamar la suplantación de nombre.<sup>139</sup>

Dos años después, Álvarez regresó a las oficinas de policía, pero esta vez como testigo en el juicio contra Simón González, acusado de robo a un tal doctor Ramos. En

---

<sup>138</sup> *Juvenal*, “Charla de los domingos”, *El Monitor Republicano*, 18 de noviembre de 1883, p. 1.

<sup>139</sup> “Acusación de una modista”, *El Imparcial*, 16 de diciembre de 1900, p. 2; “Suplantación de nombre”, *El Imparcial*, 17 de diciembre de 1900, p. 3.

su declaración, la modista dijo que el señor González se presentó en su taller ofreciéndole ropas finas y otros objetos. Ella, dijo, se negó a comprarlas porque el señor no pudo acreditar su propiedad.<sup>140</sup>

Un año más tarde, Álvarez reapareció en las páginas impresas, ahora para defenderse de los dichos de un ex empleado. La modista envió una larga carta a *El Imparcial* acusando al señor Méndez, ex dependiente de ventas de telas, de difamación y calumnias. Según Álvarez, Méndez se quejaba por aquí y por allá de los sueldos que ella pagaba y la acusaba de abusar de las comisiones de venta que imponía a sus dependientes. A decir de Álvarez, lo que decía el señor Méndez eran puras mentiras, pues era su culpa que no hubieran podido llevar a buen término el trato que había entre ellos.<sup>141</sup>

Otra modista que aparece en las páginas de los diarios es Natalia Vega. Por desgracia, de ella sólo hay breve rastro. Una pequeña nota publicada en *El Imparcial* a inicios del siglo XX dice que la señora Carmen Rivero le había dado a la modista Vega 30 pesos y tela para que le confeccionara un vestido; pero parece que Vega se gastó el dinero y, además, usó la tela en otra cosa.<sup>142</sup>

Si a partir de estos breves rastros las diferencias entre las modistas comienzan a delinearse ante nuestros ojos, es fácil imaginar que estas diferencias eran tan evidentes para algunos de sus contemporáneos que podían distinguirlas con nitidez. De hecho, hacia finales de siglo se diferencia con claridad el quehacer de una modista del de una modistilla y una costurera. Para *Juvenal*, por ejemplo, las modistas no eran simples costureras sino “artista[s] cuyas obras influyen más en los destinos de la humanidad, que las que vienen del cincel o del buril de los émulos de Miguel Ángel.”<sup>143</sup>

Como se ha visto, la población de mujeres dedicadas al negocio de la aguja aumentó de manera considerable entre las últimas décadas del siglo XIX y las primeras del XX. Con este aumento poblacional, hubo también una diferenciación de las palabras que indica la jerarquía entre ellas. Algunos columnistas de moda dieron consejos

<sup>140</sup> “Robo al dr. Ramos”, *El Imparcial*, 10 de diciembre de 1902, p. 2.

<sup>141</sup> “Entre una modista y su dependiente”, *El Imparcial*, 24 de junio de 1903, p. 3.

<sup>142</sup> “Sin traje y sin dinero”, *El Imparcial*, 21 de agosto de 1902, p. 3.

<sup>143</sup> *Juvenal*, “Crónica de la Moda. Trajes de Invierno”, *El Imparcial*, 29 de octubre de 1899, p. 1.

prácticos a sus lectoras para que supieran a quién recurrir según el estilo de la prenda que deseaban que les hicieran.

En una nota de 1908 sobre los más recientes estilos de los trajes sastres para mujeres, *Adda Nebla*, columnista de moda del *Álbum de la Mujer*, sostenía que pegar las mangas de algunos trajes sería una empresa difícil:

para una modista no muy *superior*. /En cambio, hay otros abrigos más adornados con ‘sontaches’ y trencillas, que están más al nivel de una costurera o modista de habilidad *corriente*, porque esos adornos permiten ocultar, si es necesario, cualquier defecto.<sup>144</sup>

Unos años más tarde, en 1923, la encargada del buzón de correspondencia con las lectoras de la revista *El Hogar*, por ejemplo, le pidió a la lectora que firmaba bajo el seudónimo de *Noche de luna* que le especificara el tipo de servicio de confección que estaba buscando, pues había casas de modas elegantes y modistas “con menos exigencias”.<sup>145</sup> Los adjetivos utilizados en estos consejos indican claros contrastes – superior/corriente; elegante/menos exigente– con los que se puede trazar una geografía social.

Va otro ejemplo. En 1922, Luisa Martínez, quien tenía un taller de costura en la Calle de Amargura 24 (hoy República de Guatemala) solicitó al presidente municipal que no la multara, pues el inspector había ido cuando ella no estaba. En su solicitud, Martínez argumentó que en su taller de costura no había siquiera un rótulo o aviso “que justificara una casa de modas de gran *lujo*”, que en el domicilio citado ella y sus hermanas hacían “costuritas pendientes de trajes *humildes* de señoras [...]”.<sup>146</sup> Los adjetivos utilizados en esta declaración son también elocuentes.

La distinción entre modistas “superiores” y modistas “corrientes”, o entre casas de moda y talleres de costura donde se hacían “costuritas” indica la variedad de la oferta en el mercado del comercio de la moda en México, pero también la diversidad de habilidades

---

<sup>144</sup> *Adda Nebla*, “Modas”, *Álbum de la mujer*, 9 de julio de 1908, p.13.

<sup>145</sup> Respuesta a *Noche de Luna*, “Buzón particular de *El Hogar*” en *El Hogar*, 20 de noviembre de 1923, año 11, núm. 21, p. 40.

<sup>146</sup> Multa a María Moreno, Infracciones a talleres de moda, Fondo Ayuntamiento del Gobierno del D.F., vol. 2024, Archivo Histórico de la Ciudad de México. Los énfasis son míos.

que había en el gremio de la costura. El desarrollo de estas habilidades puede rastrearse a partir de la información que aparece en los anuncios de modistas publicados a lo largo del siglo XIX.

En la primera mitad de del siglo XIX, las modistas atraían a sus clientes anunciando la venta de sombreros, gorros, guantes, flores, plumas, encajes, medias, mascaradas, cuellos, chales, tápalos, sombrillas, gorros, esclavinas, perfumes y otras mercancías que servían de adorno o accesorios del atuendo; pocas anunciaban la hechura de prendas. En otras palabras, el principal atractivo de su trabajo consistía en vender los accesorios que darían estilo al atuendo, no tanto en la confección de indumentaria, tal como lo han mostrado las investigaciones sobre las modistas de Francia.<sup>147</sup> Algunas modistas, por ejemplo, la señorita Robert y de Adela Joubert, avisaban que les había llegado un surtido de túnicos, vestido de moda en aquellos años, que eran de fácil hechura.<sup>148</sup>

La venta de estos túnicos también es un indicio que permite saber que en los negocios de las modistas trabajaban costureras, quienes cosían estos vestidos. Además, la oferta de túnicos puede indicar la tradición de las habilidades de confección de estas modistas: el túnico, vestido de corte suelto y muy sencillo, es similar a la mantua, traje que las modistas parisinas del siglo XVII tenían derecho de confeccionar y que no implicaba grandes habilidades de costura porque no debía construirse echando mano de materiales, como huesos de ballena, para darle una estructura específica.<sup>149</sup> No es descabellado pensar que con el paso de los años las habilidades de las modistas se expandieron o que, quizás, mujeres que antes se identificaban como costureras o sastras comenzaran a usar el mote de modista.

Además de vender adornos de todo tipo, hubo modistas que comenzaron a ofrecer el arreglo o compostura de sombreros y la confección de trajes sastres.<sup>150</sup> Coser un traje sastre, como explicamos antes, requiere de habilidades mucho más sofisticadas. A, además, que a la modista francesa Luisa de Dufresi la acusaron de herejía las costureras

---

<sup>147</sup> Clare Haru Crowston, *Fabricating*, pp. 95-96.

<sup>148</sup> "Anuncio", *El Sol*, 28 de junio de 1830, p. 4

<sup>149</sup> Clare Haru Crowston, *Fabricating*, pp. 36-41; Claudia Kidwell, *Cutting a Fashionable*, pp. 11-13 y Marla L. Miller, "The Last Mantuamaker. Craft Tradition and Commercial Change in Boston, 1760-1845", *Early American Studies*, Otoño de 2006, pp. 372-424.

<sup>150</sup> *El Imparcial*, 30 de noviembre de 1902, p. 4.

que trabajan en su taller.<sup>151</sup> Esto permite afirmar que en los talleres de estas modistas laboraban costureras con distintas habilidades e, incluso, algún sastre venido a menos; algunas de estas mujeres eran verdaderas maestras de costura. En otras palabras, en el mercado laboral de la costura había mano de obra femenina especializada.

Con lo dicho hasta aquí se pueden afirmar que:

1. La presencia de mujeres en el mundo de las apariencias puede rastrearse desde los años de la Nueva España. Gran parte de estas mujeres se encargaba de lavar y remendar las ropas, es decir, del mantenimiento de las apariencias (trabajo reproductivo). Pero las mujeres no sólo se ocuparon de este trabajo: hay rastros de productoras y comerciantes de textiles e indumentaria en México desde el siglo XVIII. Esta presencia femenina fue en aumento a lo largo de todo el siglo XIX y se fue una apabullante mayoría en las primeras décadas del siglo XX.

2. La figura de la modista como una persona que atiende un negocio de modas donde se confeccionan trajes, se fue tejiendo en el mundo de habla hispana a partir del último tercio del siglo XVIII, casi de manera simultánea a la progresiva presencia de las *marchandes des modes* en las calles de París.

3. Hubo modistas francesas (o mujeres que se hicieron pasar como tales) como Dufresi y Dandort, que incursionaron en el negocio de la moda de distintas ciudades del mundo, entre ellas las de la Nueva España y del México Independiente. En otras palabras, la conquista francesa del mundo de la moda es de vieja data, pero tuvo competidores y hubo momentos clave para su consolidación.

4. Había modistas de distintas categorías que atendían a clientes de diversos orígenes sociales. Las modistas más acomodadas contrataban a costureras y a otras modistas o sombrereras para que trabajaran en sus negocios.

5. La presencia de las modistas extranjeras provocó una dinámica particular en el negocio de la moda en México y en otras partes del mundo. La presencia de mujeres francesas fortaleció la diferencia entre modistas y costureras. Mientras el arribo de modistas extranjeras iba en aumento, el prestigio de las costureras nacionales en la

---

<sup>151</sup> Una de estas costureras eran María Josefa Aguilar, María Ignacia Cuevas. Carmina del Rosario Pérez Juárez, "Una falsa viuda...", p.44.

producción de ropa decrecía. El enlace de estos procesos marcó, aún más, la jerarquía entre unas y otras. Pondré ahora la mirada sobre las modistillas y las costureras.<sup>152</sup>

### *Modistillas y costureras*

Ser costurera en la sociedad novohispana implicaba cierto prestigio social, pues a la mayoría de ellas se les daba trato de cortesía con el término de “Doña”. Además del trato respetuoso, hay registros que las identifican como criollas.<sup>153</sup> Las nueve costureras que aparecieron en una muestra del censo de 1811 que trabajó la historiadora Marie Françoise, quedaron registradas como “españolas” nacidas en México.<sup>154</sup>

Quizás este prestigio motivó a algunas a incursionar en el oficio de la aguja, pues el número de mujeres que se identificaron como costureras aumentó hacia la primera mitad del siglo XIX en la Ciudad de México. A pesar de que no hubo crecimiento poblacional en la urbe en esas primeras décadas, el número de costureras que aparecen en censos y padrones es constante: el Censo de 1811 contó 1018 costureras; 155 tres décadas después, en 1842, el Padrón de la Municipalidad de México registró a 1124 costureras. Ahora bien, en este periodo el número de mujeres dedicadas al servicio doméstico fue mayor que antes, dato relevante porque en el servicio doméstico estaban incluidas las mujeres que realizaban labores de costura.

Sonia Pérez Toledo afirma que el oficio de costurera pudo ser un mecanismo de movilidad social ascendente y descendente en el siglo XIX. A lo largo de esta centuria, la creciente mecanización y entrada de textiles y prendas extranjeras a territorio nacional afectaron, por un lado, a las tejedoras e hilanderas, cuyo número disminuyó drásticamente. Por otro lado, las costureras enfrentaron un aumento de competencia en el mercado laboral debido a que las crisis políticas dejaban a muchas mujeres como

---

<sup>152</sup> Las costureras son uno de los personajes más estudiados por la historia de las mujeres y de género. Baste nombrar aquí el relevante artículo de Joan Wallach Scott, “Work Identities for Men and Women. The politics of Work and Family in the Parisian Garment Trades in 1848” donde muestra cómo las identidades laborales, en particular las diferencias entre sastres y costureras no surgen de las habilidades técnicas, sino que están permeadas por otros valores, por ejemplo, ideas sobre la familia y las diferencias entre hombres y mujeres. El artículo puede leerse en el libro de Scott, *Gender and the Politics of History*, Nueva York, Columbia University Press, 1999, pp.93-112.

<sup>153</sup> Pilar Gonzalbo, *Los muros invisibles*, p. 213.

<sup>154</sup> Marie Françoise, “Stitching Identities”, p.110.

<sup>155</sup> Jorge González Angulo, *Artesanado y ciudad a finales del siglo XVIII*, p. 17.

cabeza de familia luego de que sus maridos, padres o madres se enrolaran en la guerra. Junto a este aumento de competencia hay que considerar que las crisis económicas también pudieron desclasificar a muchas costureras que, bajo estas condiciones, ingresaron a las filas del servicio doméstico.<sup>156</sup>

A mediados del siglo XIX, como señala Marie François, la identidad de las costureras como mujeres “blancas” con cierto prestigio había cambiado. En *Los mexicanos pintados por sí mismos*, obra publicada en 1854, la costurera era identificada como la obrera que sostenía la moda, pero, sobre todo, era “mexicana neta, nacida en un barrio de la capital o traída a esta desde muy pequeña.”<sup>157</sup> Sus orígenes sociales eran variados: lo mismo era hija de un maestro de escuela, que una joven huérfana. Más allá de estas diferencias, todas estaban “condenadas a la miseria, [y] buscan con el trabajo de sus manos un triste alimento [...]”.<sup>158</sup>

De esta manera, en un lapso de cincuenta años, el oficio de costurera pasó de ser una labor más o menos respetada y respetable, a significar un destino miserable: una mujer condenada a largas jornadas de trabajo con remuneraciones mezquinas y a estar acechada por la deshonra, pues el matrimonio no siempre cumplía con la expectativa de cambiar su miserable destino. En efecto, era una creencia común que estas costureras, deslumbradas por los lujos, cambiarían un amor por otro sin medida: “Recibe una cartita, ó un mensaje verbal, o tiene una entrevista con el bello Luzbel de sus tentaciones, y piensa en escala ascendente, y arrastrada por las dulces palabras que oyó, se imagina que la muselina puede trocarse en gró o terciopelo”.<sup>159</sup>

Mientras las costureras de México experimentaban esta precarización del mercado laboral y se desdibujaba su identidad como mujeres “blancas” con el ingreso de mujeres de orígenes sociales más variados, París se consolidaba como el centro de la moda. El fortalecimiento del país gallo como centro de la moda provocó una creciente competencia en su mercado, lo que causó, a su vez, la expulsión de algunas modistas de su territorio. Como se vio, varias se embarcaron rumbo a México y otros países de

---

<sup>156</sup> Sonia Pérez Toledo, “El trabajo femenino en la Ciudad de México a mediados del siglo XIX”, pp. 97-101.

<sup>157</sup> *Los mexicanos pintados por sí mismos. Tipos y costumbres nacionales*, México: Imprenta de M. Murguía y Comp. 1854, p. 54.

<sup>158</sup> *Ibid*, p. 50.

<sup>159</sup> *Ibid*. p. 5.

América, y su arribo a estas tierras gestó una distinción más en el mundo de la producción y el comercio de moda internacional.

La jerarquización del mundo de la producción de ropa fue tal que, hacia 1880 el término costurera comenzó a asociarse cada vez más con las mujeres que trabajaban en fábricas de ropa o talleres de costura y cuya labor no se tenía en alta estima.<sup>160</sup> A finales de siglo XIX había dos polos en el mundo de la producción de moda de las zonas alejadas de París: por un lado, estaban las modistas francesas, o que se hacían pasar como tales, con negocios lujosos; en el otro extremo estaban las llamadas costureras de munición, nativas de los países que pasaban sus días cosiendo con hilo y aguja, ya en su casa o en un taller, uniformes militares. En medio de estos extremos estaban las costureras “de cajón”, es decir, esas mujeres que, gracias a la recomendación de alguien, laboraban en las tiendas de modistas o de ropa “rodeada[s] de esos objetos de lujo que hinchan de deseos el corazón de las hijas de Eva”,<sup>161</sup> aprendiendo el oficio de costura e identificadas como “modistillas”.

Ahora bien, el perfil demográfico de las costureras fue constante de mediados del siglo XVIII a inicios del siglo XX (y quizá sigue vigente). Si contrastamos los datos de los censos de 1753, 1811 y 1842 con la información recabada en una encuesta levantada en 1921,<sup>162</sup> se puede afirmar que las costureras solían ser mujeres menores de 40 años que habitaban en espacios pequeños junto a otras mujeres y niños. La mayoría de ellas era viuda o soltera; las pocas casadas no solían vivir con el marido. La viudez es un dato relevante, pues éste ofrece más pistas sobre los orígenes sociales de estas mujeres.<sup>163</sup>

En contraste con las mujeres de clases populares, quienes ingresaban (e ingresan) al mercado laboral sin importar su condición civil –pues su salario forma parte del ingreso familiar–, las mujeres de las clases medias solían comenzar a trabajar después del fallecimiento de padres o esposos.<sup>164</sup> Tomaré como ejemplo a Emilia Enríquez de Rivera

---

<sup>160</sup> Marie François, “Stitching Identities”, pp. 116-117.

<sup>161</sup> *Los mexicanos pintados por sí mismos*, p. 51.

<sup>162</sup> Los datos de esta encuesta pueden consultarse en Lilia Esthela Bayardo Rodríguez, “Historia del consumo moderno en la Ciudad de México durante los años 1909-1970 a través de las encuestas de gastos familiares y de la publicidad en la prensa”, tesis de doctorado en historia, El Colegio de México, 2013.

<sup>163</sup> Silvia Arrom, *Las mujeres de la Ciudad de México*, p. 228.

<sup>164</sup> Sonia Pérez Toledo, “El trabajo femenino en la Ciudad de México a mediados del siglo XIX” p. 87.

Hauville, editora y directora de la revista *El Hogar* y personaje importante para esta investigación, quien entró de lleno al mundo del trabajo cuando su padre murió.

Aunque sus primeras incursiones en el campo laboral fueron en el mundo de los impresos, tras la muerte de su padre (1910), la costura de munición (de trajes militares) fue uno de los primeros caminos que Enríquez de Rivera exploró para ganar dinero. Además de su propia experiencia, un par de editoriales de Enríquez de Rivera narran la historia de dos mujeres que encontraron trabajo en el mundo de la producción y comercio de la moda en la década de 1920. La primera, reconocida por la editora como una “joven de modales discretos” buscó trabajo en un taller de costura de lencería después de que su jefe la acosara sexualmente; cuando le dieron trabajo como costurera, la joven solicitó a la dueña del taller que la pusiera a prueba en otro tipo de labores, por ejemplo, contestando teléfonos o correspondencia, aunque le pagaran como costurera. La forma de esta petición fue tal que la dueña del taller y Enríquez de Rivera notaron que “no teníamos delante a una mujer vulgar, sino que estaba instruida y educada para desempeñar labores más delicadas, que, sin duda alguna, podría atender con satisfacción.”<sup>165</sup> En otro editorial, Enríquez de Rivera escribió su turbación al encontrarse como “portera elegante” a “una jovencita perteneciente a una buena familia amiga de la mía [...]” en la casa de la modista donde le confeccionarían un vestido.<sup>166</sup>

¿Por qué la costura y el mundo de la producción y comercio de ropa se presentaba a las mujeres de clase media como uno de los caminos posibles a seguir cuando se quedaban sin el sostén económico masculino?

Suponer que esto ocurría porque las mujeres tenían nociones de costura es erróneo. Contrario a lo que dicta el sentido común, las labores domésticas de costura son distintas a las que requiere el mercado laboral: no es lo mismo pegar un botón, hilvanar o remendar unos calcetines que trazar patrones, cortar tela, o coser un vestido (a mano o con máquina). De hecho, las mujeres que entraban a un taller o una fábrica de confección de ropa terminaban aprendiendo, perfeccionando y especializando sus habilidades en el trabajo mismo. Dicho con brevedad, las mujeres no tocaban las puertas

---

<sup>165</sup> *Obdulia*, “Abnegación femenina” en *El Hogar*, 1 de julio de 1921, año 8, núm. 119, p. 5.

<sup>166</sup> *Obdulia*, “Una legión de víctimas” en *El Hogar*, 20 de octubre de 1923, año 10, núm. 196, p. 3.

de las fábricas o los talleres de confección porque supieran coser sino porque era ahí donde encontraban trabajo.

Como señala Susie Porter, el mercado laboral está organizado bajo una clasificación genérica que asigna ciertas actividades como propias para las mujeres y otras como adecuadas para los hombres; es decir, hay factores culturales que han restringido la participación femenina en el mercado laboral.<sup>167</sup> Uno de estos factores es la creencia de la costura como una actividad femenina “natural”, aunque sus raíces, como hemos visto, son históricas.

Lo infantilizado entonces: la costura era –y aún sigue siendo– uno de los caminos posibles para el ingreso de las mujeres al mercado laboral, porque las fábricas de textiles y de confección de ropa eran los lugares donde las contrataban, no porque ellas echaran mano de conocimientos adquiridos previamente. A esto hay que agregar que las habilidades entre las costureras eran diversas. Se ha visto que en el mercado laboral de la indumentaria había quienes sólo sabían algunas puntadas de costura junto a expertas que sabían confeccionar y cortar telas para realizar prendas que requerían de conocimientos más allá de la mera costura.

Variedad de cosas que hacían las costureras de la encuesta de 1921.

Va un ejemplo. Al terminar la primaria, Berta Vera maestra de una primaria en Puebla habló con Modesta Barrientos, abuela y tutora de Soledad Fuentes Rojas, para que dejara a su nieta continuar con sus estudios y la inscribiera en la Escuela de Artes y Oficios donde podía estudiar para maestra. La idea entusiasmaba a Fuentes, pero no a su abuela, quien pensó que era una mejor opción pagar unas clases de corte y confección con una vecina. Fuentes no quería coser. A ella le hubiera gustado ir a la Escuela de Artes y Oficios o ser estilista y dedicarse a cortar y peinar a la gente. Pero no pudo elegir.

En las clases de corte, Fuentes hacía trampa. Cuando la maestra la dejaba sola, copiaba a hurtadillas los patrones que se suponía debía trazar. La tomaron por buena aprendiz y pronto dejó de asistir a las clases. Pasó sus días en el hogar, haciendo labores

---

<sup>167</sup> En este sentido Susie Porter afirma: “Las costureras no cosían en los talleres porque hubieran aprendido a coser con sus madres, sino porque no se les permitía ser zapateras, herreras, panaderas o impresoras.”, *Mujeres y trabajo en la ciudad de México. Condiciones materiales y discursos públicos (1979-1931)*, México: El Colegio de Michoacán, 2003, p. 35

domésticas y cosiendo pañuelos para sus tíos, pero los regañones eran continuos. Soledad quería salir a pasear, pero su abuela y tíos limitaron sus salidas de casa luego del embarazo inesperado de una de sus mejores amigas. Fastidiada, después de algunos años, la joven decidió buscar trabajo. Una amiga la llevó a donde sabía que podían contratarla: un taller de costura en la ciudad de Puebla que maquilaba camisas para la empresa Robert's. Era 1945.

Cuando comenzó a trabajar como costurera, Soledad Fuentes tenía 15 años y no sabía usar la máquina de coser, pero aprendería durante el año que laboró en el taller. Luego vinieron los ensayos y errores por su cuenta. Cuando cumplió 18 años, Fuentes se casó y migró a la Ciudad de México. Recuerda como uno de los momentos más amargos de su vida el día que echó a perder la tela que una cuñada le dio para un vestido porque la cortó mal. Recuerda también que sus cuñadas trabajaban en un taller de costura y que le enseñaron a coser brasieres. Sabe que su técnica mejoró con el tiempo: practicó sus habilidades al confeccionar los vestidos de una vecina –dedicaba al comercio sexual–, de sus hijas y los uniformes escolares de algunas de sus nietas.<sup>168</sup>

Además de las clasificaciones de género, hubo otros factores que hicieron de la confección una de las principales opciones de trabajo para las mujeres en México. Entre estos factores está el angostamiento del mercado laboral femenino que habían existido desde el siglo XVIII. Desde inicios del siglo XIX hubo una “decreciente participación de las mujeres en el procesamiento del tabaco [...]”,<sup>169</sup> situación que propició la creciente presencia femenina en la industria de textil, de confección de ropa, tejidos de punto y alimentos procesados. En el censo industrial de 1879, las mujeres fabricaban 67% de los uniformes militares (ropa de munición) y el 100% de camisas, ropa de cama y colchones.<sup>170</sup>

La migración de franceses al país y la continua situación de guerra por la que transitó México a lo largo del siglo XIX fueron otros factores que incentivaron el ingreso femenino al mundo asalariado de la costura. Entre 1880 y 1890 aparecieron nuevas fábricas textiles en la ciudad de México y con ellas la presencia femenina en el mundo

---

<sup>168</sup> Entrevista con Soledad Fuentes Rojas, Ciudad de México, 4 de enero de 2017.

<sup>169</sup> Susie Porter, *Mujeres y trabajo*, p. 35.

<sup>170</sup> Susie Porter, *Mujeres y trabajo*, p. 43.

laboral fue mayor. Algunas de estas fábricas florecieron bajo la sesión de derechos otorgada por el Ministerio de Guerra y Marina para confeccionar uniformes (de policía y ejército). Varios contratistas que confeccionaban la ropa militar producían también ropa civil y contrataban a costureras para trabajar en las fábricas o desde su casa.<sup>171</sup>

A partir de 1890 los franceses, siguiendo la costumbre de su país de origen, emplearon a mujeres para la producción de seda y tejidos de punto o bonetería, es decir, de suéteres, calcetines, ropa íntima y medias. Así, “entre 1895 y 1910 el número de costureras en la ciudad de México aumentó en 34%, mientras que el de modistas creció 174%. Alrededor de 1910 estos dos grupos juntos casi igualaban la cifra de las trabajadoras de fábricas.”<sup>172</sup> Como se vio, las tiendas departamentales también abrieron sus propios talleres de producción, donde la presencia de costureras fue importante.<sup>173</sup> De esta manera, a finales del siglo XIX la costura se vinculó cada vez más con el trabajo en fábricas y con las mujeres.

Esta industria del vestido creció bajo la división sexual del trabajo. Las prendas grandes (o de manga) como chaquetas, trajes, abrigos, sacos que debía probarse el cliente, eran mejor pagadas, los hombres las cortaban y las mujeres las cosían. Las prendas chicas (camisas, pantalones, blusas, ropa de trabajo, uniformes, lencería y ropa de mujer no lujosa) la confeccionaban mujeres, a quienes les pagaban menos. Que les pagaran menos no implica que estuvieran menos capacitadas. Ocurría, más bien, lo contrario: las costureras eran mano de obra más calificada que los hombres que se dedicaban a coser (tenían índices de alfabetismo más elevados, por ejemplo). Y aunque los salarios bajaban, las mujeres seguían trabajando ahí porque el mercado no les ofrecía más opciones.

La introducción de tecnologías –como la máquina de coser– también multiplicó las diferencias de clase. En la década de 1870 se quitó el impuesto de importación de máquinas de coser; sin embargo, seguían siendo muy caras y la gran mayoría de las costureras no podían adquirirlas. Esta situación las hizo más dependientes del empleo

---

<sup>171</sup> Susie Porter, *Mujeres y trabajo*, p. 66.

<sup>172</sup> Susie Porter, *Mujeres y trabajo*, pp. 43, 71 y 79.

<sup>173</sup> Cristina Sánchez Parra, “Novedad y tradición. Las tiendas por departamentos en la ciudad de México y su influencia en el consumo, 1891-1915” tesis de doctorado en historia por El Colegio de México, 20017, pp. 110-111, 116-118.

fabril, pues la introducción de máquinas bajó los salarios, y el trabajo por temporadas marcado por los cambios de estilo en la moda siguió demandando mano de obra en casa. Con el paso de los años creció una distinción más entre la mano de obra femenina: aquellas que sabían utilizar máquinas de coser y quienes seguían cosiendo a mano.

Hasta aquí se puede afirmar que durante los siglos XVIII e inicios del XIX hubo un proceso de diferenciación entre modistas, modistillas y costureras fundada en cuestiones de género, clase y nacionalidad. Todavía en los primerísimos años del siglo XX la distinción entre el quehacer de las modistas y costureras en México apuntaba, como ocurrió en París, a las habilidades de unas otras, pero también a su origen nacional, como pasó en Argentina, Chile, Colombia, Perú, Estados Unidos. Esta distinción fue perdiendo validez. Hacia la década de 1920 la oferta en el mercado de la confección estaba saturada: había mujeres de todas las clases sociales vendiendo su fuerza de trabajo a modistas, contratistas a destajo, fábricas o a dueños de grandes almacenes para sobrevivir. Trabajaban en casas de modistas, talleres de costura, tiendas departamentales y/o en su domicilio.

Mientras más mujeres trabajaban en la industria del vestido –primero como aprendices costureras o modistillas y luego como modistas– más se feminizaba y naturalizaba el vínculo entre las mujeres y la moda. Esta feminización abrió otro espacio laboral vinculado a la moda para algunas mujeres: el mundo de los impresos. En los siguientes capítulos examinaré cómo las publicaciones periódicas naturalizaron aún más la relación entre moda y mujeres. Por ahora, baste decir que fue ahí donde se consolidó la definición de la moda como un asunto frívolo, de poca importancia o poco peligroso porque era, en resumidas cuentas, resultado del gusto femenino.<sup>174</sup>

---

<sup>174</sup> Jennifer M. Jones, *Sexing la Mode*, pp. 181-145.

## SEGUNDA PARTE. MODA, REVISTAS ILUSTRADAS Y PARTICIPACIÓN FEMENINA EN EL ESPACIO PÚBLICO

### III. Moda, impresos y mujeres

En el mundo de habla hispana la moda quedó clasificada como un asunto de incumbencia femenina en el siglo XIX, pero a diferencia de Francia, su concepción siguió atravesada por discursos morales. Desde las últimas décadas del siglo XVIII y durante todo el siglo XIX, la moda y el gusto por lo novedoso ocuparon páginas de novelas y sermones escritos en castellano. En España, por ejemplo, escritores como Benito Pérez Galdós y Emilia Pardo Bazán representaron a la moda como una cuestión femenina; en los libros de estos españoles la moda no parecía alejada del lujo y se asociaba con cuestiones morales, es decir, era signo de pecado, falta de carácter y vanidad; además, el gusto por los artículos de moda se vivía como “ajena al carácter nacional”, pues se importaban de Francia y mellaban las economías nacionales y la “pureza” española.<sup>175</sup>

Las revistas *Costumé Parisien*, *Le Cabinet des Modes* y otros impresos franceses circularon en México.<sup>176</sup> Los editores mexicanos solían traducir los artículos de revistas francesas o solicitar figurines que llegaban de París. También es posible afirmar que la moda se fue *convirtiendo* en mujer a lo largo del siglo XIX, pues los artículos publicados en los impresos mexicanos en esa centuria la fueron representando como una reina

---

<sup>175</sup> Ana María Díaz Marcos, “El triunfo de lo efímero: visiones de la moda en la literatura peninsular moderna”, tesis doctoral, Universidad Massachusetts Amherst, 2002, pp. 56-58.

<sup>176</sup> María del Carmen de Arechavala, “Los usos de la moda en las primeras décadas del México independiente a través de los testimonios de propios y extraños”, en *Nierika. Revista de estudios de arte*, Universidad Iberoamericana, año 5, núm. 11, enero-junio de 2017, p. 63.

tirana o una diosa, muy al estilo griego, que sometía a sus súbditos según sus caprichos. Las principales víctimas de la diosa moda eran, precisamente, las mujeres.<sup>177</sup>

Esta nueva concepción de la moda sostenía que: a) el deseo por estar a la moda tenía su raíz en la naturaleza femenina que la impulsaba a agradar, sobre todo a los hombres; b) los constantes cambios de la moda eran impredecibles e inofensivos (despolitizados) porque nacían del gusto caprichoso de una mujer: la modista; c) el estilo nacía del gusto, no del derroche de lujo; en esta economía del gusto, las mujeres –sobre todo las francesas, sin importar su origen social– poseían las elecciones más refinadas.<sup>178</sup> De esta manera, a partir de las revistas, la moda fue considerada cada vez más como un asunto frívolo, lo decorativo se registró como cuestión femenina y afeminada (encarnada en la figura de la modista), y las mujeres quedaron relegadas al mundo de la moda, de la frivolidad.<sup>179</sup>

La presencia de textos e imágenes sobre moda en las publicaciones periódicas no fue cosa natural ni consabida; tuvieron que abrirse camino para convertirse en parte de sus contenidos permanentes. Su inclusión fue lenta e intermitente, pero exitosa: comenzó en el último cuarto del siglo XVII y terminó de forjarse en la última mitad del siglo XIX. Para notar esta avasalladora transformación, basta mirar las páginas sobre moda de las revistas de los primeros años del XIX y compararlas con las publicadas a finales de esa centuria (Ilustración 3.1). Como se verá en este capítulo, la consolidación de este tipo de contenidos está vinculada con el proceso de feminización de la moda.

---

<sup>177</sup> Dolores Gabriela Armendáriz Romero, “La concepción de la moda en México durante el siglo XIX y principios del XX”, *Nierika. Revista de Estudios de Arte*, año 5, núm. 11, enero-junio de 2017, pp. 26-38.

<sup>178</sup> Jennifer M. Jones, *Sexing La Mode...* pp. 181-195.

<sup>179</sup> Hollander, *Sex and Suits*, p. 69.

240

**MODAS DE FRANCIA.**

Los principios de Marzo dicen así el Nacional de Paris. „Todavía no ha terminado el invierno, y ya se preparan las elegantes prisioneras á abandonar la capital: todavía no se ven esmaltados de flores los prados, y las colinas de verdura, y ya quieren marcharse al campo; aun no perfuma el ambiente de los jardines la encarnada rosa, ni se oye en los bosques el gorgojo de los pájaros, y todos hablan ya de trasladarse á la campiña, para no ver mas que horizontes sombríos perdidos entre la niebla. „Pero en qué época, amables lectoras, quieren dejar á la capital? En la estación mejor para los caprichos de la moda, que en ninguna del año se muestra mas fresca y coqueta con su lujo de lencería, sus mantiletas de gasa, sus mantillas de los mas variados y caprichosos colores. El lujo de esta estación es el lujo por excelencia. ¿Quiéren abandonar á la capital sin esperar á esa hermosa época de transición de la moda invernal á la primavera! Sin aguardar siquiera á que aparezcan esos sencillos adornos para la cabeza, esos capoties de tanta ligereza y gracia esquisita, como originalidad y buen gusto! (Tratan de ir al campo sin visitar ántes los famosos tiendas sobre cuyos mostradores se ven las mas deliciosas telas llenas de los mas variados dibujos, al lado de las mas brillante serieria se espesa el mundo y terciopelos de distintos colores, á cual mas vistosos y elegantes. No queremos terminar, amables lectoras, este artículo, sin decirles algo de la brillante tertulia dada por Madama Lam... en la que se reunió la flor de las notabilidades artísticas y literarias de Paris. Respecto á la parte muge- ril, bástenos saber, que allí estuvieron la célebre autora de *la Arqueica*, y del *Alma desterrada*, la que ha escrito el libro de *la infancia cristiana*, la que ha publicado una novela bajo el título de *Luisa de Francia, reina de España*, y por último, no habia en esta reunion una sola muger que no mereciera llamar la atencion por su talento y su instruccion profunda.” (El Nacional.)

**LAS ULTIMAS MODAS DE PARIS**



Ultimas figuras de trajes de calle, recepción y rombo, y recientes modelos de sombreros.—Creaciones de la casa Louis, de París.

Ilustración 3.1 Arriba, “Modas de Francia”, en el *Semanario de las Señoritas Mexicanas*, 1842; abajo “Modas”, *El Mundo Ilustrado*, 9 de junio de 1914. [Poner medidas en cm]

Puntualizo mi argumento: a lo largo del siglo XIX, las mujeres se cubrieron con el manto de la autoridad intelectual y habitaron poco a poco la república de las letras como sus legítimas ciudadanas; ganaron el reconocimiento de su capacidad como lectoras y, de manera más lenta y contra mayores resistencias, el derecho a opinar y escribir públicamente sobre casi cualquier asunto. De manera simultánea, los contenidos de

moda se abrieron camino en las páginas impresas y la escritura sobre moda se fue configurando como una práctica exclusivamente femenina. Ambos procesos —el aumento de lecturas sobre moda y la mayor presencia de mujeres en el mundo de los impresos— están interconectados, pero se sabe muy poco de esta relación. De hecho, tampoco se sabe gran cosa de las mujeres que escribieron textos sobre moda porque prevalece una escisión analítica que descalifica este tipo de escritura por considerarla poco relevante, frívola.

En este capítulo explicaré, entonces, los vínculos entre la participación femenina en el mundo de los impresos, el aumento de las páginas dedicadas a la moda y la inclusión de buzones de correspondencia con lectores. Sostengo que sólo comprendiendo las relaciones entre estos tres elementos es posible valorar el impacto que tuvieron las secciones de moda en el proceso de inclusión femenina en el mundo de los impresos y en el espacio público. Señalaré de cerca cómo se entrelazaron estas tramas en México, sin olvidar que, de manera simultánea, algo similar pasaba en otras latitudes del mundo.

### *La lenta formación de las páginas de moda (siglos XVII-XX)*

La moda es un fenómeno mundial y su vínculo con los impresos es viejo. Es posible remontarse a las populares colecciones de dibujos de trajes elaboradas en distintos países europeos que se reimprimieron varias veces, incluso de manera clandestina, en imprentas de casi todo el mundo desde el siglo XVI.<sup>180</sup> Pero estas colecciones no pretendían difundir las formas actuales o presentes del atuendo. Su intención era mostrar la evolución de la indumentaria o dar cuenta de la diversidad humana a través de las muchas formas de vestir.<sup>181</sup>

---

<sup>180</sup> Algunas de estas colecciones de estampas son: *Trachtenbuch von Spanien* de Crtisthoph Weiditz (1529) que constaba de 154 dibujos hechos a pluma de trajes españoles usados en la corte de Carlos V en España; *Recueil de la diversité des Habits qui sont des present en usaige tant es Pays D'Europe, Asie, Afrique, et isles sauvages, Le tout fait apres le natural* (1562), compilación de 121 estampas elaborada por los editores franceses Richard Breton y François Deprez. *Degli Habiti Antichi et Moderni di Diverse Parti del Mondo* (1590) formada con 420 dibujos, es una de las colecciones de la que más registros se tiene.

<sup>181</sup> Daniel Roche, *The Culture of Clothing*, Cambridge: Cambridge University Press, 1999, pp. 476-478.

Los impresos comenzaron a informar sobre los nuevos estilos de vestimenta mientras se consolidaba el estado absolutista francés. En este proceso de consolidación, el lujo y la moda se convirtieron en mecanismos para fortalecer el mercado del reino galo.<sup>182</sup> Al mismo tiempo, vestir a la moda se hizo una práctica necesaria para todos los asistentes a la corte real, sobre todo para los nobles, pues cada vez ocupaban más asientos quienes no venían de familias de rancio abolengo. Bajo estas circunstancias, los nobles no sólo debían *ser* nobles sino *parecer* nobles. Por eso vestirse a la usanza francesa —es decir, según los dictados de los asistentes a la corte real de Francia— era un asunto vital para ellos (y una presión social que terminó debilitándolos). Como señaló Norbert Elias:

el modo de vivir del financiero [...] actúa a su vez sobre el del *grandseigneur*. Las modas que ahora están determinadas por aquél, empujan, como un látigo, también a éste, pues hacer caso omiso de ellas significa perder prestigio. Al mismo tiempo los precios suben; mientras las percepciones de rentas de los nobles permanecen estacionarias, aumenta la necesidad que éstos tienen de dinero.<sup>183</sup>

La primera publicación que incluyó grabados de moda nació en este contexto cortesano, pues la nobleza provinciana estaba al tanto de las formas más recientes del vestido a través de charlas con los asistentes a las cortes o mediante unas muñecas conocidas como “pandoras” o maniquís (Ilustración 3.2). Estos maniquís viajaban por todas las cortes europeas, y su importancia era tal que cruzaban las fronteras incluso en tiempos de guerra. Algunos de ellos arribaron a Estados Unidos.<sup>184</sup> No hay registros de estas muñecas en la América española, pero sabemos que las estatuas religiosas —sobre todo de vírgenes— llegaron a vestirse con accesorios o telas de última moda.<sup>185</sup> Regreso

---

<sup>182</sup> Joan de Jean, *The Essence of Style. How French invented High Fashion, Fine Food, Chic, Cafés, Style, Sophistication and Glamour*, Nueva York: Free Press, 2005.

<sup>183</sup> Norbert Elias, *La sociedad cortesana*, México: Fondo de Cultura Económica, 1996, p. 90.

<sup>184</sup> Daniel Roche, *The Culture of Clothing*, pp. 474-476.

<sup>185</sup> El empresario y viajero inglés William Bullock escribió con sorpresa sobre una virgen cuya cabeza iba tocada con sombrero a la francesa. Véase María del Carmen de Arechavala Torrescano, “Los usos de la moda en las primeras décadas del México independiente a través de los escritos de propios y extraños”, *Nierika, Revista de Estudios de Arte*, Universidad Iberoamericana, año 6, núm. 11, enero-julio de 2017, p. 59.

a las pandoras: trasladarlas era costoso y había que mirarlas directamente para poder estar al tanto de las tendencias del vestido.<sup>186</sup>



Ilustración 3.2. Pandora hecha en Alemania en 1835. © Victoria and Albert Museum, Londres.

Estas condiciones fueron propicias para la gestación del campo editorial de la moda que buscó textos y/o personas que escribieran crónicas de moda, y artistas que completaban sus ingresos dibujando estos maniqués (con el tiempo, estos dibujos se convertirían en los figurines de moda que aparecerían en las publicaciones periódicas).<sup>187</sup> En 1672 Jean Donneau de Visé publicó el *Mercure Galant* (1672), primer impreso con grabados de moda.

---

<sup>186</sup> Ana María Velasco, *Moda y prensa femenina*, Madrid: Ediciones 19, 2016, p. 85.

<sup>187</sup> Roche, *The Culture of Clothing*, 474 y 475.

Las páginas del *Mercure Galant* contenían desde literatura y poesía hasta canciones. Los pocos textos sobre moda que incluyó eran crónicas de los eventos o de reuniones habidas en la corte real en las que, entre chismes, se describían los atuendos de los asistentes de la corte. Estas crónicas, escritas en estilo epistolar, estaban dirigidas a esa nobleza provinciana que no podía asistir a la corte ni mirar los maniquís con sus propios ojos; por eso les aconsejaban y recomendaban dónde comprar ciertos artículos para vestir “al modo francés”. Pero la publicación de estas crónicas y los grabados de moda era más bien esporádica, y la distribución de la publicación era limitada (entre la nobleza, sobre todo la provinciana).<sup>188</sup>

En 1721 el *Mercure Galant* quedó en manos de Antoine La Roque, quien cambió su nombre a *Mercure de France* en 1724. Entre 1726 y 1731 se publicaron en este impreso sólo seis artículos sobre modas. A diferencia de sus antecesores, en estos artículos se abordó la moda cada vez más como un asunto irrelevante muy ocasional y, sobre todo, femenino. De hecho, entre el último artículo sobre moda publicado en esta revista francesa y un nuevo texto sobre el tema transcurrieron cerca de cuarenta años, de ahí que las pandoras siguieran utilizándose todavía en el siglo XIX.<sup>189</sup> La gran mayoría de las publicaciones que nacieron a finales del siglo XVIII, entre ellas *Le Cabinet des Modes* (1786-1793), trataban la moda como un tema de interés para hombres y mujeres. En pocas palabras, la moda no era un asunto exclusivamente femenino: hombres y mujeres escribían por igual sobre el tema y se incluían figurines o estampas de trajes de unos y otras.<sup>190</sup>

Según la historiadora Lynn Hunt, la revolución francesa fue crucial en la consolidación de la moda como tema de debate público. El antiguo régimen era algo más que la ropa que usaban los aristócratas, pero no había mejor lienzo para representar ese sistema político que la vestimenta. Por eso, durante los años revolucionarios se discutió intensamente sobre indumentaria y el tipo de ropa más adecuado para representar a una

---

<sup>188</sup> *Mercure Galant* fue una publicación trimestral que se circuló a partir de 1672. En 1674 cesó su publicación, pero regresó como *Nouveau Mercure Galant* en 1677 y se imprimió con este título hasta 1724. Véase Reed Benhamou, “Fashion in the ‘Mercure’: From Human Fobible to Female Failing”, *Eightheenth-Century Studies*, vol. 31, núm. 1, otoño de 1997, pp. 27-43; Jenifer Jones, *Sexing la Mode*, pp. 25-33 y Ana María Velasco, *Moda y prensa femenina*, pp. 82-86.

<sup>189</sup> Reed Benhamou, “Fashion in the ‘Mercure’”, pp. 27-43.

<sup>190</sup> Roche, *The Culture of Clothing*, 482-487.

república igualitaria y democrática. En el centro de este debate estaba la libertad de vestirse como a uno le viniera en gana (y no obligado por la posición social). Este derecho de libertad de vestimenta, es decir, según los propios gustos, triunfó a costa de la segregación de las mujeres del mundo de la política y la prohibición de organizarse a través de clubes.<sup>191</sup> Como se verá en el siguiente capítulo, la bandera de la libertad de vestimenta se convirtió en un símbolo de algunos grupos femeninos y feministas.

El desarrollo de la prensa de moda como tal, es decir, de impresos que publicaban de manera más o menos regular textos donde explicaban las novedades de los trajes acompañados (o no) de grabados, ocurrió a finales del siglo XVIII. Su crecimiento en las páginas impresas ocurrió bajo el cobijo de la Ilustración pues a partir de este movimiento lo nuevo se convirtió en un valor cultural por sí mismo.<sup>192</sup> En otras palabras, la Ilustración legitimó lo novedoso y la experiencia de ruptura con el pasado como señales del impulso humano hacia lo racional y lo útil.

Arrollados por el entusiasmo ilustrado, los editores de diarios y revistas de occidente abrazaron la producción del saber caracterizada por la especialización y la constante renovación de contenidos: quisieron ilustrar al mundo entero ofreciendo lecturas sobre descubrimientos científicos y novedades literarias. Para seguir el paso a estas innovaciones, las publicaciones periódicas eran las más adecuadas, pues hacerlas era más rápido y menos costoso que, por ejemplo, hacer libros. Estas condiciones materiales hicieron que las publicaciones periódicas se convirtieran en el centro de la república de las letras, y que sus redactores fueran los intermediarios entre el saber especializado y el público desde las primeras décadas del siglo XIX.

Durante el siglo XIX, el mundo de la cultura impresa tuvo varias oleadas de diferenciación de funciones y una progresiva división del trabajo.<sup>193</sup> Por un lado, se

---

<sup>191</sup> Lynn Hunt, "Freedom of Dress in Revolutionary France", en Sara E. Melzer y Kathryn Norberg (eds.), *From the Royal to the Republican Body* (Berkeley: University of California Press, 1998), 224-249.

<sup>192</sup> Véase Víctor Goldgel, *Cuando lo nuevo conquistó América. Prensa, moda y literatura en el siglo XIX*. Buenos Aires: Siglo XXI editores, 2013. Antonio Maya llamó mi atención sobre este libro.

<sup>193</sup> Para tener una visión general sobre la cultura impresa del siglo XIX en México pueden leerse: Laura Suárez de la Torre, "La producción de libros, revistas, periódicos y folletos en el siglo XIX" en Elisa Speckman (Coord.), *La república de las letras. Asomos a la cultura escrita del México decimonónico, vol. II*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 2005, y los artículos de Ana Staples, "La lectura y los lectores en los primeros años de vida independiente", María Teresa Bermúdez, "Las leyes, los libros de texto y la lectura, 1857-1876", Manuel Ceballos Ramírez, "Las lecturas católicas: cincuenta años de literatura paralela, 1867-1917" y Milada Bazant, "Lecturas del Porfiriato" publicadas en el libro del

amplió el elenco de personajes que trabajaba en las empresas editoriales, pues se distinguieron cada vez más las labores del impresor y del editor, y se sumaron al equipo de producción ilustradores, reporteros (*reporter*) y fotógrafos. Además, se echó mano de nuevas tecnologías que hicieron más sencillo el proceso de estampación de imágenes en papel. Por otro lado, hubo una especialización de contenidos que podemos interpretar como una serie de combates por ocupar las páginas impresas entre los textos religiosos y los que versaban sobre política, moda, ciencia y literatura.

En estas luchas, los contenidos religiosos perdieron terreno y, al mismo tiempo, ciertos textos florecieron con más soltura en formatos específicos. La literatura y la historia se desarrollaron mejor en los libros; la poesía y las crónicas en las revistas, la política en los periódicos.<sup>194</sup> Las revistas ilustradas —aparecidas a finales de siglo y dirigidas a un público femenino— fueron el soporte ideal de la moda.

El afán ilustrador también provocó que los editores desearan poner a disposición de todo el mundo nuevas ideas. Su estrategia fue ensayar escrituras sencillas con temas novedosos y curiosos que pudieran instruir y entretener a cualquiera (al menos eso creían); es decir, los editores buscaron y seleccionaron contenidos extraordinarios y textos novedosos que rompían con lo acostumbrado.<sup>195</sup> De esta manera, como señala Víctor Goldgel, “Más que frivolidad de la esfera cultural, lo que se estaba produciendo era el aumento de la legitimidad de ciertas formas de seducción literaria, en sí mismas constitutivas de esfuerzo por inculcar ideas o hacer entrar en razón a la sociedad.”<sup>196</sup>

Las circunstancias materiales favorecieron esta estrategia, pues las empresas editoriales se convirtieron, poco a poco, en negocios mercantiles viables. A mediados del siglo XIX proliferaron las publicaciones dedicadas a distintos públicos, entre ellos, las mujeres, los niños y los obreros. Los editores ofrecieron lecturas que consideraban “adecuadas” para cada uno de ellos.<sup>197</sup>

---

Seminario de Historia de la Educación en México, *Historia de la lectura en México*, México, El Colegio de México, 1999, pp. 94-242.

<sup>194</sup> Rosalba Cruz Soto, “El periódico, un documento historiográfico” en Celia del Palacio Montiel (comp.), *Historia de la prensa en Iberoamérica*, México, Altexto, 2000, p. 436.

<sup>195</sup> Milada Bazant, *Op. Cit.*, p. 93.

<sup>196</sup> *Ibid.* p. 96.

<sup>197</sup> El público lector se expandió en todo Occidente a lo largo del siglo XIX. Véase Martyn Lyons, “Los nuevos lectores del siglo XIX: mujeres, niños, obreros” en Guglielmo Cavallo y Roger Chartier, *Historia de la lectura en el mundo Occidental*, Ciudad de México: Taurus, 2009, pp. 475-517.

Por esta razón, aunque no tenía grabados, también podemos tomar como antecedente en el desarrollo de la prensa de moda a la publicación inglesa *The Ladies' Mercury* (1693), pues fue la primera en dirigirse de manera explícita a un público femenino, es decir, fue la primera oferta editorial que partió de una distinción de lecturas según el género del lector. Entre los tópicos incluidos en la hoja —impresa por ambos lados— que formaba *The Ladies' Mercury* se encuentran el amor, el matrimonio y la moda.<sup>198</sup> Sin embargo, *The Ladies' Mercury* sólo se publicó durante cuatro semanas.

En resumen, el movimiento de Ilustración sumado a la conformación de los estados nacionales con mercados protegidos —Francia, Inglaterra y España, por ejemplo— y la Revolución francesa fertilizaron la tierra donde germinó el modelo editorial que incluía textos sobre moda. Su aparición en México ocurrió algunas décadas más tarde. En el decenio de 1820 se incluyeron los primeros figurines en las páginas de un impreso mexicano, y como se verá más adelante,<sup>199</sup> y varias de las publicaciones de la primera mitad del siglo XIX insertaron textos sobre moda. Pero estos datos no explican por sí mismos el proceso a investigar aquí.

Las pistas de este proceso aparecen si se comparan los contenidos de moda de las primeras revistas francesas e inglesas del siglo XVIII con las páginas de moda que florecieron en las revistas mexicanas en el siglo XIX. Las primeras estaban dirigidas a hombres y mujeres por igual, pero las mexicanas están expresamente dedicadas a un público femenino. En otras palabras, hubo un proceso de feminización de los contenidos sobre moda vinculado a la creciente presencia femenina en el comercio y producción de indumentaria.

Esta feminización de la información sobre moda ocurrió en todo el mundo desde finales del siglo XVIII y a lo largo del XIX. Aunque suele darse por sentado que países como México sólo copiaron modelos dictados por países dominantes —como Francia, Inglaterra o España—, la transformación de la moda en un asunto femenino fue más o menos simultánea en todo el mundo occidentalizado. ¿Cómo ocurrió este fortalecimiento

---

<sup>198</sup> Ana María Velasco, *Moda y prensa femenina*, p. 85.

<sup>199</sup> Monserrat Galí Boadella, *Historias del bello sexo: la introducción del romanticismo en México*, Instituto de Investigaciones Estéticas/UNAM, 2002, pp. 249-250.

del modelo editorial dirigido a las mujeres, cuya espina dorsal fueron los contenidos de moda?

Este proceso podría explicarse si se da crédito al afán de los editores decimonónicos por comprender que la oferta educativa para las mujeres era pobrísima y que ahí podían llevar a cabo la promesa ilustradora: educar y entretener al “bello sexo”.<sup>200</sup> Pero el afán ilustrador de los editores no es suficiente, pues la información sobre moda en las publicaciones periódicas se insertó de manera constante y creciente en el último cuarto del siglo XIX. ¿Por qué?

### *Secciones femeninas y contenidos de moda en el mundo de los impresos en México*

Los primeros escritos impresos que abordaron cuestiones sobre moda en México son de inicios del siglo XIX. Esta aparición morosa puede explicarse por varios factores. En primer lugar, porque la tardía libertad de imprenta (1812) dificultó la circulación de impresos franceses, entre ellos los dedicados a la moda. En 1800, por ejemplo, la Santa Inquisición enjuició al peluquero francés Carlos Franco por mostrar a sus clientes estampas francesas con peinados de moda.<sup>201</sup>

En segundo lugar, la turbulenta situación política del flamante país complicó la existencia prolongada de empresas editoriales durante gran parte del siglo XIX. Como señalé antes con las tiendas de modas, era difícil mantener un mercado abastecido que ofreciera algo de inmunidad a los negocios ante los vaivenes políticos. Además, este contexto de inestabilidad política y económica ralentizó el desarrollo y uso de técnicas de estampación, como la litografía.<sup>202</sup>

En tercer lugar, la mayoría de los contenidos sobre moda debían importarse de Francia o Inglaterra, situación que dificultaba aún más en México la publicación constante de contenidos sobre los cambios más novedosos en los vestidos. En 1841, por ejemplo,

---

<sup>200</sup> Lucrecia Infante, “De la escritura al margen a la dirección de empresas culturales: mujeres en la prensa literaria del siglo XIX (1805-1907)” tesis doctoral en historia, UNAM-FFyL, 2009.

<sup>201</sup> Julieta Pérez Monroy, “La moda en la indumentaria: del barroco a los inicios del romanticismo en la ciudad de México (1785-1826)”, México, tesis de doctorado en historia del arte, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2001, pp. 107 y 156. Agradezco a Martha Sandoval Villegas por precisar mi información sobre este caso.

<sup>202</sup> María Esther Pérez Salas Cantú, *Costumbrismo y litografía en México: un nuevo modo de ver*, Instituto de Investigaciones Estéticas/UNAM, 2005, pp.

el *Semanario de las Señoritas Mexicanas* avisó a sus suscriptoras que mientras llegaban las estampas de moda que habían pedido traer de Europa (les llegarían en unos cuantos meses), darían algunas indicaciones que poco tenían que ver con los cambios en la indumentaria de la época: describieron las transformaciones en los trajes femeninos usados durante la Antigüedad, centrándose en la túnica, cuyas estampas, aseguraban, habían circulado en México.<sup>203</sup>

Junto a estas circunstancias nacionales, hay otros procesos mundiales que son clave para comprender por qué los textos sobre moda no se publicaban de manera constante en los impresos en México. Por ejemplo, la lenta configuración de un territorio de lecturas basado en una clasificación genérica, clasificación asociada a la participación femenina en la producción y comercio de indumentaria que ubicó a los contenidos de moda como asunto femenino. De manera paralela a este proceso, comenzaron a darse las primeras incursiones de temerarias mujeres en el mundo literario. Así, con el paso de las décadas germinó un modelo editorial empresarial cuya espina dorsal fueron los contenidos de moda.

En este tenor, Julie A. Golia demostró cómo las secciones de moda en los diarios estadounidenses se insertaron y crecieron de manera constante entre 1895 y 1920. Este crecimiento, según Golia, fue resultado del arraigo de un negocio editorial cimentado en una clasificación del trabajo según el género, donde las mujeres quedaban ubicadas como las encargadas de las labores domésticas. De esta manera, a inicios del siglo XX editores y comerciantes estadounidenses vendieron y compraron publicidad guiados por la creencia y la idea asumida que indicaba que mientras los hombres trabajaban, las mujeres se encargaban de las labores domésticas, incluidas las compras de la familia.<sup>204</sup> En este universo de creencias, las lectoras de revistas se convirtieron en centro de atención para editores y comerciantes.

Los editores buscaron atraer con sus contenidos a las mujeres para demostrarle a los comerciantes que sus páginas eran un estupendo escaparate para anunciar productos. A su vez, los comerciantes procuraron publicar sus mercancías o servicios en

---

<sup>203</sup> "Modas", *Semanario de las Señoritas Mexicanas*, vol. 1, 1841, p. 282.

<sup>204</sup> Julie A. Golia, "Courting Women, Courting Advertisers: The Woman's Page and the Transformation of the American Newspaper, 1895-1935", *The Journal of American History*, diciembre 2016, pp. 606-628. Sarah Back-Geller me informó sobre la existencia de este artículo.

las revistas y diarios más leídos por las mujeres. Esta dinámica forjó una mutua dependencia entre unos y otros. Al ofrecer lecturas calificadas como “femeninas” y al comprar espacios en revistas que tenían lectoras, los editores y los comerciantes fortalecieron la representación de lo femenino vinculada a las labores domésticas, la belleza y la elegancia.

Este doble reforzamiento en la creencia que ubicaba a las mujeres como consumidoras y como lectoras de cierto tipo de contenidos tuvo consecuencias imprevistas. En primer lugar, los comerciantes alentaron el crecimiento de las secciones femeninas y de moda en los impresos, es decir, incentivaron que los editores feminizaran sus contenidos y estrategias de venta de espacios publicitarios. En segundo lugar, mientras obtenían ganancias de la venta de publicidad al integrar secciones femeninas y demostrar el número de suscriptoras o lectoras que tenían, los editores y publicistas alentaron y promovieron, de manera no planeada, la participación femenina en las revistas y la esfera pública.

Como se verá, el proceso de transformación de los contenidos que ofrecieron las publicaciones periódicas mexicanas fue similar y simultáneo al ocurrido en otras partes del mundo. Sin embargo, se debe enfatizar —pues Golia no lo hace— que este incremento de contenidos femeninos significó también una paulatina inclusión de mujeres a los equipos de redacción de las empresas editoriales. Al sumar esta dimensión en la explicación de la incorporación de contenidos sobre moda en los periódicos es posible vincular el desarrollo de los contenidos de moda con el proceso de participación femenina en el mundo de los impresos. Desde esta perspectiva comienza a diluirse la separación analítica entre la moda y la historia de las mujeres que hoy prevalece en la investigación histórica.

### *Presencia femenina en el mundo de los impresos en México*

Los primeros pasos hacia la “ciudadanización” femenina en el mundo de los impresos en México se produjeron mientras las mujeres se consolidaban como interlocutoras de las publicaciones periódicas. Esta interlocución inició con las cartas a los editores que enviaron algunas lectoras, cartas en las que opinaban sobre los temas abordados en las

revistas.<sup>205</sup> Estas participaciones fueron variadas, pero entre los temas recurrentes estuvieron las formas de vestir y la libertad de vestimenta.

Va un par de ejemplos. En 1806, *Tomasa* escribió: “qué le importa a usted o a cualquiera de los muchos censuradores de las damas, que las chatres, currutacas, coquetillas o como quieran llamarlas, se vistan como más en gana les venga?”<sup>206</sup> Unos años después, en 1811, *Cecilia* envió a los editores del *Diario de México* su opinión sobre la moda y la belleza: “Si una mujer hermosa se viste de cierto modo, que puede ostentar ventajosamente sus perfecciones y bellezas, ¿por qué ha de imitarla la que no tan solamente carece de ellas, sino que en su lugar quizá nos presenta defectos desagradables.”<sup>207</sup>

Con el paso de las décadas fraguaron otros dos temas que opacarían estas preocupaciones y marcarían tanto a los contenidos de las revistas dirigidas por mujeres y/o hechas para ellas, como a las luchas feministas por venir. Estas preocupaciones serían la maternidad y la educación femenina.<sup>208</sup> Iré paso a paso.

En la primera mitad del siglo XIX, los editores de revistas buscaron atraer la lectura femenina.<sup>209</sup> Les ofrecieron novelas, poesía romántica, labores domésticas y contenidos de moda bajo la creencia de que había lecturas adecuadas e idóneas para ellas. Como sus pares de otras latitudes, hacia 1840 los impresores-editores mexicanos también

---

<sup>205</sup> Entre 1805 y 1815 se publicaron en la parte de “Remitidos” del *Diario de México* alrededor de 60 cartas de rúbrica femenina (nombre o seudónimo), enviadas a la redacción. Algunos de los temas recurrentes de estas misivas fue afirmar su gusto por la poesía, la crítica a las opiniones masculinas que sostenían la poca potencia del intelecto femenino y el derecho de las mujeres a ingresar a niveles de educación superior a las que podían acceder. Puede leerse un análisis de estas cartas en: Lucrecia Infante, “De la escritura al margen a la dirección de empresas culturales”, pp. 49-76.

<sup>206</sup> Tomasa Ontelo Pozi, “Costumbres”, *Diario de México*, 15 de enero (1806).

<sup>207</sup> *Diario de México*, 23 de junio de 1811, Citado en Julieta Pérez Monroy, “Antes de las secciones y revistas de moda... las modas en el Diario de México”, *Nierika. Revista de Estudios de Arte*, 6, 11, (2017): 43.

<sup>208</sup> Lucrecia Infante, “De lectoras y redactoras. Las publicaciones femeninas en México durante el siglo XIX”, en Belem Clark de Lara y Elisa Speckman Guerra (eds.), *La república de las letras. Asomos a la cultura escrita del México decimonónico*, vol. 2, México: UNAM, 2005, pp. 185-189.

<sup>209</sup> Los nombres de algunas de estas publicaciones son: *Calendario de las Señoritas Mexicanas* editado por Mariano Galván (1838, 1839); *La Guirnalda. Obsequio al Bello Sexo* (1939); *El Año Nuevo* (1839); *El Museo Yucateco* (1841); *Semanario de las Señoritas Mexicanas* (1841-1842); *El Apuntador. Semanario de Teatros, Costumbres, Literatura y Variedades* (1841); *El Gabinete de Lectura* (1845); *Presente Amistoso Dedicado a las Señoritas Mexicanas* (1847); *La Semana de las Señoritas* (1850); *La Semana de las Señoritas Mexicanas* (1851); *La Semana de las Señoritas Mexicanas. Nueva Época* (1852); *El ensayo literario. Periódico de la Falange de Estudio*, Guadalajara (1852); *La Camelia. Semanario de Literatura, Variedades, Teatros, Modas. Dedicado a las Señoritas Mexicanas* (1853); *El Álbum de las Señoritas* (1855-1856).

lanzaron revistas dirigidas a públicos específicos. Esta especialización se manifestó en la producción de a) revistas literarias y científicas dirigidas a una élite intelectual y profesional formada por menos del uno por ciento de la población del país,<sup>210</sup> y b) publicaciones que “lo mismo ofrecían un artículo sobre política que otro con una receta de cocina o de artes menores”,<sup>211</sup> hechas para los lectores menos habilidosos. Aunque estas revistas se catalogaban como “de variedades”, buena parte de sus contenidos eran considerados adecuados para mujeres. Dentro de ellos están los artículos sobre moda e indumentaria.

Estas publicaciones, dirigidas por hombres, fomentaron y cimentaron la educación literaria de las mujeres, y crearon un mercado editorial rentable que rendiría frutos años más tarde.<sup>212</sup> Además, abrieron espacios para las mujeres pues, con el tiempo, las novelas y poesías románticas se consideraron un género apto para ellas. Gracias a la lectura de novelas y poesía hubo mujeres que lograron participar en tertulias literarias y adquirieron autoridad intelectual en estos círculos.<sup>213</sup>

En la segunda mitad del siglo XIX aumentó la producción de publicaciones periódicas dirigidas a las mujeres.<sup>214</sup> Sumado a este crecimiento de la oferta, las mujeres comenzaron a integrarse a los equipos de redacción y a partir de 1870 varias revistas fueron dirigidas y escritas por mujeres. Como sus antecesoras, estas publicaciones difundieron lecturas que pretendían guiar los comportamientos de la mujer, pero a

---

<sup>210</sup> Milada Bazant, “Lecturas del Porfiriato”, p. 221.

<sup>211</sup> *Ibid.*, p. 225-226.

<sup>212</sup> Sustentan esta postura Lilia Granillo, “Escribir como mujer entre hombres, poesía femenina mexicana del siglo XIX”, tesis doctoral, México, UNAM, 2000 y Lourdes Alvarado, *Educación “superior” femenina en el México del siglo xix. Demanda social y reto gubernamental*. Ciudad de México: UNAM/Plaza y Valdés Editores, 2004.

<sup>213</sup> Infante, “De lectoras y redactoras”, 186-189.

<sup>214</sup> Algunos títulos de publicaciones dirigidas por hombres son: *La Esperanza. Periódico Literario Redactado por una Sociedad de Jóvenes* (1863-1864), *La Ilustración. Semanario de las Señoritas* (1869-1870), *El Anáhuac. Periódico Literario Ilustrado de la Sociedad Netzahualcóyotl* (1869), *La Ilustración Potosina. Semanario de Literatura, Poesías, Novelas, Noticias y Descubrimientos, Variedades, Modas y Avisos* (1869), *El Renacimiento. Periódico Literario* (1869). Algunos títulos de impresos dirigidos o editados por mujeres son: *La Siempreviva* (1870-1872), *Las Hijas del Anahuac* (1873- 1874); *El Eco de Ambos Mundos* (1872-1874), *La Primavera. Diario del Bello Sexo* (1873-1874), *El Recreo del Hogar* (1879), *El Eco de la Moda. Periódico dirigido a las señoras y señoritas* (1880); *Semanario de la Escuela de Artes y Oficios para Mujeres* (1880-1883), *El Correo de las Señoras* (1881-1884), *El Álbum de la Mujer* (1883-1890), *El Diario del Hogar* (1881-1912), *Violetas del Anáhuac* (1887), *El Periódico de las Señoras. Semanario escrito expresamente para el sexo femenino* (1896), *La Mujer Mexicana. Revista mensual consagrada a la evolución y perfeccionamiento de la mujer mexicana* (1904-1907) y *Albúm de Damas* (1907-1908).

diferencia de las primeras –sobre todo las dirigidas por editoras– fueron escenarios donde las mujeres opinaron e hicieron propuestas sobre su participación en la vida social.<sup>215</sup>

Hoy es posible conocer parte de esta historia. Se sabe quiénes fueron esas pioneras que vivieron rodeadas de hombres mientras se formaban como editoras. Se sabe que usaron la pluma como arma para demostrar que no hay jerarquías intelectuales fincadas en las diferencias sexuales y para defenderse de las burlas recibidas por irrumpir en un mundo hasta entonces completamente masculino.<sup>216</sup> Se sabe que su lucha no fue fácil porque cuestionaba una clasificación de género que ordenaba el mundo en el que vivían y hacía sentido a las personas que lo habitaban. Se sabe que esas mujeres ganaron plazas, que llegaron a territorios que eran sólo masculinos y que conquistaron el reconocimiento de su quehacer como traductoras, poetas, cronistas o escritoras en el mundo de las letras.

Los nombres de Laura Méndez de Cuenca, Laureana Wright, Rita Cetina, Concepción Gimeno de Flacquer y los títulos de revistas como *La Siempreviva*, *Violetas del Anáhuac* o *El Álbum de la Mujer* son faros que orientan la navegación en esta historia de las mujeres en el mundo de los impresos en México. Pero en este océano todavía hay regiones desconocidas. Una de ellas es la relación de dependencia mutua entre la presencia femenina en el mundo de los impresos y las secciones de moda.

Formularé algunas conjeturas para explorar esa relación a partir de algunos indicios.

Primer indicio. El nombre de Amelia Bloomer se recuerda más por la prenda a la que su apellido dio nombre y que causó revuelo en el mundo occidental (los *bloomers*), que su actividad como editora de *The Lily* (1849), primera revista estadounidense dirigida por una mujer para mujeres. Con Bloomer el vínculo entre la indumentaria femenina y la actividad periodística es claro: utilizó las publicaciones periódicas y propuso cambios en

---

<sup>215</sup> Un análisis profundo de esto puede leerse en la tesis de Lucrecia Infante, “De lectoras y redactoras”.

<sup>216</sup> Los nombres de otras algunas de estas editoras son Cristina Farfán, Rita Cetina, Gertrudis Tenorio Zavala, Concepción Gimeno de Flacquer, Laureana Wrights, Mateana Murguía de Aveleyra, Guadalupe Fuentes viuda de Gómez Vergara, Isabel M. viuda de Gamboa, Dolores Correa Zapata y Laura Méndez de Cuenca.

la vestimenta femenina como armas para modificar la balanza de poder entre los sexos.<sup>217</sup> Pero este vínculo ha pasado casi inadvertido.<sup>218</sup>

Segundo indicio. La moda es uno de los contenidos básicos en la mayoría de las revistas dirigidas a un público femenino. Esto no es fortuito: la moda quedó naturalizada como asunto de mujeres en la cultura impresa durante el siglo XIX. Esta asociación creció bajo la influencia de otros procesos, entre ellos, el cambio de la indumentaria masculina conocida como traje burgués y la división sexual de la producción de ropa, expresada en la diferencia del trabajo de los sastres y las modistas y las costureras; además de la caracterización de lo femenino como sensibilidad pura, alejada de lo racional y lo intelectual. Esta naturalización hizo posible que, como se vio antes, los primeros rastros de mujeres en la cultura impresa de México sean opiniones públicas, sin temor ni tremor, sobre moda: ellas estaban autorizadas, tanto o más que los hombres, para hablar y escribir sobre el asunto. De hecho, el estilo epistolar en las crónicas de moda fue vigente todavía en la primera mitad del siglo XX.

Tercer indicio. Una de las luchas de las primeras “feministas” —las nombro así porque buscaron minar las desigualdades de poder entre los sexos— fue demostrar que las mujeres tenían la misma capacidad intelectual que los varones. Desde esta perspectiva, no había nada más lejano del ejercicio intelectual que escribir sobre vestidos y colores, ni asunto más antitético a la razón que la caprichosa moda, cuyos cambios no parecían guiados por lógica alguna. Desde aquí, se puede comprender por qué *La Mujer Mexicana* (1904), revista que condensa el trabajo realizado por las mujeres mexicanas en el mundo de los impresos durante el siglo XIX, desterró de sus páginas a la moda y a otros contenidos que formaban la batería básica de lecturas para mujeres.<sup>219</sup>

Con estos indicios se pueden hacer las siguientes conjeturas:

---

<sup>217</sup> Norbert Elias, “El cambiante equilibrio de poder entre los sexos”, en *Conocimiento y poder*, Madrid: Las Ediciones de la Piqueta, 1994, pp. 121-166.

<sup>218</sup> Raissa Bretaña, “Bloomerism in the Ballroom: Dress Reform and Evening Wear in 1851” en *The Journal of Drees History*, vol. 2, número 1, primavera de 2018, pp. 14-25; Christine Bard, *Historia política del pantalón*, México: Tusquets, 2012, pp. 98-105.

<sup>219</sup> *La Mujer Mexicana* fue una revista mensual dirigida por Dolores Correa Zapata, Victoria Sandoval de Zarco, Laura Méndez de Cuenca y administrada por Luz Fernández viuda de Herrera. Circuló entre 1904 y 1907. Más información sobre este impreso en Infante, “De la escritura al margen”, pp. 240-249.

Primera. La lucha por la igualdad intelectual entre los sexos opacó prácticas de escritura por el mero hecho de estar clasificadas como femeninas. Entre estas prácticas está la escritura sobre moda.

Segunda. Las secciones de moda fueron una de las puertas de entrada a la cultura impresa para las mujeres durante varias décadas. De hecho, la incursión de ellas en este territorio provocó menor resistencia al ser un tema considerado como “femenino”.

Tercera. Escribir sobre moda y/o convertirse en la encargada de la sección de moda de alguna publicación fue un camino seguro para consagrarse en el mundo de la cultura escrita y ganar presencia en el mundo literario o en la esfera pública hasta bien entrado el siglo XX.

### *Las transformaciones en las páginas de moda*

Para observar el vínculo entre el crecimiento de los contenidos de moda y la presencia femenina en las empresas editoriales, señalaré los cambios que tuvieron las páginas dedicadas al tema. Estos cambios trazan un territorio de contenidos dirigidos a las lectoras dentro de las publicaciones. Es posible orientarse en este territorio partiendo de cuatro ejes:

1. El avance de la mirada estética en detrimento de los juicios morales sobre la indumentaria, transformación que se aprecia en los textos relacionados con indumentaria y modas.
2. La creciente inserción de imágenes en los contenidos dedicados a la moda, ya sean figurines, patrones para confeccionar ropa o publicidad, inserción que modificó la formación de las páginas y la relación entre las imágenes y los textos sobre moda.
3. Los buzones de correspondencia, espacios que se convirtieron en una puerta de ingreso para las mujeres a los equipos de redacción, primero como encargadas de los buzones y los contenidos de moda, y años más tarde como directoras de toda la sección femenina. Esto provocó el paulatino desplazamiento masculino de la escritura sobre moda.

4. La incursión de algunas revistas en la venta de patrones para confeccionar vestidos con estilos de moda, hecho que convirtió a éstas en verdaderos mercaderes de moda.

Estas innovaciones en las secciones de moda significaron la integración de nuevos personajes al elenco de las empresas editoriales. Entre estos nuevos integrantes en los equipos de redacción y producción de contenidos se puede nombrar a escritores de moda (sobre todo mujeres), dibujantes y grabadores de figurines, fotógrafos de modelos y hasta modistas. Describiré con mayor precisión los cambios ocurridos en las páginas impresas con las transformaciones mencionadas y con el debut de estos personajes.

#### Textos

El contenido de los textos sobre moda cambió a lo largo del siglo XIX. En la primera mitad de esa centuria los textos que aparecían bajo el título de “Modas” no se especializaban en informar sobre los últimos cambios de la moda en el vestir; muchas veces se escribían recuentos sobre tipos de vestimenta usados en otros tiempos, se daban consejos de higiene o eran crónicas de eventos sociales. Por ejemplo, en el *Diario de México* (1805-1817) se publicaron varios textos que versaban sobre las modas llegadas desde Francia y las percibidas como perniciosas consecuencias morales y económicas de su consumo.<sup>220</sup> En estos escritos primaba la condena al lujo, pues era diagnosticado como síntoma del pecado de la vanidad a la vez que se reprobaba el consumo de modas francesas porque ello significaba una disminución del consumo de mercancías españolas, es decir, porque su consumo minaba la economía de la corona (de ahí que se condenara a las modistas “extranjerizantes”).<sup>221</sup>

Tras los movimientos de independencia, con mayor claridad hacia mediados del siglo XIX, comenzó a circular un nuevo significado de la moda francesa en México. En

---

<sup>220</sup> Julieta Pérez Monroy, “Antes de las secciones y revistas de modas... Las modas en el *Diario de México*.” *Nierika, Revista de Estudios de Arte*. Revista de la Universidad Iberoamericana, año 6, núm. 11, enero-julio de 2017.

<sup>221</sup> Carmen Abad, “El sistema de la moda. De sus orígenes a la posmodernidad” en *Emblemata: Revista Aragonesa de Emblemática*, núm. 17, 2011, pp. 40-41.

todo lo que hoy es América Latina, “lo nuevo” se tiñó de un tono político, pues todas las actividades o cosas nuevas se interpretaban como síntoma de progreso y de ruptura con el pasado colonial y la corona española.<sup>222</sup> Las pocas crónicas sobre moda que escribió el liberal Francisco Zarco son ejemplo de esta nueva concepción, pues Zarco no sólo distinguió entre el uso del tradicional “vestido a la española” y el “traje lujoso” francés, sino que alabó a éste como un “elemento democrático o revolucionario”.<sup>223</sup>

El campo editorial mexicano logró mayor estabilidad a partir de 1870. Las empresas contaron con editores, tipógrafos, ilustradores e infraestructura suficiente para publicar durante lapsos más prolongados y con mayor frecuencia. Gracias a esta estabilidad, los contenidos sobre moda de revistas nacionales como *El Correo de las Señoras*, *El Álbum de la Mujer: Periódico Ilustrado* o *El Paje* (títulos que circularon en el último cuarto del siglo XIX) fueron un poco más eficaces para informar sobre los cambios en los estilos de la indumentaria; sin embargo, comparadas con ciertas revistas que se hacían en otras latitudes, por ejemplo, en España, las mexicanas lucían un tanto pedestres.

Algunas revistas de manufactura extranjera que circularon en México durante la segunda mitad del siglo XIX fueron *La Moda de la Elegancia Parisiense del Correo de Ultramar*, *El Salón de la Moda* o *La Moda Elegante Ilustrada*.<sup>224</sup> Estas revistas entregaban a sus lectores una extensa cantidad de figurines a color, además de crónicas con descripciones de vestidos utilizados en eventos especiales. Otras más comenzaron a vender patrones para confeccionar los vestidos de los que hablaban. Por ejemplo, hacia 1870, la revista española *La Moda Elegante* (1842-1927) incluía cada semana varias páginas de figurines junto a grabados de bordados.<sup>225</sup>

En contraste, los contenidos sobre moda que aparecían en las publicaciones nacionales solían ser textos que describían con minuciosidad las telas y hechuras de las prendas usadas por las damas parisienses, pero pocas veces se ilustraban con grabados, pues éstos aumentaban los costos de producción. En otras palabras, la información

---

<sup>222</sup> Víctor Goldgel, *Cuando lo nuevo*, p. 24.

<sup>223</sup> Cecilia Rodríguez Lenmann, “La política del guardarropa” en *Revista Iberoamericana*, vol. 74, núm. 222, enero-marzo de 2008, p. 3.

<sup>224</sup> Todavía circulan algunas hojas de esta revista en mercados de pulgas como el de La Lagunilla o Portales, y en algunas librerías de viejo de la calle de Donceles en la Ciudad de México.

<sup>225</sup> Ana María Velasco, *Moda y prensa femenina*, pp.243-262.

sobre moda publicada en México hasta 1870 seguía la propuesta hecha un siglo atrás por el *Mercure Galant*: crónicas de moda que describían los atuendos de las élites, sobre todo los usados por damas.

Aunque los reproches y denostaciones por el consumo de lujo y la emulación que arruinaba la economía familiar siguieron esgrimiéndose durante todo el siglo XIX e incluso en el XX.<sup>226</sup> Los textos donde sólo se describían las formas, texturas y colores de vestidos, sombreros y accesorios, los consejos sobre compras y las noticias sobre los últimos cambios del atuendo ganaron más y más páginas con el paso de los años. Junto a esta creciente relevancia de la descripción de las formas de los atuendos, también ocurrió una importante transformación en la presentación de los contenidos sobre moda: la incorporación de imágenes.

## Imágenes

### *Figurines*

Los figurines hechos por dibujantes franceses o radicados en Francia circularon por todo el mundo. En 1801, por ejemplo, un figurín publicado en el *Journal des Dames et des Modes* apareció pocos meses después –febrero de 1801– en la popular revista inglesa *The Ladies Magazine*.<sup>227</sup> En México también hay rastros de estos modelos franceses desde inicios del siglo XIX. Uno de los tres figurines incluidos en la primera revista ilustrada hecha en México, *El Iris*, se había publicado un año antes en la revista francesa *Costume Parisien* y en 1854, *El Liceo Mexicano* difundió un figurín de *Modes de Paris* con un año de retraso.<sup>228</sup> Las primeras revistas ilustradas, editadas en México entre 1826 y 1854, incluyeron litografías de figurines que importaban de Europa o que copiaban de revistas extranjeras.

Además de los dibujos incluidos en los impresos, también circulaban estampas sueltas. Recordemos al peluquero Franco perseguido por la Santa Inquisición y

---

<sup>226</sup> Véase el artículo de Susie S. Porter, “Empleadas públicas, normas de feminidad, espacios burocráticos e identidad de la clase media en México durante la década de 1930”, *Signos históricos*, núm. 11, enero-julio de 2004, pp. 41-63.

<sup>227</sup> Valerie Steele, *Paris Fashion. A cultural history*, Nueva York: Oxford University Press, 1988, pp. 5 y 6.

<sup>228</sup> María del Carmen de Arechavala y Torrescano, “Visión femenina y masculina de la indumentaria decimonónica a través de la literatura y las artes: Claudio Linati, Madame Calderón de la Barca y Manuel Payno”, tesis de maestría en historia del arte, UNAM, 2008, cap. 4.

sumemos como prueba de esta circulación de imágenes el testimonio del coleccionista inglés William Bullock, quien recordó haber traído a México en 1822 un volumen de ilustraciones de su compatriota Rudolph Ackermann (seguramente publicadas en la revista *Repository of Arts, Literature, Fashions, Manufactures &c*).<sup>229</sup> Este volumen contenía figurines de moda y otras litografías.<sup>230</sup>

La inclusión de figurines en las páginas impresas indica un nuevo camino en la circulación de la moda en México; sin embargo, las publicaciones periódicas mexicanas se imprimían uno o dos años y no todos sus números contenían dibujos de moda. La mayoría de éstos eran estampas —algunas coloreadas, otras en blanco y negro— impresas en papel de mayor gramaje y calidad, es decir, eran páginas lujosas que, con frecuencia, circulaban separadas de la publicación de la que formaban parte (la gente las desprendía de la revista).

El panorama de las páginas de moda en México cambió a finales del siglo XIX e inicios del XX. En ello influyó la estabilidad política y económica del país, sumada al desarrollo del modelo de prensa industrial que buscó reinvertir parte del capital de la empresa en maquinaria para mejorar las publicaciones, y enfatizó el estilo periodístico sobre el editorial.<sup>231</sup> Ejemplo de este modelo de empresa fue *El Mundo Ilustrado*, semanario que se imprimió entre 1894 y 1914, primero en Puebla y después en la ciudad de México, y que utilizó maquinaria de última generación para su producción. Por todas estas características, tomaré sus páginas para seguir el rastro a las transformaciones en los contenidos sobre moda publicados en tierras mexicanas.

Desde los primeros números, *El Mundo Ilustrado* hizo claras sus intenciones de entregar contenidos novedosos para las mujeres. El semanario lanzó varios proyectos para hacer más atractiva su sección de modas. Varios de estos planes fracasaron, pues

---

<sup>229</sup> Puede leerse más información sobre este editor y litógrafo en el artículo de María del Carmen de Arechavala Torrescano, “Los usos de la moda en las primeras décadas del México independiente”, pp. 57-59.

<sup>230</sup> William Bullock, *Six months' Residence and Travel in México; Containing Remarks on the Present State of New Spain, its Natural Productions, State of Society, Manufactures, Trades, Agriculture and Antiquities, &c, with Plates and Maps*, Londres, John Murray, Albemarle Street, 1824, p. 54. María del Carmen de Arechavala Torrescano llamó mi atención sobre este dato.

<sup>231</sup> Denise Hellion, *Exposición permanente. Anuncios y anunciantes en El Mundo Ilustrado*, México: INHA/UAM-A, 2008, pp. 34-37.

era necesario tener ingresos constantes que facilitaran una inversión continua y la publicación frecuente de imágenes.

En septiembre de 1894, por ejemplo, avisaron que estaban preparando una sección para las damas que sería “la más útil” de todas las que se habían publicado hasta entonces.<sup>232</sup> Un aviso similar apareció pocos años después, cuando ofrecieron a sus abonados una prueba del suplemento para damas llamado “La Moda” que tenía muchos figurines, consultas médicas y labores femeninas y circularía a partir de 1898.<sup>233</sup> Del suplemento sólo queda rastro de un número, pero sí es posible afirmar que en 1898 la revista sin suplemento ofreció en promedio tres páginas con contenidos de moda.

Al iniciar la nueva centuria, las secciones de moda de *El Mundo Ilustrado* y de otras publicaciones periódicas incluyeron, además de grabados, fotografías de mujeres vestidas con las últimas tendencias de la moda. *El Mundo Ilustrado*, por ejemplo, ofreció una sección de varias páginas dirigida exclusivamente a las damas que incluía figurines de moda con una brevísima descripción y fotos de mujeres mexicanas vestidas a la moda.<sup>234</sup> De hecho, este semanario pagó los servicios de un estudio parisino para insertar fotografías de modelos hechos en las casas de alta costura durante un tiempo.<sup>235</sup> Otras publicaciones hicieron lo mismo; por ejemplo, la revista católica *El Tiempo Ilustrado* avisó que su sección de modas estaría ilustrada con fotos de las creaciones hechas en la casa de modas de Luis Oettinger, ubicada en la Ciudad de México.<sup>236</sup>

A diferencia de lo que ocurría en Francia o Inglaterra donde los dibujantes trazaban los vestidos mientras miraban los desfiles en las casas de los modistos, en México los dibujantes de figurines copiaban modelos importados por editores y dueños de las empresas editoriales. Las empresas más sólidas también tenían talleres de dibujo

<sup>232</sup> “A nuestros lectores”, *El Mundo. Semanario Ilustrado*, 1 septiembre de 1895, tomo 2, núm. 8, p. 11.

<sup>233</sup> “La Moda”, *El Mundo. Semanario Ilustrado*, 19 de diciembre de 1897, p.10.

<sup>234</sup> Ana Paola Ruiz Calderón, “La indumentaria civil femenina en México durante el Porfiriato. Estilos, materiales, técnicas y significado. Las colecciones del Museo Nacional de Historia y del Museo Soumaya”, México, tesis de maestría en estudios del arte, Universidad Iberoamericana, 2010, pp. 68-71.

<sup>235</sup> El estudio era Foto Félix, París. Algunas de estas casas de alta costura son las de Jacques Doucet, Bechoff-David y Redfern Ltd. Véase “Últimos figurines”, *El Mundo Ilustrado*, México, 5 de enero de 1908, año 15, tomo 1, núm. 1, s.p. y “Elegante Salida de Teatro”, *El Mundo Ilustrado*, México, 3 de enero de 1909, año 16, tomo1, núm. 1, p. 40.

<sup>236</sup> “Nuestra sección de modas”, *El Tiempo Ilustrado*, México, tomo 4, núm. 164, 14 de febrero de 1904, p. 128.

donde se hacían copias del natural.<sup>237</sup> De hecho, la publicidad fue uno de los espacios donde los dibujantes mexicanos practicaron el libre trazo de figurines con atuendos que seguían los estilos de última moda.<sup>238</sup>

### *Patrones de confección*

Ciento cincuenta años después de la primera incursión de las revistas en el mundo de la moda (1678), el *Journal des Demosilles* incluyó un patrón de tamaño natural (1841). Pocos años después, en 1850, la revista inglesa *The World of Fashion* ofreció una colección de patrones para confeccionar ropa. En Estados Unidos, modistas y sastres entraron en este negocio desde 1854<sup>239</sup> y el éxito de sus empresas atrajo a comerciantes, sobre todo de máquinas de coser. Estos comerciantes fundaron compañías como McCall, Butterick y Delineator que también editaron revistas para difundir los modelos que producían.<sup>240</sup>

Los primeros patrones de moda llegaron a México a través de estas publicaciones foráneas. Por ejemplo, un anuncio publicitario de *La Moda Elegante Ilustrada* decía que además de grabados y figurines, la revista también publicaba un “considerable número de patrones trazados al tamaño natural...”.<sup>241</sup> Como vimos, las revistas de factura mexicana tenían pocos figurines y no vendían patrones para confeccionar los vestidos que describían. Aunque es verdad que hubo publicaciones periódicas de corte educativo como *El Educador Práctico Ilustrado*<sup>242</sup> que sí incluyeron patrones, estos no eran de los

---

<sup>237</sup> “El periodismo moderno. Cómo se hacen los periódicos diarios”, *El Mundo Ilustrado*, 3 de enero de 1904, pp. [43-44]

<sup>238</sup> Julieta Ortiz Gaitán, *Imágenes del deseo. Arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)*, México: Instituto de Investigaciones Estéticas/ UNAM, 2003. p. 43.

<sup>239</sup> Cfr. Joy Spanabel Emery, “Dreams in papper” en Barbara Burman (ed.), *The Culture of Sewing: Gender Consumption and Home Dressmaking*, Oxford, Berg, 1999, pp. 235-238.

<sup>240</sup> Sobre la industria de patrones puede consultarse Carol Anne Dickson, “Patterns for Garments: A History of the Paper Garment Pattern Industry in America to 1976”, tesis doctoral, Ohio State University, 1979; Margaret Walsh, “The Democratization of Fashion: The Emergence of the Women’s Dress Pattern Industry”, *Journal of American History*, 1979, núm. 66, pp. 299-313; Joy Spanabel Emery, “Dreams in papper”; Sarah A. Gordon, *Make It Yourself. Homesewing, Gender and Culture, 1890-1930*, Columbia-Hurst, 2007.

<sup>241</sup> *La Moda Elegante Ilustrada*, Madrid, año 52, núm. 23, 1893. Desafortunadamente todavía no se ha realizado una investigación que nos diga desde cuándo, cómo y quiénes distribuían periódicos como este de manufactura extranjera en México durante la segunda mitad del siglo XIX.

<sup>242</sup> El director de este diario era Santiago Enríquez de Rivera, padre de Emilia Enríquez de Rivera.

estilos más novedosos dictados desde París o Londres; en otras palabras, no eran patrones de moda.<sup>243</sup>

En 1907 en México, *El Tiempo Ilustrado* y *Álbum de Damas* incursionaron en el negocio de la venta de patrones. *El Tiempo Ilustrado* comenzó a publicar los figurines y a vender los patrones cortados de la casa estadounidense Demorest Patterns.<sup>244</sup> *Álbum de Damas*, por su parte, incluyó dos páginas con modelos numerados de prendas de todo tipo, desde ropa interior hasta vestidos y abrigos para dama, caballero y niños; a diferencia de la revista católica, *Álbum de Damas* cortaba los patrones solicitados por 30 centavos y los vendía sólo a sus suscriptoras.<sup>245</sup> Los patrones del *Álbum...* también fueron promocionados en las Páginas de las Damas de *El Diario*.<sup>246</sup> Pero con todo y el entusiasmo, ambas iniciativas duraron unos cuantos meses.

El estallido de la Revolución mexicana desarticuló la incipiente consolidación de contenidos nacionales de moda en las publicaciones periódicas que existieron hasta ese momento. *El Mundo Ilustrado* tuvo una vida turbulenta a partir de 1908 y la sección de modas se suprimió en los últimos números de los que se tiene registro (1914).<sup>247</sup> De *El Tiempo Ilustrado*, otro de los impresos que más experimentó con su sección de modas durante la década de 1900, quedan rastros hasta 1912.

Las revistas y periódicos que comenzaron a publicarse a partir de 1910 incluían figurines de moda. *El Universal* y *Excelsior* tenían secciones de moda ilustradas, pero no ofrecían ni vendían en sus oficinas los patrones para confeccionarlos. En 1913 *El Hogar*

---

<sup>243</sup> En 1886 *El Educador Práctico Ilustrado* comenzó a publicar unas lecciones de corte y confección con el afán de “dar un estudio sencillo y completo del arreglo de piezas de ropa para señoras y niñas, que es ya una necesidad en el uso de nuestras familias”. El patrón que ofrecieron en el número de febrero de ese año fue, por ejemplo, un delantal para niño. Véase “Nuestro Patrón”, en: *El Educador Práctico Ilustrado*, México, 1 de febrero de 1896, p. 7.

<sup>244</sup> Demorest fue la primera empresa estadounidense en producir y vender patrones en masa. Su comercialización inició a inicios de la década de 1860. Más información sobre esta empresa puede leerse en Joy Spanabel Emery, *A History of the Pattern Industry. The Home Dressmaking Fashion Revolution*, Nueva York, Bloomsbury Academic, 2014, p. 40-41.

<sup>245</sup> “Patrones recortados de *Álbum de Damas*”, en *Álbum de Damas*, México, año 1, núm. 14, 2ª quincena de julio de 1907, pp. 28 y 29.

<sup>246</sup> “De interés para la mujer. Prima a nuestras lectoras”, *El Diario. Periódico Independiente*, 31 de diciembre de 1907, p. 5.

<sup>247</sup> Martha Eugenia Alfaro Cuevas, “Revisión histórica del semanario *El Mundo Ilustrado* (1894-1914, en sus diez etapas, a partir del análisis de sus carátulas y portadas”, en *Diseño y Sociedad. Revista de investigación científica sobre los campos del diseño*, México, otoño 2013-primavera 2014, núm. 35-36, pp. 96-107.

ofreció a sus suscriptoras un suplemento de labores en el que se incluía un patrón para confeccionar cierta prenda, pero no siempre era de moda.

En los primeros meses de la década de 1920, *El Hogar* anunció la venta de patrones de vestidos y ropa interior para damas, caballeros y niños con “los diseños más bonitos y más apegados a la moda reinante”,<sup>248</sup> pero luego de este anuncio no hubo más publicidad al respecto. Cinco años después, avisaron a un lector que no podían cumplir su encargo porque “no hay patrones cortados de los modelos publicados en esta revista.”<sup>249</sup> La incursión de las empresas periodísticas mexicanas en la venta de patrones de moda tardó unos años más.

En 1926, *El Hogar* comenzó a vender patrones McCall para confeccionar vestidos con los últimos estilos dictados desde París y Nueva York; unos años más tarde, en 1933, *La Familia* produciría sus propios patrones de moda y los vendería a mitad del precio de los patrones importados (50 centavos). Con estas iniciativas, tanto *El Hogar* como *La Familia* se convirtieron en agentes de la moda, además de que reactivaron y expandieron el mercado de la moda en México. Dicho de otra forma, al ofrecer patrones para confeccionar vestidos con estilos en boga, las revistas fueron verdaderas mercadoras de la moda hasta pasada la mitad del siglo XX.

Es cierto que los patrones McCall y de otras marcas ya se vendían en casas comerciales como El Palacio de Hierro y La Suiza y que, además, esos comercios ofrecían el servicio de envío por correo a toda la República mexicana. Pero la incursión de *El Hogar* en este negocio fue novedosa porque exploró el potencial de un mercado basado en el gusto por la moda<sup>250</sup> y porque realizó, como veremos más adelante, un auténtico trabajo de edición de moda. A esto se debe agregar que la venta de patrones a través de *El Hogar* creció gracias a los lazos de confianza que sus lectoras habían establecido con las encargadas de la sección de moda a través de un buzón de correspondencia.

---

<sup>248</sup> “Patrones de corte a precios de costo”, en: *El Hogar*, México, 1 de abril de 1920, año 7, núm. 92, p. 1.

<sup>249</sup> “Buzón Particular de *El Hogar*”, en: *El Hogar*, México, 4 de febrero de 1925, año 12, núm. 252, p. 36.

<sup>250</sup> La Agencia Misrachi fue patrocinador en el Concurso de las Hadas que organizó *El Hogar* en 1923. Este concurso consistió en elegir cinco “dones” (virtudes) y diez penas de las mujeres y estuvo abierto de marzo a junio de 1923. Cfr. “Concurso de las Hadas. Breves explicaciones acerca de este certamen”, *El Hogar*, 10 de marzo de 1923, año 10, núm. 174, p. 35; Mlle Butterfly, “Concurso de Hadas”, *El Hogar*, 20 de agosto de 1923, año 10, núm. 190, p. 29.

### *Publicidad*

La publicidad también ganó espacios en el mundo impreso a lo largo del siglo XIX; sin embargo, el cambio más significativo ocurrió en los últimos años de esa centuria. Como se anotó líneas arriba, una de las estrategias de venta que desarrollaron los editores a finales del siglo XIX fue incrementar las páginas dedicadas a las lectoras para atraer a los comerciantes, pues así podían asegurarles que sus mercancías estarían expuestas ante ojos femeninos. Esto es visible en las páginas de *El Mundo Ilustrado*. Por eso regresemos a esa revista para seguir el crecimiento de la publicidad y su vínculo con las páginas de moda.

En 1895, meses después de haber comenzado a imprimirse, este semanario ofreció un figurín tamaño folio con una breve descripción: “Traje elegante para baile o teatro”. En la parte baja de la página, unas cuantas líneas describen el traje (tipo de telas, colores y partes del vestido); separado por tres asteriscos, aunque dentro del mismo cuerpo de texto y con la misma tipografía, se informa a las lectoras que los materiales para confeccionar el elegante atuendo podían conseguirse en el almacén El Puerto de Veracruz.<sup>251</sup> En pocas palabras, esta imagen es un anuncio de una página entera, aunque a primera vista resulta difícil distinguirla como tal. Además, este gran figurín es (quizás) una copia sacada de los catálogos que llegaban al almacén (Figura 2.2). Ahora bien, no siempre se publicaron figurines de página entera ni todos eran publicidad.

Con frecuencia, la página de modas estuvo formada por varios figurines de distintos tamaños. Esta disposición de la página dejaba espacios en blanco que debían rellenarse con textos de distintas extensiones. A veces bastaban un par de líneas en forma de frases o pensamientos; en otras ocasiones insertaban en esas áreas chistes, recetas de cocina, poemas, versos, notas sobre algún acontecimiento o consejos sobre limpieza del hogar o higiene personal. Por ejemplo, en una de las páginas de moda publicadas en enero de 1897 hay recetas para hacer mermeladas, unos versos y un par de consejos para “Una matrona joven” (Ilustración 3.4).

Con el tiempo, la publicidad de otras mercancías también ocupó estos espacios. Muestra de ello es la sección de modas del 22 febrero de 1905, en donde aprovecharon

---

<sup>251</sup> “La Moda” en *El Mundo*. *Semanario Ilustrado*, 31 de marzo de 1895, tomo 1, núm. 13, p. 12.

un espacio para colocar el anuncio del jabón, crema y polvos de arroz Kaloderma y del vino San Germán (Ilustración 3.5). La presencia de anuncios fue en aumento. Al comparar el número de anuncios que se publicaron en este semanario durante el mes de enero de 1895 y 1905 se observa con mayor nitidez el vínculo creciente entre la publicidad y las secciones femeninas.

En todos los números de *El Mundo Ilustrado* de 1895 apareció un anuncio de la tienda El Puerto de Veracruz (Ilustración 3.3). Uno de ellos es una página completa de las últimas que forman el número, ubicada muy cerca de la sección de modas;<sup>252</sup> otro anuncio se hace evidente al leer el último párrafo de un breve texto sobre sombreros que dice: “Hasta marzo próximo se encontrarán en el Puerto de Veracruz [...] formas y confecciones de fieltro variadísimas [...]”.<sup>253</sup>

Diez años más tarde, en enero de 1905, el número de páginas del semanario es el doble (en promedio 40 páginas), lo mismo que los anuncios publicados. Sólo en la sección de modas se insertó publicidad de los departamentos de moda, calzado y sombreros del El Palacio de Hierro; de los talleres de modas y confecciones de El Puerto de Veracruz, y anuncios de perfumes, jabones, cremas o polvos de arroz.<sup>254</sup>

Este aumento de publicidad está vinculado con la inserción de un buzón de correspondencia con las lectoras<sup>255</sup> y con la incorporación femenina a los equipos de redacción. Para demostrar estos vínculos observaremos los proyectos de *El Mundo Ilustrado* para mantener una sección de intercambio de correspondencia con sus lectoras. Me interesa apuntar cómo en estos buzones se fraguaron lazos de confianza entre las encargadas de las secciones y las lectoras.

---

<sup>252</sup> Anuncios de El Puerto de Veracruz, *El Mundo Ilustrado*, 6 de enero de 1895, p. 15; Anuncio de El Puerto de Veracruz, *El Mundo Ilustrado*, 20 de enero de 1895, p. 16; Anuncio de El Puerto de Veracruz, *El Mundo Ilustrado*, 27 de enero de 1895, p. 16.

<sup>253</sup> “Los sombreros de estación”, El Puerto de Veracruz, *El Mundo Ilustrado*, 6 de enero de 1895, p. 15.

<sup>254</sup> Véase los números de *El Mundo Ilustrado* 1-4 de 1905.

<sup>255</sup> La revista española *La Moda Elegante Ilustrada* incluyó, desde finales del siglo XIX, un buzón de correspondencia en donde las suscriptoras recibían consejo o información sobre las compras que la revista les hacía.

LA MODA.



TRAJE ELEGANTE PARA BAILE O TEATRO.

Se construye este vestido con raso (peau de soie) amarillento-dorado pálido con adornos de terciopelo violeta obscuro. La falda lleva una estrecha tira de encaje en toda la orilla inferior y hacia el lado derecho sube a las aristas del "entrepeño" de terciopelo hasta el talle en donde remata con un lazo de terciopelo también. El busto surge de un corsé de terciopelo que tiene pequeñas piezas de *joyette*, de encaje, que se reúnen bajo un nudo de terciopelo, sobre el pecho. Mangas muy cortas pero muy infladas.—lo que las hace resplandecer como globos de lámpara—con *paño* ó *ballones* guarnecidos de encaje frunció abañado; sobre el hombro un ramillete de dos ó tres flores grandes; rosas amarillas por ejemplo, con unas cuantas violetas. Una ancha tira de terciopelo en los hombros, hace cuadrado el

escote. Entre esta cinta y la parte superior de las mangas, la curva del hombro es cubierta con el haz de flores de que hemos hablado. Sobre el "panel" ó "entrepeño" cae una gran guirnalda de grandes rosas que va embalsamando desde el moño de terciopelo en el talle hasta prenderse abajo junto á otro gran lazo también de terciopelo.

En los almacenes de "El Puerto de Veracruz," en México podrán encontrarse todos los materiales necesarios para esta espiñalada toilette y otras muchas.

En cuanto á sombreros, ese cajón ha recibido un inmenso surtido de formas de paja de una hermosa variedad.

Ilustración 3.3 Anuncio de Al Puerto de Veracruz, sección de modas de *El Mundo. Semanario Ilustrado*, 31 de marzo de 1895.

LA MODA

Postremos de nuestro cambio entraron algunos de los figurines más hermosos de la estación, en los que se ha dado campo a la fantasía de los modistos y las modistas. Son trajes de paseo y de calle de encantadora novedad, el buen gusto de los cuales apreciarán sin duda nuestras lectoras. No entraremos en descripciones tan minuciosas como inútiles, limitémonos a mostrar los modelos más elegantes y que nuestras lindas favorecedoras elijan.



Traje de recepción.

**MERMELADA DE MELCOTONES.**  
Mundados y hechos trozos los frutos bien maduros se echan en una cacerola; se cocientan a fuego moderado hasta que se deshagan, sin dejar de tenerlos, y se pasan luego por el tamiz. Por cada 500 gramos de puré se toman 500 de azúcar; se cuece esta a la bolita; se agrega después la pasta con un poco de vainilla, y cocida la mezcla a la capa, se la encierra en botes de cristal ó de gres.

**MERMELADA DE PERAS.**  
Se toman buenas peras, se dividen en cuarterones; se mondán y se ponen en una cacerola con un poco de agua y un puñado de azúcar; se cuecen a un fuego moderado. Cuando se ha reducido su humedad, se pasan por un tamiz; el puré se vuelve a poner en la cacerola. Por un kilogramo de puré se añaden tres cuartos azúcar molida, un trocito vainilla ó una cortecita de limón. Se hace reducir a fuego vivo, revolviendo la pasta y sin dejarla hasta que esté en el punto de á la capa. Se encierra últimamente en tarros de cristal ó de loza.

**MERMELADA DE ALBARICOQUES.**  
Se eligen maduros los frutos; se parten en dos suprimiendo el hueso. Se ponen los albaricoques en una cacerola, se los hace tholver á un fuego moderado, revolviéndolos sin cesar: después se pasan por un tamiz.

Para cada kilogramo de puré se toman 500 gramos de azúcar en trozo; cehanse estos en un perol, se añade un poco de agua y se cuecen á la bolita. Después se agrega el puré y algunas almendras de albaricoques, mondadas y blanqueadas; se cuece todo á la capa; se vierte en vasos, cuando está frío; se cubre primeramente con un círculo de papel después se cierra el vaso con papel sujeto por bramante ó con vejiga reblandecida.

El Salmo de la Vida.

Por H. W. Longfellow.

¡Ah! ¡No! No me digais con voz doliente  
Que la vida es un sueño;  
Que el alma muere donde el cuerpo acaba,  
Que es nuestro fin incierto,  
Polvo que vuelve al polvo es la sentencia  
Fijesta para el cuerpo;  
Pero el alma que es luz, en luminosa  
Región busca su centro,  
Placeres y amarguras no son sólo  
De la existencia objeto;  
La vida es acción viva, afán perenne.....  
La vida es lucha, es duelo,  
La obra del hombre es lenta y el tiempo huye  
Rápido como el viento;  
Y el corazón la marcha del combate  
Sigue siempre batiendo.  
¡Alerta! en la batalla de la vida  
Reposar un momento  
Es torpe colandria; la victoria  
Es hija del esfuerzo.  
Da un adiós al pasado, y del mañana  
No busques los destellos;  
Pon la esperanza en Dios, mira el presente  
Y lucha con denuedo.  
La historia nos lo dice: la constancia,  
El valor y el talento  
Engrandecen al hombre—Fe y audacia!  
También grandes seremos!  
Y más tarde ¡quién sabe! si otro hermano  
Al cual agobió el peso  
Del infortunio, revivir se sienta  
Siguiendo nuestro ejemplo!  
Trabajar es luchar. A la obra, á la obra,  
Sin desmayar, obreros!  
Grabemos esta máxima en el alma:  
Trabajar..... y esperemos.

RICARDO PALMA.



Para una señorita.



Para una matrona joven.

Si te casas, Inés, ten por seguro  
que todo novio es un traidor futuro.

Te morfas por él, pero es lo cierto  
que pasó tiempo y tiempo, y no te has muerto.

CAMPOAMOR



Traje de casa y de calle.

LA MODA PARISIENSE

Nuevas formas de mangas.—Sombreros tocas—Traje de muselina de seda.—Trajes "tuttusiers"—Corte de malla.

PARIS vuelve á adquirir, poco á poco, su aspecto animado; los dos regresan del campo para llevar los hijos á los colegios ó también para recorrer las tiendas y preparar así los sartidos para el invierno que se acerca.

La calle de la Paix resuscita; en cada lado de la vereda se ve una doble hilera de coches y hermosas damas apresuran el paso, se detienen en los grandes establecimientos ó se detienen delante de los escaparates para formarse idea de la moda que tendrá el don de agrandar á todas. Quizás sea un poco pronto para afirmar lo que se hará ó lo que no se hará. Sin embargo, voy á intentar poner sobre el papel las pocas observaciones que he podido hacer.

Todo lo que se ve en este momento, no es quizás la expresión duradera de la moda nueva, pero en todo caso puede llevarse si se sabe escoger.

Al decir «moda nueva», me refiero tal vez en promesas lindísimas que se venía en apuros para mantener, porque lo que se me muestra este otoño no es como para hacerlos juzgar pasado de moda un traje del año anterior.

Dos detalles, sin embargo, son dignos de mención: las mangas y de los *colletes* muy anchas arriba, montadas con pliegues planos, con mucha hombrera, exactamente lo que se hizo al principio de las mangas á que hace doce años.

Por lo demás, es digno de observarse que hace algunos años, la moda se concretaba muy particularmente á las mangas. Desempeñaban un gran papel en la *habille* femenina, y tal ó cual prenda que parecía todavía muy pasable, no podía servir sino como la condición de cambiar las mangas.

Por eso será prudente, cuando se escogiera un traje de fantasía de tela de color, adquirir más tela que la necesaria, que servirá para rehacer otras mangas el año siguiente.

La nueva manga es, pues, precisamente lo contrario de la del año pasado, ancha arriba y estrecha abajo.

Estos pliegues en la parte superior del brazo, muy planos y despatillados, no son un capricho de la modista, que se aplica al terciopelo, al tafetán y hasta al paño fino.

No: las *jeuntes* de los sastres más rigidos y acucillados, tienen ese pliegue abultado y firme, sin ningún resque.

Quizás el conjunto de esos pliegues represente para el cortador una gran dificultad, pero para nosotros ojos, habituados á encontrar en eso una precisión extrema de ajuste, todo un trabajo de frondosa ó de redondeado diato con la plancha, esos pliegues parecen un expediente imaginado por la poca habilidad de una obrera; no están en relación aquí al tratamiento de las líneas y la perfección del trabajo de la prenda, ni al precio de las cosas que los han forzados.

Afortunadamente, no representan, como antes, sino una moda facultativa; y mientras tanto, se verá la hombrera, elástica—manga y montura de los trajes de hombre, la que se vé en estos trajes para los grandes *colletes* de hilo, y que ahora, todavía no ha pasado de moda.

Segunda observación típica: ya no son corpiños en forma de blusa delantera, en el tallo. Todos los corpiños nuevos tienen anchos cinturones que marcan por delante un corsete, y la mitad menos anchos por detrás.

Efecto de este cinturón, la parte superior del corpiño puede dilatarse ligeramente, pero no caso sobre el cinturón.

En cambio, la forma de blusa que ya no se quiere más por detrás,

El Mundo Ilustrado

HEMEROTECA NACIONAL MEXICO



FIGURINES 1, 2 Y 3.

ha pasado atrás; y sobre este cinturón, casi todas las espaldas se inclinan á la blusa de una manera bastante acusada para confundir en caso la silueta de un *bolero* corto; hasta se desliza plomo en la caída de la tela en este sitio, para conservarle su dirección.

Como es de suponer, estos corpiños se ponen sobre la falda. Muchos, sin corsete aplicado, están plegados en mangas como para asegurar siempre el mismo movimiento.

Esta forma nueva no modifica en nada hasta ahora la forma de los corsets rectos, porque se inspira sobre todo en la época Luis XV y Luis XVI, cuyos corpiños se remataban por delante en punta muy recta y muy larga.

Casi todos esos anchos cinturones se cierran por delante bajo una nueva de broches eliminados de *fontoir*; de factos de botones anti-guapo.

La forma tricertero de arriba para los sombreros. No el tricertero de tres puntas regular, sino algo de negligente abultado aquí y allá, doblado á la izquierda con un gracioso mantón que lo plancha hacia la cota, y eso de un

Exposición universal Paris 1900 Medalla de oro.

Insuperable para conservar la hermosura de la piel.

**KALODERMA**

CREMA KALODERMA & JABON KALODERMA  
POLVOS DE ARROZ KALODERMA

F. WOLFF & SOHN KARLSRUHE

Unico Representante en la Republica:  
**JUAN DOSSE**  
México, Apartado 567.  
De venta en las Droguerías, Boticas, Mercaderías y Cajones de Ropa.

**TOMEN VINO DE SAN GERMAN**

Ilustración 3.5 Sección de modas y anuncio de crema Kaloderma, *El Mundo Ilustrado*, 22 de enero de 1905.

Buzones de correspondencia, caballo de Troya femenino

Aunque desde sus inicios las secciones de moda de las publicaciones mexicanas estuvieron dirigidas a las mujeres, este territorio no era habitado sólo por ellas. Durante gran parte del siglo XIX, los hombres escribieron los textos sobre moda que aparecían en esas secciones. Por ejemplo, bajo el nombre de *Fidel*, Guillermo Prieto describió con minucia las ropas que la gente usaba en la primera mitad del siglo XIX. Francisco Zarco, quien firmaba como *Fortún*, escribió los contenidos de moda de *La Ilustración Mexicana*. Todavía en 1897, Amado Nervo se encargó por unos meses de la crónica de moda de

*El Mundo Ilustrado*; sin embargo, a diferencia de sus antecesores, Nervo firmó estos textos bajo una identidad femenina: *Roxana*.<sup>256</sup> El hecho de que Nervo haya cambiado su identidad de género es indicio del proceso de feminización de la escritura sobre moda.

Escribir las secciones comerciales o las páginas femeninas de las revistas era parte del entrenamiento de los escritores, quienes ejercitaban la pluma y pulían su oficio mientras sobrevivían trabajando en las oficinas de redacción de los periódicos. De hecho, podemos afirmar – junto a Denisse Hellion– que hacerse cargo de las secciones de moda era “una suerte de ritual de iniciación en el medio”.<sup>257</sup> *Fortún*, por ejemplo, describió su desasosiego cuando el editor de *La Ilustración* le pedía que escribiera la crónica de modas:

Mire usted: acabamos de recibir un bonito figurín de Modas.

–Bueno, ¿y qué?

–Que lo vea usted.

–Lo estoy viendo.

–Pues señor; este figurín es para *La Ilustración*.

–Pero ha de publicarse con un artículo de modas y es preciso que usted lo escriba.

–¡Yo! Pero ¿qué entiendo yo de modas?

¡Dios mío! ¿No me ve usted? ¿Y con sólo verme, no conoce mi absoluta incapacidad para escribir un artículo de modas? ¿Entiendo yo algo de trages de mujer? [¿]Piensa usted que pueda yo comprender lo que es elegante en el vestido? ¿Yo que soy el hombre más descuidado en el vestir? ¿No ve usted mi saco ancho y lleno de arrugas [...]

–Nada vale. No hay remedio. Se ha de publicar esa estampa que acabamos de recibir de París, y ha de ir acompañada de un artículo de usted. Después que usted [no] hace versos, ni pensamientos sueltos, ni estudios morales, ni traduce nada, ni escribe biografías, ¿no ha de escribir un artículo de modas?

–¡Paciencia! Escribiré... ¡Qué bien decía Fíguro: qué placer el de ser redactor!”<sup>258</sup>

---

<sup>256</sup> Sergio Márquez Acevedo, “Prologo” de *Crónica de la moda; ‘La semana’ de Oberón; traducciones para El Mundo Ilustrado*, de Amado Nervo, México: Instituto de Investigaciones Bibliográficas/UNAM, 1991, p. X.

<sup>257</sup> Denisse Hellion, *Exposición permanente*, p. 44.

<sup>258</sup> Fortún, “Modas. El hábito no hace al monje. Mentira como otras tantas”, *La Ilustración Mexicana*, vol. 1, núm. 5, 1851, p. 115.

Poquito tiempo después, en 1853, el redactor de *La Camelia* copió el tono de *Fortún* y escribió:

Grandes son mis apuros, bellísimas lectoras, el tomar la pluma para escribir el presente artículo. ¡Modas yo, cuando no sé más que admirar vuestros lindos trajes, que tanto os embellecen, aunque sea dicho de paso, no los necesitáis para ser encantadoras! Pero no hay remedio; la redacción de *La Camelia* me envía frecuentes recados pidiéndome el artículo de modas, el cajista me atosiga y yo lo obedezco, porque se trata de complaceros, y por conseguirlo yo escribiría sobre teología si fuere preciso.<sup>259</sup>

Algunas décadas más tarde, Manuel Gutiérrez Nájera narró de manera muy similar su sentir cuando el jefe de redacción de *El Federalista*, Alfredo Bablot, llegaba a encargarle una crónica, una charla o una revista:

¡Yo!, el menos apropiado para ello! ¡Yo, que así soy entendido en achaques mujeriles, en modas y alifafes, como en sideromancia y en alquimia! ¡Yo, que confundo un *ruló* con una *tabla*, y un *polisson* con una *polonesa*! ¡Yo, que jamás leo ni leeré nunca las crónicas de la baronesa de Wilson ni las revistas de María del Pilar Sinués Marco!<sup>260</sup>

Y es que, precisamente, mientras algunos escritores mexicanos hacían piruetas para llenar las páginas de moda, otras publicaciones como *El Siglo Diez y Nueve*, *El Monitor Republicano*, *Diario del Hogar* y *Álbum de la Mujer* reproducían las crónicas de modas hechas por reconocidas escritoras españolas como Sinués, Joaquina Balmaceda o la Vizcondesa de Castelfido, crónicas que también aparecían en revistas españolas como *La Moda Elegante*. Es decir, había un circuito de información sobre los nuevos estilos en el vestir que llegaba de París a México vía España.<sup>261</sup>

---

<sup>259</sup> "Modas", *La Camelia. Semanario de literatura, variedades, teatros, modas, etc. Dedicado a las señoritas mejicanas*, núm. 26, 1853, p. 205.

<sup>260</sup> Manuel Gutiérrez Nájera, "Cosas del mundo", *El Federalista*, 19 de agosto de 1877, p. 1.

<sup>261</sup> Dolores Gabriela Armendáriz Romero da cuenta de esta circulación de textos en su tesis doctoral "Mujeres de crema y pompa en la Ciudad de México, moda y prácticas de belleza: 1880-1910", tesis de

Este panorama cambió poco a poco en las últimas décadas del siglo XIX. En los años de 1880 dos mujeres incursionaron en la escritura de crónicas en los impresos mexicanos, pero sólo una de ellas mezcló la crónica teatral con contenidos sobre moda: Fanny Natali de Testa (1830-1891).<sup>262</sup> De Testa fue una cantante de ópera irlandesa que llegó a México con una compañía italiana en 1861;<sup>263</sup> se abrió espacio en las páginas impresas escribiendo crónicas de teatro y de vida social. Sus letras se publicaron de 1881 a 1891 en varios diarios, entre ellos *El Diario del Hogar*, *El Nacional* y *Violetas del Anáhuac*. En estos impresos, De Testa escribió su Revista de la Semana, Ecos Dominicales, Charla Teatral, bajo el seudónimo de *Titania*, aunque también lo hizo como *Amneris* y *La Re Do*.<sup>264</sup> Además de hacer crítica teatral, *Titania* recomendaba a sus lectoras visitar a modistas como Madame Borschneck en el cajón La Reina de las Flores para hacerse sombreros siguiendo el último grito de la moda.<sup>265</sup>

Pero el cambio fundamental en las secciones de moda en México ocurrió en los últimos años del siglo XIX y los primeros del XX cuando se incluyeron buzones de correspondencia con los lectores. Cabe recordar que las primeras participaciones femeninas en los impresos de México se dieron en la sección de remitidos de las publicaciones de inicios del siglo XIX. El *Diario de México* publicó cartas de sus lectores entre ellas algunas escritas por mujeres que abordaron cuestiones de modas. En contraste con estas secciones de remitidos de temas variados, los buzones de correspondencia de las postrimerías del siglo XIX tendrían una estrecha relación con las secciones femeninas y con la moda. Volvamos a *El Mundo Ilustrado* para ilustrar esta transformación.

---

doctorado en historia moderna y contemporánea, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 2016, pp. 183-190.

<sup>262</sup> La otra cronista es Victoria González, quien bajo el seudónimo de *Abeja* se encargaría de la crónica del diario *Partido Liberal* de 1891 a 1893.

<sup>263</sup> Miguel Ángel Castro Medina, "De gente y cosas nuevas. La crónica de Luis G. Urbina: teatro y música", *Actas del XVIII congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas*. Buenos Aires, 2013, p. 115.

<sup>264</sup> Fabiola Olguín Hernández, "Una soprano irlandesa en México. Fanny Natali de Testa y la vida cultural aristocrática durante el porfiriato", tesina de licenciatura en ciencias de la comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales/UNAM, 2016, p. 15.

<sup>265</sup> *Titania*, "Ecos de la semana", *La Patria*, 9 de octubre de 1884, p. 2; *Titania*, "Ecos de la semana", *La Patria*, 25 de marzo de 1886, p. [2]; *Titania*, "Ecos de la Semana", *La Patria*, 9 de octubre de 1887, p. 1; "Ecos de la Semana", *El Diario del Hogar*, 29 de marzo de 1888, p. 1.

*El Mundo Ilustrado* realizó varios intentos por sostener un buzón de correspondencia con sus lectoras. Todos estos intentos estuvieron vinculados a los contenidos de moda. La primera vez que ofrecieron el servicio de correspondencia con las lectoras fue en diciembre de 1897, cuando se anunció la publicación del suplemento *La Moda*. En este suplemento, las abonadas de la revista contarían con los servicios de una “inteligente colaboradora francesa” para que le consultaran sobre asuntos vinculados con “modas, á confección de adornos y trajes, á compras útiles, etc, etc”.<sup>266</sup>

De este buzón quedan pocas huellas, pero hay contestaciones que versan sobre cuestiones de indumentaria.<sup>267</sup> Por ejemplo, A María N. le dijeron: “Tan de moda están hoy los vestidos color gris que haría Ud. muy bien en procurarse uno [...]”.<sup>268</sup> Además, es muy probable que el servicio haya funcionado varios meses, pues en enero de 1900 la sección vuelve a figurar en las páginas del semanario y la redactora responde a la lectora “Chihuahua” que de tantas cartas que recibe le es difícil recordar todos los seudónimos de quienes le escriben.<sup>269</sup>

La relevancia de este primer proyecto radica en que ahí se perfiló una clasificación de temas donde la moda, la decoración del hogar, la elaboración de comida (recetas de cocina) y las cuestiones de salud personal y familiar quedaron agrupadas en una sección o suplemento femenino. En otras palabras, este suplemento muestra el trazo de las fronteras de ese territorio de lecturas consideradas como femeninas, a saber, el hogar, la familia, el cuerpo y la moda.

En este sentido, la propuesta de buzón de 1900 estuvo ubicada en una sección llamada “Para el hogar”. Ahí, en la subsección titulada “Consulta de las damas”, las lectoras recibieron consejos de todo tipo: desde qué colcha iba mejor con un tipo de cama, la receta para hacer bizcochos hasta consejos sobre etiqueta. Los comentarios sobre modas también estuvieron presentes en estas consultas.<sup>270</sup> Por ejemplo, a *Rubia*

<sup>266</sup> “Correspondencia para las damas”, *El Mundo Ilustrado*, 19 de diciembre de 1897, p. 9.

<sup>267</sup> Desafortunadamente, sólo el primer número de 1898 de la colección que está en la Hemeroteca Nacional tiene el suplemento. En este número aparecieron respuestas a consultas de cuatro suscriptoras, bajo un sencillo encabezado que dice “Correspondencia”. “Correspondencia”, en el suplemento *La Moda* en *El Mundo Ilustrado*, 2 de enero de 1898, p. 10 [27].

<sup>268</sup> Contestación a María N. P., “Correspondencia”, en el suplemento *La Moda* en *El Mundo Ilustrado*, 2 de enero de 1898, p. 10.

<sup>269</sup> “Contestaciones para las damas”, *El Mundo Ilustrado*, 14 de enero de 1900, pp. [20].

<sup>270</sup> “Contestaciones para las damas”, *El Mundo Ilustrado*, 14 de enero de 1900, pp. 20-23.

le sugirieron usar flores para adornar un atuendo de teatro, pues ello hablaría “muy en favor de su buen gusto”.<sup>271</sup>

A diferencia de los buzones anteriores, el de 1900 es el primero en publicarse firmado; es decir, en él se identificó por primera vez a la persona que contestaba las cartas de las lectoras. El primer nombre que apareció fue el de *Hortencia* y al poco tiempo figuró el de *Berta*.<sup>272</sup> Sin embargo, este buzón de correspondencia con los suscriptores pereció al poco tiempo – septiembre de 1901– tal como había ocurrido con el buzón anterior.<sup>273</sup>

Los intentos por mejorar la sección de modas también continuaron. Justo el mes en que dejó de publicarse el buzón, *El Mundo Ilustrado* prometió que su sección de modas sólo contendría información de trajes, telas y sombreros “que existan realmente en la ciudad o que en todo caso puedan obtenerse iguales”.<sup>274</sup> Para lograr este objetivo, el semanario trabajaría con las principales casas de moda de la Ciudad de México. Pero esta promesa tampoco se cumplió.

De hecho, entre septiembre de 1901 y mayo de 1904 la sección femenina del semanario —dividida en “Para las damas” y “Para el hogar”— estuvo a cargo de varias personas. Algunas de ellas escribieron una o dos veces, por ejemplo, *La Duquesa Laureana*, *María Antonieta* o *Leonor*.<sup>275</sup> Los nombres de otras encargadas aparecieron durante lapsos más prolongados sin ser por eso duraderos; por ejemplo, entre junio de 1903 y julio de 1904 *Esperanza*, *María Luisa*, *La Baronesa Livet* y *Josefina* escribieron los textos de la sección.<sup>276</sup>

Este vaivén de redactoras terminó cuando reincorporaron un buzón de correspondencia con los lectores a las páginas del semanario. Sólo entonces fueron constantes tanto el buzón de correspondencia como la encargada de contestar las

---

<sup>271</sup> A Rubia, “Consultas de las damas”, *El Mundo Ilustrado*, 27 de enero de 1901, p. [13].

<sup>272</sup> “Consultas de las damas”, *El Mundo Ilustrado*, 24 de marzo de 1901, p. [17] y 19 de mayo de 1901, p. [17].

<sup>273</sup> “Consultas de las damas”, *El Mundo Ilustrado*, 8 de septiembre de 1901, p. [11].

<sup>274</sup> “A nuestras lectoras”, *El Mundo Ilustrado*, 15 de septiembre de 1901, p. [14].

<sup>275</sup> Duquesa Laureana, “De las damas”, *El Mundo Ilustrado*, 26 de abril de 1903, pp. [17-19]; María Antonieta, “De las damas”, *El Mundo Ilustrado*, 7 de junio de 1903, p. [17]; Leonor, “Las plantas en las habitaciones”, *El Mundo Ilustrado*, 18 de octubre de 1903, pp. [24-25].

<sup>276</sup> Esperanza escribió entre julio y noviembre de 1903. María Luisa alternó con Esperanza entre agosto y septiembre. La Baronesa Livet escribió entre octubre y diciembre de 1903. Josefina de enero a junio de 1904. Véanse los números de *El Mundo Ilustrado* de julio de 1903 a junio de 1904.

consultas. El buzón se publicó de manera permanente entre junio de 1904 y marzo de 1914 y tuvo dos nombres: “Sección de Consultas” y –otra vez– “Contestaciones a las damas”. Durante esos casi diez años que se publicó el buzón, tres mujeres se encargaron de contestar las cartas: María Luisa Ross (*María Luisa*), quien ya había colaborado en *El Mundo Ilustrado*, Margarita y Luisa Aranalde (*Luisa*).<sup>277</sup>

*Margarita* y *María Luisa* fueron encargadas del buzón durante varios años. Esta constancia les permitió establecer lazos de amistad y confianza con algunas suscriptoras del semanario. *Margarita*, por ejemplo, respondió las cartas de las lectoras cada semana durante cuatro años y medio (de 1908 a 1913). Con el paso del tiempo, además de pedirle a esta encargada de la sección y del buzón consejo sobre cuestiones de limpieza personal y del hogar, o de solicitarle modelos de ropa o accesorios, algunos lectores también le pidieron consejo sobre cuestiones amorosas.

El buzón de *El Mundo Ilustrado* dejó de publicarse cuando la Revolución mexicana alcanzó a la Ciudad de México (1914). Algunos miembros de la élite porfiriana –varios de ellos suscriptores de *El Mundo Ilustrado*– salieron del país. A esto se sumó el hecho de que *Margarita* dejó de ser la encargada del buzón y posiblemente salió de la empresa periodística al terminar 1913.

Ahora bien, aunque el buzón no siempre se publicó dentro de la sección de modas, existía un vínculo entre ambos. Muestra de ello es el hecho de que las consultas de las lectoras se convirtieron con frecuencia en contenidos de la página de modas; por ejemplo, *María Luisa* le dijo a *Princesa de los Caspios* que en un número próximo insertarían un modelo de abrigo sencillo de riguroso luto.<sup>278</sup> Además, la cercanía que se construyó entre las redactoras y los suscriptores a través de los buzones, cercanía fincada en regularidad del correo y la publicación de las consultas, tuvo consecuencias en la formación de la propia revista. Explicaré esto con más detenimiento.

Los espacios más cotizados para anuncios en las publicaciones periódicas eran, en aquellos años como ahora, las páginas conocidas como segunda, tercera y cuarta de forros. De hecho, si se echa un vistazo a los primeros números de *El Mundo Ilustrado*,

---

<sup>277</sup> María Luisa Ross estuvo de julio de 1904 a junio de 1908. Margarita se encargó del buzón de julio de 1908 a diciembre de 1913. Luisa Aranalde fue la encargada de enero a marzo de 1914. Véanse los números de *El Mundo Ilustrado* de julio de 1904 a marzo de 1914.

<sup>278</sup> “Respuestas”, *El Mundo Ilustrado*, 20 de noviembre de 1904, p. [3].

se verá que en esas páginas hay publicidad de grandes comercios, por ejemplo, de tiendas departamentales. Sin embargo, tras la aparición del buzón de correspondencia se insertaron cada vez más anuncios de distintos productos cerca o incluso dentro de las páginas que ocupaban el buzón y la sección de modas.

Este aumento de anuncios indica que las páginas de moda se convirtieron en zonas privilegiadas para la publicidad y que la publicación de las consultas de los lectores se convirtió en una entrada de dinero para las revistas. Ahora bien, este éxito comercial no sólo puede explicarse porque las encargadas sugirieran usar ciertos productos a las lectoras, pues estas recomendaciones fueron, más bien, pocas. El negocio estaba en otro lado.

Aclararé esto con un ejemplo donde el vínculo entre los buzones de correspondencia y la publicidad es particularmente evidente, pues me interesa dar cuenta de la relevancia que estas secciones tuvieron para el desarrollo de las empresas editoriales. En uno de los buzones publicados en diciembre de 1911, *Margarita* ofreció a la lectora *Lady Wilson* el dibujo de un traje para baile y consoló a *Desdémona* por la mala suerte de tener un marido “dominante en extremo”. En esa misma página pueden observarse anuncios de la crema de la cantante de ópera Adelina Patti y de la pasta dental Odol (Ilustración 3.6).

Ni las respuestas a las consultas ni los anuncios expresan mucho en sí mismos, pero sí lo hacen cuando se mira el espacio que ocupan en la página. Imaginémos, entonces, a *Desdémona* hojeando *El Mundo Ilustrado* en su casa: sus manos pasan las hojas buscando el buzón donde, quizá, está la posible respuesta de *Margarita* a su carta. Encuentra la página del buzón. Sus ojos pasean por las columnas de texto buscando su nombre. Murmura: “Rogelia... (ve un figurín) ... Crema Adelina Patti... Lady Wilson... Ve a una mujer de sonrisa blanca y se entera de que Odol ayuda con la higiene bucal... ¡*Desdémona!*”.

En efecto, mientras buscaba la respuesta a su consulta, *Desdémona* se enteró de que podía mantener sus dientes limpios si usaba Odol, y que podía comprar los productos de Adelina Patti en el almacén de drogas ubicado en la calle de Coliseo Nuevo número 3. Con esta descripción deseo hacer evidente la razón por la cual las páginas de

los buzones eran espacios comerciales privilegiados: garantizaban la mirada de las lectoras sobre las mercancías.

El Mundo Ilustrado

Consultas para las damas

Respuesta

Petronio.—Tenga usted la bondad de darme su dirección particular, con mucho gusto contestaré a su pregunta.

x x x

Obsequio

Rogelia.—Me parece propio que le regale usted al señor de quien me habla, un libro que trate de asuntos



serios ó amenos, como por ejemplo: "Conferencias y Discursos", de Zorrilla de San Martín; ó "Historias de Caminos", hermosa descripción de viajes, escrita por el mismo autor.

Agradezco á usted infinito la bondad con que inmerecidamente me juzga.

x x x

Amistad aceptada

Celesta Aida.—Me es sumamente grata la amistad que se digna ofrecerme.

Puede usted preguntarme todo cuanto guste, con la seguridad de que siempre tendré un gran placer al recibir sus cartas.

Mil gracias por su linda postal.

VENTA EN TODAS LAS DROGUERIAS Y PERFUMERIAS

LA CREMA ROSADA

ADELINA PATTI

Usada por todas las grandes artistas y las damas aristócratas, es la mejor preparación, entre todas las de su clase,

PARA CONSERVAR EL CUTIS

Cura Escoriaciones; Erupciones; Sarpullido y Granos; Disimula las Arrugas; Suaviza; Perfuma; Hermosea y Refresca la Piel y le Comunica el Brillo; Aterciopelado de la Juventud

DEPÓSITO GENERAL: José Uihlein, Sucs. Almacén de Drogas COLISEO NUEVO 3 MEXICO

Modelo

Lady Whilson.—Doy á usted el modelo que desea de traje para baile. Está hecho en seda liberty, color de rosa pálido, adornado con una ancha banda á la orilla de la túnica y un bello fieltro en el cuello, de bordado de aplicación sobre tul. Cintura de torzopelo negro, terminando en dos borlas de seda negra.

Para una fiesta

Comprometidos.—No deben ustedes preocuparse por la manera de arreglar su próxima fiesta, pues contando con numerosas amistades, entre las cuales figuran varios artistas, la dificultad casi no existe.

¿Por qué no organizan ustedes un pequeño concierto, que termine con una cena á la media noche, para esperar la llegada del nuevo año? Dicho concierto puede constar de cuatro ó cinco números de cuarteto de cuerda, dos de piano y dos ó tres de canto. Poco antes de las doce, se dará principio á la comedia, cuyo "menú" será el siguiente: Consumé, pescado, rosbif á la inglesa, paño frío, jalefinas, postres, dulces y frutas secas. En el primer servicio de mesa, se toma vino blanco, luego, vino rojo, y al último, el champagne, con el cual se brindará al comenzar el nuevo año.

El adorno floral debe ser de un solo color, pues esto es lo más elegante. Si prefieren ustedes atener-

se á mi gusto, me atrevería á indicarles que eligiesen violetas ó rosas té.

Les deseo sinceramente un feliz éxito en su simpática fiesta.

x x x

Amor fatal

Desdémoma.—Comprendo muy bien la pena que la atormenta, y por desgracia muchas mujeres casadas se encuentran en el mismo caso de usted. Su esposo es dominante hasta el extremo, la hace sufrir atrocemente con sus celos constantes; le ha prohibido que tenga relaciones con sus antiguos amigos, y hasta de su propia familia quiere alejarla; el



Ilustración 3.6 Consulta de damas, El Mundo Ilustrado, 17 de diciembre de 1911.

En resumen, y muy lejos del olvido en que se encuentran, después de rastrear las transformaciones en las páginas de *El Mundo Ilustrado* se puede apreciar la importancia de las páginas de moda y los buzones de correspondencia con las lectoras en la historia de los impresos. Tanto la sección de modas como el buzón de correspondencia de las publicaciones periódicas se convirtieron en espacios estratégicos para, por un lado, mantener suscriptores y, por otro lado, atraer comerciantes que publicitaran sus mercancías en las páginas. Es decir, los editores mexicanos, como los estadounidenses, ofrecían a los comerciantes el número de suscripciones de sus publicaciones y los buzones de correspondencia con las lectoras como garantía de que sus páginas eran un buen escaparate para sus mercancías, pues con ello aseguraban que las lectoras pasearían sus ojos sobre los anuncios mientras se enteraban de las consultas o las últimas novedades de moda.

Desde esta perspectiva también se hace evidente la centralidad del trabajo de mujeres como *María Luisa* y *Margarita*, encargadas de los buzones y/o de las secciones femeninas, en el éxito de empresas editoriales como *El Mundo Ilustrado*. Por eso es importante reconocerlas como pioneras en la historia de las mujeres en los impresos de México: a partir de su trabajo se puede comprender cómo la sección de modas y el buzón de correspondencia con los lectores se conformaron como veredas centrales en la marcha de las mujeres hacia la conquista de los espacios en el mundo de los impresos y de la cultura impresa.

Dicho de otra manera, entre los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX, ser la encargada de los buzones de correspondencia con los lectores y dirigir los contenidos sobre modas se consolidaron como los caminos que permitieron a algunas mujeres consagrarse en el mundo de las publicaciones periódicas. Además, la unión entre buzones de correspondencia y contenidos de moda significó el desplazamiento masculino y la feminización del territorio de las secciones para mujeres en revistas y periódicos.

Estos buzones estuvieron a cargo de las mujeres que escribían los contenidos de moda y que podían aconsejar a otras sobre cuestiones de economía doméstica, reglas de etiqueta y relaciones entre hombres y mujeres. Es posible ubicar a algunas de estas primeras mujeres que escribieron contenidos de moda en México; por ejemplo, a Fanny

Natali de Testa, la cantante de ópera que escribió bajo el nombre de *Titania*, pero junto a ella están mujeres como *Esperanza* y *Josefina* de quienes sólo queda rastro de su seudónimo.

Siguiendo estos pasos aparecen personajes como *Obdulia* (Emilia Enríquez de Rivera), *Mlle. Butterfly* (Carmen Peredo César), *Laura de Pereda* (Amada Linaje de Becerra) encargadas de las secciones de moda y/o buzones con los lectores de publicaciones como *El Tiempo Ilustrado*, *El Diario de El Hogar*, *El Mundo Ilustrado*, *Novedades*, *Revista de Revistas* y *El Hogar*. Hoy se sabe muy poco sobre la vida de muchas de ellas porque su incursión en la batalla entre los sexos no fue ni tan directa ni tan visible. Además, se sabe poquísimo sobre la relación entre las revistas femeninas y las trayectorias de escritoras que lograron ocupar un lugar relevante en el mundo de la literatura.

En cuanto a los buzones de correspondencia que estas mujeres dirigieron es importante señalar que, a través de ellos se fueron apuntalando nuevas formas de conducta y de orientación para las nuevas situaciones en las que ocurrían los encuentros entre hombres y mujeres. A *Beatriz*, por ejemplo, le dijeron que cuando una señora o señorita se encontraba en la calle a “un hombre de su amistad”, debía sonreírle “para significarle con esto que lo ha reconocido y que espera su saludo”.<sup>279</sup>

Los buzones de correspondencia también fueron tribuna desde donde se abordaron cuestiones más allá del tráfigo cotidiano de compra de mercancías para la casa o de cuidados personales y familiares. De hecho, como han señalado otras investigaciones, estos buzones son un espacio privilegiado para observar las luchas femeninas,<sup>280</sup> y como he dicho hasta aquí, también fueron cruciales para consolidar el éxito de las publicaciones periódicas.

Un ejemplo que muestra la relevancia de las secciones de moda y los buzones de correspondencia en la historia de las mujeres en el mundo de los impresos en México es la trayectoria de Emilia Enríquez de Rivera y su revista *El Hogar*. *El Hogar* hizo lo que ninguna otra publicación dirigida por una mujer para mujeres había logrado: circular

<sup>279</sup> A Beatriz, “Contestaciones a las damas”, *El Mundo Ilustrado*, 14 de enero de 1900, p. [15].

<sup>280</sup> Sarah Corona Berkin y María del Carmen de la Peza Casares, *Un siglo de educación sentimental. Los buzones amorosos en México*, México: Universidad de Guadalajara/Universidad Veracruzana/UAM-X, 2007.

durante casi tres décadas continuas (de 1913 a 1942) y contar con edificio e imprenta propias. La historia de esta revista fue resultado del entrecruzamiento de muchos hilos. Uno de estos hilos fue la venta de patrones de confección de vestidos de moda, venta que fue exitosa porque había buzones de correspondencia con las lectoras donde se formaron lazos sólidos entre las redactoras y las lectoras de las revistas.<sup>281</sup>

En resumen, los buzones de correspondencia con las lectoras dieron a los editores la oportunidad de garantizar a los comerciantes que sus mercancías estarían expuestas ante los ojos de un grupo constante de lectoras. Pero más allá de la ganancia comercial, la publicación de esos buzones fungió como uno de los medios de participación femenina en la esfera pública: eran dirigidos por mujeres y participaban en ellos mujeres.

*El Hogar*, de manera particular, fue punto de referencia para las mujeres que participaron en la vida pública de México en las décadas de 1920 y 1930. Antes de entrar de lleno en esta historia sobre la participación femenina en la esfera pública y la importancia de *El Hogar* en este proceso, quisiera resaltar el trabajo de las revistas ilustradas en la vida pública de México durante los años posrevolucionarios.

---

<sup>281</sup> Véase Claudia Tania Rivera Mendoza, "Revista *El Hogar*. Historia de una empresa editorial, su directora y sus lectores. 1913-1942" (tesis de maestría. Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 2010).

#### IV. Las revistas ilustradas y la participación civil en la posrevolución mexicana

Las revistas ilustradas y los diarios fueron activos colaboradores en la vida cultural de México durante el periodo posrevolucionario. Por un lado, contribuyeron a la construcción de nuevos cánones de belleza y, por otro, motivaron la participación femenina en la esfera pública más allá de sus páginas a través de iniciativas como la organización de concursos. Sabemos poco de este tipo actividades y de sus aportaciones a la construcción de la nación mexicana en el siglo XX.

En las próximas páginas daré cuenta de la participación que tuvieron las revistas ilustradas en la esfera pública, sobre todo de la Ciudad de México, a inicios del siglo XX. Los editores y redactores de estos medios impresos convocaron a otros empresarios culturales para organizar concursos que iban desde la búsqueda de la nueva novela mexicana hasta saber quién era la actriz de cine favorita del público o la mujer indígena más “bonita” del país. Con estos concursos, editores y redactores fomentaron la participación de mujeres y hombres más allá de cuestiones políticas vinculadas a la ciudadanía. La relevancia de los editores y reporteros como empresarios y agentes culturales está relacionada con su capacidad para lanzar, empujar y definir temas en la agenda pública.

De manera particular, en este capítulo me interesa situar en el horizonte de las publicaciones periódicas de las primeras décadas del siglo XX a la revista *El Hogar*, una de las fuentes principales de esta investigación. Para lograrlo, esbozo un panorama de las publicaciones periódicas tras la revolución y describo con más detalle las apuestas que realizó *El Universal Ilustrado*, brazo cultural de la empresa periodística *El Universal*, que eran marcadamente opuestas a las de *El Hogar*. Este contraste muestra con más nitidez el perfil de *El Hogar*.

*Contra la jerarquía de las clasificaciones: revistas ilustradas, empresas culturales*

Los impresos contienen ideas y conocimientos cuya recepción depende, en parte, de la *forma* en la que están contenidas pues “no hay texto fuera del apoyo que le da la lectura y [...] no hay comprensión de un escrito, sea cual fuere, que no dependa de las formas en las que llega a su lector.”<sup>282</sup> En este sentido, los editores y su equipo son *intermediarios culturales* porque ponen en circulación y difunden (ofrecen al público) ideas y conocimientos, pero, sobre todo, porque *deciden* las formas (caracteres tipográficos, ilustraciones, separaciones de los textos, tamaño, colores, etc.) y los formatos (revistas, diarios, libros, folletos, antologías, telas, objetos) en los que se plasman esas ideas o contenidos.<sup>283</sup> Estas elecciones, por su parte, construyen (y reproducen) las clasificaciones sociales que distinguen los productos culturales “altos” y “bajos”, es decir, no son pura ocurrencia del editor. Como se dijo antes sobre los contenidos de moda, este orden clasificatorio está pautado por procesos de larga data.

A pesar de su relevancia, las investigaciones sobre los impresos en México han analizado poco las implicaciones de la progresiva especialización de contenidos, es decir, no se ha estudiado con suficiencia por qué un determinado tipo de textos prosperó en un formato específico y qué consecuencias tuvo tal desarrollo. De hecho, lejos de indagarlo es común que algunos estudios renueven las clasificaciones que distinguen a unos formatos de otros, por ejemplo, que se marque una frontera —por fortuna, cada vez más porosa— entre revistas “literarias” y revistas “populares”, situación que impide analizar los vínculos que hay entre unas y otras.<sup>284</sup>

---

<sup>282</sup> Roger Chartier, “Introducción a una historia de las prácticas de lectura en la era moderna (siglos XVI-XVIII)” en *El mundo como representación*, Barcelona, Gedisa, 2005, p. 111.

<sup>283</sup> Tomo este concepto de intermediarios culturales aplicado a los impresores-editores de la primera mitad del siglo XIX en México, del libro coordinado por Laura Suárez de la Torre, *Constructores de un cambio cultural: impresores-editores y librerías en la ciudad de México, 1830-1855*, México, Instituto Mora, 2003, p. 8.

<sup>284</sup> Profesionales de distintas disciplinas han estudiado la cultura impresa. Los comunicólogos han investigado publicaciones de otras épocas, sobre todo diarios. Los estudiosos de la literatura han trabajado con las revistas elaboradas por los literatos (las llamadas revistas literarias). Los historiadores, después del giro cultural y la apertura hacia nuevas fuentes documentales, emprendieron el estudio de la lectura, los libros y los periódicos. En un lapso relativamente corto, de 1998 a la fecha, se han formado grupos de investigación de la cultura impresa que han organizado encuentros, congresos y echado a andar proyectos patrocinados por Conacyt, en distintas universidades de la república mexicana. Un breve repaso sobre el desarrollo de los estudios de la prensa puede leerse en Celia del Palacio Montiel, “La prensa como objeto de estudio. Panorama actual de las formas de hacer historia de la prensa en México”, *Comunicación y Sociedad*, enero-junio de 2006, Nueva época, núm. 5, pp. 11-34.

Va un ejemplo. En su libro *Los contemporáneos ayer*, Guillermo Sheridan señala con acierto que los integrantes del grupo Los Contemporáneos ganaron presencia en la vida cultural de México porque publicaban por igual en revistas *cultas* y *frívolas*.<sup>285</sup> Aunque lo señala, Sheridan no repara en que la experiencia de estos “poetas estudiantes” —como también se les conoció a Los Contemporáneos— es una constante en el mundo de las letras, es decir, que desde el siglo XIX y hasta nuestros días, varias de las figuras laureadas de la literatura practicaron su escritura en impresos “frívolos” antes de consagrarse en el mundo de las letras. Baste decir, en este sentido, que los primeros poemas de Xavier Villaurrutia y Salvador Novo se publicaron en el semanario *El Universal Ilustrado*,<sup>286</sup> que Gabriel García Márquez fue jefe de redacción de la revista femenina *La Familia* y *Sucesos para todos* al inicio de su carrera,<sup>287</sup> que Margo Glantz y la activista de la diversidad sexual Nancy Cárdenas fueron colaboradoras de la revista *Vogue de México* en la década de 1980,<sup>288</sup> y que Elena Poniatowska escribió sus primeros textos en la revista femenina de moda llamada *Madame*.

El mayor problema con esta falta de análisis es que se estudia a los impresos con clasificaciones que perpetúan, sin cuestionamientos, jerarquías sociales. En otras palabras, al analizar las revistas ilustradas sin mirar sus relaciones con otros soportes de lo impreso se dan por sentadas no sólo las distinciones sociales que rigen nuestro mundo sino el mundo social del que formaron parte. Al no reflexionar sobre las relaciones que existen entre las publicaciones cultas y las revistas populares, la historiografía de la cultura impresa y de la prensa ha soslayado: 1. El significado de la circulación de

---

<sup>285</sup> En *Los contemporáneos ayer*, Guillermo Sheridan ubica a las revistas literarias en su contexto, dando los datos de quienes las dirigieron y las fechas de su publicación, pero esto no ocurre con *El Ilustrado*, a pesar de que este semanario es una de las fuentes más socorridas en su investigación (aparece como referencia en el libro poco más de cincuenta veces). Además, establece la diferencia entre unas y otras: “[...] a mediados de 1921 su injerencia en las dos publicaciones más importantes de carácter *culto*, *México Moderno* y *El Maestro*, la una privada, pública la otra, y en la más conocida de las de carácter *frívolo*, *El Universal Ilustrado*, los ha consagrado en la atención pública y, sobre todo, en la de los hombres encargados de la distribución del poder cultural. Habían nacido ‘los poetas universitarios’, que es el nombre que se les empieza a dar en la prensa”. Guillermo Sheridan, *Los contemporáneos ayer*, México, Fondo de Cultura Económica, 2003, p. 103. El énfasis en los adjetivos es mío.

<sup>286</sup> Estos poemas salieron en la página de poesía de *El Universal Ilustrado* el 4 de diciembre de 1919. Citado en Guillermo Sheridan, *Los contemporáneos ayer*, pp. 76 y 78.

<sup>287</sup> José M. Camacho Delgado y Fernando Díaz Ruiz, *Gabriel García Márquez, la modernidad de un clásico*, Madrid, Verdum editorial, 2009, p. 282. Agradezco este dato a Braulio Güémez.

<sup>288</sup> Ixchel del Carmen Velázquez Hernández, “La revista *Vogue* y la cultura en México, 1984-1989”, tesina en historia, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2019, pp.29, 62-63.

contenidos y colaboradores en los distintos medios impresos; 2. La labor cultural realizada por las revistas populares o ilustradas. 3. La historicidad de ciertos contenidos en ciertos formatos;<sup>289</sup> 4. El tipo de distinciones sociales que habitan en las clasificaciones de los impresos, muchas de ellas vinculadas con cuestiones de clase y género.

Por eso no está de más insistir en que las revistas (todas ellas) forman parte de la cultura impresa tanto como los diarios, los libros y los folletos.<sup>290</sup> Que la cultura impresa se ha construido con el trabajo de escritores, editores, impresores, tipógrafos, linotipistas, ilustradores, litógrafos, caricaturistas, fotógrafos y diseñadores. Y que en la configuración de esta cultura también participan quienes hacen circular los impresos (vendiéndolos, prestándolos, etc.) y quienes los usan (leyéndolos, mirándolos, escuchándolos).

Con esto en mente, exploraré el mundo de los impresos durante la posrevolución para comprender mejor el trabajo cultural realizado por revistas ilustradas como *El Hogar*, que circuló por toda la república mexicana entre 1913 y 1942, y que es una fuente primordial para esta investigación.

### *Trazos sobre el mundo de las publicaciones periódicas en la Ciudad de México, 1910-1940*

Los años transcurridos entre 1910 y 1940 fueron efervescentes. En México, mujeres, obreros y campesinos se organizaron para debatir, exigir o echar andar los más diversos

---

<sup>289</sup> El campo de estudios sobre la cultura impresa en México ha producido investigaciones precisas y detalladas, pero fragmentadas. Esta fragmentación ha dificultado los estudios con una visión general que analice las relaciones entre los distintos soportes materiales de lo impreso y las posiciones que han ocupado dichos soportes en el mundo de la cultura impresa a lo largo del tiempo (esto es, la jerarquización de los soportes materiales o por qué los libros ocupan una posición prestigiosa en la cultura impresa). En la historia de la prensa, por ejemplo, el análisis de los vínculos entre las distintas publicaciones de un momento histórico dado ha sido desplazado por el afán descriptivo y por el deseo de hacer una periodización según las transformaciones (interpretadas, sobre todo, a partir de cambios tecnológicos) de los materiales impresos. Con esta especialización también se han distanciado la historia y los historiadores del libro, de la historia y los historiadores de la prensa y, de remate, se han separado los análisis de las distintas publicaciones periódicas, apartando a los periódicos de las revistas e, incluso, alejando las investigaciones de las revistas ilustradas de las literarias. Un camino que puede solventar estas distancias es seguir las trayectorias laborales de los productores de la cultura escrita e impresa.

<sup>290</sup> Entiendo por revistas y diarios todos los papeles impresos que se publican periódicamente. Retomo esta sencilla y clara definición de Jacqueline Covo, "La prensa en la historiografía mexicana: problemas y perspectivas", *Historia Mexicana*, vol. XLII, núm. 3, enero-marzo de 1993, p. 689.

proyectos (concursos, congresos, asociaciones, clubes, sindicatos) mediante un sinnúmero de medios (desde manifestaciones en las calles y a través de publicaciones periódicas hasta el uso de la fuerza física). En este contexto de intensa participación civil, las empresas periodísticas cobraron especial relevancia. Algunas veces fungieron como voceras e intermediarias de distintos movimientos; otras veces fueron tribunas de los grupos que se enfrentaban en los campos de batalla y también informaron sobre lo ocurrido en los frentes (o cómo se preparaban para la ofensiva) de las muchas guerras habidas durante esas décadas (las Revoluciones mexicana y rusa, las dos Guerras Mundiales y la guerra civil española por mencionar algunas).<sup>291</sup>

Esta pluralidad de voces también se acentuó porque la revolución logró diversificar y democratizar, al menos por un tiempo, la estructura de propiedad de los bienes, es decir, de edificios, imprentas y máquinas. Estas circunstancias abrieron paso a una nueva generación de empresas y editores,<sup>292</sup> y moldearon nueva cartografía en el mundo de los impresos que ya era visible desde los primeros años del movimiento revolucionario y continuaría configurándose durante toda la década de 1910.<sup>293</sup>

La escasez de materias primas (papel, tinta, etc.), el mal funcionamiento del correo por el bloqueo de los caminos y la intensa migración durante el primer lustro de la década de 1910 dificultaron el ritmo de impresión y terminaron con la vida de algunas publicaciones. Por ejemplo, en pleno enfrentamiento revolucionario, entre 1914 y 1916, desaparecieron *El Mundo Ilustrado (1894)* y *El Imparcial (1896)*, empresas que habían

---

<sup>291</sup> Durante la fase violenta de la revolución mexicana, los villistas tuvieron como escaparate *El Monitor, Tierra y Justicia* era el espacio impreso para los zapatistas; los carrancistas contaron con dos ventanas al público, *El Radical* y *El Pueblo*. Además de estos títulos, se editaron “Numerosos panfletos, hojas sueltas, volantes, diarios, semanarios, muchos de los cuales publicaron un solo número [...]”. Engracia Loyo, “La lectura en México, 1920-1940” en Seminario de Historia de la Educación en México, *Historia de la lectura en México*, Ciudad de México: El Colegio de México, 1999, p. 246.

<sup>292</sup> Ana María Serna, “Prensa y sociedad en las décadas revolucionarias”, *Secuencia*, 8 de abril de 2014, núm. 88, pp. 111-114.

<sup>293</sup> Los efectos de la Revolución mexicana en el mundo de la cultura impresa fueron diferentes para los distintos medios impresos. En el campo de las publicaciones periódicas hubo un cambio significativo, pues desaparecieron las empresas que lideraban el campo. En la producción de libros resultó un estímulo para echar a andar casas editoriales nacionales. En plena fase armada de la revolución se inauguró la editorial Porrúa (1914) y dos años más tarde la editorial Cvltvra comenzó a publicar cada quincena unos cuadernos con obras de escritores extranjeros consolidados y literatos mexicanos como Manuel Gutiérrez Nájera y Salvador Díaz Mirón. Un estudio sobre la editorial Cvltvra puede leerse en Freja I. Cervantes Becerril, “La edición literaria en días agitados: la colección Cvltvra (1916-1923)” en Laura Suárez de la Torre (coord.) *Estantes para los impresos, espacios para los lectores. Siglos XVIII-XIX*, Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 2017, pp. 178-212.

introducido el modelo noticioso de la prensa industrial en México.<sup>294</sup> Este tipo de prensa, cuyo objetivo era brindar información actual y oportuna a sus lectores, estimuló nuevas formas de lectura y de presentación de los textos e imágenes; además, sus finanzas dependieron menos de las suscripciones de lectores y más de la venta de espacios publicitarios y del apoyo gubernamental. Este modelo empresarial fue inspiración tanto de las publicaciones que sobrevivieron a la Revolución mexicana como de las que emergieron en las siguientes décadas. Pero por ahora me interesa enfatizar la formación de una nueva geografía de publicaciones periódicas.

En 1910 se fundó *Revista de Revistas*, semanario que se publicó desde 1910 hasta la década de 1990<sup>295</sup> y que en 1913 impulsó *El Hogar*, una revista para mujeres que circularía poco más allá de 1940. En 1916 surgió *El Universal*, primer diario de la nueva generación que dominaría el mundo de los periódicos mexicanos a lo largo del siglo XX. Un año después, y gracias al éxito de *Revista de Revistas*, se publicó el periódico *Excelsior* (1917). Tanto *Excelsior* como *El Universal* diversificaron su producción tan pronto como las condiciones de guerra lo permitieron, de manera que en la década de 1920 ya eran cadenas periodísticas. La casa del diario *El Universal*, por ejemplo, editaba la revista *El Universal Ilustrado*, el diario vespertino *El Universal Gráfico*, *The Mexican Post* y *El Universal Taurino*.

Esta nueva generación de empresas tuvo como editores a jefes revolucionarios como Félix Palavicini, cabeza de *El Universal*, Salvador Alvarado, editor de *El Herald*, y José García Valseca de *Los Soles*. Pero también hubo personajes ajenos al mundo de

---

<sup>294</sup> Ambas publicaciones contenían una fuerte cantidad de imágenes (grabados y fotografías), se realizaban con rotativas de última generación tenían un gran tiraje, sus páginas contenían notas breves e informativas con fotografías para documentarlas y una mayor cantidad de anuncios de casas comerciales. Según datos ofrecidos por la historiadora Milada Bazant, *El Imparcial* comenzó con un tiraje de 65 mil y llegó a imprimir hasta 125 mil ejemplares. Más información sobre este modelo en: Milada Bazant, "Lecturas del Porfiriato", p. 219; Rosalba Cruz Soto, "Las publicaciones periódicas y la formación de una unidad nacional" en *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea*, vol. 20, documento 253, <http://www.historicas.unam.mx/moderna/ehmc/ehmc20/253.html#rnf33> [consulta en línea 12 de septiembre de 2013]; Antonio Saborit, *El Mundo Ilustrado de Rafael Reyes Spíndola*, México, Grupo Carso, 2003 y Alberto del Castillo Troncoso, "El surgimiento de la prensa moderna en México" en Elisa Speckman (Coord.), *La república de las letras. Asomos a la cultura escrita del México decimonónico*, vol. II, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 2005, pp. 105-118.

<sup>295</sup> Un primer acercamiento a la historia de esta revista en sus primeros años puede leerse en María Amparo del Alto Aguilar, "Revista de Revistas: El semanario más completo variado e interesante de la República (1910-1930)", tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación, FCPyS-UNAM, 2004, y Armando Pereira (coord.), *Diccionario de literatura mexicana. Siglo XX*, México, UNAM/Ediciones Coyoacán, 2004, pp. 431 y 432.

la política, entre ellos, algunas mujeres como Emilia Enríquez de Rivera, directora de la revista *El Hogar* o María Ríos Cárdenas, directora de *Mujer*; y a jóvenes fanáticos del cine como Carlos Noriega Hope, editor de *El Universal Ilustrado* (en adelante *El Ilustrado*). Además, en la década de los años treinta también hubo cooperativas de obreros que dirigieron periódicos como *La Prensa* y *Excélsior*.

Junto a estas publicaciones de corte empresarial circulaban revistas de perfil literario e intelectual como los proyectos privados *San-Ev-Ank* y *Nosotros*, y *El Maestro*, y *El Libro y el Pueblo* dirigidos por el recién nacido Estado revolucionario. Estos proyectos tenían como principal objetivo “combatir la ignorancia” y “cultivar a las masas populares”, de ahí que en sus páginas se incluyeran, sin mucho sentido didáctico, los versos más novedosos y las discusiones más sesudas sobre la estética que debía adoptarse en la nueva nación revolucionaria. Pero a diferencia de las empresas con perfil comercial, todas estas publicaciones tuvieron vidas cortas: ninguna logró un financiamiento estable y sus lectores, más bien selectos, eran poquísimos.<sup>296</sup>

A diferencia de esos impresos “eruditos”, revistas como *El Hogar*, *Revista de Revistas* (1910), *El Ilustrado* (1918) y *Jueves de Excélsior* se publicaron durante décadas. Sus páginas albergaban una amplia gama de contenidos, desde noticias y columnas sobre política nacional e internacional, notas de eventos curiosos ocurridos en cualquier parte del mundo, caricaturas y partituras hasta secciones femeninas con información sobre moda, recetas de cocina, indicaciones para realizar algún bordado y cursos de taquigrafía. Sin embargo, tal como ocurría con las revistas “literarias”, su oferta de lectura también incluía poesía, cuentos y novelas, y en sus equipos de redacción escribía y trabajaba la gente más letrada del país, muchos de ellos estudiantes de la Escuela Nacional Preparatoria. A pesar de estas coincidencias y de que eran hechas por casi las mismas personas, las publicaciones ilustradas y las literarias se percibían —y perciben— como productos distintos.

Ejemplo de esta distinción entre publicaciones, son las definiciones de *El Ilustrado* que hicieron su editor Carlos Noriega Hope y su colaborador Salvador Novo. Novo decía que *El Ilustrado* era una “revista de peluquería” porque la variedad de sus contenidos,

---

<sup>296</sup> Engracia Loyo, “La educación del pueblo” en Seminario de Historia de la Educación en México, *La Educación en México*, México, El Colegio de México, 2011, pp. 160-162.

abordados con ligereza, podía ser leída por todo aquel que esperara su turno para cortarse el pelo, afeitarse la barba o asearse el calzado.<sup>297</sup> Carlos Noriega Hope, por su parte, declaró que el ideal de la revista que dirigía era “un ideal frívolo y moderno, donde las cosas trascendentales se ocultan bajo una agradable superficialidad.”<sup>298</sup> Ambas declaraciones contienen pistas que permiten reflexionar sobre las categorías que han separado a unas revistas de otras.

A partir de estas descripciones —elaboradas por contemporáneos de la época de estudio— se puede afirmar que la frivolidad de una revista resultaba tanto de la gran variedad de temas que contenía como de la forma de abordarlos: con ligereza. La segunda pista para comprender qué era una revista frívola es menos evidente pero quizás más reveladora, pues señala el espacio físico donde se suponía que podían leerse este tipo de revistas y los lectores que alcanzaba. Según Novo, las revistas ilustradas podían leerse en un espacio tan profano como las peluquerías porque su lectura no requería de un espacio silencioso que fomentara la mayor concentración; al contrario, estas revistas podían leerse mientras se esperaba el turno para pulir la apariencia física acicalándose ya fuera afeitándose o arreglándose la barba o el bigote, o cortándose el pelo. Y en aquella década, además, las mujeres también esperaban su turno en las peluquerías para lucir sus nuca con corte a la *bob* o a la *garçon*.

Varias décadas después, la Real Academia de la Lengua incluyó el uso del término “frívolo” para describir un tipo específico de publicación, las publicaciones frívolas que se distinguían por abordar temas “con predominio de lo sensual”.<sup>299</sup> El adjetivo sensual hace referencia a aquello vinculado con las sensaciones de los sentidos o lo que busca satisfacerlos. De esta manera, una publicación frívola es aquella cuyos contenidos refieren a sensaciones sensoriales o que buscan satisfacerlas. Entre los contenidos de las revistas ilustradas de las primeras décadas del siglo XX destacan las imágenes ya

---

<sup>297</sup> Salvador Novo, “Alrededor de las barbas”, *El Universal Ilustrado*, 21 de mayo de 1925, año 9, núm. 419, p. 26.

<sup>298</sup> J. M. González de Mendoza, “Carlos Noriega Hope y *El Universal Ilustrado*” en *Carlos Noriega Hope (1898-1934)*, México: Instituto Nacional de Bellas Artes/Secretaría de Educación Pública, 1959.

<sup>299</sup> Aunque las declaraciones de Hope y Novo son vestigios de este uso del término frívolo, la Real Academia de la Lengua agregó en la entrada del término frívolo la definición de publicación frívola (en 1984! Desde entonces aparece así: “Dicho de una publicación: que trata temas ligeros, con predominio de lo sensual.” Véase la entrada “frívolo” en el Nuevo Tesoro Lexicográfico de la Lengua Española. <http://ntlle.rae.es/ntlle/SrvltGUIMenuNtllle?cmd=Lema&sec=1.0.0.0.0>.

sean fotografías, dibujos o grabados que, podemos suponer, buscaban satisfacer la mirada de sus lectores. Las imágenes más comunes en este tipo de revistas son caricaturas y fotografías de estrellas de cine, de eventos políticos o sociales, y de personajes o acontecimientos curiosos ocurridos, sobre todo, en Estados Unidos y Europa. Pero hay diferencias notables entre las mismas publicaciones ilustradas.

Aunque los redactores de *El Ilustrado* y *El Hogar* decían que sus revistas eran para las familias, hay diferencias interesantes entre ambas. En *El Ilustrado*, por ejemplo, predominan los retratos de estrellas de cine y también de las tiples del momento; en las páginas de *El Hogar*, por su parte, destacan los diagramas y dibujos de bordados, tejidos, los figurines, las ilustraciones de novelas y los retratos de niños y mujeres. Estos contenidos, decían los editores de ambas revistas, estaban dirigidos a las familias. En todo caso, lo relevante en este momento es anotar que ambas buscaban atraer a sus lectores no sólo con novelas cortas o los últimos sucesos en el mundo de la política o la economía nacional e internacional, sino incluyendo otro tipo de información dirigida de manera específica a lectoras.

Si detrás de la etiqueta que distingue entre contenidos fútiles e importantes, de la distinción entre publicaciones frívolas y cultas, se esconde una clasificación de públicos diferenciados por cuestiones de género y, quizás, de clase social, entonces la actividad de *El Ilustrado*, *El Hogar* y de otras revistas ilustradas de esta época es todo menos “frívola”. Es verdad que estas publicaciones evitaron “metódicamente todo lo que [pudiera] escandalizar y alejar a una fracción de su público actual o potencial”,<sup>300</sup> los conflictos políticos o sociales no quedaron fuera de sus páginas. La postura de estos impresos frente al gobierno fue explícita en ocasiones apremiantes para los editores; Enríquez de Rivera escribió en *El Hogar*, por ejemplo, un editorial en contra de la expulsión de sacerdotes católicos en febrero de 1926.<sup>301</sup>

Ahora bien, aunque este tipo de momentos pueda ser revelador, no son el eje de mi reflexión. Sostengo que es a través de los contenidos que no están vinculados de manera explícita con cuestiones políticas donde se aprecia mejor la forma como

---

<sup>300</sup> Pierre Bourdieu, *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1998, p. 453.

<sup>301</sup> Emilia Enríquez de Rivera, Obdulia, “Deplorables errores” 23 de febrero de 1926, año 13, núm. 307, p. 5.

intervinieron estas publicaciones en las intensas luchas de poder después de la fase armada de la revolución. Entre los años 1920 y 1940, el trabajo de los editores y colaboradores de las revistas ilustradas fue crucial para la vida cultural del país, pues fungieron como intermediarios culturales no sólo al seleccionar textos, sino al propiciar la participación civil de sus lectores a partir de la organización de concursos de toda índole.

*Convocatoria abierta. Los concursos de diarios y revistas, motores de la participación civil*

Por más que el financiamiento de las publicaciones “industriales” dependiera cada vez menos de las suscripciones y más de la venta de espacios publicitarios, los lazos con los lectores estaban lejos de ser anónimos. Como se verá, el vínculo con algunos lectores era estrecho y, para algunas publicaciones esas comunidades lectoras fueron cruciales en el desarrollo de su historia. Es decir, por más que se diga que el financiamiento de las publicaciones en el modelo industrial dependía de la venta de espacios de publicidad, lo cierto es que los lectores llenaban de vida a estas empresas más allá de las páginas que las formaban. La organización de concursos fue una de las vías para mantener y estrechar estos vínculos; de hecho, este tipo de iniciativas indican una relación de los impresos y los lectores más allá de la lectura misma.

En 1905, *El Imparcial* publicó la convocatoria del Concurso Feminista que llamaba a mecanógrafas y estenógrafas a participar en una competencia que premiaría a la mujer que escribiera más rápido y con menos errores.<sup>302</sup> Aunque no fue el primer concurso organizado por una empresa periodística,<sup>303</sup> a partir de él se hizo visible la figuración que existió durante varias décadas entre empresas periodísticas, empresas comerciales e instituciones gubernamentales. Además, a partir de El Concurso Feminista se puede apreciar cómo la organización de estos eventos fomentaba y reproducía definiciones de

---

<sup>302</sup> Susie Porter, *From Angel to Office Worker*, pp. 51-55. “Lecturas del Porfiriato”, p. 219.

<sup>303</sup> Se sabe que tanto *El Mundo Ilustrado* como *El Imparcial* organizaron concursos desde finales del siglo XIX. En 1906, *El Mundo Ilustrado* anunció su sexto concurso que esta vez, dijeron, “de puro entretenimiento ni lucubración intelectual” sino un problema práctico, de economía doméstica. *El Mundo Ilustrado*, “Sexto concurso semanal de *El Mundo Ilustrado*”, 15 de julio de 1906, p. 5.

fenómenos y situaciones sociales que atravesaron las vidas de quienes habitaron, sobre todo, en la Ciudad de México, y fueron relevantes durante el siglo XX.

Además de convocar de manera exclusiva a mujeres, este concurso ilustra el uso –al menos uno de los primeros usos– que tuvo el término “feminista” en México. Este significado consistía, como apunta Susie Porter, en señalar el cambio de la participación femenina dentro del mercado de trabajo encarnado en las mecanógrafas que trabajaban en las oficinas de empresas gubernamentales y comerciales, y que simbolizaban el “avance” profesional de las mujeres. Además de poner en circulación este significado, las publicaciones periódicas también fueron de las primeras en usar la palabra “feminista” con ese sentido pues, como Porter señala, este uso quedó registrado en la prensa hacia 1897, unos años antes de lo hasta hace poco se tenía registrado en el contexto mexicano.

En la organización del Concurso Feminista, como en muchos de los otros concursos organizados en las décadas por venir, la participación de funcionarios públicos fue relevante. El jurado de esta competencia lanzada por *El Imparcial*, por ejemplo, fue designado por la Secretaría de Instrucción Pública y estuvo integrado por instructores la Escuela Comercial Miguel Lerdo de Tejada, presidido, además, por la directora de esta escuela, la señorita Raquel Santoyo. Dicho con otras palabras, este jurado estuvo integrado por personas que se desempeñaban como empleados públicos. Ahora bien, el concurso fue tan importante que *El Imparcial* organizó otros en los siguientes años y, hacia 1913, apunta Porter, el Ministerio del Interior contrató a mecanógrafas a través de este mismo formato (un concurso).

En la organización del Concurso Feminista hubo otras constantes que se repetirán en los certámenes organizados años más tarde. Por ejemplo, la participación de empresas comerciales, como patrocinadores de premios. En el Concurso Feminista las empresas patrocinadoras fueron las compañías de máquinas de escribir Oliver, Remington, Unerwood y Smith Premier y el premio principal fue, precisamente, una máquina de escribir. De igual forma, tal como ocurría cuando se publicaban notas sobre concursos organizados por instituciones como el Conservatorio Nacional o La Secretaría de Instrucción, *El Imparcial* publicó fotografías de las ganadoras, pero estas fotos mostraban, además, los premios obtenidos. Finalmente, pero no menos relevante porque

supone la organización entre editores con otros productores culturales, la organización del concurso incluyó la creación de una pieza musical, *Bella Tipógrafa*. Un vals lento.

El estallido revolucionario no detuvo la organización de concursos realizados por diarios y revistas. Durante las décadas de 1910 y 1920 las publicaciones periódicas, entre ellas las “revistas de peluquería” o de contenidos “frívolos”, invitaron a sus lectores a participar en una infinidad de certámenes, ya votando para elegir a una futura estrella de cine, a una tiple, a la india más bonita o a la obrera más simpática; ya componiendo música popular, escribiendo poemas o novelas, e incluso confeccionando vestidos o demostrando sus habilidades como pilotos de automóviles. Como se verá, esta figuración de actores e instituciones (publicaciones periódicas, instituciones gubernamentales, empresas comerciales y productores culturales) fue crucial en el desarrollo cultural de las primeras décadas del siglo XX en México.

La organización de estos concursos fue una estrategia lanzada por los editores para encontrar un lugar en el negocio de los impresos. Con su organización, los editores obtenían pruebas de la cantidad de lectores que tenían, pues la participación solía estar condicionada a la compra de los ejemplares donde se publicaban cupones que los concursantes debían enviar a las oficinas de redacción o depositar en lugares como, por ejemplo, cines. Además, los participantes tenían que consultar las publicaciones para informarse sobre la marcha de los concursos –que casi siempre terminaban por cerrarse después de la fecha prometida.

Esta dinámica permitió a los editores ofrecer a los anunciantes las páginas de las revistas y los diarios como un atractivo escaparate para publicitar sus mercancías, pues garantizaba la mirada constante de las mercancías o servicios que ofrecieran ante un público lector.<sup>304</sup> De hecho, algunos de los premios siguieron corriendo por cuenta de las casas comerciales, como en el Concurso de Primavera de *El Hogar* (1919) en el que El Nuevo Mundo, la sombrerería La Popular, la rebocería El Progreso y la zapatería Precios Bajos, entre otros comercios, premiaron a los concursantes ganadores.<sup>305</sup> La

---

<sup>304</sup> Desde finales del siglo XIX, los editores lanzaron diversas estrategias para hacer de sus páginas un negocio publicitario. Más sobre este tema puede leerse en Denise Hellion, *Exposición permanente*, pp. 35-51.

<sup>305</sup> “Concurso de Primavera de *El Hogar*” en *El Hogar*, 1 de febrero de 1919, año 6, núm. 68, p. 32, y “Concurso de Primavera de *El Hogar*”, *El Hogar*, 1 de marzo de 1919, año 6, núm. 69, p. 32.

participación de las casas comerciales en los concursos de las revistas llegó incluso a los escaparates: en el certamen para celebrar los 15 años de *El Hogar* (1928), El Palacio de Hierro mostró en una de sus vitrinas las labores realizadas por las lectoras que participaron en el Concurso de Labores de *El Hogar*.<sup>306</sup>

Sumado a estos beneficios comerciales para las empresas editoriales, los concursos incentivaron la incipiente cultura de consumo entre los lectores no sólo porque los ponían en contacto permanente con la publicidad sino porque los premios de algunos concursos eran mercancías anunciadas en las páginas de los impresos. Por ejemplo, el Gran Concurso de los Ojos, organizado en abril de 1921 por diario *El Heraldo*, premió a las tres concursantes ganadoras —cuyos ojos habían sido filmados y se proyectaron en una función especial— con “una victrola de gabinete, una victrola de mesa y un fonógrafo”.<sup>307</sup> En los concursos de *El Hogar*, por su parte, los ganadores recibieron desde novelas, lapiceros, material para manualidades y cajas de chocolate, hasta máquinas de coser, planchas de gasolina, cámaras fotográficas, lámparas, rebozos y zapatos.<sup>308</sup> Pero las consecuencias de estos certámenes fueron más allá de la mera ganancia comercial o del éxito editorial.<sup>309</sup>

Las publicaciones periódicas tuvieron una fuerte participación en el mundo de la cultura “legítima” a través de este tipo de proyectos. Como sus antecesores, los editores de publicaciones periódicas de las primeras décadas del siglo XX también promovieron las obras de escritores nacionales, aunque ahora se encontraban en una situación distinta. A la efervescencia cultural que buscaba reconfigurar el universo simbólico de la sociedad mexicana se sumó el éxodo de escritores e intelectuales que había provocado

---

<sup>306</sup> Claudia Tania Rivera, “Revista *El Hogar*. Historia de una empresa editorial, su directora y sus lectores”, p. 79.

<sup>307</sup> Ángel Miquel, *Por las pantallas...*, p. 100.

<sup>308</sup> Claudia Tania Rivera, *Op. Cit.*, pp. 59-60 y 68-69.

<sup>309</sup> Armando Gómez Rivas porque propone una clasificación que distingue concursos según su orientación: unos son de *orientación intelectual* o estética, como el Concurso de música popular mexicana organizado por *El Universal* en 1917, de otros de *orientación populista*, como el de Obrera Simpática. Además de proponer esta clasificación, Gómez Rivas afirma que el afán de los organizadores por encontrar elementos nacionalistas “sólo revelan un lugar común [...] y tienen un fin publicitario y comercial”. Al hacer esta clasificación de los concursos, Gómez Rivas parte de una distinción social entre alta y baja cultura que nunca analiza; además de esta falta de análisis, Gómez Rivas no pondera y deja de lado las consecuencias de estos concursos más allá del ámbito comercial y publicitario. Armando Gómez Rivas, “El concurso de música popular mexicana de *El Universal*”, en *Heterofonía. Revista de investigación musical*, núm. 132-133, enero-diciembre de 2005, pp.121-133.

la violencia revolucionaria. Este éxodo había dejado plazas vacías que jóvenes aspirantes o viejos excluidos deseaban —y podían— ocupar. De ahí que las páginas de poesía y los concursos literarios organizados por los diarios fungieran como espacios donde esos aspirantes ensayaron su escritura y desde donde, eventualmente, se integraron al mundo literario, como ocurrió con los literatos Novo y Xavier Villaurrutia.

En agosto de 1915, el periódico *El Mexicano* lanzó un concurso de cuento. Aunque hacía poco la Ciudad de México había pasado por momentos de gran convulsión —escasez de alimentos sumada a la ocupación de villistas, zapatistas y carrancistas que cobraron algunas vidas—<sup>310</sup> este concurso convocó a doscientos treinta participantes, quienes enviaron sus cuentos a las oficinas del diario. Según Aurelio de los Reyes, en este certamen abundaron las “obritas de novatos” (entre éstas, posiblemente un borrador de *Los de Abajo*, de Mariano Azuela).<sup>311</sup>

Luego del concurso de *El Mexicano*, otros diarios llamaron a escritores y a cualquiera con aspiraciones literarias para que inscribieran sus textos en distintos torneos.<sup>312</sup> La empresa *El Universal* fue una de las más activas en este aspecto, pues entre 1917 y 1922, organizó dos torneos encabezados por el diario *El Universal* y por el semanario *El Ilustrado*. Los concursos que lanzaron a través del periódico fueron de canciones y sonetos (que resultaron exitosos, pues dijeron que llegaron ochocientas composiciones), y otro de novela corta del que fue jurado José Vasconcelos, entonces rector de la Universidad Nacional de México. *El Ilustrado*, por su parte, organizó dos concursos de cuentos,<sup>313</sup> uno de los cuales se declaró desierto, pero dio origen al suplemento gratuito La Novela Semanal de *El Universal Ilustrado*. En este suplemento volvió a publicarse *Los de Abajo* de Mariano Azuela, además de *Señorita Etcétera* de

---

<sup>310</sup> Rene Jara Rabell realizó un fino estudio sobre la vida cotidiana en la ciudad de México durante estos meses. Véase Rene Jara Rabell, “Un desorden para verse: la revolución en la ciudad de México, 1914-1915”, tesis de maestría en historia moderna y contemporánea, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 1993.

<sup>311</sup> Más información sobre este concurso puede leerse en Aurelio de los Reyes, “De cine, de literatura y de otras cosas en el México de 1924 a 1928”, tesis de doctorado en letras, UNAM-FFyL, 2010, pp. 335-339.

<sup>312</sup> Otras instituciones también realizaban concursos, como el Concurso de Poesía de los Juegos Florales que organizó la Universidad Nacional en septiembre de 1921 para conmemorar el Centenario de la Consumación de la Independencia y que ganó Jaime Torres Bodet. Véase el “Proemio” en Guillermo Sheridan, *Los contemporáneos ayer*, México, Fondo de Cultura Económica, 2003.

<sup>313</sup> “Nuestro primer concurso de cuentos nacionales” en *El Universal Ilustrado*, 16 de agosto de 1918, p. 8.

Arqueles Vela y *La llama fría* de Gilberto Owen, obras que se convertirían en referentes de la literatura mexicana del siglo XX.<sup>314</sup>

Pero no sólo los egresados de instituciones educativas tuvieron la posibilidad de hacer públicas sus creaciones a través de estos concursos. *El Hogar* organizó una justa titulada Composiciones sin Verbos fraguada al calor del carteo con las lectoras en el buzón de correspondencia Entre Lectoras. Como se verá más adelante, en los buzones de correspondencia de *El Hogar* se formaron vínculos fuertes ente una comunidad de lectoras y las encargadas del buzón, Carmen Peredo César y Amada Linaje de Becerra –ambas jóvenes asistían a los cursos de literatura impartidos en la Escuela de Altos Estudios y estuvieron bajo el mando de la sección de modas de la revista (regresaremos a esta cuestión más adelante). El Concurso de Composiciones sin Verbos tuvo poca convocatoria (sólo se animaron a participar catorce lectoras),<sup>315</sup> sin embargo, el buzón de correspondencia se convirtió en escenario donde las lectoras hicieron públicas sus dotes literarias hasta bien entrada la década de 1930. Estos ejemplos muestran el trabajo realizado por los editores de periódicos y revistas ilustradas a inicios de siglo XX en el mundo de la cultura “legítima” de aquellos años y los esfuerzos de otras por hacer públicas las dotes literarias de las mujeres, pero su campo de acción fue más allá de ésta.

Uno de los ámbitos donde es más visible la labor de las publicaciones impresas en el mundo cultural es en la promoción del cine, el arte más nuevo de aquellos años. El primer concurso lanzado por las empresas periodísticas de la década de 1920 fue La Reina del Cine, organizado por *El Ilustrado*. La respuesta de los lectores, según la propia empresa, fue numerosa. Pero más allá de esta declaración, se puede comprobar la relevancia del concurso tomando en cuenta la respuesta de diarios como *El Heraldo de México*, *Excelsior*, *El Globo* y *El Demócrata* que, tras La Reina del Cine, organizaron sus propios torneos cinematográficos.<sup>316</sup>

<sup>314</sup> 18 novelas de “*El Universal Ilustrado*”. 1922-1925, México, Instituto Nacional de Bellas Artes, 1969.

<sup>315</sup> “Entre lectoras” en *El Hogar*, 10 de octubre de 1923, año 10 núm. 195, p. 36. “Concurso que termina” en *El Hogar*, 20 de mayo de 1924, año 11, núm. 224, p. 37. Más información sobre este concurso y las composiciones publicadas en Claudia Tania Rivera Mendoza, “Historia de una empresa editorial, pp. 117-120 y 185-191.

<sup>316</sup> Estos concursos se pueden clasificar en tres categorías: a) los que tenían como fin encontrar o formar actores (hacer nuevas estrellas), llevados a cabo entre 1923 y 1928; b) los que convocaban a escritores de argumentos para películas, realizados en 1925 y 1928; c) los que buscaron conocer la opinión y los

Al organizar estos concursos cinematográficos, los editores ganaron presencia con otros productores económicos y culturales, pues tuvieron que coordinarse con empresarios (por ejemplo, con distribuidores y productores de cine) y con casas comerciales para premiar a los ganadores. Entre los premios hubo viajes a Los Ángeles para hacer pruebas con productoras como Paramount,<sup>317</sup> cursos en escuelas (como la escuela de cine Berta Singerman) y papeles protagónicos de películas (como *Cobardes* o *Corazón de Gloria*, cinta que produciría la empresa Amex de Film).<sup>318</sup> Los editores de las publicaciones periódicas también prometieron financiar la filmación de cortos y noticiarios,<sup>319</sup> enviar los argumentos de película mejor escritos a productoras como la Metro Goldwyn Meyer,<sup>320</sup> o impulsar la carrera de incipientes actrices de cine. Con este tipo de labores, los editores fomentaron la escritura de argumentos de película, alentaron las aspiraciones de posibles directores y actrices/actores de cine y edificaron el espacio para la crítica de cine.

La figuración de editores, empresarios y lectores fue todavía más allá. Para dar cuenta de ello, tomaré como ejemplo las estrategias lanzadas para ganar el Concurso La Reina de las Fiestas Patrias, organizado por el diario *Excélsior* en 1923. En esta competencia algunas mujeres de las colonias Santa María y San Rafael de la Ciudad de

---

gustos del público, los organizados por *El Ilustrado* y *El Heraldo de México* en 1920 y otro que buscó saber cuál había sido la película más gustada en 1923.

<sup>317</sup> “Jóvenes aquí está lo que estaban esperando” en *El Demócrata*, domingo 25 de marzo de 1923, p. 5.; “La mujer de la costa viene a disputarse” en *El Demócrata*, domingo 1 de abril de 1923, p. 1.; “Honoraria Suárez, la vencedora del concurso cinematográfico...” en *El Demócrata*, viernes 22 de junio de 1923, p. 3; “Murió en Los Ángeles la señorita Honoraria Suárez” en *El Universal*, miércoles 27 de octubre de 1926, p.7

<sup>318</sup> “El director de la Amex-Film fija los lineamientos para los trabajos de los que triunfaron en el concurso” en *El Demócrata*, domingo 6 de diciembre de 1925, p. 1; “Un balance de nuestro concurso cinematográfico” en *El Demócrata*, domingo 27 de diciembre de 1925, 3ª sección, p. 3, “Ayer terminó el concurso” en *El Demócrata*, jueves 31 de diciembre de 1925, p. 9; “Añoche comenzó a imprimirse la película *Corazón de Gloria*” en *El Demócrata*, 15 de enero de 1926, p. 12.

<sup>319</sup> “El nuevo gran concurso cinematográfico de *El Demócrata*” en *El Demócrata*, viernes 30 de enero de 1925, p. 14.

<sup>320</sup> En 1928, *Excélsior*, en mancuerna con la casa productora Metro Goldwyn Meyer, publicó un concurso para seleccionar diez argumentos que serían enviados a la productora norteamericana, misma que determinaría cuál de ellos sería llevado a la pantalla. Según las notas publicadas sobre este concurso, los directivos de *Excélsior* dijeron estar complacidos por la participación de sus lectores y porque entre los argumentos seleccionados había uno de una chica de catorce años y otro de un obrero. “Tendrá el cine una alta labor que desempeñar” en *Excélsior*, martes 22 de mayo de 1928, 2ª sección, p. 1; “La Metro Goldwyn Meyer llevará a la pantalla...” en *Excélsior*, domingo 13 de mayo de 1928, 3ª sección, p. 5; “Ha fallado el jurado calificador...” en *Excélsior*, martes 27 de noviembre de 1928, p. 1; “Bella señorita que nos cuenta sus impresiones” en *Excélsior*, miércoles 28 de noviembre de 1928, p. 3.

México organizaron una sesión musical a favor de sus concursantes, y lograron que los dueños del cine Majestic les prestaran sus instalaciones para realizar el concierto y obtener dinero para comprar votos para su candidata y enviarlos al diario. Los estudiantes del Colegio Militar, por su parte, prepararon un festival en otro cine, el Olimpia. También las vecinas de las colonias Juárez y Roma hicieron una fiesta para apoyar a sus “gallos”, recabar dinero y enviar los cupones a las oficinas del diario.<sup>321</sup> Es decir, este concurso propició la participación de estudiantes y, más revelador aún, fomentó la organización de algunas mujeres que tenían en común su lugar de residencia para un asunto que no tenía ninguna relación con fiestas patronales, cuestiones religiosas o vinculadas con algún acto de caridad o beneficencia.<sup>322</sup> Por más fútil que parezca, la organización de este tipo de eventos (decidir dónde hacerlo y cómo conseguir el lugar) requiere de esfuerzos de planeación y coordinación que han sido desdeñados, pero que dan cuenta de vínculos entre mujeres en ámbitos seculares.

Terminaré de calibrar el trabajo de editores y directores de diarios y revistas en el ámbito cultural durante estas primeras décadas del siglo XX con dos concursos, el Concurso de la India Bonita, organizado en 1921, por iniciativa de Rafael Pérez Taylor,<sup>323</sup> y que Félix Palavicini, entonces director de la cadena *El Universal*, lanzó para festejar el centenario de la consumación de la independencia. El otro concurso, más pequeño, nació a través del buzón de correspondencia de Buzón Particular de *El Hogar*, El Concurso de las Hadas, en el que las lectoras tuvieron que elegir de una lista cinco dones y diez penas que caracterizarían a la mujer ideal y que permiten vislumbrar el ideal de mujer que tuvieron algunas lectoras a inicios del siglo XX.<sup>324</sup>

---

<sup>321</sup> Una crónica de este concurso puede leerse Véase Aurelio de los Reyes, *Cine y Sociedad en México, 1896-1930. Vol. II, Bajo el Cielo de México (1920-1924)*, México, IIE-UNAM, 1993, pp. 334-337.

<sup>322</sup> Se ha demostrado que las mujeres se han organizado desde hace siglos para realizar actos de caridad o fiestas religiosas. Véase Arrom y Anna Staples.

<sup>323</sup> Nació en 1890. Fue simpatizante de la candidatura de Francisco I. Madero y uno de los fundadores de la Casa del Obrero Mundial. Era el encargado de la columna de cine “Por las pantallas”, columna que dejó a mediados de 1919 al convertirse en jefe de información de *El Universal*. En 1922 fue diputado y hacia los años treinta sería el director del Museo Nacional y, más tarde, jefe de prensa de la Secretaría de Educación (1936).

<sup>324</sup> “Entre nuestras lectoras” en *El Hogar*, 10 de febrero de 1923, año 10, núm. 171, p. 37; “Concurso de las Hadas. Breves explicaciones acerca de este certamen” en *El Hogar*, 10 de marzo de 1923, año 10, núm. 174, p. 35; “Concurso de las Hadas” en *El Hogar*, 20 de marzo de 1923, año 10, núm. 175, p. 2; “Concurso de Hadas” en *El Hogar*, 10 de abril de 1923, año 10, núm. 177, p. 75; “Concurso de las Hadas. Un gran éxito de *El Hogar*” en *El Hogar*, 30 de julio de 1923, año 10, núm. 188, p. 37; *Mlle. Butterfly*, “Concurso de Hadas” en *El Hogar*, 20 de agosto de 1923, año 10, núm. 190, p. 29.

Los concursos de belleza no eran novedosos, pero el Concurso de la India Bonita “fue innovador por intentar vincular la estética con el nacionalismo pro-indígena y la creciente influencia de los medios masivos de comunicación”.<sup>325</sup> Aunque, al mismo tiempo, este concurso mantuvo las relaciones de dominación de género (hombre/ mujer), espacio (urbano/ rural) y cifró la mirada de deseo sexual de hombres ciudadanos sobre mujeres de ascendencia indígena con escasos recursos económicos, es decir, “reafirmó en México la misma política patriarcal tanto en términos sexuales como sociales”.<sup>326</sup>

Para llevar a cabo este concurso, los editores tuvieron que entrenar sus ojos y los de sus lectores, pues no existía un parámetro de belleza de lo indígena. Las primeras fotos que llegaron a las oficinas del diario eran de familiares o conocidas de los concursantes, todas vestidas de tehuanas o chinas poblanas (hubo quienes enviaron fotos mordaces). Ante esto, los editores comenzaron a publicar retratos –que también batallaron para obtener– de mujeres que trabajaban alrededor de los mercados de la Ciudad de México. Al final, participaron doscientas treinta y tres fotografías que fueron calificadas por el artista Jorge Enciso, el antropólogo Manuel Gamio, Rafael Pérez Taylor y los escritores teatrales Carlos Ortega y Aurelio González Carrasco.<sup>327</sup>

El Concurso de la India Bonita tuvo resonancia en varios frentes. El literato Julio Sesto escribió una zarzuela en honor del concurso, misma que protagonizó María Conesa en el Teatro Colón; se compuso una pieza musical y *El Universal* y *Excelsior* sostuvieron querellas sobre la autenticidad de lo indígena y las representaciones que de ello se hacían. De hecho, como afirma Rick A. López, el desarrollo de este concurso demuestra que la exaltación de lo indígena y el fomento del mestizaje como elementos centrales de la mexicanidad, tan característicos de los gobiernos posrevolucionarios, fueron una iniciativa que nació de hombres intelectuales que trabajaban en el mundo de las publicaciones, de artistas y de empresas comerciales. Añadiría que algunos de ellos trabajaron en algún momento dentro de la administración pública.

---

<sup>325</sup> Rick A. López, “The India Bonita Contest of 1921 and the Ethnicization of Mexican National Culture” en *Hispanic America Historical Review*, mayo de 2002, núm. 82, p. 299. La traducción es mía.

<sup>326</sup> Adriana Zavala, “De Santa a la India Bonita. Género, raza y modernidad en la Ciudad de México” en Teresa Fernández Aceves, Carmen Ramos Escandón y Susie Porter (coords.), *Orden social e identidad de género. México, siglos XIX y XX*, Guadalajara: CIESAS, 2006, p. 180.

<sup>327</sup> Una cronología de este concurso puede leerse en Aurelio de los Reyes, *Cine y Sociedad en México, 1896-1930. Vol. II, Bajo el Cielo de México (1920-1924)*, México, IIE-UNAM, 1993, p. 121.

En otras palabras, el certamen de La India Bonita no fue mera propuesta estatal, más bien, el Estado se sumó a una iniciativa civil: “Cuando el Concurso de la India Bonita llevaba ya cinco meses, el gobierno federal decidió patrocinar la re-celebración del centenario de la independencia [...]”.<sup>328</sup> Contrario a lo que había ocurrido en 1910 con los festejos encabezados por Porfirio Díaz, la celebración de la consumación de la independencia buscó que “el pueblo” participara y se divirtiera. María Bibiana Uribe, la ganadora del certamen La India Bonita, quedó integrada al programa oficial de estos festejos<sup>329</sup> (y las mujeres indígenas se convirtieron en objetos de deseo sexual).

El Concurso de las Hadas, por su parte, fue realizado por *El Hogar* y surgió al calor del intercambio de correspondencia entre las lectoras que escribían en el recién inaugurado buzón Entre Lectoras. La convocatoria a este concurso comenzó como un divertimento entre las participantes del buzón. La competencia consistió en enlistar los cinco dones más deseados por una mujer y las cinco maldiciones más temidas. Las ganadoras serían quienes se hubieran acercado más a los listados formados con la suma de las respuestas de todas las concursantes.<sup>330</sup>

Al Concurso de las Hadas llegaron 215 respuestas de mujeres que vivían por toda la república mexicana. En un primer momento la revista planeó premiar sólo a tres mujeres, pero al final del certamen, se galardonó a 28 mujeres. Aunque en este concurso no hubo participación de funcionarios públicos, sí hubo patrocinadores: la Agencia de Revistas Miscrachi, la Casa Graham y la Casa Rigaud de París.

Las respuestas de las lectoras son reveladoras. Podría argumentarse que como se daba por hecho que las mujeres eran o se convertirían en madres, la maternidad apareció en la lista de dones hasta el número 39; sin embargo, no deja de ser interesante que haya sido superada por el anhelo manifiesto de ser hombre en lugar de ser mujer (número 32) y que la imposibilidad de tener hijos ocupe el número 14 en la lista de maldiciones. También es sugerente que entre los primeros 15 dones se encuentre el deseo de ser una “mujer-genio” (número 5) y ser una artista célebre (número 15); y que el temor a posibles enfermedades o cuestiones relacionadas con la apariencia física

---

<sup>328</sup> Rick A. López, “The India Bonita Contest”, p. 316. La traducción es mía.

<sup>329</sup> Anuncio en *El Universal*, domingo 25 de septiembre de 1921, p.6.

<sup>330</sup> Una descripción más detallada sobre la organización de este concurso puede leerse en Claudia Tania Rivera, “El Hogar...”, pp. 72-73.

como ser fea, la primera maldición, ser “contra-hecha”, “ciega”, “sorda”, “estúpida” o “coja” estén entre las primeras 15 maldiciones enlistadas.<sup>331</sup>

La capacidad de convocatoria de todos estos certámenes y los rastros que dejaron algunos participantes y lectores da una dimensión más profunda al trabajo de los editores como intermediarios culturales en la primera mitad del siglo XX: no sólo continuaron con la producción industrial de publicaciones periódicas y con el modelo noticioso de información; también fungieron como ensambladores de proyectos culturales más allá del mundo de las letras. Al organizarlos, las revistas “de peluquería” y las publicaciones periódicas articularon relaciones entre empresas comerciales grandes como El Palacio de Hierro o La Ciudad de Londres y pequeñas casas de moda o zapaterías. También fomentaron vínculos entre funcionarios de alto rango como José Vasconcelos, Manuel M. Ponce y Manuel Gamio, y empleados de medio rango, como directoras de escuelas para mujeres. Al mismo tiempo, los editores promovieron la organización de sus lectores más allá de la lectura, de actividades religiosas o políticas (ya organizando kermeses, bailes o rifas) y, de paso, formaron lazos con otros productores culturales (músicos y productores de películas, por ejemplo).

Es cierto que estos concursos tenían fines comerciales (incrementar la circulación y los beneficios económicos de las empresas periodísticas a través de contratos publicitarios),<sup>332</sup> pero sería un error interpretarlos como meras estrategias lucrativas. A través de su organización, los editores y todo el equipo que trabajaba en las oficinas de redacción participaron de la definición de estereotipos raciales y de género, como ocurrió con el Concurso de la India Bonita. O dejaron rastros de lo que pensaban algunos lectores de la época sobre temas tan relevantes como los estereotipos de género, como ocurrió con el Concurso de Las Hadas.

Estos concursos también promovieron la participación de estudiantes, obreros, amas de casa, intelectuales, y de las propias empresas. En otras palabras, a través de estos certámenes los editores estimularon la participación de los lectores en la esfera y el espacio públicos, es decir, incentivaron la organización de la sociedad civil, sobre todo

---

<sup>331</sup> Estas listas completas pueden consultarse en Claudia Tania Rivera, *Op. Cit.*, pp. 184-186.

<sup>332</sup> Así lo afirma, por ejemplo, Rosa Casanova, "De semanario artístico y popular a mexicano con espíritu" en *Alquimia*, vol. 11, mayo-agosto de 2008, p. 15.

en la ciudad de México. Es posible suponer que algunos de los grupos que participaron en estos certámenes apoyando a algún participante solían organizarse para llevar a cabo festejos religiosos. Aunque esto deberá comprobarse a través de investigaciones minuciosas, es sugerente suponer que los concursos lanzados por los diarios y las revistas “masivas” movilizaron formas de organización enraizadas en viejas estructuras que habían girado alrededor de festividades religiosas.

Ahora bien, el trabajo de los editores como mediadores culturales fue crucial en los debates sobre la apariencia femenina. Las transformaciones en la indumentaria femenina y la regulación de su consumo (cuánto gastaban las mujeres en indumentaria), no sólo mereció su atención a través de certámenes como los de Labores Femeniles,<sup>333</sup> de la Cenicienta, de Simpatía Obrera,<sup>334</sup> el Gran Concurso de los Ojos, el del Vestido Económico (que abordaré de manera puntual en otro capítulo), o el Concurso de las Hadas. Además, a partir de 1926 *El Hogar* comenzó a vender con éxito moldes para confeccionar vestidos con estilos de última moda (que se abordará a detalle en otro capítulo). Es decir, durante estos años, las mesas de redacción fueron cuarteles donde la nueva apariencia femenina se amasó como tema de debate público en México. ¿Cómo eran estas secciones de moda?

### *Secciones de moda en revistas ilustradas*

Como se ha visto, las secciones femeninas y las secciones sobre moda se convirtieron en parte de la estructura básica de diarios y revistas desde finales del siglo XX sin importar el público a quienes estuvieran dirigidas. En la década de 1920, por ejemplo, la *Revista CROM* que incluía en sus páginas noticias sobre el movimiento obrero, costaba solo diez centavos, era bisemanal y buscaba “aumentar el bagaje cultural de las masas”<sup>335</sup>, entre ellas tipógrafos, obreros de la industria textil, trabajadores portuarios,

<sup>333</sup> “Concurso de labores femeniles” en *El Hogar*, 29 de agosto de 1928, año 15, núm. 438, p. 4.

<sup>334</sup> Rosa Casanova, “De semanario artístico y popular a mexicano con espíritu” en *Alquimia*, vol. 11, mayo-agosto de 2008, pp. 12-23.

<sup>335</sup> *CROM*, año 1, núm. 1, 28 de febrero de 1925, p. 3, citado en Engracia Loyo, “Gozos imaginados, sufrimientos reales. La vida cotidiana en la revista CROM (1925-1930)” en Pilar Gonzalbo Aizpuru y Milada Bazant, *Tradiciones y Conflictos. Historias de la vida cotidiana en México e Hispanoamérica*, México, El Colegio de México y El Colegio Mexiquense, 2007.

empleados de teatro, de espectáculos públicos, burócratas, campesinos, “jornaleros agrícolas, vendedores ambulantes, cargadores, empleados de comercio, panaderos, boleros, estibadores, cigarreros, sirvientes, toreros, enterradores, voceadores y [hasta] una unión de prostitutas de la Ciudad de México”,<sup>336</sup> tenía una sección de moda ilustrada con figurines. Aunque esta sección parecía estar dirigida a las obreras, en sus columnas no hubo una propuesta específica para ellas; al contrario, *Lucette*, encargada de la sección, animaba a las lectoras a que cortaran su melena y siguieran las tendencias que los modistos creaban en París o Nueva York.

A diferencia de *Revista CROM*, las publicaciones católicas sí buscaron orientar a sus lectoras sobre sus elecciones de vestimenta. Si en 1900 era difícil que los curas guiaran desde el púlpito a una población en crecimiento —según cálculos de Jennie Purell, hacia 1900 había en México un sacerdote por cada 3 716 habitantes—<sup>337</sup> en la década de 1920 se sumó a esta desventaja numérica la postura anticlerical desde el gobierno que impulsó el grupo sonoreense en el poder. En este contexto, los grupos de católicos organizados, como La Unión de las Damas Católicas o el Ejército de Defensa de la Mujer, fueron un filón importante para sostener los valores y creencias de la religión católica.

La transformación en la vestimenta femenina en los años veinte fue vivida como una verdadera amenaza para los valores católicos pues a través de ella, decían, se regulaba la conducta sexual masculina: a más carne pública, más deseo y más desenfreno. Para hacer frente a este problema, La Unión de Damas Católicas elaboró un código de vestimenta adecuado para asistir a los servicios religiosos y buscaron normar, a través del uso de uniformes, la vestimenta de las mujeres que trabajaban en algunas tiendas.

Para difundir estos códigos echaron mano de su revista *La Dama Católica* en cuya sección de moda ofrecieron códigos de vestimenta adecuados al código moral católico.

---

<sup>336</sup> Engracia Loyo, "Gozos imaginados, sufrimientos reales. La vida cotidiana en la revista CROM (1925-1930)" en Pilar Gonzalbo Aizpuru y Milada Bazant, *Tradiciones y Conflictos. Historias de la vida cotidiana en México e Hispanoamérica*, México, El Colegio de México y El Colegio Mexiquense, 2007, p. 352.

<sup>337</sup> Jennie Purnell, *Popular Movements and State Formation in Revolutionary Mexico: The Agraristas and Cristeros of Michoacán*, Durham, Duke University Press, 1999, pp. 9-45, citado en Patience A. Shell, "Social Catholicism, Modern Consumption, and the Culture Wars in Postrevolutionary Mexico City", *History Compass* 5, julio 2007, p. 1586.

Este código de vestimenta no fue rígido, pues entre 1922 y 1925 el largo de las faldas y las mangas “decentes” disminuyeron casi treinta centímetros. Es decir, lejos de mantener una postura rígida, las damas católicas negociaron el largo propuesto por los modistos.<sup>338</sup> A pesar de éste y los esfuerzos de otras organizaciones católicas, los cambios en la vestimenta femenina siguieron su curso, es decir, eran expresión de una transformación más profunda que escapaba de las manos de quienes la apoyaban y quienes la rechazaban: se trataba de cambios gestados en ciertas estructuras que no respetaba fronteras.

Parte de estas transformaciones se manifestaron a través del cine y de la consolidación de un grupo que señaló su valor y potencia como medio de expresión estética de los nuevos tiempos. Representantes de esta visión fueron los noveles críticos de cine como Carlos Noriega Hope, Salvador Novo y Juan Bustillo Oro, quienes tuvieron a *El Ilustrado* como cuartel.<sup>339</sup> Para ellos,

El cinema ha venido a ser un nuevo modo de expresar ideas y de expresar belleza absolutamente independiente, con técnica propia, con ritmo visual y armonización especial, que no pueden encontrarse ni en la literatura ni en ninguno de los otros artes.<sup>340</sup>

*El Ilustrado* fue el brazo cultural y literario de la empresa *El Universal* entre 1917 y 1940.<sup>341</sup> De 1917 a inicios de 1920 estuvo a cargo de Carlos González Peña, Xavier

---

<sup>338</sup> Jennie Purnell, *Popular Movements and State Formation in Revolutionary Mexico: The Agraristas and Cristeros of Michoacán*, Durham, Duke University Press, 1999, pp. 9-45, citado en Patience A. Shell, “Social Catholicism, Modern Consumption, and the Culture Wars in Postrevolutionary Mexico City”, *History Compass* 5, julio 2007, p. 1592.

<sup>339</sup> Véase Ángel Miquel Rendón, “Historia de la crítica cinematográfica en México en el periodo del cine mudo”, tesis de doctorado en historia del arte, UNAM, FFyL, 1995.

<sup>340</sup> Juan Bustillo Oro, “Cinema y Literatura” en *El Universal Ilustrado*, 26 de abril de 1928, p. 55.

<sup>341</sup> Todavía no se ha realizado una investigación sobre el semanario *El Universal Ilustrado*, sin embargo, sí existen un libro, producto de un homenaje póstumo a su director, Carlos Noriega Hope, algunos artículos y capítulos de tesis que, al retomarla como fuente documental, aportan información básica sobre los directores, colaboradores y contenidos de esta revista. Véase *Carlos Noriega Hope, 1886-1934*, México, INBA-Departamento de Literatura, 1959; Luis Mario Schneider, “Introducción”, *El estridentismo. La vanguardia literaria en México*, México, UNAM, 1999; Laura Navarrete, “*El Universal Ilustrado* en el proceso cultural de los años veinte” en Alejandra Herrera, Luz Elena Zamudio y Ramón Alvarado (comps.), *Propuestas literarias de fin de siglo. Tercer Congreso Internacional de Literatura Latinoamericana*, UAM, 2001, pp. 701-707; Rick A. López, “The India Bonita Contest of 1921 and the Ethnicization of Mexican National Culture” en *Hispanic American Historical Review*, Mayo de 2002, núm. 82 (2), pp. 291-328; Laura Navarrete, “Carlos Noriega Hope. Narrador enmarcado en la transición cosmopolita del México de los años veinte” en *Actas del XV Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas*. Vol. 4, Colmex, 2007,

Serondo y María Luisa Ross, quienes habían aprendido el oficio de la edición en *El Imparcial*. Esto influyó en los contenidos que ofrecieron a través de *El Ilustrado* bajo su gestión. La dirección de Ross fue recordada por un colaborador del semanario de la siguiente manera: “El registro era vasto y bonísima la intención que así encauzaba a la revista; pero ésta se volvió, en grado sumo, aburrida.”<sup>342</sup> Lo aburrido, a ojos de este colaborador, consistía en la gran cantidad de páginas formadas con notas de sociales, poemas, consejos prácticos para el hogar y de belleza; es decir, el trabajo de Ross al frente de *El Ilustrado* cumplía con lo que entonces solía ofrecerse al público femenino. Esta oferta cambió cuando quedó en manos de Noriega Hope.<sup>343</sup>

Noriega Hope comenzó a colaborar en la empresa de *El Universal* a inicios de 1919 mientras estudiaba derecho en la escuela de Jurisprudencia. Recordaba que había enviado a las oficinas de *El Universal* un artículo sobre la actriz italiana Pina Menichelli y que cuando lo publicaron no pudo dejar de pensar en convertirse en periodista.<sup>344</sup> Sus primeras colaboraciones aparecieron en *El Ilustrado*, luego en *El Universal* y una vez que Rafael Pérez Taylor (*Hipólito Seijas*) dejó la columna “Por las Pantallas”, Félix Palavicini le ofreció escribir ésta y armar toda la página de cine. Fue entonces cuando comenzó a firmar sus textos con el seudónimo de *Silvestre Bonnard*.<sup>345</sup>

Propositivo y diligente, Noriega Hope hizo que la página de cine apareciera cada domingo, que se ilustrara con fotografías de las estrellas de cine y que se publicaran, cada que fuera posible, artículos confeccionados especialmente para el diario o traducciones de textos. Con esos cambios, aclaró él mismo años después, deseaba ofrecer “una verdadera página estética, en vez de una sola página de vulgaridades al

---

517-521; Claudia Cynthia Han Aguilar, “La prensa gráfica y la caricatura de retrato en el México de los años veinte: el caso del semanario *El Universal Ilustrado*”, tesis de licenciatura en historia, FFYL-UNAM, 2008; Rosa Casanova, “De semanario artístico y popular a semanario mexicano con espíritu” en *Alquimia*, vol. 11, Mayo-Agosto de 2008, pp. 12-23; Aurelio de los Reyes García-Rojas, “De cine, de literatura y de otras cosas en el México de 1924 a 1928” tesis de doctorado en letras, 2010, FFYL-UNAM, pp. 357-367.

<sup>342</sup> J. M. de González Mendoza, “Carlos Noriega Hope y *El Universal Ilustrado*” en *Carlos Noriega Hope 1896-1934*, México, Instituto Nacional de Bellas Artes/Sep, 1959. p. 33.

<sup>343</sup> “Nuevo director de este semanario” en *El Universal Ilustrado*, 4 de marzo de 1920, año 3, núm. 148, p. 5. En la nota se anuncia que por acuerdo de la gerencia quedó como Secretaria de Redacción Esperanza Velázquez Bringas.

<sup>344</sup> “Cómo entramos a *El Universal Ilustrado*” en *El Universal Ilustrado*, 14 de mayo de 1924, año 7, núm. 366, p. 37.

<sup>345</sup> Ángel Miquel, *Por las pantallas de la ciudad de México. Periodistas del cine mudo*, México, Universidad de Guadalajara, 1995, p. 75.

uso diario”.<sup>346</sup> Con la tarea de armar una página semana tras semana, Noriega Hope botó la escuela y se fue cuatro meses a Los Ángeles para conocer en vivo el mundo de Hollywood.<sup>347</sup> A su regreso lo nombraron director de *El Ilustrado* e hizo lo que antes había hecho con la página de cine del diario: reestructuró por completo al semanario.

A diferencia de sus antecesores, Noriega Hope pertenecía a la primera generación para la que era impensable, porque desde que nació ya existía, una vida sin cine ni películas. Consecuentemente, bajo su dirección, que duró de marzo de 1920 a septiembre de 1928, *El Ilustrado* fue difusor y defensor acérrimo de la dimensión estética del cine, postura que era novedosa en aquel tiempo, pues tenía menos de diez años en el mundo cultural en México:<sup>348</sup> en 1913, que habían comenzado a proyectarse largometrajes (en su mayoría italianos) en la ciudad de México y, a partir de 1917, había comenzado a desarrollarse de manera constante un periodismo filmico dirigido a un público “urbano, instruido, más o menos laico: un público de clase media con ciertas veleidades intelectuales”.<sup>349</sup>

Esta actitud abierta hacia las apuestas culturales fue una característica de *El Ilustrado* durante estos años. Este semanario publicó en sus páginas las posturas menos ortodoxas, que en aquellos años abanderaban las vanguardias artísticas. En febrero y marzo de 1921, por ejemplo, se publicaron artículos de Salvador Lozano, corresponsal del semanario en Europa, sobre los dadaístas y los futuristas;<sup>350</sup> y a partir de 1922 sus páginas se convirtieron en cuartel y aparador del movimiento literario estridentista.<sup>351</sup> Esta tendencia a apostar por las corrientes más arrojadas del momento se reflejó más

<sup>346</sup> “Página de Cinema”, *El Universal*, 18 de noviembre de 1928, citado en Ángel Miquel, *Por las pantallas de la ciudad de México. Periodistas del cine mudo*, México, Universidad de Guadalajara, 1995, p. 81.

<sup>347</sup> La importancia que tuvieron Noriega Hope y *El Universal Ilustrado* en la promoción del cine puede leerse en Ángel Miquel, *Por las pantallas de la Ciudad de México. Periodistas del cine mudo*, México, Universidad de Guadalajara, 1995, pp. 75-96.

<sup>348</sup> Un estudio sobre el desarrollo de la crítica cinematográfica en México en Ángel Miquel, *Por las pantallas de la Ciudad de México. Periodistas del cine mudo*, México, Universidad de Guadalajara, 1995.

<sup>349</sup> Ángel Miquel, *El Nacimiento de una pasión. Luis G. Urbina: primer cronista mexicano*, Historia, mayo de 1991, año 2, vol. 2, núm. 8, Los Cuadernos del Acordeón-Universidad Pedagógica Nacional, p. 24.

<sup>350</sup> Rafael Lozano, “El endemoniado Dada se adueña de París. Crónicas ilustradas para *El Universal Ilustrado*” en *El Universal Ilustrado* 3 de febrero de 1921, año 5, núm. 196, pp. 18,29 y 43; Rafael Lozano, “Crónica exclusiva de Rafael Lozano. Marinetti y la última renovación futurista: El Tactilismo” en *El Universal Ilustrado*, 3 de marzo de 1921, año 5, núm. 200, pp. 19 y 46.

<sup>351</sup> Véase el estudio introductorio de Luis Mario Schneider en Luis Mario Schneider, *El estridentismo. La vanguardia literaria en México*, México, UNAM, 1999, pp. 205.

allá de los movimientos meramente artísticos. A las pocas semanas de ocupar su puesto de director, Noriega Hope escribió:

Ahora, por la carestía de papel, se habla de reducciones en los suplementos dominicales. Algunos han sugerido la extirpación de las páginas cómicas hechas para los niños y defienden con toda la fuerza de sus cerebros opacos las secciones literarias y científicas. Yo me atrevo a pedir, humildemente, la conservación de Don Juan el Bobo, Manolo El Inquieto, Los Sobrinos del Capitán Tiburón y las Aventuras de Filomena, siquiera porque son otros tantos oasis de arte sin literatura en este desierto de literatura sin arte que es la vida actual.<sup>352</sup>

Para mitigar ése y otros “desiertos” que percibía en la vida cultural, Noriega Hope organizó concursos de cine, lanzó el suplemento La Novela Semanal de *El Universal Ilustrado* (mencionado líneas arriba), y formó un equipo de redacción con hombres y mujeres que vivían fuera de los moldes usuales de comportamiento. Ejemplo de ello son Salvador Novo y la joven periodista *Cube Bonifant* —quien decía que le gustaban las flores para deshojarlas y comerse los pétalos, y que los niños le provocaban un profundo malestar, “siento deseos de clavarles mis uñas afiladas”—.<sup>353</sup>

En pocas palabras, *El Ilustrado* de la década de 1920 se caracterizó por realizar apuestas atrevidas en el campo cultural del momento.

Los cambios se hicieron con vehemencia durante los primeros años de dirección de Noriega Hope. Uno de ellos fue insertar fotografías de estrellas de cine para desplazar a las notas de sociales llenas de retratos de damas y caballeros de la “buena sociedad”. Esta apuesta buscaba atraer nuevos lectores, pues esas notas interesaban a un núcleo específico del público. Como afirma Pierre Bourdieu, al comprar un periódico se espera:

eso que se denomina “noticias”, es decir, unas informaciones sobre el conjunto de los acontecimientos por los que uno se siente directamente afectado porque afectan a personas a las que se conoce (como son las defunciones, los

---

<sup>352</sup> *Silvestre Bonard*, “La semana al día. Un arte minúsculo” en *El Universal Ilustrado*, 29 de abril de 1920, año 3, núm. 156, p. 2.

<sup>353</sup> Su nombre era Antonia Bonifant López. Nació en Sonora en 1904. Fue columnista durante más de cuarenta años en varias revistas, además de ser una de las primeras mujeres que escribieron crítica de cine. Viviane Mahieux, “Cube Bonifant: una escritora profesional en el México Post-revolucionario” en *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana*, segundo semestre de 2007, año 23, núm. 66, pp. 153-172.

casamientos, los accidentes o los éxitos escolares de los periódicos locales) o a personas parecidas a uno [...]»<sup>354</sup>

Aunque hubo números en los que dejaron de aparecer, las notas de sociedad resistieron la batalla. Hacia 1923 los retratos de damas y caballeros volvieron a ocupar, otra vez, varias páginas de la revista; sin embargo, los contenidos de cine no cedieron los espacios ganados. Se puede afirmar, entonces, que esta batalla resultó en una ampliación de temas y no en la aniquilación de uno de ellos, es decir, la estrategia posiblemente aumentó los lectores. ¿Quiénes pidieron ser estos nuevos lectores?

Los votos razonados que se publicaron con el concurso La Mejor Película Exhibida en 1923 son huellas de ese público recién llegado a *El Ilustrado*. Durante el concurso, la redacción de *El Ilustrado* decidió calificar y premiar con cinco pesos al mejor o peor voto razonado que llegara cada semana mientras terminaba el plazo de la competencia. El voto del lector Vico Azcué fue premiado en la categoría de “peores”; las razones que dieron a los lectores fueron las siguientes: “Si aún gustan de los versos malos, ahí va una preciosa muestra que nos envía Vico Azcué”. En esos versos, el señor Azcué explicaba que la película César Borgia era la mejor porque él la había sentido hondamente y que sólo el arte podía provocar tales emociones:

Mi razón, señor Noriega,  
 es: sentir lo más hondo  
 lo que vemos y respondo  
 que nuestra alma se doblega  
 a impulsos del sentimiento  
 compañero fiel del arte  
 que así sus glorias reparte  
 tan rápido como el viento.<sup>355</sup>

<sup>354</sup> Pierre Bourdieu, *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, p. 454.

<sup>355</sup> “¿Cuál es la mejor película exhibida en México en 1923?” en *El Universal Ilustrado*, 16 de agosto de 1923, año 7, núm. 327, p. 6 y 7.

Pero no todo fue burla. Al contrario. El voto que envió Jesús Cadena entusiasmó a la redacción. De él escribieron: “quizás no sea una obra maestra de estilo, pero [...] pone de manifiesto una cuidadosa observación y un detenido estudio de la película.” Las cuidadosas observaciones del señor Cadena consistieron en que, luego de halagar a la película *El Corazón Montañés* y describir las escenas donde se expresaba con la mera gestualidad un sentimiento, señaló los defectos que encontró en el filme. Entre las faltas estaba “un emplazamiento defectuoso, [...] un corte anticipado [...] y [...] el afán de agregar intensidad a la acción” en una escena.<sup>356</sup> En pocas palabras, el señor Cadena, lejos de las emociones hondas del lector Azcué que lo convirtieron en blanco de burla para los redactores de *El Universal*, echó mano de los recursos técnicos de los lenguajes cinematográficos (que pocos usaban y conocían) para expresar sus emociones.

Esta apuesta por formas nuevas para manifestar los sentimientos era afín a los postulados de los estridentistas. Postulados que también recurrían a formas no valoradas por su forma estética, como el lenguaje de la publicidad y de la vida urbana, y que también juzgaban los sentimentalismos:

Chopin a la silla eléctrica! (M.M.A. *trade mark*) es una preparación maravillosa, en veinticuatro horas exterminó todos los gérmenes de la literatura putrefacta y su uso es agradabilísimo y benéfico. Agítese bien antes de usarse. Insisto... Perpetuemos nuestro crimen en el melancolismo trasnochado de los “Nocturnos”, y proclamemos, sincrónicamente, la aristocracia de la gasolina.<sup>357</sup>

Se puede decir entonces que, bajo la dirección de Noriega Hope, las páginas de *El Ilustrado* buscaron y promovieron a esa “aristocracia de la gasolina”, formada por quienes no se sentían cómodos con las ofertas culturales que existían, pues vivían una época que dejaba viejos moldes pero que todavía no tenía a los sustitutos. El cine y sus estrellas formaron parte de ese nuevo horizonte al que se dirigía “la aristocracia de la gasolina”, quizá por ello erigieron a las estrellas en árbitros del buen vestir.

---

<sup>356</sup> “¿Cuál es la mejor película exhibida en México en 1923?” en *El Universal Ilustrado*, 30 de agosto de 1923, año 7, núm. 329, p. 49.

<sup>357</sup> Manuel Maples Arce, “Actual.- No. 1. Hoja de Vanguardia. Comprimido Estridentista”.

La sección de modas de *El Universal Ilustrado* estaba ilustrada con fotografías que mostraban los atavíos novedosos, y no con dibujos, como era común entonces. Además, los modelos que mostraba a sus lectoras eran con frecuencia portados por estrellas de Hollywood. Fue común, por ejemplo, que en esas páginas aparecieran fotografías de estrellas de la pantalla de plata como Agnes Ayres, Gloria Swanson, Eleonor Boarman, Lila Lee o Perl White modelando vestidos confeccionados por modistos franceses como Paquin y Poiret o del inglés Worth; incluso en 1921 prometieron —sin cumplir— que la actriz estadounidense Norma Talmadge estaría a cargo de la sección de moda de la revista.<sup>358</sup> A pesar de este novedoso vínculo entre moda y cine que explotaría el *star system* en las siguientes décadas, *El Ilustrado* tuvo una actitud ambivalente frente a los cambios de la apariencia femenina. Al mismo tiempo que exaltaba su novedad, denunciaba el estilo de vida que rodeaba a las mujeres a la moda y, sobre todo, las descalificaba por su “sentimentalismo”.

Estos defensores de la estética del cine, pertrechados en las oficinas de redacción de *El Ilustrado*, trazaron una distinción entre el público culto y el público vulgar que gustaba del cine, es decir, entre un público que sólo buscaba distraerse e imitaba a las estrellas de cine y otro que observaba de manera crítica la narración cinematográfica, enraizado en una distinción de género.<sup>359</sup> Igual que quienes unos años antes habían visto

---

<sup>358</sup> “La moda no es un asunto frívolo” en *El Universal Ilustrado*, 3 de febrero de 1921, año 5, núm. 196, p. 5.

<sup>359</sup> El desarrollo de esta distinción entre público vulgar y culto puede rastrearse en la manera como los redactores de *El Ilustrado* se dirigieron a sus lectores en el Concurso de la Reina del Cine y en una encuesta de 1928. Para participar en el concurso La Reina del Cine los lectores debieron remitir una carta con el nombre de su actriz favorita y quienes así lo desearan, adjuntar una explicación de por qué esa actriz debía ganar; además podían enviar más de un voto, como dijo haber hecho Rafael Fuentes Jr.: “Hace varios días tuve gusto de enviar a ustedes varios votos a favor de la artista americana Mary Pickford y ahora acompaño otro con la presente.” Y quienes hubieran votado por la actriz que resultara ganadora tendrían la posibilidad de ganar un retrato o cincuenta pesos, si habían enviado su voto razonado. Ocho años más tarde, en la “Página de Cinema” que aparecía domingo a domingo en el diario *El Universal*, Silvestre Bonard, alias de Noriega Hope, apabulló a sus lectores con poco menos de treinta preguntas sobre cuestiones cinematográficas. Lo sorprendente de esta consulta no radica únicamente en la cantidad, sino en la complejidad que adquirió el modo de dirigirse al público en un lapso de apenas ocho años. Junto a la pregunta sobre las estrellas de cine favoritas, *Silvestre Bonard* insertó otras que apuntan más a la forma de las películas, tales como saber si los productores de cine podían cambiar el final de una novela o una obra de teatro por considerarlo triste, trágico o desabrido, o conocer la opinión de sus lectores respecto a las producciones, si les gustaba que fueran fastuosas o más bien simples. Desafortunadamente, las páginas del diario no fueron un foro para las letras de los lectores, pues sólo se publicó la respuesta del veracruzano Francisco Tinoco y después no se dijo nada más del asunto. “El Mejor Voto Razonado” en *El Universal Ilustrado*, 19 de mayo de 1920, p. (Almoína p. 149); “¿Quiere usted decirnos, amigo lector, cómo desearía que fueran las películas ofrecidas por los productores?” en *El Universal*, domingo 16 de

en el cine un peligro y una fuente de contagio, estos arcángeles del cine condenaban a cierto público menudo, feminizado, que tenía preferencia por películas estadounidenses: ellas gustan de lo insustancial novelesco, de lo que tiene bonita apariencia porque son un poco ‘fiffi’, y ellos se parecen por lo superficial, por lo hueco, por lo que no los obligue a pensar, porque son un poco señoras frívolas.<sup>360</sup>

Así, al mismo tiempo que su sección de modas promovía a las estrellas de cine y sus atuendos, se burlaba feminizando y reduciendo a la frivolidad a quienes declaraban su gusto por esas estrellas de cine.

Las apuestas más osadas de *El Ilustrado* se dieron entre 1920 y 1926. 1925 fue la apoteosis de esa osadía: las páginas del semanario se llenaron de reportajes sobre tiples, pues realizaron el Concurso de la Tiple del Año. Además de los retratos de las tiples, publicaron fotografías de mujeres con poca, poquísima ropa, pues hicieron eco del escándalo que provocó el espectáculo llamado Voilá París: La Ba-ta-clán presentado en febrero en el Teatro Iris y que consistía en números de danza o actos ejecutados por actrices francesas que aparecían en el escenario semidesnudas.<sup>361</sup>

A inicios de 1926, Noriega Hope escribió:

el error fundamental de *El Universal Ilustrado* es que no tiene suficientes secciones para el hogar. Existen periódicos en México hechos materialmente con los pies pero que explotan esta nota patética... Y para ellos hay, ciertamente, un remanso tranquilo, productivo, como si fuesen tortugas capaces de inmovilizarse años y años. Nosotros hemos sido exagerados en todos conceptos, por ejemplo, en caso de las tiples.

—¡Por amor de Dios!” —nos decían ayer—. Dejen en paz a la tiples de México... Este periódico ha hecho ya un réclame formidable y absurdo a todas las figuras de bataclán [...]

---

septiembre de 1928, 3ª sección, pp. 3 y 5. “Carta del señor Francisco Tinoco” en *El Universal*, domingo 23 de septiembre de 1928, 3ª sección, p. 3; “Carta del señor Francisco Tinoco” en *El Universal*, domingo 23 de septiembre de 1928, 3ª sección, p. 3.

<sup>360</sup> Cube Bonifant, “Un día” en *El Universal*, sábado 8 de septiembre de 1929, p. 3.

<sup>361</sup> Un análisis de este espectáculo se puede leer en Ageeth Sluis, “Bataclanismo! Or, How Female Deco Bodies Transformed Postrevolutionary Mexico City”, *The Americas*, vol. 66, núm. 4, abril 2010, pp. 469-499.

Y es claro. Nuestro amigo, al decirnos lo anterior, también expresaba el sentir del público. A nosotros se nos había escapado este detalle, a fuerza de estar incrustados en este ambiente raquíptico de México, que es tan chico como una pista para pulgas vestidas, pero tomamos en cuenta la idea.<sup>362</sup>

En la década de 1920 sólo había una revista que explotaba esa “nota patética”. Se llamaba, precisamente, *El Hogar* y estaba llena de mujeres que, aunque preferían el cine italiano, gustaban de escribir versos y también de feministas que denunciaban la trata de blancas y los espectáculos de bataclán. En contraste, los redactores de *El Ilustrado* se codeaban día a día con mujeres que formaban parte de una pequeña élite cultural conformada por mujeres como Cube Bonifant o Vera de Córdoba —quien había trabajado como extra en Los Ángeles durante tres años y decía que “tenía una independencia inapreciable”—,<sup>363</sup> de actrices como Lupe Vélez o María Conesa, de las alumnas de la Escuela de Verano para estudiantes extranjeros que abrió sus puertas en 1921 en la Escuela de Mascarones, y de las bailarinas de los cabarets.

#### *Unas oficinas propias. Emilia Enríquez de Rivera y la revista El Hogar*

A inicios de 1914, Raúl Millé, experto del mundo de los impresos,<sup>364</sup> vendió *Revista de Revistas* y dejó *El Hogar*, una publicación para mujeres que había comenzado a circular unos meses antes (septiembre de 1913), en manos de Emilia Enríquez de Rivera. Es posible imaginar que Millé tomó estas decisiones al calor de los enfrentamientos cada vez más intensos y violentos provocados por la Revolución mexicana en la Ciudad de México; o que, quizás, *El Hogar* no fue atractiva en el contrato de venta de *Revista de Revistas*. Como haya sido, lo cierto es que dejó en manos de una joven mujer la dirección de una empresa editorial lanzada poco tiempo atrás.

<sup>362</sup> Carlos Noriega Hope, "El Universal Ilustrado. El semanario de 1926" en *El Universal Ilustrado*, enero 7 de 1926, año 9, núm. 452, p. 7.

<sup>363</sup> "Cómo entramos a *El Universal Ilustrado*", *El Universal Ilustrado*, 14 de mayo de 1924, año 7, núm. 366, p. 37.

<sup>364</sup> Raúl Millé fue un personaje importante del mundo de la edición de México de finales del siglo XIX y principios del XX. Fue miembro prominente de la colonia francesa en México, además de editor de Justo Sierra, de Ignacio Manuel Altamirano y de una de las librerías mexicanas más importantes del siglo XIX, la Librería de Rosa Bouret.

Según recuerdos de Enríquez de Rivera, ella le propuso a Millé realizar una revista sólo para mujeres poco después de entrar a trabajar a *Revista de Revistas*, y él le dio el apoyo material—crédito, papel y un ayudante— para llevar a cabo este proyecto.<sup>365</sup> Millé conocía bien el mundo editorial, sabía que las publicaciones para mujeres tenían público y que Emilia podía dirigirla sin grandes riesgos y, con suerte, sacarla adelante.

La joven tampoco era una improvisada. Su padre, Santiago Enríquez de Rivera, fue impresor, editor y maestro. Él le enseñó a leer y escribir con los métodos más avanzados de la época, además de revelarles los secretos del oficio de la edición y la impresión. Su madre, Matilde Hauville, murió cuando la futura editora era una niña, pero de ella aprendió las artes femeninas de costura y bordado. Esta temprana orfandad materna, sumada a su perenne soltería, hicieron de su padre una figura central en su vida.

Además de la enseñanza tácita del oficio, Enríquez de Rivera legó de su padre una red de contactos en el mundo de las publicaciones periódicas. De hecho, las primeras letras que mandó a imprenta bajo el seudónimo de *Obdulia* aparecieron en el *Educador Moderno*,<sup>366</sup> donde el señor Enríquez de Rivera formaba parte del equipo de redacción junto a otros hombres con quienes su hija haría negocios años más tarde.

Cuando don Santiago falleció (ca. 1911), Emilia entró de lleno al mercado laboral. Sus opciones de trabajo son elocuentes con el argumento desarrollado en esta tesis: comenzó cosiendo ropa de munición (uniformes), pero su nula paciencia para este oficio y la poca paga la llevaron a tocar las puertas de las oficinas de redacción en donde trabajaban algunos conocidos de su padre.<sup>367</sup> Lo que siguió es fácil de imaginar.

Emilia comenzó a trabajar en las secciones femenina de distintas publicaciones periódicas. El 24 de julio de 1912, *Novedades. Revista Literaria y de Información Gráfica*

---

<sup>365</sup> *Obdulia*, “Ayer, hoy y mañana”, *El Hogar*, 20 de septiembre de 1922, año 10, núm. 157, p. 3; *Obdulia*, “Al cabo de dos lustros”, *El Hogar*, 20 de septiembre de 1923, año 10, núm. 193, p.3; *Obdulia*, “Otro año más”, *El Hogar*, 11 de septiembre de 1929, año 16, núm. 492, p. 3.

<sup>366</sup> *Obdulia*, “Cuento de Navidad”, *Educador Moderno*, 31 de enero de 1910, año 1, número 1, pp. 7-9; *Obdulia*, “Amor.... de madre”, *Educador Moderno*, 15 de febrero de 1910, año 1, núm. 2, p. 11; *Obdulia*, “Confesión”, *Educador Moderno*, 31 de marzo de 1910, año 1, núm. 5, p. 10.

<sup>367</sup> Consuelo Colón Ramírez, *Mujeres de México*, México, Imprenta Gallardo, 1944, pp. 90-91.

anunció que su Sección Femenina sería dirigida por la reconocida señorita *Obdulia*.<sup>368</sup> Un año más tarde, este seudónimo apareció en *Revista de Revistas*, donde, además de describir las nuevas tendencias del atuendo femenino, *Obdulia* daba consejos a las lectoras a través del buzón de correspondencia.<sup>369</sup> Mientras estaba al frente de la Sección Femenina de *Revista de Revistas* y respondía las consultas de las lectoras, la joven editora confeccionó el primer número de *El Hogar*. Y a los pocos meses de esto se convirtió en su directora y dueña.

La trayectoria laboral de Emilia no fue inaudita. Como se ha visto, otras mujeres ya habían andado este sendero. Las letras sobre las últimas novedades del vestido escritas por españolas como la vizcondesa Castelfido, María del Pilar Sinués o Blanca Valmont habían circulado por tierras mexicanas en distintos periódicos desde la segunda mitad del siglo XIX.<sup>370</sup> A ellas se sumaron, años más tarde, mexicanas como María Luisa Ross y *Margarita*.<sup>371</sup> Pero también hay diferencias notables entre estos recorridos y el que hizo Enríquez de Rivera, pues ella se convirtió en la directora de una publicación periódica dirigida a las mujeres durante los años más violentos de la Revolución mexicana (1910-1917) y varias décadas después de esto.<sup>372</sup> ¿Cómo lo logró?

Las circunstancias parecerían poco esperanzadoras para sostener una revista. La revolución desató una intensa oleada de violencia que volvió hostil el entorno para publicar impresos con periodicidad y constancia. Sin embargo, el proceso revolucionario también desencadenó, por unos pocos años, la transferencia de edificios, imprentas y máquinas para hacer impresos.<sup>373</sup> Este contexto excepcional favoreció a Emilia, quien

<sup>368</sup> “A nuestras lectoras”, *Novedades. Revista Literaria y de Información Gráfica*, 24 de julio de 1912, p. 9. Emilia colaboró en *Novedades* al menos hasta octubre de 1912, último número que se tiene en el Fondo Reservado de la Hemeroteca Nacional de México.

<sup>369</sup> El nombre de *Obdulia* apareció por primera vez en *Revista de Revistas* en junio de 1913. “Correspondencia”, *Revista de Revistas*, 20 de junio de 1913, año 4, núm. 174, p. 23.

<sup>370</sup> Dolores Gabriela Armendáriz Romero: “Mujeres de crema y pompa en la Ciudad de México, moda y prácticas de belleza: 1880-1910”, tesis de doctorado en historia moderna y contemporánea, Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 2016.

<sup>371</sup> Claudia Tania Rivera, «Editoras en las publicaciones periódicas», disponible en <http://www.elem.mx/estgrp/datos/1354> [fecha de consulta: 4 de septiembre de 2019].

<sup>372</sup> Contemporánea de Enríquez de Rivera, Juana Belén Gutiérrez de Mendoza también fue dueña de una imprenta y publicó, de manera intermitente, la revista *Vesper* durante varias décadas. A diferencia de *El Hogar*, la columna vertebral de la revista de Gutiérrez de Mendoza giraba en torno a cuestiones políticas.

<sup>373</sup> Sobre el impacto de la Revolución Mexicana en el mundo de los impresos puede leerse el artículo de Ana María Serna, “Prensa y sociedad en las décadas revolucionarias”, *Secuencia*, 8 de abril de 2014, núm. 88, pp. 111-114.

demostró maestría para navegar las adversidades y para tomar al vuelo las oportunidades que se le presentaron.

El tesón de Enríquez de Rivera y los conocimientos sobre el mundo editorial que había aprendido de su padre fueron fundamentales en estos primeros años de vida de *El Hogar*. La audaz editora consiguió materias primas para imprimir la revista cuando escasearon en la Ciudad de México. Entre 1914 y 1916, *Obdulia* negoció la compra de papel en la Fábrica San Rafael con un general zapatista, consiguió sobrantes de tinta de otras imprentas; imprimió *El Hogar* en papel de baja calidad y con menos grabados por la falta de láminas,<sup>374</sup> y en 1916, logró que algunas empresas petroleras se anunciaran en las páginas de su revista. Pero las jugadas maestras que harían de ésta una historia excepcional ocurrieron entre 1917 y 1920.

En 1917, Emilia compró una imprenta que se encontraba en litigio en 1917, y otra más junto a un linotipo en 1919. En 1920 se convirtió en la propietaria de un edificio en la calle de Manrique 13, más tarde República de Chile. Con estas adquisiciones, Enríquez de Rivera no sólo fue dueña de una revista sino propietaria de un edificio con linotipo e imprentas propias; es decir, consiguió los bienes muebles que dieron independencia a *El Hogar*, un cuarto propio para ella y su empresa.<sup>375</sup>

Junto a la audacia de Enríquez de Rivera hubo otros factores que influyeron en el éxito del *El Hogar*. Uno de ellos fue su especialización en un público lector femenino y la poca competencia directa que tuvo a lo largo de la década de 1920. Para evidenciar este horizonte de poca competencia, se puede clasificar a las revistas de las que se tiene registro durante este periodo a partir de la cantidad de contenidos que dedicaban a las mujeres y quién los dirigía.

---

<sup>374</sup> *Obdulia*, "Un episodio olvidado" en *El Hogar*, 14 de septiembre de 1932, año 20, núm. 649, p.3 y Amalia de Castillo Ledón, "La obra de *Obdulia*", en *El Hogar*, 21 de septiembre de 1938, año 25, núm. 961, p. 5; Consuelo Colón Ramírez, *Mujeres de México*, México, Imprenta Gallardo, 1944, pp. 85-93; "A nuestros lectores", *El Hogar*, 1 de junio de 1916, año 3, núm. 36, 1ª de forros; "Labor *Omnia Vincit*" en *El Hogar*, 31 de marzo de 1915, año 2, núm. 19, p. 1; "Una disculpa", *El Hogar*, 31 de julio de 1915, año 2, núm. 23, 3ª de forros.

<sup>375</sup> Sobre la adquisición de la imprenta en 1917 pueden leerse dos versiones en Manuel Márquez San Juan, "La victoria sonrío", en *El Hogar*, 19 de febrero de 1917, año 5, núm. 45, p. 1 y Amalia de Castillo Ledón, "La obra de *Obdulia*" en *El Hogar*, 21 de septiembre de 1938, año 25, núm. 961, p. 5; "La emoción de un triunfo" en *El Hogar*, 1 de junio de 1919, año 6, núm. 72, p. 5. Sobre la adquisición del edificio véase *Obdulia*, "Bajo el yugo del pensamiento", 1 de febrero de 1920, año 7, núm. 85, p. 5 y "Explicación necesaria", 15 de febrero de 1920, año 7, núm. 86, p. 2.

Bajo esta lógica, en un grupo se ubicarían las publicaciones que tenían una sección “femenina”, es decir, que insertaban en sus páginas secciones de moda o consejos de belleza, pero que ofrecían información diversa para otros públicos, por ejemplo, noticias internacionales, política, literatura o cine. Dentro de este conjunto estarían *Revista de Revistas*, *El Universal Ilustrado* y *Jueves de Excelsior*. Otro grupo contendría aquellos proyectos dirigidos principalmente para un público lector femenino y dirigidos por una mujer, por ejemplo, *La Mujer Moderna*, dirigida por Hermila Galindo o *Mujer. Periódico Independiente para la Elevación Moral e Intelectual de la Mujer*, de la periodista María Ríos Cárdenas.<sup>376</sup> A diferencia de las primeras, estas últimas publicaciones circularon poco tiempo, pues no contaban con la infraestructura necesaria para ser independientes;<sup>377</sup> la revista de Galindo, por ejemplo, dependía del financiamiento del gobierno de Venustiano Carranza, y sus rastros se pierden con el fin de este mandato.<sup>378</sup>

*El Hogar* se puede ubicar en este segundo grupo, pues a pesar de que en repetidas ocasiones buscó colocarse como revista para las familias, las mujeres fueron su principal público lector. A ellas ofreció las clásicas lecturas para mujeres que habían sido exitosas desde el siglo XVIII junto a los contenidos que habían servido como bandera del movimiento feminista desde finales del siglo XIX para demostrar la igualdad intelectual entre mujeres y hombres. Dicho de otra forma, sus páginas incluyeron las típicas secciones de moda, belleza, labores femeninas y novelas junto a lecciones de economía doméstica, notas sobre ciencia y breves biografías sobre escritoras o mujeres relevantes en la historia.

*El Hogar* también siguió la fórmula editorial propuesta desde hacía siglos por el *Mercure Galant* (siglo XVI) y experimentada por publicaciones periódicas mexicanas como *El Mundo Ilustrado* y *Revista de Revistas*: incluyó una agencia de encargos y

---

<sup>376</sup> Una historia de esta publicación puede leerse en Rosa Lili Salguero Báez, “La revista *Mujer. Periódico independiente para la elevación moral e intelectual de la mujer*, 1926-1929 y el feminismo en la ciudad de México en los años veinte”, tesis de licenciatura en historia, México, UAM-Iztapalapa, 2000, 2 vols.

<sup>377</sup> Engracia Loyo, “La lectura en México, 1920-1940” en Seminario de Historia de la Educación en México, *Historia de la lectura en México*, México, Colegio de México, 1999, p. 257.

<sup>378</sup> Departamento de Prensa e Información Pública, “Relación que manifiesta los elementos materiales ministrados por la Secretaría de Gobernación, a los periódicos que se editan en esta ciudad y a diversos, durante los meses de octubre de 1915, a la fecha; y pecuniarios hasta el mes de abril ppdo.” México, D. F., mayo de 1916, en AGN, Periodo revolucionario, vol. 61 exp. 15.

servicio de consultas con buzones de correspondencia dirigidos, casi todo el tiempo, por una mujer, vinculados con la sección de modas y labores femeninas.<sup>379</sup> Como se verá más adelante, la inclusión de éste y otros buzones de correspondencia fue decisiva para el éxito de *El Hogar*.

Esta fórmula editorial había definido la trayectoria laboral de Enríquez de Rivera, quien tuvo que cambiar el contenido de su escritura para conseguir empleo: si las primeras colaboraciones de *Obdulia* en publicaciones periódicas fueron cuentos, cuando entró de lleno al mercado laboral se dedicó a la redacción de contenidos sobre modas y a dar consejos por correspondencia para las lectoras de las revistas donde trabajó. De hecho, *El Hogar* tuvo buzones de correspondencia desde sus inicios —aunque el carteo constante fue viable hasta la década de 1920— hasta que dejó de circular.

A estos contenidos *El Hogar* añadió notas sobre cine y radio como hacían otras revistas de la época, pero a diferencia de éstas, la empresa de Enríquez de Rivera incluyó textos donde se discutían cuestiones asociadas a la condición femenina: sufragio, congresos feministas, propuestas de ley como la de divorcio, etc.

La fusión de todos estos elementos —el contexto histórico en el que inició la circulación de *El Hogar*, el conocimiento del oficio de edición y la audacia de su directora para hacerse de los medios materiales que dieron independencia a la producción de su revista, así como la poca competencia que ésta tuvo en sus primeros años de vida y la inserción de buzones de correspondencia— hicieron que, contra todo pronóstico, Emilia lograra lo que muy pocos editores habían hecho antes en México: mantener en circulación una publicación durante veintinueve años consecutivos. Esta estabilidad tuvo consecuencias relevantes para la historia de las mujeres en México.

---

<sup>379</sup> Sobre la diversidad de los contenidos de *El Hogar* pueden consultarse Claudia Tania Rivera, “Historia de una empresa editorial” y Larisa Medina Brener, “Los jardines de la amistad: estudio sobre la correspondencia femenina de la revista *El Hogar*, 1921-1942”, tesis de doctorado en historia, Universidad Iberoamericana, 2017, cap. 1.

## V. Moda y feminismo en México: revista *El Hogar*

En este capítulo demostraré por qué las oficinas y páginas de *El Hogar* fueron espacios relevantes para la historia de las mujeres en México y cómo esta importancia está vinculada con una cultura femenina donde la moda y la indumentaria es central. Expondré cómo esta empresa fue cuartel de un grupo de mujeres que denunció y escribió sobre las desigualdades de poder entre los sexos y las posibilidades de la participación femenina en el ámbito público durante la primera mitad del siglo XX. Además, sus buzones de correspondencia entre lectoras fungieron como un ámbito público subalterno<sup>380</sup> donde se tejieron interpretaciones alternativas de lo que significaba ser mujer en la primera mitad del siglo XX.

*El Hogar* circuló en México entre 1913 y 1942. Esta estabilidad tuvo consecuencias relevantes para la historia de las mujeres en México al menos en tres dimensiones. Primero, porque posibilitó la conformación de redes entre mujeres que tenían las habilidades para comunicar de forma escrita sus posturas y experiencias sobre su condición en tanto mujeres. Segundo, *El Hogar* se convirtió en un punto de encuentro para el debate y en una posibilidad de acceso a la esfera pública para varias mujeres que formaron parte de la intelectualidad femenina en México durante las primeras décadas del siglo XX. Tercero, la publicación continua de buzones de correspondencia permitió el intercambio de ideas entre algunas de esas mujeres intelectuales con lectoras que vivían por toda la república mexicana.

---

<sup>380</sup> Retomo la definición que Nancy Fraser hace de los contra-públicos subalternos, espacios discursivos donde se forjan representaciones e identidades sociales que van contracorriente o son distintas de las representaciones e identidades sociales lanzadas por el grupo social dominante en un contexto histórico determinado. En este sentido, a pesar de que los primeros buzones de *El Hogar* se configuraron a partir de relaciones de compra/venta, los lazos que ahí se configuraron rebasaron el sentido comercial, pues se crearon lazos de amistad entre algunas participantes de estas secciones donde se intercambiaron consejos y opiniones sobre distintos asuntos. Nancy Fraser, "Repensar el ámbito público: una contribución a la crítica de la democracia realmente existente" en *Debate Feminista*, 7, marzo de 1993, pp. 23-58, <https://doi.org/10.22201/cieg.2594066xe.1993.7.1640>

### *Género, clase y espacios públicos*

Las mujeres han trabajado en el espacio público desde hace siglos: como vendedoras (de comida, ropa y otras cosas), en minas, en talleres y fábricas (costureras, cigarreras, telefonistas y obreras).<sup>381</sup> Pero desde finales del siglo XIX y durante las primeras décadas del siglo XX fue cada vez más común encontrarlas transitando por las calles rumbo a oficinas públicas y privadas, comercios prestigiosos, cines, salones de baile, escuelas comerciales y albercas.<sup>382</sup> En algunos de estos espacios, además, fueron cada vez más frecuentes las interacciones mixtas y los encuentros entre completos desconocidos.

Estos encuentros eran disruptivos. Prueba de ello son los intensos debates que provocaron: la norma de comportamiento que regulaba las relaciones entre hombres y mujeres había surgido en circunstancias que no se ajustaban a las nuevas situaciones.<sup>383</sup> Por un lado, algunos de los espacios donde ocurrían estos cruces entre mujeres y hombres habían surgido poco tiempo atrás y otros habían sido morados por casi puros hombres. Por otro lado, la presencia femenina en estos lugares repercutió en la socialización e interacción entre hombres y mujeres que, hasta entonces, aspiraba a la separación física de los sexos, sobre todo entre quienes no pertenecían a los mismos círculos sociales.<sup>384</sup>

De hecho, al menos hasta la mitad del siglo XX el comportamiento femenino en el espacio público solía ser juzgado desde un código de género que unía con fuerza el honor femenino a la moral sexual. Este honor se fundaba en la castidad sexual (honra) por encima del linaje o posición económica, y era tal el peso de la expectativa sobre lo que debía ser o cómo debía comportarse una mujer en el espacio público que ello influía en sus posibilidades de acceso al campo de trabajo e, incluso, en el reconocimiento de

---

<sup>381</sup> Sylvia Arrom, "Women's Work in Mexico City, 1753-1848", *Readings in Latin America History, vol. II. The Modern Experience...*

<sup>382</sup> Esta tendencia puede ubicarse desde las últimas décadas del siglo XIX. Lucrecia Infante, "Mujeres, espacio y ciudad: espacio, género y cultura en el escenario urbano del México finisecular 1883-1884", en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo, *"Instantáneas" de la Ciudad de México. Un álbum de 1883-1884*, tomo 1, México: Instituto de Investigaciones José María Luis Mora/ UAM-Cuajimalpa, 2013, pp.265-279.

<sup>383</sup> Recupero aquí el diagnóstico que realizó Norbert Elias en "Transformación en los patrones de comportamiento en el siglo XX", *Los Alemanes*, pp. 31-55.

<sup>384</sup> Como se verá más adelante, esta tendencia hacia los espacios e interacciones mixtas también se manifestó con nitidez en *El Hogar* a partir de la década de 1930 con la participación de algunos hombres en los buzones de correspondencia, secciones que en los años 20 fueron enteramente femeninas.

sus derechos laborales.<sup>385</sup> Por eso, comportarse de manera “honorable” (manteniendo, sobre todo, la vida sexual en privado y los contactos con los hombres bajo estricto control y autocontrol), legitimaba a las mujeres que trabajaban fuera de casa, sin importar el oficio que desempeñaran.

Estas normas de género también pretendían impedir a las mujeres opinar y participar en cuestiones consideradas como políticas o de orden público. Muestra de esto es una nota escrita por Enríquez de Rivera —publicada en la primera plana de *El Hogar*, sin firma— sobre la frustración que sintió al no poder expresar su juicio sobre el aumento de precio del abono del tranvía durante una charla entre dos hombres mientras viajaban de Tacubaya al centro de la ciudad de México. Usuaria asidua de ese transporte, Emilia dejó constancia de su deseo de participar en aquella plática *in situ*, y explicó que se abstuvo porque sabía que estaba “vedada para hacerlo por las costumbres que nos impiden a las mujeres tomar parte en aquello que parece ser exclusivamente incumbencia de los hombres, aun cuando nos afecte a nosotras muy directamente.”<sup>386</sup>

Otro ejemplo de cómo estos códigos de honorabilidad y normas de género guiaban las acciones de mujeres y hombres trasluce en la tipología de las trabajadoras sexuales según su comportamiento durante las revisiones ginecológicas — establecidas por el Reglamento para el ejercicio de la prostitución— elaborada por el médico Fernando Lavalle Carbajal, quien trabaja en realizadas en la Inspección de Sanidad a inicios de siglo XX. Según el doctor Lavalle, durante los exámenes médicos las “prostitutas de primera” descubrían con pudor ciertas partes de su cuerpo frente a él (genitales, cara y, a veces, las manos), mientras que las de “la clase más baja” mostraban sin empacho toda la parte baja de su cuerpo y, a veces, hasta el abdomen.

Ahora bien, el comportamiento femenino en el espacio público estuvo lejos de ser uniforme. Esto se manifiesta al comparar el comportamiento que tuvo Enríquez de Rivera al abstenerse de hablar en voz alta en tranvía con otro testimonio del médico Lavalle.<sup>387</sup>

---

<sup>385</sup> Porter definió la honra como “un conjunto de normas de género que ofrecían una lógica para las relaciones de poder en la vida pública. La noción de honra se entendía como basada en cualidades privadas que legitimaban derechos públicos”, Susie Porter, *Mujeres y trabajo en la ciudad de México. Condiciones materiales y discursos públicos*, Zamora: El Colegio de Michoacán, 2008, p. 178.

<sup>386</sup> “Un bello rasgo de valor civil”, *El Hogar*, 1 de julio de 1920, año 8, núm. 95, p. 1.

<sup>387</sup> Agradezco a Gabriela Cano por haber llamado mi atención sobre la peculiar conducta de Enríquez de Rivera frente a otras formas de comportamiento femenino en el espacio público.

Según el doctor, algunas trabajadoras sexuales charlaban en voz alta, sin recato alguno, sobre los exámenes médicos por los que habían pasado y sobre sus creencias para evitar enfermedades venéreas mientras viajaban en el tranvía hacia la Inspección de Sanidad (y por eso, el galeno tildaba de indecoroso al reglamento que establecía las revisiones ginecológicas).<sup>388</sup> El contraste entre el silencio de Enríquez de Rivera y el bullicio de las pasajeras que iban a las revisiones médicas en tranvía expresa la diversidad de conductas entre las mismas mujeres. Al mismo tiempo, se revelan distintas formas de resistencia a la norma de género.<sup>389</sup> algunas trabajadoras sexuales hablaban en voz alta sobre su vida sexual en un espacio público y aunque Emilia no alzó la voz en el tranvía, ella y otras mujeres hicieron públicos sus puntos de vista sobre todo tipo de asuntos en su revista.<sup>390</sup>

Sería fácil asociar —tal como lo hizo el doctor Lavalle en su tipología— las diferentes formas de resistencia con la clase social, es decir, sostener que las mujeres que se oponían a la norma de género a través de la escritura ocupaban una posición social distinta a la de las trabajadoras sexuales. Sin embargo, se sabe que no basta el análisis que sólo considera la clase social, pues el género transfigura las experiencias de clase (y viceversa). Con esta interdependencia en mente, deseo analizar a quienes usaron las páginas y oficinas de *El Hogar* como cuartel de resistencia ante las desigualdades de género para saber cómo se tejió esta experiencia con su clase social, es decir, qué tipo de desigualdades de género resaltaban de su día a día por la clase social a la que pertenecían y cuáles parecían evidentes más allá de esa clase.

### El Hogar, *cuartel femenino y feminista*

Las oficinas de *El Hogar* fueron punto de encuentro entre escritoras, fotógrafas, políticas y personajes relevantes de la época durante los casi treinta años en los que se publicó.

---

<sup>388</sup> Fernando Lavalle Carbajal, "Profilaxis venérea: medios prácticos de fácil aplicación y de pronto resultados" en *Gaceta Médica de México*, mayo 31 de 1909, pp. 344-345, citado en Katherine Elaine Bliss, *Compromised Positions. Prostitution, Public Health, and Gender Politics in Revolutionary Mexico City*, The Pennsylvania State, 2001, p. 56.

<sup>389</sup> Susie Porter, pp. 206-208.

<sup>390</sup> Una revisión de los editoriales escritos por Enríquez de Rivera en *El Hogar* puede leerse en Bertha Cecilia Rodríguez Breillard, "Catálogo de la revista *El Hogar* (1913-1942)", tesis de licenciatura en historia, UNAM, 2012.

De manera particular, el número 13 de República de Chile se convirtió en visita obligada para quienes encabezaban algún movimiento relacionado con las mujeres en México. Este tránsito continuo de personas propició encuentros, desencuentros o simples reconocimientos entre los interesados en la situación de las mujeres.

De igual manera, las páginas de este semanario fueron un espacio seguro para que algunas mujeres incursionaran en el ámbito público sin que fueran descalificadas por violentar las normas de género dominantes. En este sentido, *El Hogar* ofreció a sus colaboradoras y a sus lectoras una especie de guarida o cuartel, un espacio estable desde donde podían manifestar sus opiniones sobre asuntos públicos y privados, aunque también es cierto que en este impreso no tuvieron cabida ni todas las mujeres que participaban en la esfera pública, ni todas las organizaciones que existían en ese entonces.

*El Hogar* tuvo una postura y en sus oficinas hubo desacuerdos. El más evidente —que se hizo público en la revista— fue con el feminismo de Yucatán de inicios de la década de 1920. Algunos editoriales de Enríquez de Rivera y contenidos de su revista dejaron clara su oposición ante el comunismo, el amor libre, el divorcio, el control de la natalidad e, incluso, durante algunos años, sobre el derecho al sufragio femenino y la participación de las mujeres en la política;<sup>391</sup> por ejemplo, *Obdulia* expresó su desacuerdo con el gobierno federal cuando expulsó al extranjero Monseñor Filippi en 1923 por haber quebrantado la ley al oficiar misa en el Cerro del Cubilete y rechazó las iniciativas del gobierno yucateco de publicar y distribuir el folleto *La regulación de la natalidad o La brújula del hogar. Medios seguros y científicos para evitar la concepción*, de Margaret Sanger.<sup>392</sup>

Esta postura provocó que un funcionario yucateco, difusor de los folletos de Sanger, se presentara en República de Chile 13 para manifestar su asombro ante la directora de *El Hogar* y decirle que era “una mujer de ideas retrasadas”.<sup>393</sup> Enríquez de Rivera no se amilanó ante tal visita. Al contrario. Narró este encuentro y, en 1923, cuando Elvia Carrillo Puerto compitió por una diputación local en el estado de Yucatán, *El Hogar*

<sup>391</sup> *Obdulia*, “Peligrosos extravíos mentales”, *El Hogar*, 30 de mayo de 1923, año 10, núm. 182, p. 3.

<sup>392</sup> *Obdulia*, “Una determinación bochornosa”, *El Hogar*, 20 de enero de 1923, año 10, núm. 169, p. 3; *Obdulia*, “Peligrosos extravíos mentales”, *El Hogar*, 30 de mayo de 1923, año 10, núm. 182, p. 3.

<sup>393</sup> *Obdulia*, “Peligrosos extravíos mentales”, *El Hogar*, 30 de mayo de 1923, año 10, núm. 182, p. 3.

publicó un editorial titulado “La diputada”, en el que Gabriel González Mier aseguró que las mujeres latinas no estaban listas para la igualdad política con los hombres, y que el caso de la diputada yucateca era excepcional; de hecho, González Mier la señaló como evidencia de la lucha en contra de la maternidad que se hacía en ese estado.<sup>394</sup>

Este tipo de acciones ha tenido un costo historiográfico para *El Hogar* y Enríquez de Rivera. Durante años, ambas han quedado al margen en la narrativa de la historia del feminismo en México, pues frente al feminismo yucateco de esos años, esta revista sólo parece exaltar los roles de género tradicionales, defender la distinción femenino/masculino y rechazar el sufragio de las mujeres. Sin embargo, esta interpretación es anacrónica: está tejida a partir de la mirada del feminismo dominante de la segunda ola, además de sostenerse en francos errores de investigación.<sup>395</sup> Para demostrarlo, detallaré la transformación de posicionamiento de *El Hogar* y su directora ante al movimiento sufragista y la participación de las mujeres en el mundo de la política, pues estos son los índices de feminismo más señalados por la historiografía en México.

Durante los casi treinta años en los que se publicó *El Hogar* (1913-1942) ocurrieron profundos cambios. A la Revolución mexicana, la Gran guerra y la Revolución rusa se sumaron la depresión económica de 1929, la Guerra civil española y el estallido y los primeros años de la Segunda guerra mundial. Además de sus consecuencias económicas y políticas, estos sucesos también se experimentaron como cambios en la balanza de poder entre hombres y mujeres que repercutieron a distintos niveles.

En países como Rusia, Alemania y Estados Unidos, por ejemplo, en este lapso fue reconocido el derecho femenino al sufragio. En México, las mujeres pudieron ejercer el derecho de patria potestad sobre sus hijos y, aunque ya era habitual la presencia femenina en las calles, lo cierto es que continuó un proceso de urbanización —de intensidad desigual en distintos lugares de la república— y, con ello, un creciente y sostenido ir y venir de mujeres jóvenes que caminaban hacia las escuelas abiertas para ellas entre 1916 y 1925, o las oficinas de gobierno, donde su trabajo era indispensable

---

<sup>394</sup> Gabriel González Mier, “La diputada”, *El Hogar*, 16 de julio de 1923, año 11, núm. 223, s.p.

<sup>395</sup> La revisión de la literatura que ha sostenido estas afirmaciones puede consultarse en Claudia Tania Rivera, “Historia de una empresa editorial...”, pp. 2-10.

para realizar el papeleo y organización que demandaba la administración de un Estado en desarrollo.<sup>396</sup>

Estas circunstancias abrieron horizontes que posibilitaron la transformación de los puntos de vista de personas como Enríquez de Rivera. Además, facilitaron la formación de redes de mujeres y de feministas, y la conformación de espacios de resistencia desde donde se lanzaron definiciones que resquebrajaron, muy lento y poco a poco, la representación dominante de feminidad. Veamos.

En 1914, Enríquez de Rivera contestó con franqueza a una suscriptora que deseaba escribir sobre la libertad de las mujeres en Estados Unidos, que *El Hogar* no buscaba emancipar a la mujer sino serle útil en sus “naturales obligaciones” y contribuir al desarrollo de su intelecto “sin traspasar los límites que la naturaleza, sabia y juiciosa, ha querido concederle”.<sup>397</sup> En 1919, la editora afirmó, una vez más, que las mujeres debían alejarse de las cuestiones políticas porque la política era cosa de hombres. Pero cuando escribió esto, *Obdulia* llevaba trabajando apenas seis de los casi treinta años en los que se desempeñaría como editora y empresaria.

En 1939 —veinte años después de sus primeras declaraciones— Emilia presentó una ponencia en la Convención de la Pan American Round Table donde señaló la “evolución” de la participación de las mujeres desde tiempos prehispánicos, enlistó algunas de las organizaciones fundadas por mujeres y sostuvo que las mexicanas estaban listas para participar en la vida política y para votar, aunque este derecho les hubiera sido negado.<sup>398</sup> Ese mismo año declaró que, aún sin voto, las mexicanas estaban “logrando [...] experiencia para organizarse; observan y descubren los manejos y

---

<sup>396</sup> Como estudió Porter, el número de mujeres que se integró a las filas de las empleadas —de gobierno o de empresas privadas— aumentó entre 1890 y 1920. Su presencia en estos espacios era tema de discusión en la arena pública y sobre el que se escribió en las publicaciones periódicas de esa época con frecuencia. Susie Porter, *From Angel to Office Worker. Middle-Class Identity and Female Consciousness in Mexico, 1890-1950*, Lincoln: Nebraska University Press, 2018, pp. 31-51; Lucrecia Infante Vargas, “Mujeres en la ciudad: espacio, género y cultura en el escenario urbano del México finisecular (1883-1884)” en Alicia Salmerón y Fernando Aguayo (coords.), *Instantáneas de la Ciudad de México. Un álbum de 1883-1884*, tomo 1, México: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora/ UAM-Cuajimalpa/ Comité Mexicano de Ciencias Históricas, 2013, pp.265-280.

<sup>397</sup> Contestación a Refugio Werther, “Rosas y Espinas” en *El Hogar*, enero de 1914, año 1, núm. 5, p. 2.

<sup>398</sup> Emilia Enríquez de Rivera, “Educational and civic activities of the women of México”, Anexo en Claudia Tania Rivera Mendoza, “Revista *El Hogar*”, pp. 142-150.

‘enjuagues’ de los hombres, ya conocen sus tretas y aprenden a combatirlos y sabrán vencerlos.”<sup>399</sup>

Las opiniones de Enríquez de Rivera estaban informadas por su experiencia laboral seleccionando o aprobando los textos que publicaba, y por los muchos litigios en contra de hombres a los que se enfrentó durante su incursión en el mundo de los negocios de la edición, los impresos y el comercio. Sus empresas se convirtieron en lo más importante de su vida; de hecho, en repetidas ocasiones escribió sobre lo difícil que le resultaba alejarse de la oficina y el trabajo, de ese *hogar* donde se forjó como editora, empresaria e impresora. Es decir, su experiencia en la vida laboral y los cambios que le tocó vivir transformaron su postura sobre el significado de ser mujer y la necesidad de la participación femenina en la vida pública. Y Emilia no fue la única: *El Hogar* fue uno de los espacios donde otras escribieron y tejieron resistencias a la norma de género dominante.

### *Empleadas públicas y cultura escrita*

Dice Susie Porter que, aunque fueron pocas, las mujeres que comenzaron su carrera laboral en las oficinas de gobierno entre las décadas de 1910 y 1920 fueron piezas clave para la articulación del feminismo mexicano. Estas empleadas feministas identificaron en su experiencia laboral situaciones de abierta desventaja por su sexo, desventajas que el movimiento de obreras había formulado como demandas décadas atrás y que fueron reconocidas como derechos, por ejemplo, la licencia de maternidad y el servicio de guardería para sus hijos. Además, defendieron el derecho de las mujeres al trabajo (incluyendo a las madres), demandaron la igualdad de salario, formaron redes y organizaron congresos donde debatieron sobre diversas demandas de género —entre ellas el derecho al voto— que buscaban ampliar el campo de acción femenina.

La vida de este puñado de empleadas gravitó alrededor de instituciones donde podían formarse académicamente. Algunas tomaron cursos en instituciones como la Escuela Nacional de Altos Estudios, la Escuela Nacional Preparatoria y en el

---

<sup>399</sup> Enrique Ortega, “Entrevistas importantes para Enrique Ortega. Emilia Enríquez de Rivera Obdulía”, *La Prensa. Diario Popular Independiente*, 25 de octubre (1939), p. 8.

Conservatorio Nacional;<sup>400</sup> pero otras fueron alumnas de las escuelas comerciales e industriales que ampliaron la oferta educativa para las mujeres durante la década de 1920.<sup>401</sup> Todas estas escuelas, de manera particular las comerciales e industriales, fueron espacios de socialización femenina decisivos para la formación de mujeres que se integrarían a las oficinas de gobierno. En ellas también se perfiló un nuevo tipo de feminidad, pues si es cierto que parte de su oferta educativa buscaba preparar a las mujeres como futuras madres o amas de casa “modernas” —equipadas con conocimientos prácticos, científicos y económicos— también es verdad que había cursos cuyo objetivo principal era prepararlas para integrarse al mercado laboral.<sup>402</sup>

El tipo de feminidad que promovían estas escuelas y la empresa de Enríquez de Rivera era tan afín que varias empleadas feministas fueron colaboradoras de la revista. De hecho, las directoras, las alumnas y las maestras de estas instituciones escolares fueron interlocutoras directas del semanario de *Obdulia*. En la década de 1920, *El Hogar* publicó entrevistas con algunas de las directoras de estas escuelas para señoritas y reportajes sobre las actividades que realizaban sus alumnas en donde se muestran fotografías de las exposiciones escolares de La Corregidora, la Escuela de Enseñanza Doméstica, la Escuela de Artes y Oficios, la Dr. Balmis, Malinalxóchitl y la Sor Juana Inés de la Cruz (Ilustración 5.1).<sup>403</sup>

El reconocimiento era mutuo: algunas directoras de estas instituciones públicas y de otras escuelas privadas similares leían este semanario. Hay constancia de cartas enviadas a Enríquez de Rivera para felicitarla por los contenidos de *El Hogar*, pues les resultaban útiles en su labor educativa, y por otros proyectos que la revista echaba a andar. En 1923, por ejemplo, publicaron unos párrafos de la epístola que envió Ernestina García Penne, directora de una escuela en Culiacán, Sinaloa, en donde felicitaba a

---

<sup>400</sup> Sobre el desarrollo de la Escuela de Altos Estudios puede leerse la tesis de doctorado de Gabriela Cano, “De la Escuela Nacional de Altos Estudios a la Facultad de Filosofía y Letras”, tesis de doctorado en historia, FFYL-UNAM, 1996.

<sup>401</sup> Potter, *From Angel*, p. 12

<sup>402</sup> Véase Potter, *From Angel*, cap. 2 y 3.

<sup>403</sup> Sin título, *El Hogar*, 20 de marzo de 1924, año 11, núm. 210, p. 30; “Exposiciones escolares: exposición gráfica”, *El Hogar*, 3 de diciembre de 1924, año 12, núm. 243, pp. 8 y 9; “Artísticas exposiciones escolares”, *El Hogar*, 12 de diciembre de 1928, año 16, núm. 453; “Delicadas obras de arte industrial”, *El Hogar*, 21 de diciembre de 1927, año 15, núm. 402, pp. 21, 24 y 44.

*Obdulia* por abrir una academia de cocina y por ofrecer estos conocimientos útiles para amas de casa y madres.<sup>404</sup>

Otra prueba de la afinidad entre esta revista y estas escuelas son los proyectos editoriales sobre labores femeniles desarrollados por *El Hogar* durante el primer lustro de los años 1930, justo cuando algunas de las escuelas comerciales habían cerrado por falta de presupuesto federal o que ya no eran exclusivamente para mujeres (se habían vuelto mixtas). En 1930, por ejemplo, se inauguró en *El Hogar* la Academia de Artes Decorativas, donde se podían tomar cursos de todo tipo, y el departamento de Labores abrió sus puertas a las suscriptoras de la revista. Un par de años más tarde se publicó una nota sobre la reinauguración del Departamento de Labores a cargo de Adelina Navarrete, Carmen Domingo de Alcaráz y Magdalena Domingo (Ilustración 5.2).<sup>405</sup> Y en 1934 se estableció el Departamento de Exhibición de Labores, que constaba de un par de escaparates en la fachada del edificio de la empresa.<sup>406</sup>

---

<sup>404</sup> “Una nueva institución docente. La escuela normal libre para maestros”, *El Hogar*, 10 de marzo de 1924, año 11, núm. 210, p. 16.

<sup>405</sup> Laura de Pereda, “Un hermoso departamento de *El Hogar*”, *El Hogar*, 15 de junio de 1932, año 19, núm. 636, p. 4.

<sup>406</sup> “*El Hogar* ha inaugurado en su edificio nuevas y bien instaladas oficinas”, *El Hogar*, 28 de febrero de 1934, año 21, núm. 725, s. p.

### DELICADAS OBRAS DE ARTE INDUSTRIAL

**Escuela "Correidora de Quetzalero"**  
Trabajos en seda, lana y algodón.

**Escuela "Dr. Balmis"**  
Clase de Repostería.

**Escuela "Correidora de Quetzalero"**  
Trabajos en seda, lana y algodón.

**Escuela "Correidora de Quetzalero"**  
Trabajos en seda, lana y algodón.

### CRONICA DE LA MODA

TRAJES DE ESTILO

Los XV son los volantes plisados que los puros y al alfilerado de "que otros" abarcan sobre un feroz retorcido. El atractivo sigue la fábula de formas y el extravagante y lindo laste que se ostenta por delante con un "jeu". Clases en esta creación una "corte" con un buen efecto de gran suavidad. Esta muestra de colores, cuando se analiza en su totalidad, bien acogida es verdaderamente feliz.

La fábula inspiración de las faldas es muy visible en los modelos que se muestran en el primer de de faldas color de la rosa con faldas muy amplias formando por una gran falda y, por detrás, cortadas finas y ricas en V. Linea clásica de corte blando muestra una línea de

El otro bonito botero más, si bien se ve una línea de vestidos, pero en esta ocasión, se debe fallar en el efecto, las faldas son cortas. Las faldas de algodón, se ven en el efecto de Y muestra este modelo el día de hoy, que no tiene cabida en el mundo, pero en el mundo de la fantasía, y un cuerpo ancho, de cintura.

En el efecto de algodón, se ve una línea de vestidos, pero en esta ocasión, se debe fallar en el efecto, las faldas son cortas. Las faldas de algodón, se ven en el efecto de Y muestra este modelo el día de hoy, que no tiene cabida en el mundo, pero en el mundo de la fantasía, y un cuerpo ancho, de cintura.

El otro bonito botero más, si bien se ve una línea de vestidos, pero en esta ocasión, se debe fallar en el efecto, las faldas son cortas. Las faldas de algodón, se ven en el efecto de Y muestra este modelo el día de hoy, que no tiene cabida en el mundo, pero en el mundo de la fantasía, y un cuerpo ancho, de cintura.

### ARTISTICAS EXPOSICIONES ESCOLARES

**Escuela "Malmalschöf"**  
Bata de exposición de flores artificiales.

**Escuela de Emulantes Dama**  
Trabajos de labores y labores manuales, todo por cuenta propia.

**Escuela "Dr. Balmis"**  
Lote de labores y de otros exquisitos labores.

**Escuela "San Juan de la Cruz"**  
Magníficos trabajos exhibidos por las propias alumnas.

### HERMOSAS Y DELICADAS EXHIBICIONES

**Escuela de Artes y Oficios**  
para señoras. Trabajos de gran arte que fueron sumamente admirados.

**Escuela de Emulantes Dama**  
Trabajos de labores y labores manuales, todo por cuenta propia.

**Escuela "Malmalschöf"**  
Hermosa exhibición de la parroquia clase de Repostería.

Ilustración 5.1 Artículos sobre escuelas comerciales e industriales en *El Hogar*. En la imagen superior, la información sobre las escuelas está junto a la crónica de moda. En la imagen de abajo hay fotos de abrigos de piel y trajes de baile confeccionados por alumnas de estas escuelas comerciales e industriales. "Delicadas obras de arte industrial", *El Hogar*, 21 de diciembre de 1927, año 15, núm. 402, p. 24 y "Artísticas exposiciones escolares" en *El Hogar*, 12 de diciembre de 1928, año 16, núm. 453, sp.



Ilustración 5.2 Festejo de inauguración del Departamento de Labores en las oficinas de *El Hogar*. Nótese la preeminencia femenina en este lugar de las oficinas de la revista. Fotografía publicada en *El Hogar*, 15 de julio de 1932, año 19, núm. 636, p. 4.

Ahora bien, sería erróneo sostener que *El Hogar* sólo buscó hacer negocio al fomentar la práctica de labores femeniles entre cuyas actividades estaba la confección de indumentaria. Si durante la década de 1920 esta revista exaltó más las actividades de escuelas como la de Enseñanza Doméstica, la de Artes y Oficios para Señoritas o La Corregidora, donde prevalecían las actividades vinculadas con los quehaceres definidos clásicamente como femeninos y que identificaban a las mujeres en tanto madres o esposas; en los años treinta este semanario también ofreció a sus lectoras cursos de taquigrafía y de inglés. Hablar inglés y escribir taquigrafía son habilidades que no tienen un vínculo directo ni necesario con el desempeño de las mujeres en tanto madres, hijas o esposas; por eso, la inclusión de estos contenidos de educación comercial e industrial puede tomarse como indicio de cambios en la postura editorial de *El Hogar*.

Dos reportajes publicados en octubre de 1937 son elocuentes con esta interpretación. El primero de ellos reseña lo ocurrido en un concurso de ortografía realizado en la Escuela Miguel Lerdo de Tejada, que para entonces era ya la Vocacional número 4, como se dijo en la revista. El otro, bajo el título “Un paso adelante”, da cuenta de una exhibición sobre el desarrollo de la escritura —de la cuneiforme hasta la

taquigrafía— y de un certamen llevado a cabo en el Salón Verde del Palacio de Bellas Artes. Ambos están ilustrados con fotografías donde las protagonistas son mujeres jóvenes (Ilustración 5. 3)



Ilustración 5.3 Reportajes sobre concursos de taquigrafía, mecanografía y taquimecanografía. En las fotografías aparecen mujeres jóvenes frente cuadernos o máquinas de escribir. *El Hogar*, 6 de octubre de 1937m año 25, núm. 912, pp. 29 y 30.

En este sentido también puede señalarse una transformación en la interpretación sobre el trabajo femenino en las páginas de *El Hogar*. En los años veinte el semanario presentó a la educación comercial como una opción más bien extraordinaria, es decir, útil en caso de que el destino —tal como había ocurrido con Enríquez de Rivera— negara a las

mujeres el camino del matrimonio y la maternidad. Pero en la década de 1930, el trabajo, sobre todo el de oficina, se abordó como una trayectoria de vida para las mujeres tan loable como otras. Es decir, con el paso de los años, y en sintonía con los cambios que trajo consigo la mayor participación femenina en el espacio público y el mayor contacto entre mujeres y hombres en la vida diaria, *El Hogar* dejó de definir al trabajo como una excepción para las mujeres y lo señaló cada vez más como un camino que las enaltecía, que no se oponía a la maternidad y que sí les daba libertad y autonomía.<sup>407</sup>

Así, para evaluar la relevancia de *El Hogar* en la historia de las mujeres y el feminismo en México, hay que ir más allá de la demanda por el derecho al sufragio y mirar otros puntos de la agenda que estas feministas impulsaron. Desde esta apuesta por un análisis más complejo, Susie Porter demostró cómo estas escuelas comerciales donde se veneraba la domesticidad, la castidad, la maternidad y el amor romántico, fueron espacios estratégicos para los primeros feminismos en México.<sup>408</sup> En estos espacios se compartieron experiencias, emociones y sentires que fueron hilos centrales con los que se urdió la organización del movimiento feminista en México durante la década de 1930. Y *El Hogar* también fue uno de estos espacios.

A tono con esta interpretación, investigaciones recientes sobre *El Hogar* demostraron su relevancia para la historia de las publicaciones periódicas, la historia de las mujeres, de la cultura femenina, del feminismo y de las emociones en México.<sup>409</sup> Los trabajos de Bertha Cecilia Rodríguez Breillard y Larisa Medina Brener han señalado que las páginas de esta revista están llenas de artículos en los que se debatía, desde distintos

---

<sup>407</sup> “La mujer como artista en sus labores naturales”, *El Hogar*, 28 de junio de 1914, año 1, núm. 10, p. 1; *Obdulia*, “El gusano de la seda”, *El Hogar*, 31 de mayo de 1915, año 2, núm. 21, p. 1; *Obdulia*, “Un año más de vida”, *El Hogar*, 1 de septiembre de 1919, año 6, núm. 75, p. 5; “El via-crucis de la mujer”, *El Hogar*, 13 de enero de 1926, año 13, núm. 301, p. 5; “Las apariencias”, *El Hogar*, 29 de junio de 1927, año 14, núm. 377, p. 5; “Babel y la mujer”, *El Hogar*, 16 de octubre de 1929, año 17, núm. 497, p. 3; “Casadas y solteras”, *El Hogar*, 6 de mayo de 1931, año 18, núm. 578, p. 3; “Lecciones que da la vida”, *El Hogar*, 22 de agosto de 1934, año 21, núm. 750, p. 3; “El feminismo amenazado”, *El Hogar*, 29 de diciembre de 1933, año 21, núm. 712, p. 3; “Por los fueros de la mujer”, *El Hogar*, 8 de agosto de 1934, año 21, núm. 748, p. 3; “No todo lo que se quiere se puede”, *El Hogar*, 18 de septiembre de 1935, año 22, núm. 807, p. 3.

<sup>408</sup> Susie Porter, *From Angel...*

<sup>409</sup> Estos trabajos son: Claudia Tania Rivera, “Historia de una empresa editorial...”; Bertha Cecilia Rodríguez Breillard, “Catálogo de la revista *El Hogar* (1913-1942)”, tesis de licenciatura en historia, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2012; Larisa Medina Brener, “Derechos y reverses en una comunidad femenina y emocional: de revoluciones, feminismos y tejidos en la revista *El Hogar* 1920-1928”, tesis de maestría en historia, Universidad Iberoamericana, 2013, y “Los jardines de la amistad: estudio sobre la correspondencia femenina de la revista *El Hogar*, 1921-1942”, tesis de doctorado en historia, Universidad Iberoamericana, 2017.

ángulos, sobre la situación de las mujeres, y que ilustran parte de la cultura femenina de aquellos años. Gracias a estos estudios es posible saber que coexistieron múltiples significados del feminismo en *El Hogar*, desde qué horizonte se entendía a sí misma como una publicación feminista, los tipos de feminismos que defendía y la transformación de la propia postura de este proyecto editorial a lo largo de las décadas en las que circuló.

El catálogo que realizó Rodríguez Breillard es muy útil porque ofrece un camino para transitar por la revista desde 1913 hasta 1942. Señala algunos de los grandes temas que se abordaron en su página editorial, como la trata de blancas, el feminismo, el derecho de las mujeres al voto, etc., y precisa los momentos de conflicto laboral que hubo en la empresa. Además, el catálogo registra las columnas escritas por Consuelo Colón, Enriqueta de Parodi y otras figuras que han sido rescatadas por historiadoras de las mujeres en México.

Las dos tesis de Medina Brener, por su parte, ofrecen ricas claves interpretativas sobre la cultura femenina y una visión detallada sobre los contenidos de *El Hogar* en la década de 1920. En su tesis de maestría, Medina Brener analizó los contenidos de *El Hogar* en este decenio a través de tres ejes discursivos: la mexicana, la feminista y la tejedora, además de distinguir tres tipos de feminismo.<sup>410</sup> En su trabajo doctoral, analizó los contenidos de los buzones de correspondencia con los lectores para estudiar regímenes emocionales y revelar a una comunidad emocional femenina que dejó huellas en la revista.

Los aportes de ambas historiadoras al estudio de *El Hogar* son invaluable, pues los más de mil números de esta revista son un océano de información difícil de navegar. Sin embargo, y quizás por esto mismo, sus estudios ofrecen análisis discursivos sesgados. Rodríguez Breillard se concentró en los textos de algunos redactores, pero olvidó a los lectores y al resto de la oferta de lecturas de la revista que son igualmente reveladores; es decir, desde la perspectiva que ofrece es difícil dar cuenta de los puentes entre la militancia feminista expresada en los editoriales y el resto de las lecturas que ofreció *El Hogar*. Medina Brener, por su parte, estudió a profundidad una de las tres

---

<sup>410</sup> Según Medina Brener, estos tres tipos de feminismo son el femenino, el textil y el de igualdad de derechos y emancipatorio. Siguiendo la tesis de Rodríguez Breillard se puede afirmar que la mezcla de estos tres tipos de feminismo siguió vigente en la década de 1930. Medina Brener, "Derechos y reveses...", pp. 79-82 y 101; Rodríguez Breillard, pp. 25, 32-33.

décadas en las que circuló esta publicación, hecho que la llevó a realizar afirmaciones que requieren matizarse.<sup>411</sup>

Se debe señalar, además, que una de las mayores lagunas de ambos estudios es la carencia de fuentes más allá de los textos publicados en *El Hogar*. Esta falta de diversidad de fuentes hizo suponer a Medina Brener que Carmen Peredo César (la encargada de la sección de modas, labores y del buzón de correspondencia con las lectoras, que firmaba bajo el seudónimo de *Mlle. Butterfly*), fue censurada de *El Hogar* tras publicar en su columna de modas un texto titulado “¿La mujer se masculiniza?”.<sup>412</sup> Pero esta interpretación carece de pruebas y parece ser errónea. Por un editorial de Enríquez de Rivera en el que habla veladamente sobre el compromiso matrimonial de Peredo, por la entrevista que hice a Hugo Fernández de Castro Peredo (uno de los hijos de esta redactora), y por la participación de la misma Peredo César como una lectora más de los buzones de correspondencia de la revista en la década de 1930, parece más atinado aseverar que *Mlle. Butterfly* dejó de trabajar en *El Hogar* porque se casó y dejó de residir en la Ciudad de México.<sup>413</sup> Es decir, con ella ocurrió lo que señaló Carroll Smith-Rosenberg (y que Medina Brener identificó con tino): las lectoras abandonaban el mundo femenino lleno de amigas que se creó en esta revista luego de contraer nupcias, es decir, al convertirse en esposas y madres.<sup>414</sup>

Ahora bien, es cierto que hubo censura en *El Hogar*. Si bien la mayoría de quienes escribían los contenidos de la revista eran mujeres, Matilde Zayas, una de las sobrinas de Enríquez de Rivera que también fue colaboradora del semanario, recordaba que

---

<sup>411</sup> Aunque el título de su tesis de doctorado anuncia un estudio sobre las emociones que va de 1920 a 1942, su argumento principal se sustenta en el buzón Entre Lectoras, publicado entre 1923 y 1926. A partir de este análisis, Brener sostiene que la correspondencia publicada en *El Hogar* durante la década de 1930 no tuvo la relevancia de Entre Lectoras para conformar una comunidad emocional; sin embargo, Mutua Ayuda, el buzón de cartas de lectores publicado en el decenio de 1930, no sólo salió durante más años que Entre Lectoras, sino que puede leerse como la continuación de El Colmenar, proyecto que se echó a andar en la década de 1910. Además, en Mutua Ayuda también hubo intercambios epistolares con fuerte carga emotiva, tal como ocurrió en Entre Lectoras y que son la materia prima del análisis de Brener, que bien pudieron servir para analizar posibles transformaciones emocionales en el transcurso de estas décadas.

<sup>412</sup> Larisa Medina Brener, “Derechos y reveses”, pp. 89-91 y “Los jardines...”, p. 32.

<sup>413</sup> *Obdulia*, “Los trogloditas de la selva”, *El Hogar*, 22 de octubre de 1924, año 12, núm. 237, p. 5; Departamento de Encargos y Express de *El Hogar*. Servicio C. O. D., *El Hogar*, 3 de julio de 1935, año 21, núm. 795, p. 2 y Entrevista con Hugo Fernández de Castro, Ciudad de México, 21 de febrero de 2017.

<sup>414</sup> Carroll Smith-Rosenberg, “The female work of Love and Ritual: Relations between Women in Nineteenth-Century America”, *Signs*, otoño 1975, año 1, núm. 1, pp. 1-29.

alguna vez un hombre le rechazó un texto para publicarlo en *El Hogar*.<sup>415</sup> ¿Quién pudo ser este hombre?



Ilustración 5. 4 Fotorreportaje que muestra tres espacios de las oficinas de *El Hogar* en 1934. En la fotografía de la esquina superior izquierda se ve la fachada principal del edificio con los escaparates que exhiben mercancías del Departamento de Labores. En la fotografía de la esquina inferior derecha se aprecian unas mamparas que tal vez funcionaban como una especie de catálogo de patrones de labores. Las otras dos imágenes son tomas de un mismo salón desde distintos ángulos donde aparece parte del equipo de *El Hogar*; de éstas llamó mi atención que la mayoría de los retratados son hombres y que las mujeres que alcanzan a verse parecen desarrollar actividades de rangos subordinados. *El Hogar*, 28 de febrero de 1934, año 21, núm. 725.

<sup>415</sup> Charla personal con Cecilia Fernández Zayas, hija de Matilde Zayas. Ciudad de México, 2019.

En unas fotografías de las oficinas de la revista, tomadas en 1934, parece haber más hombres que mujeres ocupados en actividades administrativas (Ilustración 5.4). De hecho, Crescencio Galván fue subdirector de la empresa durante años. Cuando Enríquez de Rivera se ausentaba del trabajo, ya por vacaciones, por cuestiones de negocios o de salud, Galván quedaba al frente de la revista. Por eso no es descabellado suponer que él se haya encargado de aceptar y rechazar textos para su publicación. Aún más. Es posible que algunos de los editoriales de *El Hogar* salieran de su pluma.

Este hecho parece más verosímil porque los editoriales dejaron de publicarse firmados y sólo en algunos aparece el nombre de *Obdulia*. En otras palabras, Enríquez de Rivera no escribió todos los editoriales sin firma y, quizá, no aprobó ni rechazó personalmente todo lo que se incluyó o excluyó de *El Hogar*. A pesar de esto, Rodríguez Breillard atribuyó a Emilia algunas de esas editoriales no firmadas sin ofrecer una explicación. Esta decisión la llevó a interpretar como contradictoria la postura de Enríquez de Rivera sobre el sufragio.<sup>416</sup>

De hecho, tanto Rodríguez Breillard como Medina Brenner han señalado que *El Hogar* tuvo una postura feminista conservadora o moderada porque oscilaba entre un discurso “tradicional” que exaltaba la figura de la mujer en tanto madre y esposa profundamente emocional, y un discurso “moderno” que alababa su incursión en el mundo laboral y su presencia pública como consumidora. Aunque la descripción puede ser acertada, carece de profundidad. Por un lado, está elaborada desde la definición de los feminismos de Estados Unidos e Inglaterra, cuestión que impide observar rupturas entre los distintos feminismos alrededor del mundo, pues la maternidad, el matrimonio, la obediencia a los padres y la feminidad también eran intereses compartidos con otros grupos que luchaban por la liberación de la mujer en México y otros países de América Latina y Europa en aquella época. Por otro lado, esta interpretación impide reconocer algunos elementos de la agenda de este feminismo que siguen vigentes.

Entonces, ¿por qué se puede considerar a *El Hogar* como revista feminista?, ¿cuáles fueron las apuestas que realizó en su afán por modificar la balanza de poder entre hombres y mujeres? ¿Qué diferencias hay entre el feminismo que prevaleció en

---

<sup>416</sup> Rodríguez Breillard, pp. 32-33.

esta revista y otros feminismos de la época?, ¿cómo se expresa la interdependencia entre clase y género en estas apuestas?

### *Espacio femenino y difusor del movimiento feminista*

*El Hogar* fue una revista feminista: buscó convertirse en espacio laboral para mujeres y en su agenda editorial fue primordial la difusión de eventos y organizaciones femeninas y feministas. A primera vista, parecería que *El Hogar* no desafió la jerarquía entre mujeres y hombres en el espacio laboral: un hombre, Crescencio Galván, fue el segundo al mando de esta empresa durante más de veinte años y, como era común en las empresas editoriales, una mujer, Guadalupe González, estuvo a cargo y fundó su taller de encuadernación (Ilustración 5.4). Pero al mirar con detenimiento y en su contexto al personal de la revista, se hace evidente que, además de ser dirigida por Emilia Enríquez de Rivera —y durante un corto periodo por Amalia del Castillo Ledón—, esta empresa se afanó en emplear a otras mujeres que incursionaban en el mundo de la cultura impresa.

En sus páginas aparecieron con frecuencia reportajes en los que se jactaba de ser una publicación elaborada, en su mayoría, por mujeres. Y hay elementos que muestran la clara intención de hacer de sus oficinas un espacio laboral para (algunas) mujeres. Su empeño por emplear a personal femenino en el mundo de la producción de las publicaciones impresas fue constante. María Santibañez, por ejemplo, estuvo a cargo de la sección fotográfica de sociales cuando recién había abierto su estudio en la Ciudad de México como fotógrafa independiente.<sup>417</sup> La correctora de pruebas era una mujer, Beatriz López y Mercedes C. V. de Mintzpeter quizás era encargada del departamento de llevar la administración de las suscripciones, pues aparece en varias de las fotografías de las oficinas de la empresa que se publicaron en *El Hogar* (Ilustraciones 5.4 y 5.6).

Además, las secciones más importantes de la revista estuvieron a cargo de mujeres. María Tello Bouquet —quien también firmó como Tello de Álvarez Ruí— ilustró

---

<sup>417</sup> “Nuestras colaboradoras”, *El Hogar*, 1 de junio de 1920, año 7, núm. 93, p. 1. Algunos artículos sobre la trayectoria de la fotógrafa son Rebeca Monroy Nasr, “Preciosismo fotográfico: María Santibañez”, *Alquimia*, año 18, núm. 53, enero-abril 2016, pp. 38-48, Deborah Dorotinsky Alperstein, “El género y la mascarada en la fotografía de María Santibañez”, *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, núm. 71, 2018.

durante al menos diez años la sección de Labores femeninas, incluido el suplemento que tantos éxitos dio a esta empresa.<sup>418</sup> Los buzones de correspondencia, pilares de la revista, estuvieron a cargo de mujeres, entre ellas Carmen Peredo César (*Mlle. Butterfly*), Amada Linaje de Becerra (*Laura de Pereda*) y María Álvarez (*María*).

Una fotografía del personal de *El Hogar* publicada en 1931 muestra que de las 25 personas que integraban su equipo de redacción, trece eran mujeres, cuando lo común era que las oficinas de redacción de las publicaciones fueran espacios masculinos. Junto a Emilia Enríquez de Rivera, su directora, escribían Adelina Navarrete (encargada de la sección de labores),<sup>419</sup> Ana María Díaz, María Luisa Cardell, María Tello (ilustradora de labores),<sup>420</sup> la profesora y taquígrafa Celia Balcárcel,<sup>421</sup> Guillermina Llach, Celia Tovar (encargada de la sección de educación física),<sup>422</sup> *Laura de Pereda*, Aurora Nava y Feliza Acosta de Z. Aunque es posible que estas mujeres no escribieran sus textos en República de Chile 13, sí debían llevarlos para que los publicaran.

Más aún, en 1939 la misma Enríquez de Rivera declaró que no había podido lograr que fueran mujeres quienes estuvieran a cargo de los linotipos de su empresa, pues le fue imposible “vencer la resistencia de la Unión de Linotipistas”. Por eso contaba como uno de sus deseos incumplidos el que su semanario fuera hecho enteramente por mujeres.<sup>423</sup>

Cabe recordar que, como señalé líneas arriba, en estas oficinas también se dictaron cursos de todo tipo dirigidos a mujeres y que el Departamento de Labores ocupaba un espacio propio en el edificio de las oficinas. También en *El Hogar* se instalaron máquinas para remendar medias que podían rentarse.

---

<sup>418</sup> El estudio sobre este tipo de actividades en las empresas editoriales sigue pendiente, pues la historiografía ha subvalorado el trabajo gráfico que incluye el diseño de patrones de bordados o tejidos, y de todas las llamadas labores femeninas que se publicaron en un sinnúmero de revistas en México y el mundo.

<sup>419</sup> “En el XIX aniversario de *El Hogar*”, *El Hogar*, 14 de septiembre de 1932, año 20, núm. 649, p. 8.

<sup>420</sup> María Tello Bouquet nació en Pachuca, Hidalgo, en 1891. “Nuestras colaboradoras”, *El Hogar*, 1 de junio de 1920, año 7, núm. 93, p. 1. Seminario de Genealogía Mexicana, <https://gw.geneanet.org/sanchiz?lang=es&p=maria&n=tello+bouquet> [Consulta: 28 de junio de 2019].

<sup>421</sup> “Taquígrafa”, *El Hogar*, 14 de enero de 1931, año 18, núm. 562, p. 47.

<sup>422</sup> “Cultura física”, *El Hogar*, 14 de enero de 1931, año 18, núm. 562, p. 41.

<sup>423</sup> Enrique Ortega, “Entrevistas importantes por Enrique Ortega. Emilia Enríquez de Rivera *Obdulia*”, *La Prensa. Diario Popular Independiente*, San Antonio, Texas, 25 de octubre de 1939, p. 5.



Ilustración 5.5 Fotografías publicadas en el 20 aniversario de *El Hogar*. La imagen superior muestra los talleres de la revista en 1920 donde sólo aparecen hombres. La imagen de abajo muestra los talleres doce años después, en 1932; al centro de esta imagen puede observarse al grupo de mujeres que formaban el taller de encuadernación. Fotografías publicadas en *El Hogar*, 14 de septiembre de 1932, año 20, núm. 649, p. 40.



Ilustración 5.6 Fotografía de los talleres de *El Hogar* en 1938. Como en la fotografía de 1931, en ésta aparecen al centro las encuadernadoras de la empresa. A esta presencia femenina en los talleres se suma Beatriz de la XXX, correctora de pruebas, quien está sentada tras un escritorio. La nota que acompaña la fotografía nombra también al encargado del taller, Ricardo Amador (retrato), al linotipista Enrique Pradillo y a uno de los trabajadores más antiguos de la empresa, Enrique Valdéz, el primer hombre ataviado con un mandil que aparece casi frente a la correctora de pruebas. *El Hogar*, 21 de septiembre de 1938, año 25, núm. 961, p. 7.



Ilustración 5.7 Equipo de redacción de *El Hogar* en 1931. Collage publicado en *El Hogar*, 16 de septiembre de 1931, año 19, núm. 597, sp.

Además de emplear a mujeres, *El Hogar* informó sobre encuentros y formación de organizaciones feministas. Entre las organizaciones de mujeres —autodenominadas o no como feministas— que aparecieron sólo en sus editoriales están el Ejército de la Defensa de la Mujer, asociación católica altruista y confederada a la Unión de las Damas Católicas Mexicanas, que daba atención a los enfermos rechazados por otros hospitales y que también buscaba “sacar” de la prostitución a niñas (impúberes) por la falta de un mercado de trabajo;<sup>424</sup> la Unión Cooperativa de la Mujer, que buscaba incidir y terminar con la rebelión delahuertista;<sup>425</sup> la Liga Internacional de Mujeres Ibéricas e Hispanoamericanas;<sup>426</sup> la Liga Internacional Pro Paz y Libertad, asamblea de mujeres ubicada en Suiza que se distinguía por ser femenina y no feminista y daba amparo a mujeres viudas y niños huérfanos luego de la Gran Guerra;<sup>427</sup> y la Unión Femenina Iberoamericana.<sup>428</sup>

Entre los eventos y organizaciones donde se debatieron cuestiones vinculadas a las mujeres a nivel nacional e internacional de los que se escribió en *El Hogar* están la Conferencia Feminista Panamericana celebrada en Baltimore en el verano de 1922;<sup>429</sup> la propuesta de voto para la mujer en el estado de San Luis Potosí (verano de 1923);<sup>430</sup> el Congreso Feminista Panamericano, celebrado y organizado por el Consejo Mexicano Feminista en 1923; el Congreso de Mujeres Ibéricas e Hispanoamericanas celebrado en 1925;<sup>431</sup> la Sexta Conferencia Panamericana (1928) llevada a cabo en Cuba con mujeres de 21 países, donde se debatió sobre derechos civiles y políticos de la mujer latinoamericana, sobre los derechos de patria potestad, de propiedad, de capacidad jurídica para demandar, y la necesidad de establecer reglamentos laborales, entre otros temas;<sup>432</sup> una reunión internacional de mujeres celebrada en Suiza que buscaba redactar

---

<sup>424</sup> “Altos ejemplos de caridad”, *El Hogar*, 1 de agosto de 1921, año 8, núm. 121, p. 5; “Nobles cruzadas por la virtud”, *El Hogar*, 10 de agosto de 1922, año 9, núm. 153, p. 4.

<sup>425</sup> “Labor fecunda en bienes”, *El Hogar*, 20 de enero de 1924, año 11, núm. 205, p. 3.

<sup>426</sup> “Retorno al trabajo”, *El Hogar*, 4 de enero de 1928, año 15, núm. 404, p. 5.

<sup>427</sup> “Mujer baluarte de paz”, *El Hogar*, 18 de junio de 1930, año 17, núm. 532, p. 3.

<sup>428</sup> “América en plena juventud”, *El Hogar*, 4 de marzo de 1936, año 22, núm. 830, p. 3.

<sup>429</sup> Jesusa Alfau, “El abolengo feminista de la mujer hispanoamericana”, 10 de junio de 1922, año 9, núm. 147, p. 3.

<sup>430</sup> “La primera campaña electoral”, *El Hogar*, 10 de mayo de 1923, año 10, núm. 180, p. 3.

<sup>431</sup> “¿El genio es exclusivo del hombre?”, *El Hogar*, 22 de abril de 1925, año 12, núm. 263, p. 5; “Fracaso esperado”, *El Hogar*, 15 de junio de 1924, año 12, núm. 274, p. 5.

<sup>432</sup> “El imperio de la mujer”, *El Hogar*, 29 de febrero de 1928, año 15, núm. 412, p. 5.

un proyecto de ley internacional con las demandas de igualdad legal de las mujeres en la Sociedad de las Naciones;<sup>433</sup> del Primer Congreso Nacional de Obreras y Campesinas;<sup>434</sup> el proyecto de organización de un congreso internacional en mayo de 1932 con ideas pacifistas de la Liga de Mujeres Ibéricas e Hispanoamericanas;<sup>435</sup> del Quinto Congreso Internacional de Mujeres celebrado en Madrid en 1932;<sup>436</sup> del Congreso de Intelectuales (1934) organizado por la sección mexicana de la Liga de Mujeres Ibéricas e Hispanoamericanas en donde se debatió sobre prostitución y se propuso, entre otras cosas, dejar de etiquetarla como una cuestión indecorosa;<sup>437</sup> y de una muestra de actividades femeninas que abarcaba desde la sociología y biología hasta labores manuales organizada por el Ateneo Mexicano de Mujeres, organización con la que, como se verá más adelante, tuvo vínculos profundos.<sup>438</sup>

Al mismo tiempo que difundía sobre estos eventos, *El Hogar* respaldó las carreras de mujeres que se dedicaban al cultivo de las letras y se convirtió en una plataforma para escritoras noveles y consagradas. De hecho, sus oficinas fueron visita obligada para las mujeres letradas de la época y para quienes trabajaban en las oficinas de gobierno o incursionaban en el ámbito literario. En 1922, por ejemplo, un grupo de damas que representaba a la agrupación Defensa Social de la Mujer visitó a Enríquez de Rivera en su despacho. La visita resultó tan familiar y amena que, quizás después de hablar sobre la organización, sus proyectos y tomar té con galletas, María Boettiguer de Álvarez<sup>439</sup> recitó unos versos, mismos que publicarían en la revista unas semanas después de este encuentro.<sup>440</sup>

---

<sup>433</sup> “Las cadenas de la mujer”, *El Hogar*, 13 de mayo de 1931, año 18, núm. 579, p. 3; “El valor social de la mujer”, *El Hogar*, 13 de diciembre de 1933, año 21, núm. 714, p. 3.

<sup>434</sup> “Vida pública y el hogar”, *El Hogar*, 7 de octubre de 1931, año 19, núm. 600, p. 3.

<sup>435</sup> “Palabras... palabras... y”, *El Hogar*, 1 de junio de 1932, año 19, núm. 634, p. 3.

<sup>436</sup> “Apoteosis de la mujer”, *El Hogar*, 2 de noviembre de 1932, año 20, núm. 656, p. 3.

<sup>437</sup> “Desorientaciones femeninas”, *El Hogar*, 27 de junio de 1934, año 21, núm. 742, p. 3.

<sup>438</sup> “Un certamen de cultura”, *El Hogar*, 19 de junio de 1935, año 21, núm. 793, p. 3.

<sup>439</sup> María Boettiguer Álvarez nació el 19 de noviembre de 1876 en Catemaco, Veracruz. Llegó a la Ciudad de México el mismo año en que fue a *El Hogar*, 1922. Entre 1928 y 1935 publicó algunos libros de poesía y novelas cortas como *Alma*, *Su novela*, *Soy rebelde*, *La novia del marino*, *El desertor* y *La cita*. Más información sobre ella puede leerse en Rosalía D'Chumacero, *Perfil y pensamiento de la mujer mexicana*, tomo 1, México: edición de la autora, 1961, pp. 7-10.

<sup>440</sup> “La intelectualidad femenina de México”, *El Hogar*, año 10, núm. 159, 10 de octubre de 1922, pp. 6 y 38.

Entre las escritoras novel publicadas en las páginas de la revista, además de Boettiger de Álvarez, se pueden nombrar a Dolores Bolio, Graciana Álvarez del Castillo Chacón y Guillermina Llach.<sup>441</sup> Entre las consagradas se puede mencionar a María Enriqueta Camarillo, quien escribió algunos de los editoriales de la revista en los primeros años del decenio 1920 y de quien promocionaron sus libros a través de su agencia de encargos y de los buzones de correspondencia con las lectoras.

Pero este interés por el desarrollo de la presencia femenina en el mundo de las letras fue más amplio.

*El Hogar* fomentó las dotes literarias de algunas de sus lectoras. Organizó concursos como el de Composiciones sin Verbos y las encargadas del buzón “Entre lectoras” alentaron a las lectoras a escribir sobre sus lugares de residencia. Además de darles con frecuencia consejos sobre cómo mejorar la escritura, estas encargadas de los buzones mandaron a publicación las letras de algunas lectoras, como ocurrió con Guadalupe Régules de Fano, una maestra de piano radicada en Tehuacán, Puebla, que firmaba bajo el seudónimo de *Irma*.<sup>442</sup>

*Irma* comenzó su participación en *El Hogar* pocos meses después de que se abriera la agencia de encargos y el buzón de correspondencia con los lectores. Su participación en los intercambios de correspondencia fue constante (más de diez años) y sus cuentos llegaron a publicarse en el semanario. Y aún más: en 1937 la revista imprimió y promocionó su novela *La sobrina de mi tío*.<sup>443</sup>

En este semanario también escribieron mujeres que estaban inmersas en el debate sobre los cambios en la situación femenina o quienes despuntaban en la vida pública del país. En este sentido, esta revista fue espacio de escritura y debate donde parte de la intelectualidad femenina (mujeres hábiles con la palabra escrita y oral, y con cargos en instituciones de gobierno o en asociaciones civiles) participaba en el ámbito

---

<sup>441</sup> “Nueva colaboradora de *El Hogar*”, *El Hogar*, año 7, núm. 87, 1 de marzo de 1920, p. 1; “Sea bienvenida”, *El Hogar*, año 12, núm. 259, 25 de marzo 1925, p. 7; “Una nueva poetisa mexicana. Graciana Álvarez del Castillo y su obra literaria”, *El Hogar*, 14 de septiembre de 1932, año 19, núm. 468, p. 12.

<sup>442</sup> Claudia Tania Rivera, “Historia de una empresa editorial...”, cap. 3.

<sup>443</sup> “Buzón particular de *El Hogar*”, *El Hogar*, 20 de mayo de 1922, año 9, núm. 145, p. 36; *Irma*, “Sacrificio de amor”, *El Hogar*, 21 de octubre de 1925, año 13, núm. 289, p. 16; “*La sobrina de mi tío* por *Irma*”, *El Hogar*, 29 de septiembre de 1937, año 25, núm. 911, p. 63; “Mutua Ayuda”, *El Hogar*, 18 de noviembre de 1936, año 24, núm. 866, p. 53. Más información sobre esta lectora en Claudia Tania Rivera Mendoza, “Historia de una empresa editorial”, pp. 124-127.

público. Algunas de estas mujeres fueron Julia Nava de Ruisánchez,<sup>444</sup> la profesora Matilde Gómez,<sup>445</sup> la solitaria Elena Arizmendi<sup>446</sup> y la profesora Rosaura Zapata, entre muchas otras. De hecho, el afán por informar y ofrecer un espacio de discusión sobre la situación de las mujeres es indiscutible hacia la segunda mitad de la década de 1930.

En 1938, la revista comenzó a publicar *Tribuna de la Mujer*, espacio formado por dos artículos escritos por plumas femeninas en los que se opinó sobre cuestiones como el voto femenino, el divorcio, el trabajo y otros temas. Es importante puntualizar que esta sección se insertó en la revista en plena efervescencia provocada por las declaraciones y eventual propuesta de ley sobre el sufragio femenino elaborada por Lázaro Cárdenas (1938). Entre las mujeres que escribieron en esta tribuna están la líder comunista y cabeza del Frente Único Pro Derechos de la Mujer, Refugio García, con un artículo sobre Clara Zetkin y el 8 de marzo; Adelina Zendejas, quien reflexionó sobre la mujer oficinista; y la doctora Mathilde Rodríguez Cabo, quien publicó un artículo sobre la mujer trabajadora y otro de corte histórico sobre mujeres chinas.

A finales de 1939, Consuelo Colón se convirtió en columnista de *El Hogar* por algunos meses. También en ese año, cuando el derecho al voto femenino no se cumplió, se insertó la columna “La inquietud femenina del momento”, escrita por Enriqueta de Parodi y publicada de 1939 a 1940, donde se informó sobre los distintos sucesos vinculados con la condición de la mujer.<sup>447</sup>

Es plausible afirmar que la red que dio vida al Ateneo Mexicano de Mujeres, fundado en 1934, se fue tejiendo en *El Hogar* desde inicios de la década de 1920.<sup>448</sup> En mayo de 1920, Emmy Ibañez y Catalina D’Erzell, futuras integrantes del Ateneo, visitaron

---

<sup>444</sup> Julia Nava de Ruisánchez (1883-1964), profesora, periodista y escritora, miembro del Ateneo Mexicano de Mujeres, directora de la Escuela de Trabajadoras Sociales.

<sup>445</sup> Matilde Gómez, “Las madres de los grandes hombres. La madre de Franklin. Especial para *El Hogar*”, *El Hogar*, 21 de junio de 1933, año 20, núm. 689, p. 13.

<sup>446</sup> La biografía de Elena Arizmendi puede leerse en Gabriela Cano, *Se llamaba Elena Arizmendi*, México: Tusquets, 2010.

<sup>447</sup> Véase Bertha Cecilia Rodríguez, “Catálogo de *El Hogar*...”

<sup>448</sup> El Ateneo impulsó el desarrollo intelectual de las mujeres defendiendo sus derechos y difundiendo las obras de sus integrantes mediante la organización de concursos, ciclos de conferencias, congresos, programas de radio y ferias del libro. Para quienes integraron el Ateneo Mexicano de Mujeres, la lectura y la difusión de estas obras contribuían a la liberación y a la enseñanza para que las mujeres se desarrollaran pública, política, cultural, profesional e intelectualmente, siempre y cuando no se descuidaran las obligaciones que la naturaleza, la sociedad y la buena moral les habían otorgado. Hidalgo, “El ateneo mexicano de mujeres y la revista *Ideas* 1934-1947”, tesina de licenciatura en historia, UAM-Iztapalapa, 2000, p. 80.

las oficinas de *El Hogar* junto con el novelista español Vicente Blasco Ibáñez y Sara Molina (Ilustración 5.8).<sup>449</sup> Otras integrantes que pertenecieron al Ateneo y colaboraron en la revista desde esta década fueron Dolores Bolio, María Boettiger de Álvarez, Rosario Sansores, Emmy Ibañez, Julia Nava de Ruizánchez, Esperanza Velázquez Bringas, Juana Manrique de Lara y Guillermina Llach. Las cinco últimas fueron también empleadas de gobierno. En los primeros años de decenio de 1930 otras futuras ateneístas se unieron al cuerpo de colaboradoras de *El Hogar*, entre ellas Graciana Álvarez del Castillo Chacón, Matilde Gómez y Leonor Llach, también empleada pública. Pero lo que despeja cualquier duda sobre los fuertes vínculos entre *El Hogar* y el Ateneo Mexicano de Mujeres es que la misma Emilia Enríquez de Rivera perteneció a la asociación y que República de Chile 13, domicilio de la revista, fue por un tiempo la dirección de las oficinas del Ateneo.<sup>450</sup>



Ilustración 5.8 Retrato publicado en *El Hogar*, tomado durante el primer semestre de 1920, donde aparecen las escritoras Emmy Ibañez y a Catalina de Erzell en la oficina de Emilia Enríquez de Rivera. *El Hogar*, 1 de mayo de 1920, año 7, núm. 91, p. 11.

449 "Un huésped de honor", *El Hogar*, 1 de mayo de 1920, año 7, núm. 91, p.5 y "Don Vicente Blasco Ibañez, en la redacción de *El Hogar*", *El Hogar*, 1 de mayo de 1920, año 7, núm. 91, p. 11.

450 Ana Lau, "Expresiones femeninas en el México del siglo XX", en María Teresa Fernández Aceves, Carmen Ramos Escandón y Susie Porter (coords.), *Orden social e identidad de género*, México, Ciesas-Universidad de Guadalajara, 2006, p. 99.

*Feminismo femenino*

La historiografía dominante del feminismo ha señalado el derecho al sufragio como la gran demanda y el legado más relevante de las primeras generaciones de militantes feministas (de mediados del siglo XIX a la primera mitad del siglo XX). Desde esta narrativa, los feminismos de regiones como América Latina parecerían, acaso, estar a la zaga. Sin embargo, en los primeros feminismos hubo otras demandas que aglutinaron con igual fuerza a las mujeres, varias de las cuales gravitaron alrededor de sus obligaciones en tanto madres. Para estas feministas, por ejemplo, fue común reflexionar y señalar los conflictos que se producían al conjugar el trabajo remunerado con las obligaciones derivadas de la división sexual del trabajo (cuidados de hijos y del hogar).

En esta tesitura, las feministas de *El Hogar* esgrimieron los ideales de maternidad y domesticidad para defender el derecho de las mujeres a la educación, al trabajo y a la participación política. Etiquetado como maternalismo, y similar a otros feminismos que florecieron en varios países de América Latina en aquellos años,<sup>451</sup> en las páginas de *El Hogar* se exaltaron las cualidades de abnegación, delicadeza, desprendimiento, entrega y sacrificio que se atribuían a las mujeres en tanto madres, esposas o hijas, es decir, se partía del discurso de las diferencias “naturales” entre los sexos, que las dotaba de atributos especiales, para legitimar la presencia de las mujeres en el espacio público.

En 1945, Amalia de Castillo Ledón formuló la definición que mejor calza a este tipo de feminismo:

Es, por esencia, y si vale la frase, un *feminismo femenino*. No hace consistir la emancipación de la mujer en la conquista de las carreras abiertas al hombre (ideal hoy, por demás, plenamente alcanzado); al contrario, y más amplia y generosamente, estima que la reivindicación femenil fundamentalmente estriba en elevar la condición general de la mujer y, muy particularmente, la función de la esposa y madre, ya que el hogar y la maternidad constituyen para la mujer la

---

<sup>451</sup> Maxine Molyneux, “Género y ciudadanía en América Latina: cuestiones históricas y contemporáneas”, *Debate Feminista*, pp. 6-16; Susie Porter, *From Angel...*, pp. 9-14.

misión más alta y hacen de ella inspiradora de almas, forjadora y creadora de nuevas generaciones.<sup>452</sup>

Así, las feministas de *El Hogar* usaron las responsabilidades atribuidas por la clasificación de género dominante para reclamar derechos políticos, sociales y económicos para las mujeres. Forjaron sus argumentos con el lenguaje que tenían a la mano, un lenguaje filtrado por las categorías de la maternidad y de la diferencia, pero también con ideas liberales. Desde ese lugar, sostuvieron que la igualdad intelectual entre hombres y mujeres ya no era la principal disputa del movimiento, sino que había que lograr la igualdad política y la libertad económica, y sostenían con firmeza que las virtudes “femeninas” tendrían como consecuencia la moralización de la vida cívica. Debe enfatizarse que este argumento moralizador floreció durante las primeras décadas del siglo XX, esas que Eric Hobsbawm denominó como era de las catástrofes (1914-1945), y que constituyeron 31 años de guerra en los que “pareció que podría desaparecer una gran parte de la raza humana [... Y aunque] La humanidad sobrevivió, [...] el gran edificio de la civilización decimonónica se derrumbó entre las llamas de la guerra al hundirse los pilares que lo sustentaban”.<sup>453</sup> Por eso identificaron el origen del problema moral de su época en las pocas o insuficientes opciones educativas y laborales para las mujeres, y en las desventajas legales a las que estaban sometidas la gran mayoría de ellas.

En su agenda feminista estuvo oponerse al divorcio, a la educación sexual en los programas de las escuelas, incluida una propuesta de enseñanza de higiene a las estudiantes, y criticar las iniciativas por convertir a las escuelas en espacios mixtos.<sup>454</sup> En suma, parecería que su frontera infranqueable fue la libertad sexual, y cabe anotar aquí que faltaban un par de décadas para que estallara una revolución en ese terreno. En todo caso, lo relevante es señalar que sostenían que su postura no era una cuestión

---

452 Amalia de Castillo Ledón, “Memorial del Departamento de la Mujer” en Gabriela Cano, *Amalia de Castillo Ledón. Mujer de letras, mujer de poder. Antología*, México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2011, p. 99.

453 Eric Hobsbawm, *Historia del siglo XX. 1914-1991*, Barcelona, Crítica, 2003, p. 30.

454 “El bataclán sanitario”, *El Hogar*, 1 de febrero de 1928, año 15, núm. 408, p. 5; “La vida precoz”, *El Hogar*, 7 de marzo de 1928, año 15, núm. 413, p. 3; “La guerra de los sexos”, *El Hogar*, 10 de junio de 1931, año 18, núm. 583, p. 3; “Un problema muy serio”, *El Hogar*, 31 de mayo de 1933, año 20, núm. 687, p. 3.

de mojigatería, sino resultado del problema moral que se vivía en aquellos años.<sup>455</sup> ¿Cuál era ese problema moral? ¿Por qué lo interpretaban así?

Un editorial de *Obdulia* da las claves para imaginar el paisaje que aparecía ante ella y algunas contemporáneas suyas. En “Entre las frondas”, Emilia relató cómo Valentina —franco guiño a sus lectoras— resistió la pasión que sintieron su novio y ella al pasear por el bosque. Aunque por unos momentos se dejó llevar, Valentina detuvo el “arrebato” y le demostró a su acompañante que las mujeres eran más fuertes que los hombres pues, además de abnegación y virtud, ellas debían tener resignación y fortaleza. Estas meditaciones en torno al contacto corporal y la interacción entre mujeres y hombres también afloraron al opinar sobre situaciones o espacios surgidos en la vida urbana como los bailes modernos, los paseos en coche y la asistencia a albercas.<sup>456</sup>

Para hacer comprensible esta postura, debe recordarse que en aquellos años la Ciudad de México experimentaba cambios vinculados al crecimiento urbano; que muchas mujeres habían migrado a ella y otras habían quedado viudas o sin hombres en su familia tras la Revolución. A esto hay que añadir que la norma de género dominante seguía situando el honor de la mujer en su castidad sexual. Dicho de otra forma, Enríquez de Rivera y otras de las colaboradoras de su revista sabían que todas esas mujeres “solas” corrían el riesgo de poner en juego su castidad sexual y que al ocurrir eso, podían perderlo todo: tener una vida sexual pública implicaba quedar en total indefensión. Después de todo, sabían que las mujeres ocupaban una posición subordinada y que esta subordinación se expresaba en la doble moral sexual que permeaba, incluso, la práctica jurídica.

El asesinato de un juez a manos de Carmen Barba Huichard, una circular elaborada por el Procurador de Justicia del Distrito Federal y la existencia de una banda de extorsionadores fueron motivos de editoriales que apuntaron al doble rasero con el que la sociedad y la ley trataban a mujeres y hombres en nombre del honor. En estos editoriales señalaron que la ley, por ejemplo, solía disculpar a los hombres que asesinaban a mujeres infieles, pero jamás las perdonaba a ellas si tomaban justicia por

<sup>455</sup> “Frente a una ola de fango”, *El Hogar*, 24 de enero de 1934, año 21, núm. 720, p. 3.

<sup>456</sup> “La abolición de la moralidad”, *El Hogar*, 17 de agosto de 1932, año 19, núm. 645, p. 3; “¡Que las madres velen!”, *El Hogar*, 19 de abril de 1932, año 20, núm. 680, p. 3.

mano propia; insinuaron, incluso, que la infidelidad solía tener como causa primigenia la conducta de los esposos y que muchas solteras quedaban expuestas al chantaje por cuidar su honor.<sup>457</sup>

También su oposición al divorcio debe leerse desde las desventajas de las mujeres bajo el marco jurídico que prevalecía en la época. El matrimonio era uno de los pocos recursos legales que tenían las mujeres para defenderse ante el posible y frecuentísimo abandono masculino. Es decir, el matrimonio era un recurso con el que se podía obligar a los hombres a reconocer la paternidad de los hijos concebidos en relaciones premaritales, y a los que solían abandonar. Desde esta óptica, defender el amor libre parecía un contrasentido, pues sólo dejaría a las mujeres sin uno de los pocos recursos legales que obligaba a los hombres a reconocer sus actos.<sup>458</sup>

Además, sostenían que la falta de educación reducía las oportunidades de empleo para las mujeres y hacía que algunas vieran al matrimonio como la única opción de supervivencia o, en los casos más desafortunados, se prostituyeran al no lograr casarse y no tener ninguna habilidad para insertarse en el mercado laboral. Por eso creían que la educación brindaría a las mujeres recursos para conseguir trabajo, además de una moral sólida y herramientas para sobreponerse —como *la Valentina* del editorial de *Obdulia*— a las tentaciones de la carne y, también, les ayudaría a sortear los lances masculinos o engaños que algunos hombres acostumbraban para tener relaciones sexuales fuera del matrimonio.<sup>459</sup> Es decir, creían que la educación daría a las mujeres conocimientos para encontrar empleo además de enseñarles a tener autocontrol sobre el cuerpo mediante el dominio de la imaginación y de los “movimientos involuntarios” que

---

<sup>457</sup> “Un nuevo caso”, *El Hogar*, 9 de julio de 1924, año 11, núm. 222, p. 5; “El concepto de el honor”, *El Hogar*, 10 de julio de 1924, año 11, núm. 219, p. 5; “La justicia está postrada”, *El Hogar*, 2 de junio de 1926, año 13, núm. 321, p. 5; “El mercado del honor”, *El Hogar*, 20 de mayo de 1931, año 18, núm. 580, p. 3.

<sup>458</sup> “Una legión de víctimas”, *El Hogar*, 20 de octubre de 1923, año 10, núm. 196, p. 3; “El matrimonio a prueba”, *El Hogar*, 25 de abril de 1929, año 15, núm. 420, p. 5; “Ladrones de honras”, *El Hogar*, 19 de septiembre de 1929, año 15, núm. 441, p. 3; “Fábrica de divorcios”, *El Hogar*, 9 de abril de 1930, año 17, núm. 522, p. 3; “¿Derecho a matar?”, *El Hogar*, 15 de octubre de 1930, año 18, núm. 549, p. 3; “Vengadoras de su honra”, *El Hogar*, 5 de noviembre de 1930, año 18, núm. 552, p. 3; “El hogar y el serrallo”, *El Hogar*, 27 de mayo de 1931, año 18, núm. 581, p. 3; “Las abandonadas”, *El Hogar*, 22 de noviembre de 1933, año 21, núm. 711, p. 3; “El matrimonio a prueba”, *El Hogar*, 12 de febrero de 1936, año 22, núm. 828, p. 3.

<sup>459</sup> “Entre las frondas”, *El Hogar*, 31 de enero de 1915, año 2, núm. 17, p. 2; “Relajación de costumbres”, *El Hogar*, 1 de junio de 1921, año 8, núm. 117, p. 5; “Abnegación femenina”, *El Hogar*, 1 de julio de 1921, año 8, núm. 119, p. 5; “Depreciación de los valores sociales”, *El Hogar*, 10 de enero de 1924, año 11, núm. 205, p. 3.

ocurrían, por ejemplo, ante la moda de las faldas cortas o que llegaban arriba de la rodilla.<sup>460</sup>

Otro tema identificado por estas feministas como expresión de la desigualdad de género fue la violencia sexual. Asesinatos, abuso, acoso, violación y explotación sexual, incluso los piropos callejeros, fueron temas que aparecieron en los editoriales de la revista en tono de denuncia.<sup>461</sup> Es posible que el contexto de violencia generalizado de estos años hiciera más visibles algunas situaciones gestadas en el ambiente urbano. En este sentido, denunciaron, por ejemplo, que el transporte público nocturno en la Ciudad de México era inseguro para las mujeres, sobre todo en los trayectos que iban de la ciudad hacia las localidades inmediatas, pues era común que los choferes y sus ayudantes violaran a las usuarias. Sostuvieron, además, que la solución a esta situación era responsabilidad de las autoridades, no de las usuarias.<sup>462</sup>

Así, la defensa de asuntos como la prostitución de niñas pobres, la falta de regulación de anuncios sobre trata de blancas,<sup>463</sup> la falta de educación para las mujeres<sup>464</sup> y los asesinatos hacía que desdeñaran, por “fatuas”, apuestas de otros grupos feministas que pedían, por ejemplo, que las mujeres conservaran sus apellidos tras casarse. En una ocasión apareció en un editorial la queja sobre la nula protesta de las organizaciones de mujeres por el asesinato de una viuda a mano de hombres armados que habían entrado a su casa; es importante anotar, sin embargo, que estas defensas solían tener sesgos de clase: en este caso, por ejemplo, la viuda de la que se habla era la dueña de una hacienda.<sup>465</sup>

---

<sup>460</sup> “La educación es belleza”, *El Hogar*, 30 de octubre de 1929, año 17, núm. 499, p. 3.

<sup>461</sup> “Como muere el amor”, *El Hogar*, 1 de enero de 1919, año 6, núm. 67, p. 7; “Abnegación femenina”, *El Hogar*, 1 de julio de 1921, año 8, núm. 119, p. 5; “Ha muerto la hidalguía”, *El Hogar*, 20 de junio de 1922, año 9, núm. 148, p. 3; “Las acechanzas del mal”, *El Hogar*, 25 de octubre de 1933, año 21, núm. 707, p. 3; “El piropo callejero”, *El Hogar*, 3 de agosto de 1932, año 19, núm. 643, p. 3; “Otra mujer vengadora”, *El Hogar*, 12 de agosto de 1925, año 12, núm. 279, p. 5; “Un grave problema social”, *El Hogar*, 13 de julio de 1927, año 14, núm. 379, p. 5; “El chalequero resucita”, *El Hogar*, 3 de agosto de 1927, año 14, núm. 382, p. 5; “Glosario de la semana. Cacería de la mujer”, *El Hogar*, 4 de julio de 1929, año 15, núm. 430, p. 3; “Protección a las mujeres”, *El Hogar*, 7 de agosto de 1929, año 16, núm. 487, p. 3; “Mercado de esclavas”, 9 de julio de 1930, año 17, núm. 535, p. 3; “Guillotina moderna”, *El Hogar*, 1 de octubre de 1930, año 18, núm. 547, p. 3; “El señuelo de la gloria”, *El Hogar*, 19 de noviembre de 1930, año 18, núm. 554, p. 3; “La muerte del cabaret”, *El Hogar*, 4 de marzo de 1931, año 18, núm. 569, p. 3; “De la libertad al libertinaje”, *El Hogar*, 25 de abril de 1934, año 21, núm. 733, p. 3.

<sup>462</sup> “El chalequero resucita”, *El Hogar*, 3 de agosto de 1927, año 14, núm. 382, p. 5.

<sup>463</sup> “Una trata de blancas”, *El Hogar*, 19 de mayo de 1926, año 13, núm. 319, p. 5.

<sup>464</sup> “Innovaciones ridículas”, *El Hogar*, 17 de marzo de 1926, año 13, núm. 310, p. 5.

<sup>465</sup> “Ha muerto la hidalguía”, *El Hogar*, 20 de junio de 1922, año 9, núm. 148, p. 3.

Desde este ángulo, que busca ir más allá de las etiquetas, es más visible la importancia de *El Hogar* en la historia de las mujeres y del feminismo mexicano. Como he querido demostrar, la presencia de *El Hogar* en el ámbito público durante casi treinta años hizo posible un debate prolongado entre grupos con puntos de vista divergentes sobre la condición femenina, discusiones que se dieron en sus oficinas, en sus páginas y más allá de éstas.

Fomentar el empleo y la educación femeninas era una cuestión práctica y moral en esa época, y *El Hogar* apostó por educar a las mujeres para que se integraran al mercado laboral. Las mujeres que hicieron esta revista creían que la educación brindaría una moral sólida y herramientas para que el matrimonio no fuera un medio de supervivencia, para que supieran defenderse de los lances sexuales masculinos y no optaran por la prostitución.<sup>466</sup> Este proyecto educativo puede rastrearse en dos frentes: su ejercicio editorial y comercial en la sección de modas y el impulso a la participación femenina en la cultura escrita.

#### *Colaboradoras de El Hogar: agentes de la cultura escrita*

Varias colaboradoras de *El Hogar* eran mujeres letradas que impulsaron proyectos culturales, participaron en la esfera pública, sobre todo en las décadas de 1920 y 1930, y fueron agentes de la cultura escrita. Algunas forjaron relaciones de amistad que duraron toda la vida; otras sólo establecieron vínculos profesionales. Amigas o sólo conocidas, lo relevante es que varios de estos proyectos tuvieron alcance institucional y cultural, y fueron decisivas en la consolidación y legitimación del Estado revolucionario. Resaltaré la trayectoria de algunas de estas colaboradoras que también fueron integrantes del Ateneo Mexicano de Mujeres e hicieron carrera profesional dentro de la administración pública.

Bajo el seudónimo de *Hebba Gabler*, y antes de convertirse en abogada y funcionaria pública de alto nivel, Esperanza Velázquez Bringas incursionó en el periodismo para obtener ingresos. Velázquez Bringas colaboró con *El Hogar* unos cuantos meses, de junio a septiembre de 1920; además, escribió para *El Pueblo* y *El*

---

<sup>466</sup> "Vida pública y el hogar", *El Hogar*, 7 de octubre de 1931, año 19, núm. 600, p. 3.

*Heraldo de México*, dirigió la página infantil del diario *El Universal* y fue la encargada de la sección de sociales en la revista *Zig-Zag*.

La señorita Bringas y la señorita Enríquez de Rivera —como se les conocía— compartieron elementos biográficos poco comunes para su época. Ninguna se casó y las dos trabajaron gran parte de su vida, aunque sostenían que la vida doméstica y la maternidad eran deberes fundamentales de las mujeres. Por ejemplo, Velázquez Bringas alabó a *El Hogar* porque en ella se publicaban:

[...] artículos que por sus sabios conceptos prepararán a la mujer para la misión sagrada del hogar, la ponen al tanto de la oleada mundial feminista que emancipará y dignificará socialmente a la mujer, y que generalmente le enseñan como madre, la mejor manera de formar una familia provechosa a la humanidad; como esposa, a ser la compañera abnegada y laboriosa que debe substituir a la esclava de remotas épocas; y como hija, a ser una mujer útil, fuerte de espíritu y de cuerpo, que sea la ayuda de los padres, en vez de ser un parásito social.<sup>467</sup>

Las dos formaban parte del movimiento de reforma social de la época. Apostaban por el mejoramiento del nivel de vida de los más desfavorecidos, pero partían de interpretaciones opuestas para lograrlo. Una aspiraba al ideal del catolicismo social y era decididamente anticomunista; la otra era militante socialista. Como puede suponerse, su colaboración se rompió, pero sólo durante un tiempo.

El antagonismo de sus posturas se hizo evidente ante la difusión del folleto de Sanger, que realizó el gobierno de Felipe Carrillo Puerto en Yucatán. Velázquez Bringas apoyó la difusión del folleto e hizo campaña a favor de la enseñanza de la anticoncepción para las mujeres con menos recursos.<sup>468</sup> Enríquez de Rivera, por su parte, no sólo rechazó y condenó la difusión del impreso, sino que apoyó la iniciativa de Rafael Alducín, director de *Excélsior*, para celebrar el primer día de la madre en México ese mismo año y, además, organizó en su revista el Concurso de Niños que ensalzaba la participación de las mujeres en tanto madres.

---

<sup>467</sup> Esperanza Velázquez Bringas, “La prensa moderna. El periódico de la mujer y para la mujer, *El Hogar*”, *El Hogar*, 15 de septiembre de 1920, año 8, núm. 100, p. 23.

<sup>468</sup> “Inicua propaganda”, *El Hogar*, 30 de marzo de 1922, año 9, núm. 140, p. 3.

A pesar de estas agudas diferencias, había un fondo común que nutría las opiniones de Enríquez de Rivera y Velázquez Bringas: compartían prejuicios clasistas y etnocéntricos.<sup>469</sup> En su labor como editoras, ambas publicaron contenidos sobre la crianza siguiendo recomendaciones de médicos y especialistas, junto a fotografías de bebés o niños pequeños regordetes, sin marcas corporales evidentes de enfermedad, de tonos de piel claros, algunas con poquísimos pelo y narices pequeñas y estrechas. Estas imágenes muestran con elocuencia cómo su ideal de salud infantil estaba atado a un tipo específico de belleza, mismo que se traducía en un supuesto mejoramiento de la raza que, creían, era necesario para el futuro de la nación mexicana.<sup>470</sup>

Sumado a lo anterior, se puede anotar que, a inicios de 1921, estas dos mujeres —junto a Catalina D’Erzell, también colaboradora de *El Hogar*— expusieron sus ideas en el Primer Congreso Mexicano del Niño organizado por el diario *El Universal*. Como directora de la sección infantil de este diario, Velázquez Bringas ya había manifestado su interés en la salud de la infancia y durante el congreso expuso la relevancia de la atención médica de las embarazadas pues, sostenía, algunos trastornos psíquicos podían convertirse en desequilibrios y degeneraciones que comprometían el desarrollo físico de los bebés durante la gestación y después del alumbramiento.<sup>471</sup> *Obdulia*, por su parte, había organizado eventos de beneficencia para niños de escasos recursos desde 1911, pero asistió a este evento como representante de la Sociedad Protectora del Niño<sup>472</sup> para proponer la creación en México de una institución privada conocida como Gota de Leche, cuyo propósito sería distribuir este alimento a los niños más pobres para

---

<sup>469</sup> Sarah Buck, “El control de la natalidad y el Día de la Madre”, *Signos Históricos*,

<sup>470</sup> Ann. S. Blum, *Domestic Economies. Family, Work, and Welfare in Mexico City, 1884-1943*, Lincoln, University of Nebraska, 2009, pp. 140-147.

<sup>471</sup> El nombre de la ponencia que presentó Velázquez Bringas fue “La influencia psíquica materna sobre el niño durante la gestación”. Cecilia Alfaro Gómez, “Puericultura, higiene y control natal. La visión de Esperanza Velázquez Bringas sobre el cuidado materno-infantil en México, 1919-1922”, *Historia Autónoma*, septiembre de 2012, núm. 1, p. 116.

<sup>472</sup> Esta organización se fundó en 1919 por Teresa Farías de Issasi. Véase Cecilia Alfaro Gómez, “Puericultura, higiene y control natal. La visión de Esperanza Velázquez Bringas sobre el cuidado materno-infantil en México, 1919-1922”, *Historia Autónoma*, septiembre de 2012, núm. 1, pp. 107-119; *Obdulia*, “Confraternidad infantil”, *El Hogar*, 15 de diciembre de 1919, año 7, núm. 82, p. 6; *Obdulia*, “El día de los inocentes”, *El Hogar*, 1 de enero de 1920, año 7, núm. 83, p. 5; *Obdulia*, “Hay que ver por los niños”, *El Hogar*, 15 de marzo de 1920, año 7, núm. 88, p. 5.

combatir su desnutrición; de paso, se demostraría la buena voluntad de las clases adineradas y, con suerte, podrían disminuir las hostilidades entre pobres y ricos.<sup>473</sup>

Ellas, como muchas otras personas de la época, impulsaron o participaron en proyectos vinculados al desarrollo de la educación y el fomento a la lectura porque creían que tenía efectos transformadores y moralizadores afines a la “reconstrucción nacional” que se experimentaba.<sup>474</sup> En el semanario de *Obdulia* aparecieron con frecuencia artículos para armar bibliotecas útiles para las familias, lo mismo que recomendaciones de libros, cursos prácticos y consejos sobre higiene. Velázquez Bringas, por su parte, además de recomendar lecturas en la sección infantil de *El Universal*, se convirtió en jefa del Departamento de Bibliotecas —que tiempo después sería la Biblioteca Nacional— de 1924 a 1929. Es elocuente, entonces, que Velázquez Bringas haya vuelto a colaborar con *El Hogar* en 1928, justo en el número especial de su XV aniversario, como autora de una serie de artículos especiales sobre bibliotecas de Estados Unidos, comenzando con la Biblioteca Infantil de Brooklyn.<sup>475</sup>

Como jefa del Departamento de Bibliotecas, Velázquez Bringas apoyó proyectos que buscaban profesionalizar el trabajo de los bibliotecarios. En 1925 reinauguró la Escuela Nacional de Bibliotecarios y Archiveros que había sido ideada por Juan Bautista Inguíz y la bibliotecóloga Juana Manrique de Lara, quienes, además, elaboraron el plan de estudios de la carrera de bibliotecología.<sup>476</sup> De igual forma, Velázquez Bringas organizó, junto a Manrique de Lara y otros funcionarios, el primero de tres congresos nacionales de bibliotecarios.<sup>477</sup>

---

<sup>473</sup> Berta Rodríguez Breillard, p. 80; Ann S. Blum, pp. 136. Sobre la postura de Velázquez Bringas y el control de la natalidad puede leerse Sara A. Buck, “El control de la natalidad y el día de la madre: política feminista y reaccionaria en México, 1922-1923”, *Signos históricos*, enero-junio de 2001, núm. 5, pp.9-53.

<sup>474</sup> Alan Knight, “Proyecto revolucionario, pueblo recalcitrante” en *Repensar la Revolución Mexicana*, vol. 1, México, El Colegio de México, 2013, pp. 215-245.

<sup>475</sup> Esperanza Velázquez Bringas, “La Biblioteca Infantil de Brooklyn”, *El Hogar*, 13 de septiembre de 1928, año 15, núm. 440, p. 8.

<sup>476</sup> En 1917, Juana Manrique de Lara fue nombrada directora de la Biblioteca Infantil de la Biblioteca Nacional, pero esa biblioteca nunca se abrió; el nombramiento duró uno cuantos meses. Véase Aurora Andaluz Cano y Joel Estudillo García, “Juan Bautista Iguíniz y la historia de la profesión bibliotecaria en México (1915-1971)”, *Boletín del IIB*, año 12, núms. 1 y 2, 2007, pp. 168-169; Martha Alicia Añorve Guillén, “Propuesta de Juana Manrique de Lara a la política bibliotecaria de Vasconcelos”, *Investigación bibliotecológica*, año 20, núm. 41, 2006.

<sup>477</sup> Este encuentro tuvo como uno de sus fines coordinar las funciones de los bibliotecarios de toda la república mexicana y entre sus resoluciones estuvieron la profesionalización del oficio de bibliotecario a través de la reglamentación para expedición de títulos, la petición a los gobernadores de todos los estados de la república de fundar bibliotecas populares e infantiles y el abaratamiento del costo de producción de

Resalto la participación de Manrique de Lara en estos proyectos porque también fue colaboradora de *El Hogar* de inicios de la década de 1920 hasta mediados del siguiente decenio e integrante del Ateneo. Ahora bien, a diferencia de la señorita Bringas, Manrique de Lara ocupó puestos bajos y medios en la burocracia: fue catalogadora y clasificadora en el proyecto de reorganización de la Biblioteca Nacional (1917-1920), encargada de la biblioteca popular Salvador Novo —la más exitosa durante la gestión de José Vasconcelos y ubicada, ni más ni menos, en la escuela La Corregidora de Querétaro— e inspectora de bibliotecas del Distrito Federal de 1925 a 1953.

Gran parte de la vida laboral de Juana estuvo encaminada a la profesionalización de la bibliotecología en México. Entre 1917 y 1944, fue de las pocas personas con estudios oficiales en la materia, mismos que suponían habilidades clave para echar andar las aspiraciones de transformación cultural en la posrevolución, de ahí que su trayectoria laboral haya sido más o menos estable.<sup>478</sup>

Es significativo que, a pesar del interés compartido por la infancia, ni Manríquez de Lara ni Velázquez Bringas redactaran para *El Hogar* textos sobre niños. Sus publicaciones para esta revista giraron en torno a la condición de las mujeres y la lectura. Las colaboraciones que realizó Velázquez Bringas para *El Hogar* se publicaron con su nombre y tienen un tono decididamente feminista; entre ellas se encuentran una entrevista a Palma Guillén, hecha en el despacho de Enríquez de Rivera, y reportajes sobre cuestiones femeninas como la protección a las madres solteras (mujeres no casadas), unos ejercicios de votación en la escuela La Corregidora y la fundación del

---

los libros (a través de la reducción de impuestos a importaciones de libros y libre comercio de papel), entre otras. Véase Linda Sametz de Walerstein, "Lic. Esperanza Velázquez Bringas: su aportación a la biblioteconomía mexicana", *Bibliotecas y Archivos. Órgano de la Escuela Nacional de Biblioteconomía y Archivonomía*, núm. 13, 1982, pp. 92-94.

<sup>478</sup> Manrique de Lara participó en los tres intentos que buscaron establecer la Escuela Nacional de Bibliotecarios y Archiveros: fue egresada de la primera generación en 1917; colaboró en la elaboración del plan de estudios del segundo intento en 1925 y fue parte de la planta docente cuando la escuela por fin abrió sus puertas de manera permanente en 1945. Formó parte de la Asociación de Bibliotecarios Mexicanos (1924-1927), fue integrante del comité de organización de los primeros dos Congresos Nacionales de Bibliotecarios (1927, 1928) y ponente en el tercero de estos encuentros (1944). Ante la ausencia de una escuela especializada, durante la década de 1930 y el primer lustro de 1940, Manrique de Lara dio cursos de bibliografía y biblioteconomía, catalogación y clasificación a los empleados de bibliotecas de la Secretaría de Educación Pública, además de conferencias y cursos por correspondencia sobre bibliotecología. González Romero, María Teresa. (1994). "Análisis de la obra bibliotecaria de Juana Manrique de Lara". (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, México, pp. 87-92. Recuperado de <https://repositorio.unam.mx/contenidos/403630>

Comité Mexicano del Consejo Internacional Feminista, del que señaló buscaba “preparar a las mujeres para seguir un camino más amplio”.<sup>479</sup> Manríquez de Lara, por su parte, escribió sobre la cuestión femenina; en especial, narró su experiencia como habitante de Nueva York mientras continuaba con su formación profesional como bibliotecóloga en la Escuela Anexa de la Biblioteca Pública de aquella ciudad, con una beca otorgada por el gobierno federal.

Manrique de Lara también fue parte del Ateneo Mexicano de Mujeres. De hecho, la bibliotecaria mantuvo lazos profesionales y amistosos con Enríquez de Rivera y otras ateneístas durante varios años. En 1936, por ejemplo, Manrique de Lara asistió al festejo de cumpleaños de Amalia de Castillo Ledón, entonces directora del Ateneo. También estuvieron presentes en esta reunión Luz Vera, Esperanza Zambrano, Julia Nava de Ruisánchez, María Boettiger de Álvarez, Mathilde Gómez, Eulalia Guzmán, Enriqueta de Parodi y las hermanas Guillermina y Leonor Llach, entre otras.<sup>480</sup>

Castillo Ledón era, en ese entonces, subdirectora de la Dirección de Recreaciones Populares y ya había realizado sus primeras labores como diplomática. Pero sus vínculos con *El Hogar* son anteriores al Ateneo. A inicios de la década de 1920, Amalia tomó algunos cursos en la Escuela de Altos Estudios junto a Carmen Peredo César, encargada en ese tiempo de la sección de modas y labores de *El Hogar* y su amiga de toda la vida.

Ahora bien, fue precisamente bajo el mando de *Mlle. Butterfly* que florecieron los buzones de correspondencia con las lectoras en *El Hogar*, piedra de toque del éxito de la empresa de Enríquez de Rivera. Uno de estos buzones, “Entre lectoras”, se tornó en una especie de sociedad literaria donde las participantes practicaron sus habilidades de escritura e intercambiaron recomendaciones de libros. De hecho, los intereses literarios de Peredo César también la impulsaron a crear, junto a Castillo Ledón, una sociedad

---

<sup>479</sup> Esperanza Velázquez Bringas, “Las escuelas y el voto femenino”, *El Hogar*, 1 de julio de 1920, año 7, núm. 95, p. 12; Esperanza Velázquez Bringas, “Impresiones. La protección de las madres no casadas”, *El Hogar*, 15 de julio de 1920, año 7, núm. 96, p. 4; Esperanza Velázquez Bringas, “La mujer y la filosofía. Palma Guillén profesora en artes filosóficas”, *El Hogar*, 1 de agosto de 1920, año 7, núm. 97, pp. 8 y 15; Esperanza Velázquez Bringas, “El comité mexicano del Consejo Internacional Feminista. Cómo y por qué se ha fundado”, *El Hogar*, 1 de junio de 1920, año 7, núm. 93, pp. 8 y 12.

<sup>480</sup> Gabriela Cano, “El feminismo de estado de Amalia de Castillo Ledón durante los gobiernos de Emilio Portes Gil y Lázaro Cárdenas”, *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad*, vol. 38, marzo de 2017, núm. 149, pp.

llamada Club Verde en honor al vals del mismo nombre del compositor Rodolfo Campodónico.<sup>481</sup>

Es imposible saber si Castillo Ledón conoció a Enríquez de Rivera desde la década de los veinte, pero con toda probabilidad sabía de la existencia de *El Hogar*, revista donde trabajaba su amiga Carmen. En cualquier caso, lo cierto es que *Mlle. Butterfly* fue uno de los lazos débiles que unió a las dos mujeres que dirigieron esta revista, que formarían parte del Ateneo Mexicano de Mujeres y que representarían a México en la Pan American Round Table en 1939.

Otro par de futuras ateneístas que publicaron con frecuencia en *El Hogar* y aparecen en la fotografía del festejo cumpleaños de Amalia fueron las hermanas Leonor y Guillermina Llach Trevoux. Los rastros de sus vidas evocan pocas tribulaciones. Se sabe que llegaron al puerto de Veracruz desde Barcelona con sus padres en 1917. Que unos años más tarde, la familia se estableció en una casa ubicada en la colonia Santa María la Ribera de la Ciudad de México donde vivirían el resto de sus vidas. Que fueron inseparables: estudiaron en la Escuela Comercial Miguel Lerdo de Tejada,<sup>482</sup> forjaron una larga trayectoria laboral en oficinas federales como empleadas de gobierno y fueron colaboradoras de muchos medios impresos, entre ellos *El Hogar*.

La vida de las hermanas Llach no fue turbulenta ni extravagante como la de sus contemporáneas Frida Kahlo o Carmen Mondragón; sin embargo, también fueron rebeldes y su insubordinación, aunque menos bulliciosa, fue relevante. Como se ha visto, las escuelas comerciales como la Lerdo de Tejada fueron espacios cruciales para el feminismo y la vida cultural en México. En sus aulas y patios se desarrollaron vínculos entre mujeres que “cultivaban su inteligencia y talento” y, como sostiene el trabajo de Porter, esos encuentros en situaciones extraordinarias provocaron “una efervescencia de cuestionamiento y cambio social”. Guillermina y Leonor Llach formaron parte de estas mujeres.

---

<sup>481</sup> Entrevista con Hugo Fernández de Castro Peredo, Ciudad de México, 21 de febrero de 2017.

<sup>482</sup> La Lerdo de Tejada en particular buscaba formar a las mujeres para ocupaciones comerciales e industriales (prácticas). Esta misión la distingue de la retórica decimonónica que buscaba la elevación moral de la mujer a través de la enseñanza de ocupaciones “respetables” o que las alejaban del “camino de la perdición”. Las profesiones prácticas que ofrecía esta escuela eran taquigrafía, ya fuera comercial u oficinista o parlamentaria, y auxiliar de tenedor o tenedor de libros. Véase, Porter, *From Angel*.

Los primeros rastros de estas hermanas en la revista son del verano de 1927, cuando amenizaron el festejo de cumpleaños de Enríquez de Rivera y la celebración del XV aniversario de *El Hogar* como parte del elenco del grupo teatral Eugenia Torres (dicho sea de paso, Torres fue una influencia decisiva en la vida de Castillo Ledón, pues ella la inició en el mundo del arte y la cultura).<sup>483</sup> En el lapso entre un festejo y otro, Guillermina comenzó a publicar en este semanario.

Su colaboración con la revista de Enríquez de Rivera fue duradera y sus escritos evolucionaron con el tiempo. La típica colaboración femenina de cuentos o relatos breves<sup>484</sup> se transformó en una columna llamada “Charlas Optimistas” y reportajes de diversos temas, entre ellos, los perfiles de la doctora Matilde Rodríguez Cabo, entonces directora del Departamento de Prevención Social y de Margarita Mejía viuda de Díaz Barreiro, directora de la Casa Hogar de Isabel la Católica para trabajadoras sexuales, además de viñetas sobre localidades turísticas en la República Mexicana. Ella también se encargó de entrevistar y promocionar el Centro Cultural Femenino María Enriqueta, que se encontraba en Tehuacán, Puebla, y donde *Irma*, la lectora de la revista a quien Emilia publicó un libro, estuvo involucrada.<sup>485</sup>

El vínculo entre funcionarias intelectuales y lectoras de *El Hogar* fue una práctica constante y, como se detallará más adelante, de vital importancia para la revista y la difusión de las ideas feministas de la época. De hecho, la mejor manera de ilustrar su existencia es con la participación de Leonor, hermana de Guillermina, en uno de los buzones de correspondencia con las lectoras de la revista.

Entonces, para terminar de calibrar la relevancia de esta empresa editorial en la historia del feminismo en México y dimensionar su apuesta pedagógica, analizaré la participación de Leonor Llach, egresada de la Escuela Miguel Lerdo de Tejada, empleada pública y militante feminista, en uno de los buzones de correspondencia con los lectores

---

<sup>483</sup> Gabriela Cano, *Mujer de letras; mujer de poder. Antología*, México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2011, p. 17.

<sup>484</sup> La primera colaboración de Guillermina Llach fue un cuento que salió en el último número de julio de 1927 bajo el nombre de “Josefina Llach”. Semanas más tarde hicieron la aclaración de este error en una nota que apareció en la misma página de la siguiente colaboración de Guillermina junto a su retrato. “Una mano blanca”, *El Hogar*, 29 de junio de 1927, año 14, núm. 377, p. 16; “Niñerías”, *El Hogar*, 20 de julio de 1927, año 14, núm. 380, p. 9.

<sup>485</sup> La columna se publicó en 1931 y los reportajes a partir de 1932. “Las rutas del progreso. Un nuevo centro cultural”, *El Hogar*, 17 de mayo de 1933, año 20, núm. 684, p. 11; “Trópicos de turismo. Reliquias arqueológicas”, *El Hogar*, 21 de junio de 1933, año 20, núm. 689, p. 11.

publicado durante la década de 1930. Deseo ilustrar cómo fueron debatidas las ideas del feminismo más allá de las columnas estelares de *El Hogar* y, con ello, dar cuenta de los vínculos entre una productora en la cultura escrita y sus lectores.

*Los buzones de correspondencia entre lectoras de El Hogar*

Durante la primera mitad del siglo XX surgió un nuevo tipo de feminidad que floreció en aulas y oficinas de gobierno, donde el día a día de estudiantes y oficinistas transcurría entre rutinas poco habituales y experiencias con escasos precedentes para la gran mayoría de las mujeres. Estas nuevas vivencias abrieron horizontes y provocaron tensiones que evidenciaron la necesidad de un ajuste en la balanza entre la vida doméstica, “y el peso creciente del trabajo y la vida intelectual” de algunas mujeres.<sup>486</sup> Dicho de manera puntual, estas circunstancias propiciaron que algunas de ellas se organizaran, se identificaran como feministas y cuestionaran públicamente, a través de la escritura y la participación en distintas asociaciones, las normas de feminidad dominantes.

Como se ha visto, *El Hogar* fue uno de los espacios donde convergieron algunas de estas mujeres. Lo interesante aquí es que, al mismo tiempo que abría sus páginas a los textos de estas intelectuales, esta revista explotaba con éxito buzones de correspondencia con sus lectoras y los tradicionales contenidos sobre moda y labores femeninas.<sup>487</sup> Ni las secciones de moda, ni las páginas con labores femeninas y tampoco los buzones de correspondencia eran secciones novedosas en las revistas para mujeres (al contrario), sin embargo, la peculiar historia de esta empresa y la participación de algunas intelectuales en el carteo con sus lectoras dieron un tono único a estas viejas prácticas editoriales.

En este sentido, algunos de los buzones de lectoras de *El Hogar* fungieron como plazas públicas alternativas donde ciertas feministas e intelectuales de la época debatieron y reflexionaron con mujeres de a pie que vivían por toda la república mexicana sobre sus experiencias y las normas de género que dominaban sus vidas, es decir,

---

<sup>486</sup> Porter, “Un vestido pasado de moda: Leonor Llach se desviste de la moralidad”, p. 138.

<sup>487</sup> Esta innovación se convertiría en una veta editorial exitosa a partir de la década de 1930 y funcionaría hasta la segunda mitad del siglo XX. En 1931 aparecieron *Negro y Blanco Labores: Revista Mensual de la Mujer* y *La Familia*, en el mercado de los impresos, revistas que circularon hasta las décadas de los años 50 y 70 del siglo XX, respectivamente, y que especializaron sus contenidos en secciones de moda, tejidos, bordados y costuras, y ofrecieron a sus lectoras los productos para confeccionar ropa, tejer y bordar.

opinaron sobre la maternidad, la amistad femenina, el ingreso de las mujeres a las escuelas y al mercado laboral, y las situaciones y tensiones que provocaba el mayor contacto cara a cara con el sexo opuesto en la vida diaria. Entre las encargadas de *El Hogar* estuvieron Carmen Peredo César, *Mlle. Butterfly*, y Amanda Linaje de Becerra conocida como *Laura de Pereda*, quienes cursaron materias en la Escuela de Altos Estudios; y en ellos participaron, con distinta frecuencia, personajes como Matilde Montoya, la primera médica de México, y Leonor Llach, quien se convertiría en doctora en historia y tendría una larga carrera en la administración pública.<sup>488</sup>

Aunque no todos los lectores de *El Hogar* fueron parte de estos intercambios epistolares, lo cierto es que se publicaron número tras número durante casi veinte años. Esta continuidad los convierte en ventanas privilegiadas para observar múltiples procesos, entre ellos, los cambios en la vida material y las economías afectivas que se forjaron con la mayor participación de las mujeres en la vida pública, así como las tensiones que esta presencia produjo al estar regida por valores que habían normado la vida femenina desde tiempos lejanos.

Entre consejos y ventas por correspondencia

El primer buzón de correspondencia de *El Hogar* se publicó en su tercer número (1913) con el nombre de Rosas y Espinas a cargo de Emilia Enríquez de Rivera, quien firmó con el seudónimo de *Margarita del Prado*.<sup>489</sup> Al poco tiempo se incluyó El Colmenar, buzón dirigido por *Excélsior* cuyo objetivo era el intercambio de conocimientos de todo tipo entre las lectoras, quienes solicitaron o compartieron recetas de cocina, consejos sobre cómo hacer que el tiempo rindiera mejor e, incluso, sellos postales.<sup>490</sup> Sin embargo, la revolución mexicana dificultó el desarrollo de ambos proyectos.

El intercambio de correspondencia con los lectores volvió a ser público tan pronto como fue posible. En noviembre de 1921 se inauguró el Departamento Especial de Encargos que tuvo salida en la revista a través del Buzón Particular. A cargo de este buzón estuvo *Mlle. Butterfly*, quien, como era usual entre las encargadas de responder

---

<sup>488</sup> Susie Porter, "Un vestido pasado de moda: Leonor Llach se desviste de la moralidad de antaño, 1920-1940", manuscrito.

<sup>489</sup> "Rosas y espinas", *El Hogar*, 15 de noviembre de 1913, año 1, núm. 3, p. 2.

<sup>490</sup> "El colmenar", 15 de febrero de 1914, *El Hogar*, año 1, núm. 6, p. 16.

las consultas de lectores en otras publicaciones, también escribía la sección de modas y labores femeninas de *El Hogar*. Pero a diferencia de sus antecesoras, *Mlle. Butterfly* y las lectoras del Buzón Particular experimentaron nuevos usos con estos tradicionales contenidos femeninos.

En primer lugar, el Buzón Particular de *El Hogar* buscó de manera expresa ofrecer un servicio de compras a sus suscriptores para llevarles a casa todo tipo de pedidos, además de los acostumbrados consejos sobre economía doméstica y cuestiones de etiqueta. En segunda instancia, tal como había pasado con las encargadas de los buzones de otras publicaciones, algunas lectoras de *El Hogar* establecieron lazos de amistad y familiaridad con *Mlle. Butterfly* tras el carteo constante; aprovechando esto, *Mlle. Butterfly* promovió la interacción entre las lectoras y creó una especie de salón literario al darles consejos de escritura y recomendarles novelas.<sup>491</sup>

De hecho, el intercambio de correspondencia en el Buzón Particular fue tan intenso que surgió de manera inesperada la sección Entre Lectoras, buzón donde las participantes, además de practicar sus dotes literarias, conformaron una comunidad sentimental femenina donde compartieron gustos y se ofrecieron ayuda y consuelo unas a otras.<sup>492</sup> En este sentido, Entre Lectoras fue el primer espacio donde se forjó una comunidad emocional entre las lectoras de la revista, aunque se formarían otras en los años por venir.

Así, a pesar de que con el paso de los años se acentuó cada vez más el perfil comercial de *El Hogar*—la empresa se organizó en departamentos administrativos como el de labores, de encargos, de circulación, etcétera; redujeron el espacio del buzón Entre Lectoras (1923-1926) y después lo suprimieron por completo tras experimentar, a partir de 1926, con distintas fórmulas para hacer negocios, como la venta de patrones para confeccionar vestidos y labores femeninas— el carteo con y entre sus lectoras fue uno de los pilares de su éxito. Baste decir por ahora que entre 1921 y 1942 hubo en sus páginas distintos buzones de correspondencia con los lectores.

Si bien se pueden distinguir con claridad más de una decena de buzones en *El Hogar*, estos pueden clasificarse en dos tipos: los que tuvieron fines comerciales,

---

<sup>491</sup> Claudia Tania Rivera, “Historia de una empresa editorial...”, pp. 66-70.

<sup>492</sup> Véase Medina Brener, “Jardines de la amistad”, 2017, pp. 69-212.

dedicados a informar a los lectores sobre el estado de sus compras (que iban desde sombreros y gallinas hasta novelas y zapatos); y otros donde, de manera no planeada, surgieron lazos afectivos entre los usuarios y los encargados de los buzones tras el intercambio epistolar constante. Este diálogo versó sobre diversos asuntos que resultaban relevantes para los colaboradores, por ejemplo, cuestiones sobre indumentaria, relaciones amorosas, consejos de belleza, cuidado de niños o familiares, recetas de cocina e, incluso, temas de índole política como el voto femenino o la educación socialista.

Ahora bien, en los buzones donde se dio el intercambio epistolar directo entre lectores<sup>493</sup> se pueden rastrear de manera particular cambios y continuidades en la economía afectiva de sus usuarios. Entre las transformaciones más sugerentes están las ocurridas durante el paso de una socialización articulada a partir de la separación entre los sexos hacia otra donde las interacciones entre hombres y mujeres fueron más frecuentes. En otras palabras, en estas cartas hay huellas de las tensiones emocionales que provocó la mayor participación femenina en el espacio público, sobre todo en el mercado laboral y escolar, y las situaciones a las que estas mujeres se enfrentaron por ello.

En este tenor, *Entre Lectoras* fue el primer espacio donde se forjó una comunidad emocional entre las lectoras de la revista y es, también, el buzón donde es posible observar el ocaso de cierta cultura femenina, cuya economía emotiva se articulaba, como ya se dijo, a partir de la separación entre los sexos (de ahí el fuerte contraste entre las expresiones emotivas y los afectos surgido en las relaciones entre mujeres, y las gestadas en los vínculos entre mujeres y hombres). No obstante, la desaparición de este buzón no significó el fin de un “apoyo emocional para las lectoras”, pues a inicios de la década de 1930 floreció *Mutua Ayuda*, otra comunidad de lectores con una economía emotiva distinta. A diferencia de *Entre Lectoras*, en *Mutua Ayuda* las usuarias compartieron con frecuencia los problemas que tenían en sus relaciones amorosas heterosexuales, pero también reflexionaron sobre los conflictos que tenían al integrarse

---

<sup>493</sup> Como se verá más adelante, fueron mujeres quienes más participaron en los distintos buzones de correspondencia de esta revista; sin embargo, en algunos de ellos también escribieron hombres.

al mercado laboral remunerado o en las escuelas, es decir, compartieron experiencias que apuntan a transformaciones en sus condiciones materiales de existencia.<sup>494</sup>

Desde cierta perspectiva, podría afirmarse que el panorama emotivo de las usuarias de Mutua Ayuda fue cada vez más unidimensional, pues se centró casi exclusivamente en las relaciones amorosas heterosexuales y, además, en este intercambio epistolar participaron hombres. Sin embargo, esta mirada descarta análisis sobre posibles diferencias de clase entre las participantes de Entre Lectoras y Mutua Ayuda; además, pasa por alto la expansión de interacciones mixtas en otros espacios que habían sido exclusivamente femeninos, como lo era el buzón Entre Lectoras de *El Hogar*, o masculinos, como habían sido las peluquerías donde se cortaron las melenas de las pelonas de las que hablaré en otro capítulo.

Sobre las posibles diferencias de clase entre las lectoras de la revista, llaman la atención las similitudes de estado civil y una ligera diferencia en la condición laboral entre las usuarias de ambos buzones. Tanto en Entre Lectoras como en Mutua Ayuda participaron jóvenes solteras, casadas (con hijos y sin ellos), y unas cuantas viudas; si bien en ambos buzones participaron amas de casa e hijas de familia, la presencia de estudiantes y empleadas tiene mayor preponderancia en Mutua Ayuda. Esto último vuelve más complejo el contraste en el tipo de interacciones y emociones que se podían o no expresar y la forma como se expresaron en ambos buzones.

Como señaló Medina Brener, es llamativa la diferencia de tonos emocionales de Entre Lectoras y Mutua Ayuda: de la expresión de emociones fuertes a un tono mucho más mesurado en las relaciones amistosas entre mujeres. Pero también es interesante el contrastante silencio sobre las experiencias laborales que prevaleció en los intercambios epistolares entre las maestras que colaboraron en Entre Lectoras, y las cartas de algunas usuarias de Mutua Ayuda que muestran las tensiones y contradicciones entre el deber ser femenino dominante y sus condiciones de vida como mujeres trabajadoras. Ambos cambios apuntan a una transformación más profunda, a

---

<sup>494</sup> Por ello es inexacto afirmar que el resto de los buzones de intercambio epistolar entre lectores de *El Hogar* fueron intentos fallidos por revivir a la comunidad de Entre Lectoras, como sostiene Medina Brener en su tesis de doctorado. Véase “Los jardines de la amistad: estudio sobre la correspondencia femenina de la revista *El Hogar*, 1921-1942”, tesis de doctorado en historia, Universidad Iberoamericana, 2017.

procesos de más largo alcance que difícilmente pueden explicarse a partir de una personalidad, como sostiene Medina Brener.

Tabla 5.1 Buzones de correspondencia con lectores de *El Hogar*

<b>Años</b>	<b>Nombre de buzón</b>	<b>Encargadas</b>
1913-14	Rosas y Espinas	<i>Margarita del Prado</i>
1914	El Colmenar	<i>Excélsior</i>
1921-28	Buzón Particular de <i>El Hogar</i>	<i>Mlle. Butterfly, Laura de Pereda</i>
1923-26	Entre lectoras	<i>Mlle. Butterfly, Laura de Pereda</i>
1924	Mutua Ayuda	<i>Laura de Pereda</i>
1924-42	Departamento comercial/Departamento de Encargos/ Departamento de Encargos y Express de <i>El Hogar</i> Sección de Encargos y órdenes foráneas	<i>Laura de Pereda, María Álvarez, Thelma, Emma Lette, Florencia Eugenia, Mariflor</i>
1926-27	Departamento de Patronos	<i>Flor de Lotto</i>
1929-37	Mutua Ayuda	<i>Laura de Pereda, Thelma, Mariflor</i>
1937-¿1939?	Rejuvenecimiento y belleza	<i>Mlle. Aimeé</i>
1938-39	La voz del corazón	<i>Lucio Marcio, Jaime Cervantes</i>
1940	¿Quiere usted casarse?	<i>Tío Lacho</i>
1940-41	<i>El Hogar</i> cimentará hogares	<i>Hada-Madrina</i>
1941-42	De todas para todas	-
1941	Dígamelo al oído. Rincón de intimidades	<i>Sobeya</i>

Fuente: Elaboración propia con datos de *El Hogar*

Además de las discusiones en torno a las transformaciones en la vida de las mujeres que ingresaban al mercado laboral y sus opiniones frente a estos cambios, la participación de Leonor Llach en Mutua Ayuda es otro elemento relevante en la comparación de ambos buzones. La colaboración de Llach en este buzón prueba los vínculos que hubo entre mujeres de a pie con una feminista de la época y resalta la experiencia de las mujeres trabajadoras. Así, en Mutua Ayuda puede observarse cómo fueron formuladas, discutidas y recibidas algunas ideas del feminismo al que pertenecía Llach entre mujeres de a pie que vivían por todo México. Por ello, y porque existe ya un

análisis sobre los intercambios epistolares de Entre Lectoras, resaltaré más el intercambio epistolar que se dio en Mutua Ayuda, buzón publicado entre 1929 y 1937.<sup>495</sup>

### *Leonor Llach en Mutua Ayuda*

Leonor Llach colaboró en Mutua Ayuda bajo el seudónimo de *Galatea* de 1931 a 1937. En este periodo, su activismo centrado en la escritura se expandió hacia la participación en asociaciones de mujeres. Durante estos años, Llach fue articulista de periódicos como *El Nacional* y *La Prensa* y de la revista *Crisol*, entre otras; publicó dos libros de cuentos, *Cuadros conocidos* (1933) y *Motivos* (1936); al mismo tiempo participó en los tres Congresos Nacionales de Obreras y Campesinas (1931, 1933 y 1934) y el Congreso Contra la Prostitución de la Ciudad de México (1934); se convirtió en secretaria de prensa de la Organización Nacional Femenina del Partido Nacional Revolucionario (1936) — instancia que buscó dar mayor participación a las mujeres y a las empleadas públicas dentro del partido— y se sumó a las filas del Ateneo Mexicano de Mujeres, fundado en 1934. Además, mientras reflexionaba y discutía sobre los cambios sociales en la vida de las mujeres en todos estos espacios, escribía memorándums, cartas y oficios como empleada administrativa de distintas dependencias del gobierno federal. En resumidas cuentas, Leonor era una mujer trabajadora.<sup>496</sup>

Su presencia en Mutua Ayuda cobró relevancia poco a poco, pero fue fundamental. Al inicio, *Galatea* contestó por iniciativa propia las consultas que otras hacían, pero después las lectoras pidieron de manera explícita su consejo. Aunque su participación en el buzón fue menos frecuente a partir de 1935, su nombre siguió presente en los recuerdos y afectos de las lectoras hasta que dejó de publicarse Mutua Ayuda (1937). La última vez que *Galatea* escribió en un buzón de *El Hogar* fue en La voz del corazón, espacio que convocó a la comunidad de Mutua Ayuda, a inicios de 1939.<sup>497</sup>

Como otras lectoras, Llach solicitó consejos de todo tipo en Mutua Ayuda. Lo mismo preguntó cómo prevenir la caspa que compartió recetas de cocina y aconsejó

---

<sup>495</sup> Véase Larisa Medina Brener, “Los jardines de la amistad: estudio sobre la correspondencia femenina de la revista *El Hogar*, 1921-1942”, tesis de doctorado en historia, Universidad Iberoamericana, 2017.

<sup>496</sup> Agradezco a Susie Porter haber compartido conmigo su entonces manuscrito sobre Leonor Llach. El análisis de Porter se basa en cuentos y textos escritos para prensa, telegramas y discursos en foros feministas de Llach. Porter, pp. 138-150.

<sup>497</sup> Lucio Marcio a *Galatea*, “La voz del corazón”, *El Hogar*, 18 de enero de 1939, año 26, núm. 978, p. 8.

sobre variadas cuestiones amorosas y dilemas familiares. Como otras destacadas usuarias de Mutua Ayuda, Llach compartió conocimientos históricos, por ejemplo, el origen de la casa de moneda y datos biográficos de personajes femeninos como Josefa Ortiz de Domínguez y Leona Vicario. Pero a diferencia de todas, Llach echó mano de su experiencia como empleada federal de gobierno para ofrecer consejos; por ejemplo, le sugirió a *Nébula* dirigirse a la Dirección de Desinfección, ubicada en el novísimo edificio del Departamento de Salubridad —donde ella era asistente del director— para recibir información certera sobre cómo deshacerse de la plaga de chinches y ratas que la aquejaban. Incluso, algunas de sus colaboraciones tuvieron un tono feminista; quizás el ejemplo más explícito de esto fue cuando avisó a sus “amigas del buzón” que se llevaría a cabo el Congreso contra la Prostitución en la Ciudad de México.<sup>498</sup>

Ahora bien, el prestigio de *Galatea* en Mutua Ayuda era tal que ganó por votación un par de concursos celebrados entre las participantes de la sección. En el primero, realizado en 1933, las colaboradoras del buzón y otras lectoras de *El Hogar* la eligieron princesa de Mutua Ayuda. Dos años después, en 1935, se convirtió en reina de la sección (Ilustraciones 5.9 y 5.10)

Por eso no es descabellado afirmar que, al participar en Mutua Ayuda, Llach legitimó ante las lectoras de este buzón las tareas administrativas de un Estado que estaba en pleno proceso de consolidación, al mismo tiempo que validó algunas ideas feministas y experiencias que se alejaban del modelo de feminidad dominante. Para demostrarlo, compararé sus opiniones y consejos con los ofrecidos por otras usuarias de los buzones de *El Hogar* que también reflexionaron sobre las transformaciones que experimentaron algunas mujeres de su época.

---

<sup>498</sup> Sobre Vicario, Llach dijo desconocer los nombres de sus padres, señalando que: “seguramente han pasado por alto los historiadores que he consultado”. Respuesta a *Nébula*, Mutua Ayuda, *El Hogar*, 16 de diciembre de 1931, año 19, núm. 610, p. 47. *Galatea*, “A todas las colaboradoras de M.A.”, *El Hogar*, 10 de junio de 1936, año 23, núm. 844, p. 53; Mutua Ayuda, *El Hogar*, 30 de diciembre de 1931, año 19, núm. 612, p. 4.

EL HOGAR México, 6 de Septiembre de 1933

Página 2



# MUTUA AYUDA

## = EL ARCA DEL SABER =

Sección a cargo de MARIFLOR

Amigas mías: Hoy más que nunca necesario que nuestro querido círculo hogareño, el amable cenáculo de mujeres que hemos formado al amor de la lumbre de nuestros espíritus, se estreche más aún. Pido de todas ustedes una activa y franca colaboración. No solamente yo, la patria entera, demanda que vosotras, las mujercitas inteligentes, que celosamente atisban los problemas de las demás mujeres para ayudar a solucionarlos con vuestra sabiduría y experiencia, pongáis vuestras manos dulces y firmes en la labor suprema, labor de moldeamiento, de plasmación de una humanidad nueva.

Vuestra amiga Mariflor, en un cercano día de este mes de septiembre, emprenderá la ingente labor de dirigirse diariamente por las ondas sutiles del éter a todos los ámbitos del Continente para llevar a nuestras hermanas, palabras que anhelo hondamente, sean no sólo de aliento y esperanza, sino verdaderos acicates para la acción.

Por eso, amigas mías, os encarezco que apliquéis los generosos impulsos que surgen como agua de bendición del alma femenina y que con esa sabiduría del corazón que es tan de la mujer, vengaís a colaborar con esta vuestra servidora y amiga, para darnos íntegras a la patria y a la humanidad que esperan y necesitan nuestra colaboración para ayudar a resolver sus problemas.

Abriremos varias encuestas, empezando por este número, y ansiosamente espero que me daréis puntos de vista, me propondréis problemas, me presentaréis soluciones, de suerte que esta labor no sea de Mariflor, sino una verdadera ofrenda espiritual de las mujeres de México a las mujeres y los hombres del mundo entero.

**MARIFLOR.**

CONSULTAS

**A PRIETA TRISTE.**—Esta señorita nos pregunta cómo debe portarse con el que ha sido su primer novio a quien dice querer aún y que se ha manifestado un tanto desafiado con ella y algo irregular en su conducta. La escribe poco, no quiere devolverle sus cartas y otras cosas, pero va a regresar a Saltillo, donde ella vive, para las fiestas patrias. Y ella no sabe si considerarse como su novia o como libre, para corresponderle a otro pretendiente, teniendo el complejo de quererlo y de que sus padres se han opuesto siempre a estas relaciones.

Por mi parte, amiguita, debo decirle que su actitud debe ser digna siempre, puede usted insistir en la devolución de sus cartas, pero no ha de manifestarse muy desecosa de su trato. Es preferible que la crea desligada de su cariño a que la imagine enamorada, pues con esto y dados los antecedentes, podría él aprovecharse y hacerla sufrir. En cambio, si la encuentra un tanto lejana y reservada, puede ser que recapacite y considere que un cariño tan grande y sincero como el de usted, no debe despreciarse.

Vermos qué le dicen nuestras amigas. Siento en extremo no poder publicar su composición, pues con las nuevas secciones



Su graciosa Majestad Violeta I.

En esta Ciudad de México, en el Edificio EL HOGAR y siendo las 10 de la mañana del día 1º de septiembre, ante la Dirección de esta Revista y por el personal nombrado al efecto, la Srta. Mariflor, entregó la totalidad de votos recibidos hasta la noche del 31 de agosto para elegir la Reina de MUTUA AYUDA.

Hecho cuidadosamente el cómputo, resultó electa por la cantidad de 5138 votos, la Srta. VIOLETA M.; siguiendo en número de votos la Srta. GALATEA con 4714.

Visto lo cual, se declara Reina de MUTUA AYUDA, por el período 1933-1934, a Su Majestad Violeta I, y princesa, a Su Alteza Galatea.

Como el primer acto de las fiestas de la coronación, que a su vez forman parte de la celebración de nuestro vigésimo aniversario, la Dirección de EL HOGAR, desde estas columnas, tiene el honor de invitar a todas y cada una de nuestras graciosas candidatas a reina por sí o representadas a tomar una taza de té, el lunes 11 de los corrientes, en nuestras oficinas, Av. Rep. de Chile N° 13.

Nuestras columnas se engalanan con los retratos de su graciosa Majestad Violeta, y de la encantadora princesa Galatea.

En nuestro número de aniversario publicaremos las fotografías de la corte de la soberana de MUTUA AYUDA.

**MARIFLOR.**

Cerrada ya la votación han llegado 250 votos para Galatea, que ya no han podido ser tomados en cuenta.



Princesa Galatea.

que ha establecido EL HOGAR, nuestro espacio es sumamente limitado.—MARIFLOR.

274.—La Srta. M. G. LOPEZ.—Dice haber puesto en práctica los consejos que, sobre la corrección de cutis grasoso y poros abertos le di, más se queja de que, no habiéndole indicado crema alguna, ni astringente, ella usó alguna preparación que le hinchó los ojos. Pide, además, consejo para evitar la rojez de la nariz así como para la pata de gallo y arruguitas, muy superficiales en las mejillas, al sonreír. Tiene la mortifica, pues tiene 22 años, y ella pregunta hasta qué edad puede mantenerse el cutis joven.

Como su carta es muy larga no puedo publicarla toda, pero, estos son los puntos de ella.

Volveré a insistir en que cuide usted, primeramente, el funcionamiento general de su organismo. La rojez de la nariz puede obedecer a un estreñimiento tenaz.

También puede ser debido a usar corsés o ligas demasiado apretadas, o bien a que entorpezcan la circulación, o bien sin esto, la circulación defectuosa, puede ser responsable de ello. Las arrugas prematuras, son debidas también a mala circulación, a degluciones excesiva y a falta de higiene en general.

Importa muchísimo que se haga usted reconocer por un buen médico. En general tenemos la idea de que al médico solamente debe vérselo para que cure, lo que no siempre es posible; pero, es una actitud mucho más lógica y sabia el verlo para prevenir, es decir, no esperar a que se presente la enfermedad, sino hacer todo lo posible para impedirle la entrada a la fortaleza privada de nuestro propio organismo.

Examine usted primeramente en qué falla el funcionamiento de su cuerpo. Usted comprenderá que es muy difícil prescribir de lejos y sin ningún conocimiento de los detalles. Cada uno de nosotros debemos estudiarlos a nosotros mismos y usarlos de mucho sentido común y cordura, aplicándonos remedios, más de higiene que de medicamentos. En general las cremas no se aconsejan sin ton ni son. La crema que a unas pieles les hace beneficio, a otras les perjudica. Los astringentes, son los que palliativos. Nada más bello que tener una salud perfecta, el aire libre fortifica y endurece los tejidos. Igualmente tiene mucha influencia la cama en que se duerme. No es igual usar un colchón firme y duro que una cama excesivamente blanda que sea algo dura que una excesivamente suave; esta última cansa e induce las migrañas. La almohada ha de ser más bien baja que alta, y firme, de manera que la cabeza no se hunda. Mucho aire en la habitación durante la noche, mucho agua el día. Agua en abundancia, tanto al beber, un mínimo de ocho vasos en las 24 horas, baños diariamente, lavarse la cara con agua fresca, ni demastado fría ni caliente. Comidas sanas, abundando en vegetales y frutas, desterrando, hasta donde sea posible, las grasas, carnes y excitantes. Si el ejercicio adecuado, gimnasia, deportes. Si usted vez que usted haya ejercitado esta vez un espacio de dos meses, sigue afligida por los defectos. Vea a un especialista. Si éste le escribe dándonos su dirección, tendremos gusto en recomendarle a persona de confianza.—MARIFLOR.

(Pasa a la página 56)

Ilustración 5.9 Retratos de las ganadoras en la votación para ocupar el puesto de reina y princesa de la sección de Mutua Ayuda en 1933. El concurso formó parte de la celebración del vigésimo aniversario de *El Hogar*. La ganadora fue Margarita Vizcaya, *Violeta*, con 5135 votos. Leonor Llach, *Galatea*, ocupó el puesto de princesa con 4714 votos; su retrato puede verse en la parte inferior de la página. *El Hogar*, 6 de septiembre de 1933, año 19, núm. 700, p. 2.



implicaba rechazar el poder de ciertas normas de feminidad, como la abnegación, el honor y la inocencia. Abogaba por la independencia intelectual de la mujer, su derecho a ejercer una profesión fuera del hogar, nuevos patrones de sociabilidad con los hombres, y la autonomía corporal.<sup>499</sup>

Estos cuestionamientos formaban parte de un caudal de experiencias que llevaba tiempo marcando grietas en el modelo dominante de feminidad. Indicios de estas vivencias quedaron registradas en buzones de correspondencia con las lectoras de *El Hogar* anteriores a Mutua Ayuda. Por eso sostengo que la popularidad de *Galatea* en Mutua Ayuda creció gracias al eco que sus opiniones hacían en las experiencias de algunas usuarias que sentían la estrechez del modelo de feminidad dominante; prueba de ello son testimonios de las usuarias de buzones de correspondencia anteriores a Mutua Ayuda; en este sentido, Llach fue una voz que articuló experiencias compartidas con otras mujeres. Al mismo tiempo, las opiniones de *Galatea* contrastan con las expresadas por otras usuarias de Mutua Ayuda, por eso es importante situarlas junto a las de otras usuarias de este espacio para comprenderlas dentro del paisaje en el que existieron.

La maternidad, el matrimonio, las tensiones familiares y emotivas que provocaba el ingreso al mercado laboral o educativo de las mujeres fueron temas frecuentes en Mutua Ayuda; sin embargo, pondré el acento en las situaciones compartidas por las usuarias de Mutua Ayuda que traslucen nuevas formas de socialización entre hombres y mujeres y la postura de *Galatea* frente a ellas.

#### *Atisbos de ruptura*

El matrimonio, la maternidad y la vida en el hogar eran el horizonte de expectativa de muchas lectoras de *El Hogar*. Sabían que su deber en tanto mujeres era convertirse en esposas y madres. Y que una vez casadas y con hijos, debían dedicarse en cuerpo y alma a cuidar de su hogar y familia sin importar ninguna adversidad. Por eso, la abnegación y resignación ante cualquier infortunio —enfermedad, pobreza, muerte o “mala suerte” de tener un mal marido golpeador, alcohólico, mujeriego, etc.— eran

---

<sup>499</sup> Susie Porter, “Un vestido pasado de moda’: Leonor Llach se desviste de la moralidad de antaño, 1920-1940” en Elisa J. Rashkin y Esther Hernández Palacios (coords.), *Luz rebelde. Mujeres y producción cultural en el México posrevolucionario*, México, Universidad Veracruzana, 2019, p. 118-119

fundamentales. De ello hay constancia en las cartas de lectoras publicadas en los buzones de *El Hogar*.

Varias usuarias de Entre lectoras señalaron que ser buena hija, buena madre y buena esposa era la misión más grande de las mujeres, es decir, cuidar de su hogar procurando la felicidad con amor y abnegación. *Duquesita de ojos soñadores*, por ejemplo, especificó que la mujer debía “servir a Dios como hija fiel, buena y cariñosa; como esposa un modelo de ternura y como madre abnegada hasta el sacrificio”; de manera similar, *Sultana de tristes ojos*, aclaró que además de buena hija, la mujer debía ser “abnegada esposa y amorosa madre”.<sup>500</sup>

Más allá del deber ser, hubo quienes asumían con agrado los dictados de género de la época. El mayor deseo de *Arabella*, por ejemplo, era ser la madre de muchos hijos “y saber educarlos bien”; también *Hoja de Otoño* dijo que anhelaba ser una buena esposa y una madre amorosa y cariñosa.<sup>501</sup> Además de los anhelos, la abnegación era una conducta que veneraban las usuarias de Entre Lectoras. En este sentido, *Estrella del sur*, manifestó su admiración por las madres que cumplían su deber con sacrificio; *Luz de Luna* declaró que alababa a las mujeres que sacrificaban su felicidad por la de los demás; *Diana de Poitiers* también dijo que la abnegación era lo que más admiraba en una mujer e *Incomprendida* especificó que las esposas abnegadas y amables, y las madres cariñosas y pacientes merecían todo su respeto.<sup>502</sup> Hubo, incluso, quien señaló disfrutar del trato que recibía por la creencia de que las mujeres eran seres emocionales, sentimentales y frágiles. *Morenaza de ojos negros*, por ejemplo, expresó su contento con ser mujer por el amor y mimos que le daban; “¡es tan bello sentirse mimada y amada por el que amamos!”<sup>503</sup>

Aunque el mayor deseo de *Arabella* era ser madre de muchos niños, confesó que hubiera deseado ser hombre y preguntó a las otras usuarias “¿Qué hubieran deseado

<sup>500</sup> Duquesita de los ojos soñadores, “Entre Lectoras”, *El Hogar*, 20 de febrero de 1923, año 10, núm. 172, p. 39 y Sultana de tristes ojos, “Entre Lectoras”, *El Hogar*, 20 de marzo de 1923, año 10, núm. 175, p.38.

<sup>501</sup> Arabella a Mme. Butterfly, “Entre Lectoras”, *El Hogar*, 20 de mayo de 1923, año 10, núm. 181, p. 36; Hoja de Otoño a Mme. Butterfly, “Entre Lectoras”, *El Hogar*, 10 de abril de 1923, año 10, núm. 177, p. 64.

<sup>502</sup> *Estrella del Sur*, “Entre Lectoras”, *El Hogar*, 10 de abril de 1923, año 10, núm. 177, p. 64.; *Luz de Luna*, “Entre Lectoras”, *El Hogar*, 20 de abril de 1923, año 10, núm. 178, p. 51; *Diana de Poitiers*, “Entre Lectoras”, *El Hogar*, 10 de mayo de 1923, año 10, núm. 180, p. 39; *Incomprendida*, *Entre Lectoras*, *El Hogar*, 10 de septiembre de 1923, año 11, núm. 192, p. 39.

<sup>503</sup> *Morenaza de Ojos Negros* a Arabella, “Entre Lectoras”, *El Hogar*, 20 de junio de 1923, año 10, núm. 184, p. 36.

nacer, hombres o mujeres?”.<sup>504</sup> Y unas cuantas —pocas, poquísimas, pero entre ellas una madre— declararon con franqueza su insatisfacción ante el horizonte de vida que tenían por ser mujeres. La razón de este deseo fue enunciada casi con las mismas palabras. *Alma Gitana*, por ejemplo, dijo: “Desearía haber sido hombre porque mis aspiraciones siendo mujer no puedo realizarlas”; con el mismo tono, *Hebe Leda* indicó: “Estoy muy contenta con haber nacido en nuestro bello México, no así el haber sido mujer, causa por la cual no veo realizadas nunca mis aspiraciones”.<sup>505</sup> Aunque no es posible saber cuáles eran esos sueños insatisfechos, sí es posible imaginar el paisaje donde habitaban esas aspiraciones que parecían inalcanzables: algunas lectoras contestaron que, de haber sido hombres, hubieran deseado convertirse en héroes de la patria, astrónomos, poetas, grandes músicos, aviadores, escultores o toreros.

Son pocos, pero estos testimonios muestran distanciamientos con la expectativa y la representación dominante de género de la época. Algunas mujeres sentían la estrechez de sus posibilidades de vida por cuestiones de género. Si estas experiencias fueron manifestaciones aisladas durante el primer lustro de los años veinte, una década más tarde, Leonor Llach articularía y encarnaría los sentires de estas mujeres en los que se fraguaron, a fuego lento, nuevas formas de ser mujer.

#### *Nuevas normas de conducta.*

El trabajo, la dedicación a alguna profesión o los estudios fueron temas recurrentes en *Mutua Ayuda*. Con frecuencia, las usuarias solicitaron consejos sobre sus experiencias en el mercado de trabajo o sus planes para ingresar a alguna escuela. Ambos escenarios implicaban una vida fuera del horizonte doméstico. Nunca dominó una postura en el tema entre las lectoras de este buzón: algunas se oponían a que las mujeres trabajaran fuera de casa y criticaban la educación “moderna”; otras las aceptaban con entusiasmo. *María Lola*, por ejemplo, dijo que el trabajo de las mujeres favorecía la desmoralización y que era “imposible que una mujer, doctora, abogada, etc., [pudiera] cumplir con las

---

<sup>504</sup> *Arabella*, “Entre lectoras”, *El Hogar*, 20 de mayo de 1923, año 10, núm. 180, p. 36.

<sup>505</sup> *Alma Gitana*, “Entre Lectoras”, *El Hogar*, 30 de julio de 1923, año 10, núm. 188, p. 36; *Hebe Leda*, “Entre Lectoras”, *El Hogar*, 10 de septiembre de 1923, año 10, núm. 192, s.p.

obligaciones de la esposa y de la madre”.<sup>506</sup> Pero *Zodia* sostuvo que no había contradicción alguna y afirmó que las mujeres casadas y las madres se debían tanto “a la sociedad como al hogar”, y que debían trabajar no sólo por necesidad sino también si “su actividad y su carácter la capacitan para ejercer una profesión”.<sup>507</sup>

La frecuencia de estas discusiones indica la relevancia que el tema tenía para las lectoras de *Mutua Ayuda*. Al mismo tiempo, estos debates hacen eco de las polémicas suscitadas entorno a las empleadas públicas en la década de 1930. La oposición al trabajo de las mujeres en las oficinas públicas, según Susie Porter, “se sostenía en tres asuntos: la necesidad económica, la moralidad sexual y los hábitos de consumo”.<sup>508</sup> En *Mutua Ayuda*, sin embargo, la necesidad económica y las tensiones emocionales que provocaba su ingreso al mercado laboral y educativo fueron los ejes entorno a los cuales se forjó el debate. Y en este debate se descubren nuevas formas de ser mujer.

La presencia de mujeres en las oficinas o las escuelas suponía contacto cotidiano con el sexo opuesto en circunstancias y escenarios novedosos donde no estaba claro cómo conducirse. En pocas palabras, este trato ocurría en una especie de vacío de reglas de cortesía existentes. Ejemplo de esto es la duda de una lectora de *Mutua Ayuda* sobre la actitud que debía asumir si se encontraba por accidente a su jefe en la calle. La respuesta de *Galatea* fue clara:

Tenga o no tenga amistad de antiguo con un jefe, no hay inconveniente en que le presente usted a las personas que la acompañan, si él busca la ocasión de hablarle y siempre que le ligue a ellas parentesco, verdadera amistad o respeto. No existiendo ninguna de estas circunstancias, y a menos que el encuentro sea en una fiesta donde las presentaciones son obligatorias, en la calle, por ejemplo, puede prescindirse de tal atención, aunque, en mi concepto nunca está de más.<sup>509</sup>

---

<sup>506</sup> Respuesta de María Lola a Rolando, “*Mutua Ayuda*”, *El Hogar*, 21 de enero de 1931, año 18, núm. 563, p. 54; María Lola, “*Mutua Ayuda*”, *El Hogar*, 13 de mayo de 1931, año 18, núm. 579, p. 50.

<sup>507</sup> *Zodia* a Sara, “*Mutua Ayuda*”, *El Hogar*, 29 de abril de 1931, año 18, núm. 577, p. 2.

<sup>508</sup> Susie Porter, “Empleadas públicas: normas de feminidad, espacios burocráticos e identidad de la clase media en México durante la década de 1930”, *Signos Históricos*, núm. 11, enero-junio, 2004, p. 42.

<sup>509</sup> *Galatea*, *Mutua Ayuda*, *El Hogar*, 8 de julio de 1931, año 18, núm. 585, p. 54

Esta desorientación detonaba el rechazo a que las mujeres trabajaran. Debe recordarse que ellas eran valoradas por la honra sexual y que *salir* a trabajar suponía poner en peligro esa honra. Va un ejemplo.

*Juana* solicitó la opinión de las lectoras de Mutua Ayuda sobre el deseo de su sobrina —una ahijada huérfana de quien se hizo cargo desde pequeña— de estudiar medicina, pues a ella no le parecía una carrera “propia para una señorita”.<sup>510</sup> Matilde Montoya, reconocida y respetada en esos años por ser la primera médica de México, contestó a *Juana* que la medicina podía ejercerse con “el pudor y el recato de la mujer que se respete y el amor al prójimo que es uno de los grandes deberes de todo hijo del Altísimo”. Puntualizó, en tono significativo, que todos sus recetarios incluían la leyenda “Consultorio exclusivo para señoras y niños”, pues eso le había permitido gozar del cariño de sus pequeños pacientes y de la confianza ciega y respeto de “las madres agradecidas”.<sup>511</sup>

La respuesta de Montoya ilustra tres cuestiones. En primer lugar, muestra cómo la idea de la separación de las esferas —una doméstica y femenina, y la otra pública y masculina, forjada en el siglo XIX— seguía siendo un recurso para justificar la participación de las mujeres en el mercado profesional y laboral. En segundo lugar, permite observar cómo operaba esta separación: al atender sólo a señoras y niños, Montoya había cultivado y cuidado su honra, pues hacía patente su conducta recatada y pudorosa al no tratar directamente con hombres. Finalmente, el comentario de Montoya deja claro cómo las mujeres de las élites debían moverse con cautela y reconocer su lugar de subordinación en el mercado laboral: cuidar su honra, es decir, su castidad sexual, era crucial para sobrevivir en sociedad, pero esa misma noción de honor las situaba en posiciones de desventaja y subordinación. Además, no todas las mujeres podían evitar el contacto con los hombres en sus espacios de trabajo.

Muchas lectoras de *El Hogar* eran trabajadoras. Esta condición es más visible en Mutua Ayuda. En este buzón hay cartas que muestran cómo su condición de trabajadoras les causaba tensiones emocionales fuertes a las mujeres con sus padres, esposos o novios, quienes desaprobaban o rechazaban que trabajaran.

---

<sup>510</sup> Pregunta de Juana, “Mutua Ayuda”, *El Hogar*, 17 de febrero de 1937, año 24, núm. 879, p.53.

<sup>511</sup> Respuesta de Matilde Montoya, *El Hogar*, 3 de marzo de 1937, año 24, núm. 881, p.53.

*Rosario*, una empleada joven y soltera que ganaba un buen sueldo con el que contribuía al gasto familiar, comentó que su novio se oponía a que ella trabajara. Dijo que las circunstancias económicas la habían obligado a trabajar en una oficina y como tenía preparación (es posible suponer que tenía estudios de alguna carrera técnica), había logrado abrirse paso y tener un “sueldo bastante decente”. *Rosario* escribió: “mi novio desde un principio vio con disgusto que trabaje y como no he atendido sus indicaciones, muy posible es que tengamos un disgusto serio.” En la misma carta, esta chica argumentaba que la idea de casarse con el novio no era viable, pues él “acaba de establecerse y no tiene firmes condiciones económicas.”<sup>512</sup> También *Afligida*, de diecisiete años, escribió que su novio, músico, “se disgusta porque trabajo, pues es muy celoso”.<sup>513</sup>

No sólo las mujeres solteras vivían estas tensiones. *María Ofelia*, una mujer casada con un empleado público y madre de tres hijas, pidió consejo, pues al marido le habían bajado el sueldo y les era imposible solventar los gastos de la casa. *María Ofelia* quería trabajar, pero su esposo prefería buscar otro empleo por las noches.<sup>514</sup>

Si existía la creencia de que el trabajo pervertía a las mujeres porque las ponía en contacto con el sexo opuesto, lo cierto es que ellas estaban expuestas a abusos de todo tipo, incluido el sexual, por su posición como subordinadas y recién llegadas al mundo del trabajo. Algunas de las cartas de Mutua Ayuda dan cuenta de lances o chantajes sexuales que experimentaron algunas de sus usuarias. El caso de *Decidida* ayuda a dimensionar lo que implicaba la presencia de una mujer en algún lugar sin alguna figura familiar cercana.

*Decidida* era una maestra rural de 17 años que deseaba estudiar obstetricia. Su única opción era realizar estos estudios como interna en un hospital, pues era huérfana de padre y como su madre se había vuelto a casar, no vivía con ella y no podía cursar sus estudios como hija de familia viviendo en casa. *Decidida* sabía que podía ser peligroso hacer sus estudios como interna en un hospital. En su carta comentó: “En dos pueblos donde he actuado anteriormente, dos individuos de poca cultura han intentado

---

<sup>512</sup> *Rosario*, “Mutua Ayuda”, *El Hogar*, 27 de enero de 1932, año 19, núm. 616, p. 4; Galatea a Rosario, “Mutua Ayuda”, *El Hogar*, 3 de febrero de 1932, año 19, núm. 617, p. 52.

<sup>513</sup> *Afligida*, “Mutua Ayuda”, *El Hogar*, 20 de julio de 1932, año 19, núm. 641, p. 1.

<sup>514</sup> *Galatea* a *Ofelia*, “Mutua Ayuda”, *El Hogar*, 18 de mayo de 1932, año 19, núm. 632, p. 1.

raptarme y no creo justo seguir exponiéndome al capricho de gentes sin corazón...”.<sup>515</sup>  
No fue la única que pasó por este tipo de situaciones.

*Corazón Angustiado* no le había dicho a su actual pareja que había tenido una relación anterior y su exnovio la amenazaba con mostrarle a su actual novio una carta donde ella le había declarado su amor. Las respuestas de Llach ante estas situaciones hacen clara su postura. Su respuesta a *Corazón Angustiado* fue contundente: no ceder al chantaje pues “Los hombres exigen de las mujeres a quienes quieren una virginidad absoluta hasta de pensamiento, virginidad que ellos no han sabido guardar.”<sup>516</sup>

Para *Galatea* no era el trabajo o el contacto con el sexo opuesto lo que corrompía a las mujeres. Señalaba, más bien, que la abnegación y el honor eran continentes que limitaban a las mujeres, pues les imponían el matrimonio como único horizonte de vida y la búsqueda de un marido como su principal objetivo. En este sentido, *Galatea* afirmaba que la inocencia femenina era perjudicial.<sup>517</sup> Su respuesta a *Alma que llora* ilustra esta cuestión.

*Alma que llora* era una madre soltera de 20 años que vivía en casa de sus padres (describió su situación diciendo que cuando era muy chica había sido engañada y abandonada en una situación “desairadísima”). Escribió a Mutua Ayuda para pedir consejo pues, aunque aguantaba con resignación el desprecio que recibía de sus padres, no soportaba que también trataran mal a su hija “y la hagan andar mal vestida, pues ella no tiene la culpa”. *Alma que llora* sentía que no tenía opciones, pues no podía salir de casa de sus padres, además de que no sabía trabajar, ni bordar, ni pintar.<sup>518</sup>

Varias lectoras le contestaron a *Alma que llora*. *Emma*, por ejemplo, le dijo que ella también era madre soltera. Le aconsejó, primero, confiar en Dios y luego aclarar la situación con sus padres para saber si la perdonarían o sería tratada siempre como una sirvienta. Que, si éste era el caso, entonces exigiera respeto para su hija tal como se esperaba que lo tuvieran con “la prole” de cualquier persona de servicio y que se pusiera a trabajar. *Emma* remató: “¿Que no sabe pintar ni bordar?, bien; pero sabrá lavar,

---

<sup>515</sup> *Decidida*, “Mutua Ayuda”, *El Hogar*, 14 de noviembre de 1934, año 21, núm. 762, p. 61.

<sup>516</sup> *Galatea* a *Corazón Angustiado*, “Mutua Ayuda”, *El Hogar*, 6 de abril de 1932, año 19, núm. 626, p. 2.

<sup>517</sup> Susie Porter, “Un vestido pasado de moda”: Leonor Llach se desviste de la moralidad de antaño, 1920-1940” en Elisa J. Rashkin y Esther Hernández Palacios (coords.), *Luz rebelde. Mujeres y producción cultural en el México posrevolucionario*, México, Universidad Veracruzana, 2019, p. 136.

<sup>518</sup> *Alma que llora*, Mutua Ayuda, *El Hogar*, 26 de septiembre de 1934, año 21, núm. 755, p. 54.

planchar, guisar [...]”, y subrayó que, como mujer *decente*, le sugería vender antojitos mexicanos a través de algún muchacho e invertir el dinero ganado en aprender algo. La idea de trabajar sin salir a la calle e invertir en su educación la sugirieron otras lectoras, como *Lilia*, quien le aconsejó que hiciera dulces y los vendiera a través de una tercera persona, y que con el dinero ganado aprendiera algo para comenzar a trabajar.<sup>519</sup>

*Galatea* también le sugirió aprender algo y ponerse a trabajar, pero a diferencia de las otras lectoras, le dijo que lo mejor era salirse de casa de sus padres, convencerlos de que era una carga para ellos y de que le facilitarían los medios para defenderse en la vida. Fue directa y concisa: “aprenda algo y trabaje”. Luego añadió que el “error” que había cometido —tener relaciones sexuales sin estar casada— se debía más a ignorancia que a culpa: “es absurdo empeñarse en prolongar la desdicha cuando lo que urge es remediar lo que no se supo prevenir”.<sup>520</sup>

Como otras feministas de *El Hogar*, Leonor Llach sostenía que la independencia económica e intelectual eran claves para modificar la subordinación de las mujeres, pues les ofrecían autonomía individual y moral. Por eso era importante procurar la educación femenina a toda costa y defender a las mujeres que trabajaban. Este posicionamiento es evidente en sus respuestas ante los casos de “mujeres engañadas”, como se les decía a quienes habían tenido relaciones antes del matrimonio.

Reformista como otras de la época, Llach pensaba que la educación y el trabajo eran caminos para prevenir estas situaciones. *Marcele*, otra lectora que también se describió como “víctima de la seducción de un hombre”, preguntó si debía confesarle a un nuevo pretendiente tal asunto. Para esta pregunta se publicaron las respuestas de *Irma* y *Galatea*. *Irma* afirmó que “la pérdida del honor es terrible para una mujer... yo, en mi modesto criterio, pienso que un hombre, por bueno y generoso que sea, no transige sobre asunto tan delicado...”, y le aconsejó que mejor buscara su dicha practicando la caridad o alguna otra cosa; es decir, que se olvidara del amor en pareja y del matrimonio. *Galatea*, por su parte, afirmó también que el “después” de una mujer engañada era terrible, pero que sí podía llevar una vida *honrada* y feliz:

<sup>519</sup> Emma a Alma que llora, “Mutua Ayuda”, *El Hogar*, 24 de octubre de 1934, año 21, núm., 759, p. 54; Lila a Alma que llora, “Mutua Ayuda”, *El Hogar*, 10 de octubre de 1934, año 21, núm. 757, p. 54.

<sup>520</sup> *Galatea*, Mutua Ayuda, *El Hogar*, 3 de octubre de 1934, año 21, núm. 756, p. 61.

Toda culpa lleva su expiación en el dolor y el arrepentimiento. Y cuando se ha purgado un delito, ¿por qué no se ha de empezar de nuevo la vida? [...] En mi concepto, una mujer que ha logrado salvarse por su propio esfuerzo y por la íntima convicción de sus deberes morales, ya no tiene nada que hacerse perdonar.<sup>521</sup>

En pocas palabras, *Galatea* le dijo a *Marcele* que no tenía la obligación de revelar nada al nuevo pretendiente y que tenía derecho a ser feliz.

Leonor Llach también cuestionó la identidad entre lo masculino y lo racional, por un lado, y lo femenino y la emocionalidad, por el otro. Su opinión sobre la amistad entre mujeres y hombres hace evidente este cuestionamiento. Llach manifestó en *Mutua Ayuda* que si bien la amistad entre mujeres y hombres era difícil, lo cierto es que era posible, incluso si la mujer era casada. Aunque el marido podía oponerse, *Galatea* sostuvo que la educación e inteligencia la hacían viable. Pero fue un poco más allá, pues señaló que la dificultad radicaba no en la debilidad femenina sino en la masculina, pues la belleza de la mujer podía complicar la relación porque ella debía defenderse. ¿De qué? De los lances que ellos tratarían de hacer, pues lejos de ser ellas quienes, como solía pensarse, terminarían enamorándose, eran los hombres quienes “dan más importancia que nosotras a las suspicacias que despiertan sus actos, a las críticas y que casi siempre opinan que para quedar bien en cuanto tratan a una mujer, tienen la obligación de enamorarla.”<sup>522</sup>

Sin bien Llach no se oponía al matrimonio ni a la maternidad, sabía que no eran las únicas formas en las que una mujer podía vivir su vida y ser feliz. De hecho, pensaba que la total dedicación al cuidado de los hijos y el hogar era un franco error, pues muchas mujeres se olvidaban de sí mismas en el afán por cumplir con su deber. Y este olvido de sí se convertía en un sacrificio infructuoso que sólo provocaba frustración pues “algún día lo [echarían] en cara a aquel por quien lo hicimos, al considerar que no nos lo agradece bastante”.<sup>523</sup>

---

<sup>521</sup> Respuesta a *Marcele*, *Mutua Ayuda*, *El Hogar*, 28 de junio de 1933, año , núm., p. 55.

<sup>522</sup> Respuesta a *Flérida*, “*Mutua Ayuda*”, *El Hogar*, 12 de abril de 1932, año 19, núm. 627, p. 2.

<sup>523</sup> “*Mutua Ayuda*”, *El Hogar*, 24 de junio de 1931, año 18, núm. 587, p. 2.

Más que resignación, sostenía Llach, las madres necesitaban tiempo para sí mismas, es decir, necesitaban realizar actividades que no se vincularan con sus deberes de madres, esposas y amas de casa. En palabras de Llach, “la madre de familia necesita también descanso, diversiones, cuidados”.<sup>524</sup> Este tiempo propio, lejos del cuidado de otros, sería benéfico para la familia y la crianza de los hijos, pues evitaba que las madres vivieran cansadas, frustradas y hastiadas del tráfigo cotidiano.

Ahora bien, el tiempo para dedicarse a sí mismas no llegaría con la mera organización individual de las rutinas del trabajo doméstico y de cuidados. No. Las empresas y el propio Estado debían ofrecer las condiciones para que existiera ese tiempo propio. Y las madres, por su parte, debían organizarse para exigir esos espacios. Cuando *Mamá*, una lectora de *El Hogar*, preguntó si había algún problema en que sus hijos la acompañaran al cine, Llach sostuvo que el cine no era una recreación adecuada para los niños, pero le sugería buscar otro tipo de diversiones para que asistieran al cine con menos frecuencia si no había alguien más que los cuidara. Además de este cambio de hábitos, Llach aprovechó para anotar: “a reserva de seguir defendiendo la necesidad de que los lugares de diversión tengan locales anexos para niños, campaña en la que tendrían que colaborar todas las madres.”<sup>525</sup>

Aunque Llach no cuestionaba la feminización del trabajo de cuidados, su postura implicaba algo más: la mera acción individual era insuficiente para cambiar la situación de las mujeres. El paso decisivo que la distingue de otras usuarias de Mutua Ayuda, es que buscaba engarzar las decisiones personales con organizaciones colectivas o con instituciones. Ejemplo de ello es el texto sobre la maternidad que presentó en el Tercer Congreso Nacional de Obreras y Campesinas celebrado en 1934, “sobre los recursos que se debiera proveer para apoyar[...] a las mujeres en la maternidad.”<sup>526</sup>

Finalmente, es importante anotar que para *Galatea* el trabajo no sólo era una opción enaltecida para todas las mujeres sin importar su condición civil. Era, sobre todo el lugar donde se forjaba una nueva moral que las hacía mejores, pues aprendían a administrar el dinero porque sabían lo que costaba ganarlo, e identificaban el verdadero

<sup>524</sup> “Mutua Ayuda”, *El Hogar*, 21 de octubre de 1936, año 24, núm. 862, p. 53.

<sup>525</sup> Respuesta a *Mamá*, *El Hogar*, 17 de junio de 1936, año 23, núm. 845, p. 54.

<sup>526</sup> Susie Porter, “Un vestido pasado de moda”, p. 141

amor, pues no veían a sus parejas como meras vías de supervivencia, y resistían a los lances amorosos o sexuales masculinos porque reconocían el amor sincero. En palabras de Llach, las mujeres que se “bastaban a sí mismas eran mejores compañeras”.<sup>527</sup>

### Consideraciones finales

En este capítulo demostré cómo durante las décadas de 1920 y 1930, algunas mujeres manifestaron y discutieron sus experiencias, necesidades e intereses y realizaron interpretaciones de lo que significaba ser mujer a través de las páginas y en las oficinas de *El Hogar*. Estas mujeres crearon lazos de solidaridad —algunos incluso de amistad— que fueron la base para la creación de asociaciones femeninas como el Ateneo Mexicano de Mujeres.

Los buzones de correspondencia de *El Hogar* fueron decisivos en este proceso, pues una comunidad de lectoras y redactoras escribió, leyó y discutió ahí sobre sus necesidades e intereses en tanto mujeres. Aún más, en ellos participaron quienes escribían sobre la situación de las mujeres en otros medios impresos, que formaban parte de asociaciones femeniles o que eran empleadas de gobierno. Estos buzones se convirtieron en puentes que conectaron a la intelectualidad femenina de la época con amas de casa, empleadas o estudiantes que vivían por toda la república mexicana.

---

<sup>527</sup> Respuesta a *Rosario*, Mutua Ayuda, *El Hogar*, 3 de febrero de 1932, año 19, núm. 617, p. 52.

## VI. Difusión y geografía de la moda

La moda ha tenido un papel central en las interpretaciones alternativas al sistema binario de género y, de manera particular, en la definición de lo femenino durante el siglo XX. Por eso no es extraño que haya sido uno de los caminos editoriales a través de los cuales *El Hogar* ofreció a sus lectoras alternativas de feminidad a partir de la vestimenta y, además, una especie de armadura indumentaria para facilitar su andar en el espacio público. En este capítulo explicaré cómo la sección de modas y la venta de patrones de *El Hogar* pretendía ser útil para las lectoras en sus labor de administradoras de la economía doméstica de sus familias, trabajo que les correspondía bajo el modelo de feminidad dominante, sino también ante requiebres y/o lances sexuales masculinos a los que estaban expuestas las mujeres con harta frecuencia en los espacios públicos y laborales.

Las publicaciones periódicas, en particular las revistas femeninas, suelen ser reconocidas como agentes centrales de la difusión de la moda, sobre todo por las secciones e imágenes que aparecieron en sus páginas. Pocas veces, sin embargo, se ha puesto atención en su labor como comerciantes de moda a pesar de que, en un lapso que va desde mediados del siglo XIX hasta pasada la mitad del siglo XX, varias incluyeron lecciones sobre corte y confección, vendieron patrones para confeccionar modelos inspirados en la alta costura o realizaron algunas de las compras de indumentaria de sus lectores.

La venta de patrones de moda fue un elemento relevante para el desarrollo y eventual expansión de los mercados de la moda a nivel mundial durante ese periodo. Es cierto que los manuales de sastrería contenían los conocimientos sobre cómo cortar la

tela, que circularon ampliamente alrededor del mundo, y que algunos sastres vendieron patrones para confeccionar ropa desde antes, pero este negocio floreció hasta mediados del siglo XIX, cuando modistas y sastres norteamericanos comenzaron a vender patrones de moda. En este negocio hubo empresas inglesas y francesas, sin embargo, las marcas estadounidenses McCall, Delineator y Butterick dominaron el mercado mundial y tuvieron una amplia circulación en México.

Se sabe que en México hubo publicaciones que vendieron patrones desde el siglo XIX, pero éstas lograron convertirse en sólidas comerciantes de la moda a partir de las décadas de 1920 y 1930. Durante estos años *El Hogar* y *La Familia* incursionaron en el negocio de la venta de patrones: la primera vendió moldes de empresas estadounidenses a partir de 1926; la segunda se convirtió en productora de sus propios patrones desde 1933. En este capítulo me concentraré en la venta de patrones de *El Hogar*, pues su incursión en este negocio fue crucial para el desarrollo del mercado de la moda en México: por un lado, explotó el potencial de este mercado basado en el gusto por la moda e hizo un auténtico trabajo de edición de moda; por otro lado, sus buzones de correspondencia con los lectores permiten ubicar a quienes compraron estos patrones y otras mercancías de indumentaria, lo que no puede realizarse con *La Familia*, pues el carteo con sus lectores no ocupó sus páginas de manera constante.

Ahora bien, la difusión de la moda también puede analizarse a través de las prendas que conforman la indumentaria, es decir, es posible estudiar cuándo, cómo y porqué ciertas partes de un atuendo quedan bajo el influjo del cambio constante de formas, colores y texturas. Bajo esta lógica, algunos autores han mostrado cómo la moda ha enfatizado distintas partes del cuerpo, dejando como impronta formas corporales específicas en distintas épocas. Pero es posible ir más allá con esta idea.

La moda ha tenido un avance progresivo en la indumentaria, es decir, la moda se ha apoderado de cada vez más prendas y accesorios que conforman la vestimenta. En este sentido, se pueden realizar interpretaciones de la moda como procesos de conquista de la indumentaria. Hay condiciones materiales que hacen posible este avance, por ejemplo, el desarrollo de las fuerzas productivas expresadas en desarrollo tecnológico, la explotación de abundancia de mano de obra barata, o la ampliación de redes de comercialización. Estos procesos de conquista pueden explicarse a través de

mecanismos sociales como la ley de Poiret, según la cual los excesos de una moda indican el final de su tendencia, la profecía autocumplida o el efecto Mateo.<sup>528</sup> Sostengo que al realizar un análisis del avance de la moda en la indumentaria se puede comprender cómo la clase social, el género, la etnia o la edad inciden en las formas de apropiación de los estilos de moda que hacen distintos grupos sociales en tiempos específicos.

Las publicaciones periódicas también pueden servir para rastrear el avance de la moda en el territorio de la indumentaria de algunos grupos sociales. Además de vender patrones, algunas revistas ofrecieron a sus lectores un servicio de encargos, es decir, la posibilidad de hacer compras de mercancías o pagar por servicios que necesitaran sus lectores. En México, *El Hogar* tuvo un Departamento de Encargos que funcionó de 1921 a 1942 a través del cual algunas lectoras compraron ropa o pidieron que les confeccionaran o repararan prendas. Gracias a esta información se pueden conocer prácticas de vestimenta que había entre las lectoras de esta revista.

En este capítulo expondré, entonces, por qué *El Hogar* fue intermediario de la moda en México y cómo su ejercicio editorial de la moda estaba vinculado con su postura feminista. Para lograrlo trazaré algunos de los circuitos de comercio de patrones de moda antes y después de la incursión de esta revista en este mercado de la moda. Después describiré el trabajo editorial realizado por las redactoras a partir de la venta de moldes, es decir, se verá cuáles fueron los criterios de selección de figurines, y los consejos y sugerencias sobre el vestir que dieron a las lectoras. Finalmente, identificaré el avance de la moda en el territorio indumentario de las lectoras de *El Hogar* a partir de lo que tanto las redactoras como los lectores consideraban “moda” en los consejos y pedidos que hicieron a través de los buzones de correspondencia con lectores de *El Hogar*, de manera particular, el que estuvo dedicado al servicio de encargos de 1921 hasta 1942.

### *El Hogar en el mercado de la moda en México*

Los contenidos sobre modas de *El Hogar* aumentaron poco a poco, conforme la apuntalada tranquilidad política del país lo fue permitiendo. En sus primeros años, la

---

<sup>528</sup> Guillaume Erner, *Sociología de las tendencias* (Barcelona: Gustavo Gilli, 2010), 61-62, 118-119.

sección estaba formada por un par de páginas con figurines bajo el título de “Elegancias”, más una crónica de moda y contenidos de labores femeniles con ilustraciones. A partir de febrero de 1926 —y cuando las circunstancias económicas lo permitieron— las lectoras recibieron la revista con cuatro páginas en papel de mayor gramaje y calidad, donde aparecía la sección “Elegancias” con figurines a todo color, acompañados de una breve descripción y el número del patrón con el que podían solicitar el modelo para confeccionarlo. Una vez hecha la compra, *El Hogar* lo enviaba por correo a la dirección indicada por la compradora.<sup>529</sup>

En 1926 *El Hogar* era la única publicación dirigida y editada por una mujer en México que había sobrevivido en el mercado más de una decena de años (tenía 13 años). Parte de este éxito, como se ha visto, se debió a la audacia y el buen oficio de su editora y directora.<sup>530</sup> Como editora, Emilia Enríquez de Rivera Hauville dedicó parte de su tiempo a buscar contenidos que resultaran atractivos y útiles para los lectores. En el primero de los tres viajes a Nueva York que realizó en la década de 1920 (1925, 1927 y 1929), Emilia logró un acuerdo comercial con la empresa McCall para vender a un precio más bajo los patrones para confeccionar vestidos con las últimas tendencias de la moda.<sup>531</sup> Con este trato, Enríquez de Rivera hizo que las páginas de su revista se convirtieran en verdaderos escaparates de la moda.

Los moldes de confección de ropa circulaban en el comercio mexicano desde mucho antes de que *El Hogar* incursionara en este negocio. Al menos en la Ciudad de México podían conseguirse de dos tipos: artesanales e industrializados (ya hechos). Los artesanales se hacían por pedido y sobre medida en casas cortadoras a donde debía llevarse el figurín del modelo que se deseara con las medidas de la persona que usaría el vestido. En 1923, por ejemplo, la encargada de “El Buzón Particular” de *El Hogar* le pidió a la lectora *Lirio Silvestre* que enviara el figurín del modelo que quería para que hicieran sus patrones.<sup>532</sup> Este tipo de patrones eran caros: costaban poco más del doble

---

<sup>529</sup> “Cumplimos un compromiso”, en: *El Hogar*, México, 3 de febrero de 1926, año 13, núm. 103, p. 1.

<sup>530</sup> Sobre la historia de esta empresa editorial véase Claudia Tania Rivera Mendoza, “Historia de una empresa editorial, su directora y sus lectores: revista *El Hogar* 1913-1940”, México, tesis de maestría en historia moderna y contemporánea, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 2010.

<sup>531</sup> “Buena noticia para nuestras lectoras”, en: *El Hogar*, México, 16 de diciembre de 1926, año 13, núm. 297, p. 36.

<sup>532</sup> Respuesta de *Mlle. Butterfly* a *Lirio Silvestre*, “Buzón Particular de *El Hogar*”, en: *El Hogar*, México, 20 de abril de 1923, año 10, núm. 178, p. 50.

que los de tallas fijas (dos pesos con cincuenta centavos y un peso, respectivamente);<sup>533</sup> de hecho, esta era una de las razones por las que, según la encargada del buzón de correspondencia de *El Hogar*, era mejor comprar patrones hechos.<sup>534</sup>

Los patrones industrializados, por su parte, se ofrecían en catálogos de distintos modelos y medidas estandarizadas. Se podían comprar en tiendas departamentales y en agencias distribuidoras de revistas extranjeras. Fábricas de Londres, por ejemplo, vendía los patrones Excélsior<sup>535</sup> y se jactaba de tener empleados expertos para aconsejar a las clientas sobre las telas idóneas para cada vestido.<sup>536</sup> La Agencia de Revistas Misrachi<sup>537</sup> también expedía patrones industrializados junto a suscripciones de revistas francesas como *Femme Chic*, *Paris Elegant*, la lujosa *Chic Parisien* (la suscripción por un año costaba 35 pesos) o la *Revista de Modas*, que incluía trazo de patrones en cada número.<sup>538</sup> Este tipo de revistas eran costosas y bien apreciadas, prueba de ello es el extravío en el correo del cuaderno de modas que Trinidad A. Fénix compró a la agencia y que ésta tuvo que reponer.<sup>539</sup>

<sup>533</sup> Respuesta de Mlle. *Butterfly* a Rosa *Seductora*, “Buzón Particular de *El Hogar*”, en: *El Hogar*, México, 28 de febrero de 1923, año 10, núm. 173, p. 37.

<sup>534</sup> Respuesta de Laura de Pereda a Emilia, “El Buzón Particular de *El Hogar*”, en: *El Hogar*. México, 22 de abril de 1925, año 12, núm. 263, p. 38.

<sup>535</sup> A pesar de tener el mismo nombre, estos patrones no estaban vinculados al periódico *Excélsior*. La investigación de Arno Burkholder sobre este diario no informa nada sobre alguna incursión de esa empresa periodística en el negocio de los patrones de ropa. De hecho, es posible que estos moldes fueran parte de la fábrica de zapatos llamada Excélsior, cuya publicidad aparece en las páginas de revistas antes de la aparición del diario. Véase el anuncio Calzado Excélsior en *El Hogar*, México, octubre de 1913, año 1, núm. 2, p. 7. La historia del periódico puede leerse en Arno Burkholder, “El periódico que llegó a la vida nacional. Los primeros años del diario *Excélsior*, 1916-1932”, en: *Historia Mexicana*, vol. 58, núm. 4, abril-junio de 2009, pp. 1369-1932.

<sup>536</sup> Anuncio de Patrones Excélsior, en *El Hogar*, México, 10 de marzo de 1922, año 9, núm. 138, 4a forros.

<sup>537</sup> La información que existe sobre este negocio cultural es poca y está orientada a la trayectoria de Alberto Jaques Misrachi Samanon, *Alberto Chico*, sobrino del fundador de la Agencia Misrachi, Alberto Misrachi Battino, *Alberto Grande*. Éste llegó a México en 1917; es probable que haya echado a andar la agencia de revistas a finales de la década de 1910, pues a partir de un anuncio en *El Hogar* y del testimonio de Allegra Besudo de Misrachi, se sabe que a inicios de 1922 el negocio se mudó de la calle de Dolores, hoy López, al número 10 de Avenida Juárez, justo enfrente del Palacio de Bellas Artes. Esta ubicación convirtió a la Agencia en un lugar estratégico para la cultura en México del siglo xx. Además de vender y distribuir revistas de moda de todo el mundo y patrones McCall, el negocio se convirtió en editorial (*Alberto Grande* editó la revista *Síntesis*), en librería y, hacia la década de 1930, en la Galería Central de Arte Moderno donde se expusieron obras de artistas como David Alfaro Siqueiros, Rufino Tamayo y Diego Rivera entre otros. Véase Luis Geller, *Alberto Misrachi, una vida dedicada a promover el arte en México*, México, Conaculta/INBA, 1998; Humberto Musacchio, *Milenios de México*, tomo 2, México, Diagrama Casa Editorial, 1999, p. 1915.

<sup>538</sup> Anuncio Agencia Misrachi, *El Hogar*, 3 de agosto de 1927, año 14, núm. 382, p. 8.

<sup>539</sup> “Buzón Particular de *El Hogar*”, *El Hogar*, 30 de mayo de 1922, año 9, núm. 146, p.36. “Buzón Particular de *El Hogar*”, *El Hogar*, 20 de octubre de 1922, año 9, núm. 161 pp. 37 y 40.

La Agencia McCall vendía las revistas y los patrones de la empresa McCall.<sup>540</sup> Entre las publicaciones de esta empresa estaba *McCall's Quarterly*, cuaderno trimestral cuyo principal contenido era la publicación de figurines con modelos de los patrones que vendía la empresa. Algunos de éstos eran diseños de última tendencia para cada estación del año (primavera, verano, otoño e invierno), pero también incluía patrones de ropa para niños, blusas, faldas, mandiles y ropa interior para dama, con el número del patrón, las tallas en las que podían comprarse y las cantidades de tela necesarias para su confección.<sup>541</sup> Ahora bien, lo más relevante para esta investigación son los acuerdos que la Agencia Misrachi realizó con publicaciones periódicas mexicanas para difundir los moldes McCall. En 1924, un par de años antes de que *El Hogar* los vendiera, la *Revista Popular* insertó dos páginas impresas a una tinta con modelos McCall, cuyos patrones debían solicitarse directamente a la Agencia Misrachi.<sup>542</sup> Es posible que haya existido algún acuerdo entre *El Hogar* y la agencia, pues la publicidad de ésta fue frecuente en la revista además de ser uno de los patrocinadores del Concurso de las Hadas que organizó *El Hogar* en 1923.<sup>543</sup> Sin embargo, a diferencia de lo que ocurrió con *Revista Popular*, los patrones McCall se solicitaban y pagaban directamente en el negocio de Enríquez de Rivera.

Ahora bien, en la década de 1920 la empresa McCall lideraba el mercado mundial de la venta de patrones de indumentaria de moda. Este liderazgo se debía a las innovaciones técnicas promovidas por William Bishop Warner, entonces director de McCall. Quizás la más relevante y que más impacto tuvo en el campo de la producción de patrones fue la idea de tener impresos el nombre de cada pieza del patrón, los contornos que indicaban dónde debía cortarse y doblarse cada una, las marcas en donde debía unirse a otras, las instrucciones (“corte aquí”) y un pequeño diagrama en cada una de las piezas del patrón; cabe apuntar que las instrucciones estaban impresas en inglés, francés y español detalle que permitía usarlos a personas allende las fronteras del país

---

<sup>540</sup> Anuncio Agencia Misrachi, *El Hogar*, 7 octubre de 1925, año 12, número 287, p. 28.

<sup>541</sup> Los patrones McCall continúan vendiéndose y produciéndose hasta nuestros días.

<sup>542</sup> Este trato duró poco, pues *Revista Popular* cambió de directivos y el negocio desapareció. “La moda al día. Lo que se llevará el próximo verano”, *Revista Popular*, abril de 1925, año 2, núm. 10, pp. 26-28.

<sup>543</sup> Véase el capítulo 4 de esta investigación. Cfr. “Concurso de las Hadas. Breves explicaciones acerca de este certamen”, *El Hogar*, 10 de marzo de 1923, año 10, núm. 174, p. 35; Mlle Butterfly, “Concurso de Hadas”, *El Hogar*, 20 de agosto de 1923, año 10, núm. 190, p. 29.

norteamericano.<sup>544</sup> Además de todas estas novedades, en 1926 la empresa tuvo un convenio (que cumplía todas las de la ley) para comercializar patrones McCall diseñados por casas de alta costura como Lanvin, Chanel, Decroll, Jenny, entre otras.<sup>545</sup> En resumidas cuentas, los moldes McCall que *El Hogar* ofreció a sus lectoras durante el segundo lustro de la década de 1920 eran los únicos patrones impresos que podían conseguirse en el mercado de ese entonces y que no sólo estaban inspirados en las tendencias parisinas sino que algunos modelos eran creaciones directas de las casas de alta costura.

La asociación entre *El Hogar* y McCall transformó el mercado de la moda en México por varias razones. En primer lugar, porque un año después de iniciado el negocio de los patrones McCall en *El Hogar*, aumentaron los puntos de venta de éstos. Según un anuncio de 1927, además de venderse en la Agencia Misrachi y a través de *El Hogar*, los moldes McCall podían comprarse en Colima, Orizaba, Córdoba, Veracruz, Puebla, Saltillo, Tampico, San Luis Potosí, Mérida, León y La Piedad.<sup>546</sup>

En segundo lugar, con esta empresa se amplió el mercado de la moda en México al facilitar el uso de patrones por las ventajas técnicas que tenían los McCall. Sostengo esto porque los patrones que circulaban en ese entonces solían ser de una talla y estar marcados en una misma hoja junto al trazo de otros o, como el que *El Hogar* incluía en su suplemento, junto al resto de las labores de bordado, diferenciando los trazos con un número. El resultado era una hoja con líneas y dibujos sobrepuestos que dificultaban, a ojos inexpertos, la ubicación de cada pieza para construir la prenda.

A diferencia de este tipo de patrones, los McCall tenían cada pieza con las líneas impresas para cortarlas, además de las instrucciones para armar la prenda.<sup>547</sup> Esta innovación permitió que personas con conocimientos básicos sobre corte y confección pudieran usar estos patrones y, sobre todo, que cortaran la tela sin riesgos de echarla a perder (recuérdese que los sastres habían monopolizado este conocimiento durante

---

<sup>544</sup> Véase Joy Spanabel Emery, *A History of the Pattern Industry...*, p. 109.

<sup>545</sup> *Ibid.*, p. 103.

<sup>546</sup> Anuncio McCall en *El Hogar*, 16 de marzo de 1927, año 14, núm. 362, p. 43 y Anuncio patrones McCall en *El Hogar*, 21 de septiembre de 1927, año 14, núm. 389, p. 38.

<sup>547</sup> En 1919 la compañía McCall obtuvo la patente para vender los únicos patrones impresos. Véase Joy Spanabel Emery, "Dreams in papper", *op. cit.*, p. 247.

siglos). De hecho, esta fue la ventaja que señaló la encargada de la venta de patrones McCall en la revista *El Hogar*, a la lectora M.S:

La nueva humanidad, en su vida de agitación constante requiere la ayuda de la ciencia en todo. Y así el uso de patrones convierte en hábiles modistas a quienes los usan, sin gran retardo de aprendizaje, y con todas las ventajas del corte perfecto.<sup>548</sup>

Además, algunas lectoras dijeron sentirse satisfechas por haber confeccionado sus vestidos por sí mismas a pesar no tener grandes conocimientos sobre corte y confección, como confesó meses después la misma señorita M. S., o porque se ahorraban el gasto de la modista, como escribió en su carta la lectora L. M., quien vivía en Tapachula.<sup>549</sup>

En tercer lugar, *El Hogar* fue un mercader de la moda de alta cotura, pues McCall tenía las licencias legales para incluir patrones diseñados por los grandes modistos de aquellos años. Por ejemplo, en “Elegancias” del 2 de julio de 1926 se publicaron los figurines 4464 y 4457, cuyos patrones eran diseños de las casas de moda de Coco Chanel y Jean Patou.<sup>550</sup> Es importante anotar, sin embargo, que estos modelos casi nunca fueron anunciados como diseños de alta costura en la revista mexicana, como sí ocurría en el cuaderno McCall. Quizás esta omisión se debió a algún acuerdo con la empresa estadounidense. En todo caso, lo cierto es que *El Hogar* hizo más accesibles este tipo de diseños, pues los McCall representaban una opción más económica en el mercado de moldes: el patrón de un vestido de última moda costaba un peso con diez centavos, es decir, menos de la mitad de lo que costaba un molde hecho a la medida.

De esta manera, la venta de estos patrones estableció a *El Hogar* como agente comercial cuyo servicio atendió pedidos de telas, cuadernos de moda, ropa hecha, ropa a la medida, pero también de un sinfín de productos y mercancías (gallinas, por ejemplo) que solicitaron sus lectoras.<sup>551</sup> Sostengo esto porque durante los primeros cinco años de

---

<sup>548</sup> Respuesta a M. S., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 19 de mayo de 1926, año 13, núm. 319, p. 40.

<sup>549</sup> Flor de Loto a M. S., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 14 de julio de 1926, año 14, núm. 327, 1; Flor de Loto a L. M., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 15 de junio de 1927, año 14, núm. 375, s.p.

<sup>550</sup> “Elegancias”, *El Hogar*, 2 de junio de 1926, año 13, núm. 321, pp. 21-24.

<sup>551</sup> Respuesta a *Coralito*, *pero no la del Genio Alegre*, “Buzón particular de *El Hogar*”, *El Hogar*, 20 de febrero de 1922, año 9, núm. 136, p. 38; Respuesta a *Recién Casada*, “Mutua Ayuda”, *El Hogar*, 20 de enero de 1932, año 19, núm. 614.

la década de 1920 se lanzaron varios proyectos que buscaron convertir a *El Hogar* en agente comercial, pero fue a partir de la venta de patrones cuando la revista encontró su nicho en el mercado.

### *Servicio de Encargos de El Hogar*

El servicio de compras de *El Hogar* se inauguró en 1921 a través de una sección llamada “Buzón Particular de *El Hogar*”, donde dijeron que atenderían el copioso número de cartas que llegaban a la redacción sobre consultas de diversa índole.<sup>552</sup> En este buzón se publicaron pedidos de compra de libros, coros, recitaciones, hilazas, tafetas, muselinas, figurines de moda e, incluso, abrigos de piel confeccionados en Nueva York; también se dieron informes sobre vencimientos o renovaciones de suscripciones junto a consejos de etiqueta, de belleza y de asuntos personales. Fue tal la cantidad de correspondencia entre las lectoras y la encargada de la correspondencia sobre asuntos personales que en 1923 abrieron “Entre lectoras”, buzón donde se tejieron auténticas relaciones afectivas entre unas usuarias y otras, y también con las redactoras del Buzón Particular.<sup>553</sup> Estas relaciones afectivas consolidaron lazos de amistad entre las lectoras y las encargadas de los buzones, a quienes comenzaron a confiarles las elecciones de sus compras.

Animados por esta intensa correspondencia y por los lazos de amistad con las usuarias del Buzón, en 1924 retomaron el propósito de convertir a *El Hogar* en agente comercial. En esta ocasión la proyección fue ambiciosa: deseaban convertirse en el equivalente mexicano de la compañía comercial estadounidense Montgomery Ward;<sup>554</sup> sin embargo, aunque se prometieron acuerdos comerciales con productores para vender

---

<sup>552</sup> “Nuestro servicio de encargos” en *El Hogar*, 1 de noviembre de 1921, año 9, núm. 127, s.p. “Nuestro servicio de encargos”, *El Hogar*, 15 de noviembre de 1921, año 9, núm. 128, p.3; “Buzón Particular de *El Hogar*”, *El Hogar*, 15 de noviembre de 1921, año 9, núm. 128, p.4. Una descripción más detallada sobre los inicios del “Buzón Particular de *El Hogar*” puede leerse en Claudia Tania Rivera Mendoza, *op. cit.*, pp. 66-72.

<sup>553</sup> Las primeras reflexiones que realicé sobre esta sección pueden leerse en Claudia Tania Rivera Mendoza, *op. cit.*, pp. 70-73 y capítulo 3.

<sup>554</sup> “Un servicio de gran utilidad para los lectores de *El Hogar*” en *El Hogar*, 10 de enero de 1924, año 11, núm. 204, 2ª de forros.

a precios más bajos las mercancías que necesitaran los lectores de la revista,<sup>555</sup> el negocio tampoco prosperó. Por un lado, la rebelión delahuertista, en pleno apogeo, dificultó el tránsito tanto del correo como de las mercancías. Por otro lado, las lectoras siguieron haciendo sus compras con la encargada del “Buzón Particular”, con quien mantenían un vínculo afectivo y no sólo comercial.

El último intento para aumentar el servicio de compras, que logró mantenerse hasta el último año de publicación de la revista, nació del impulso que tuvo la venta de patrones McCall en 1926. En esta última ocasión presentaron a *El Hogar* como consejero e informante de las novedades comerciales de la capital de la república, cuyo fin era sustituir a los aboneros o vendedores que iban de puerta en puerta por todo el territorio nacional.<sup>556</sup> En los primeros meses, la correspondencia de la Sección de Encargos ocupó varias páginas de la revista y a pesar de que su extensión disminuyó a una sola cuartilla con el paso de los años, este buzón se publicó hasta los últimos números de la revista en 1942.

Ahora bien, las lectoras usaron poco los dos primeros servicios de encargos de *El Hogar* para seguir los dictados de la moda. De 1922 a 1925 aparecieron 138 respuestas que daban aviso del estado de compras, precios o consejos vinculados con la vestimenta: dieciocho fueron solicitudes de algún accesorio (zapatos, medias, guantes, sombreros, etc.); 10 fueron pedidos de vestidos, abrigos o faldas, ocho de ropa hecha a la medida y también ocho de algún patrón para confeccionar alguna prenda. En contraste con esta última cifra, cuando comenzó la venta de patrones McCall (1926) se registraron 375 respuestas vinculadas con indumentaria en los buzones Departamento de Patrones y Buzón Particular de *El Hogar*, de las cuales 287 fueron solicitudes o compras de patrones para confeccionar vestidos de moda.

Luego de esta inusual alza, que se explica por la publicación del buzón Departamento de Patrones, el número de pedidos de éstos disminuyó. En 1927 se publicaron 108 respuestas, es decir, menos de la mitad que en 1926 y los seis años siguientes tampoco fueron alentadores. Entre 1928 y 1933 las solicitudes de patrones

---

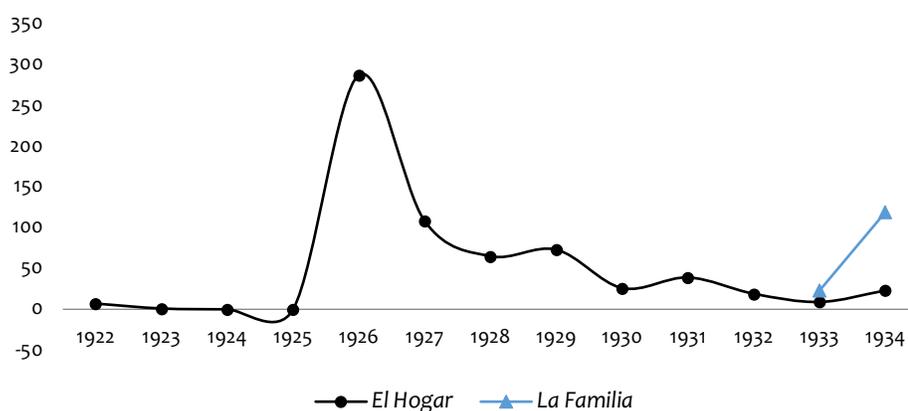
<sup>555</sup> Un servicio de gran utilidad para los lectores de “*El Hogar*”, *El Hogar*, 10 de enero de 1914, año 11, núm. 204, 2ª de forros.

<sup>556</sup> “¡Siempre adelante!”, *El Hogar*, 11 de agosto de 1926, año 13, núm. 331, p. 3

oscilaron entre 73, la cifra más alta en 1928, y 9, la más baja en 1933, justo cuando la revista *La Familia* ingresó al negocio como productor y comerciante de moldes de confección de ropa de moda.

Este último dato es relevante pues al sumar los patrones vendidos a través de *El Hogar* con los ofertados por *La Familia* en 1934, el comercio de patrones a través de ambas publicaciones periódicas supera los niveles registrados sólo en *El Hogar* en 1927 (Gráfica 6.1). Aunque no es posible hacer un seguimiento de esta venta después de 1934, pues las compras de los patrones *La Familia* no se publicaron más allá de este año, lo cierto es que los datos indican la existencia de una incipiente economía de consumo e interés por los estilos de moda en la indumentaria que florecía tan pronto las circunstancias la hacían posible,<sup>557</sup> baste anotar que *La Familia* continuó con la venta de patrones hasta la década de 1960.

**Gráfica 6.1** Pedidos de patrones para confección de ropa realizados por las lectoras de *El Hogar* y *La Familia*, 1922-1934



Es posible afirmar, entonces, que *El Hogar* se convirtió en intermediario comercial gracias a la mayor estabilidad política del país, a que frente a negocios como el Palacio de Hierro que ofrecían el servicio de ventas por correo, las lectoras podían estar al tanto

<sup>557</sup> Según datos de S. Haber, a finales del siglo XIX, 38 por ciento de la población (4.8 millones de mexicanos de un total de 12.6), participaba de la economía de consumo, es decir, compraban más que producían mercancías. Cfr. Stephen H. Haber, *Industria*, p. 167.

de sus compras con regularidad porque la revista tenía agentes que la distribuían y llevaban puntualmente a las casas de las suscriptoras semana tras semana,<sup>558</sup> a la red afectiva que se tejió entre sus lectoras y redactoras en los buzones de correspondencia y, de manera particular, al gusto por la moda durante las décadas cuando la economía mexicana enfrentó grandes dificultades y fue muy complicado realizar transacciones económicas.

*Gusto por la moda en tiempos de crisis. Patrones de confección y revistas*

En 1926 bajó la demanda de las materias primas que México colocaba en los mercados internacionales (petróleo y plata), y dos años después (1929) el mundo vivió la mayor crisis económica del siglo XX que inició con el colapso de la economía estadounidense. Pero a inicios de 1926, cuando *El Hogar* anunció la oferta de patrones en la revista, este horizonte no se vislumbraba: la venta de petróleo aún sostenía a la economía mexicana y, además, se vivían momentos de efervescencia orientados, como apunta Alan Knight, por una “ética de reconstrucción”.<sup>559</sup> A República de Chile 13, domicilio de *El Hogar*, llegó tal cantidad de cartas preguntando por los patrones, que en abril de ese año comenzó a publicarse un buzón donde se mantuvo informadas a las personas interesadas en este servicio.<sup>560</sup> Este buzón, llamado Departamento de Patrones, estuvo a cargo de al menos dos personas, aunque sólo se hizo público el seudónimo de una de ellas, *Flor de Loto*.

*Flor de Loto* estaba al tanto de los últimos estilos de moda y tenía conocimientos sobre corte y confección. Con frecuencia comentó a las lectoras cuáles eran las tendencias que dominaban en la indumentaria y les explicó cómo debían cortar y coser los vestidos y qué tipo de telas podrían utilizar. Por ejemplo, a la veracruzana I. M. de J., a la yucateca E. S. de E y a la michoacana V. S. de P. les comentó que vestidos circulares eran “lo más usual ahora”, que debían cortarse al biés o en sesgo para lograr el efecto

---

<sup>558</sup> El Palacio de Hierro ofreció a sus clientes servicio de ventas por correo desde 1911. Cfr., Patricia Martínez Gutiérrez, *El Palacio de Hierro. Arranque de la modernidad arquitectónica en la Ciudad de México*, México, UNAM-IIE, 2005, p. 91.

<sup>559</sup> Cfr. Alan Knight, *The Mexican Revolution. Counter-revolution and Reconstruction*, vol. 2, Cambridge University Press, 1990, pp. 524-427.

<sup>560</sup> “Departamento de Patrones”, *El Hogar*, 28 de abril de 1926, año 13, núm., 316, p. 40.

de vuelo, que requerían de mayor cantidad de tela en comparación con otros modelos, y que la unión de la tela iría bien “ya se disponga en la parte media del frente, ya se hermane con la unión de la blusa”.<sup>561</sup>

Todavía un año después de haber comenzado a vender patrones, *El Hogar* abrió un Departamento de Confecciones argumentando que las lectoras les solicitaban vestidos como los que veían en las páginas de *El Hogar*, pero que pocas veces se conseguían esos estilos en las tiendas.<sup>562</sup> A su cargo estuvo una modista que, según palabras de *Flor de Loto*, era una “profesional muy experta”.<sup>563</sup> Pero el entusiasmo no fue suficiente, el buzón Departamento de Patrones dejó de ser parte del contenido en julio de 1927 y sobre confección de vestidos no hubo noticias en *El Hogar* sino varios años más tarde.

La desaparición del buzón de patrones puede atribuirse a la creciente competencia en la venta de patrones McCall, sumado al nuevo impulso que la dirección de *El Hogar* dio al servicio de compras que ofrecía a sus lectores, cuyo buzón de correspondencia llegó a ocupar tres páginas de algunos números<sup>564</sup> pero, sobre todo, a los estragos de la crisis económica.<sup>565</sup> Justo un año después de iniciado el negocio de los patrones de confección, un editorial de *El Hogar* informaba que muchos negocios habían cerrado ante la dificultad de cumplir con sus acuerdos comerciales, pues la caída del precio de la plata había ocasionado la suspensión de pagos de algunas transacciones y fuga de capitales, situación que, desde la mirada de las empresas privadas, ameritaba un cambio en la política del gobierno sobre impuestos y trámites a las transacciones comerciales e industriales para poder ofertar las mercancías a precios compatibles.<sup>566</sup>

<sup>561</sup> *Flor de Loto* a la sra. I. M. de J., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 19 de mayo de 1926, año 13, núm. 319, pp. 36, y respuestas a E. S. de E. y V. S. de P., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 23 de junio de 1926, año 13, núm. 324, pp. 43 y 44.

<sup>562</sup> “Nuevos Departamentos de esta revista. Confecciones especiales para nuestras lectoras”, *El Hogar*, 23 de febrero de 1927, año 14, núm. 359, p. 12.

<sup>563</sup> Respuesta a srita. J. F. T., “Departamento de Patrones”, *El Hogar*, 23 de marzo de 1927, año 14, núm. 363, p. 36.

<sup>564</sup> En agosto de 1926, apenas unos meses después de iniciado el buzón del “Departamento de Patrones”, se retomó el proyecto de la agencia de encargos que se había echado a andar en 1924. Véase “¡Siempre adelante!”, en: *El Hogar*, México, 11 de agosto de 1926, año 13, núm. 331, p. 3.

<sup>565</sup> Aurora Gómez Galvarriato, “Modernización económica y cambio institucional: del porfiriato a la segunda guerra mundial” en: *Claves de la historia económica de México. El desempeño de largo plazo (siglos XVI-XXI)*, Graciela Márquez (coord.), México, FCE, 2014, pp. 123-135.

<sup>566</sup> “El comercio nacional desfallece”, *El Hogar*, 2 de febrero de 1927, año 14, núm., 356, p. 2.

Quizá por este tipo de dificultades, en el verano de 1927 se dispuso que el servicio de encargos de *El Hogar* sólo haría compras cuyo costo mínimo fuera de cinco pesos, disposición que forzaba a las lectoras a comprar al menos tres patrones.<sup>567</sup>

A estas circunstancias se sumó la crisis de 1929; entonces los patrones comenzaron a escasear. Con frecuencia se escribió a las lectoras que los modelos estaban agotados, les pedían que eligieran otro o les ofrecían comprar el patrón directamente en los Estados Unidos, pero más caros.<sup>568</sup> En los primeros meses de 1930, sin dar explicaciones, *El Hogar* comenzó a publicar figurines franceses que no tenían patrones y ese año comunicaron a la lectora sonoreense L. G. de R. que, si bien había revistas de moda francesas como *La Moda de París* o *Femme Chic*, los catálogos para elegir patrones sólo eran de empresas americanas: “Los hay de tres casas, pero todas americanas, pues patrones de modas francesas no hay en México, más que en una casa con surtido sumamente reducido”.<sup>569</sup>

Encima de la escasez, la Gran Depresión de 1929 también provocó un alza de precios en los productos importados de Estados Unidos que puso en jaque el negocio de los patrones en *El Hogar*. En enero de 1931, por ejemplo, informaron a una lectora de Tuxtepec que los patrones habían aumentado de precio por la carestía de oro,<sup>570</sup> y si en 1926 se vendían a un peso con diez centavos, en 1932, el momento más álgido de la crisis mundial, el valor de los patrones se había duplicado:

E. A.—Huajintepec—Creo que en su estimable cartita al poner “figures” quiso usted decir figurines, si es así, hay cuadernos de \$1.50 a \$3.00. Los patrones actualmente resultan caros porque se calculan a base de dólar, no pudiendo dar a usted el precio exacto porque depende del modelo que elija; pero su precio varía

---

<sup>567</sup> “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 20 de julio de 1927, año 14, núm. 380, p. 33.

<sup>568</sup> Respuestas a Magda, “Departamento de Encargos” en *El Hogar*, 4 de febrero de 1931, año 18, núm. 565, p. 54 y “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 18 de febrero de 1931, año 18, núm. 567, p. 54; respuestas a M. T. R., “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 25 de marzo de 1931, año 18, núm. 572, p. 42; respuestas a J. M. G. “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 1 de julio de 1931, año 18, núm. 586, p. 42” y Departamento de Encargos” en *El Hogar*, 17 de junio de 1931, año 18, núm. 584, p. 55; respuesta a E. M. “Departamento de Encargos” en *El Hogar*, 15 de julio de 1931, año 18, núm. 587, p. 46.

<sup>569</sup> Respuesta a L. G. R., “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 14 de mayo de 1930, año, 17, núm. 527, p. 35.

<sup>570</sup> “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 21 de enero de 1931, año 18, núm. 563, p. 54.

de \$2.00 a \$3.00. Basta con el número del modelo y la medida del busto o talla correspondiente.<sup>571</sup>

Además, si hubo lectoras de *El Hogar* que no sintieron los efectos de la crisis económica de 1926, sí resintieron la oleada que llegó después de 1929. En 1927, por ejemplo, Ana María S. de Haussman mandó confeccionar a *El Hogar* dos vestidos con patrones McCall, uno de ellos blanco de cuello azul con cinturón de charol y otro que describieron como *elegante*. Complacida con sus vestidos, envió una carta a la revista donde expresó su plena satisfacción con sus prendas que “a pesar de las medidas aproximadas que mandé, por falta de cinta métrica, están tan exactos y correctos, como no me lo imaginaba que quedarían”.<sup>572</sup> Meses más tarde, la señora Haussman encargó un abrigo y un sombrero. Y así, en un año esta lectora que vivía en Pochutla, Oaxaca, se hizo de cuatro prendas a la medida.<sup>573</sup> Sin embargo, en 1931 la señora Haussman usó las páginas de la revista con un fin muy distinto: pidió ayuda y consejo a otras lectoras pues su marido, jefe de máquinas y electricidad de una mina, se había quedado sin trabajo.<sup>574</sup> Como la señora Haussmann, también otra asidua lectora de *El Hogar*, *Alma Gitana*, sufrió los embates de esta crisis pues, según recuerdos de su hija mayor, su padre llegó a casa para avisarle que lo habían perdido todo.

Es posible afirmar, entonces, que las crisis económicas (1926 y 1929) apuntalaron la frágil economía de consumo moderno formada a finales del siglo XIX en México y que comenzaba a restablecerse en la década de 1920 después de la fase armada de la revolución. En 1931 *El Hogar* dejó de ofrecer los patrones McCall que habían elegido sobre otros porque, dijeron alguna vez, reunían las “condiciones de elegancia, sencillez y buen gusto, que son tan indispensables cuando se ha de atender a una clientela tan

<sup>571</sup> “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 29 de junio de 1932, año 19, núm. 638, p. 56.

<sup>572</sup> “Nuestro departamento de Confecciones”, *El Hogar*, 25 de mayo de 1927, año 14, núm. 372., p. 36.

<sup>573</sup> “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 27 de abril de 1927, año 14, núm. 367, p. 44; “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 18 de mayo de 1927, año 14, núm. 371, p. 4; “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 3 de agosto de 1927, año 14, núm. 382, p. 36.

<sup>574</sup> Pregunta 157 de A. H. de M., “Mutua Ayuda”, *El Hogar*, 9 de septiembre de 1931, año 18, núm. 596, p. 42. Respuesta Ana María S. de Haussman, “Mutua Ayuda”, *El Hogar*, 23 de octubre de 1931, año 19, núm. 603, p. 36.

distinguida como la nuestra".<sup>575</sup> No obstante, la revista de Enríquez de Rivera no se retiró del mercado de patrones.

De 1931 a 1933, *El Hogar* vendió los modelos de la marca Pictorial Review, mismos que también podían comprarse en la casa comercial París-Londres; además, a partir de 1932 volvió a ofrecer el servicio de confección de ropa. En 1933 anunciaron la venta de los patrones Hollywood, la oferta más económica de la casa Vogue que se inspiraba en estrellas del cine como Billie Burke, Fay Wray, Adrienne Ames o Katherine Hepburn y que sólo costaban 50 centavos.<sup>576</sup> Quizá la poca demanda de éstos motivó a *El Hogar* a vender los modelos Delineator, de la empresa estadounidense Butterick,<sup>577</sup> y volvería a ofrecer los moldes McCall a partir de 1934.

Más allá de *El Hogar*, otras empresas editoriales también entraron al negocio de la venta de patrones en la década de 1930. Como mencioné líneas arriba, en 1933 *La Familia* se convirtió en productora de sus patrones, mismos que se vendieron hasta los años sesenta del siglo XX; otra revista que ofreció moldes para confeccionar ropa en los años treinta fue la publicación poblana *Blanco y Negro*.<sup>578</sup> Además de estas iniciativas nacidas desde publicaciones periódicas mexicanas, los patrones McCall siguieron distribuyéndose a través de la casa editorial Juventud, usando como escaparate las páginas de la revista *Paquita*.<sup>579</sup>

Si las revistas participaban en el negocio de la venta de patrones de moda y hubo demanda de estos aún durante las crisis económicas, entonces es posible afirmar que había un mercado de la moda, es decir, un gusto por los vestidos que seguían las últimas tendencias y personas que tenía los recursos financieros (monedas en oro nacional o dólares) para sortear las contingentes condiciones en las que se realizaban las transacciones económicas en aquellos años de crisis (a *Tepoc*, por ejemplo, le avisaron que su carta había llegado abierta y sin timbres, que posiblemente los habría decomisado

---

<sup>575</sup> Respuesta de Flor de Loto a F. de S., "Departamento de patrones", *El Hogar*, 30 de junio de 1926, año 12, núm. 325, p. 2.

<sup>576</sup> "Nuestras damitas pueden vestir como las estrellas de Hollywood" en *El Hogar*, 3 de mayo de 1933, año 20, núm. 682, p. 2.

<sup>577</sup> "Modelos Simplicity" en *El Hogar*, 1 de noviembre de 1933, año 21, núm. 708, pp. 28 y 29.

<sup>578</sup> "Confecciónese su vestido", *Blanco y Negro y Labores*, abril de 1936, año 7, núm. 10, pp. 17-18.

<sup>579</sup> "McCall", *Paquita*, 7 de abril de 1942, año 7, núm. 303, p. 55.

el correo).<sup>580</sup> Pero también que había modistas, costureras o mujeres que no eran expertas, pero sabían coser.

¿Cuáles fueron los modelos de patrones que *El Hogar* ofreció a sus lectoras?, ¿qué consejos dio al realizar este trabajo?, ¿quiénes solicitaron este servicio?

#### *Edición de moda en El Hogar*

*El Hogar* vendió patrones de 1926 hasta los últimos años en los que se publicó; sin embargo, esta venta apareció de manera detallada en sus páginas sólo durante el primer año y medio de haber iniciado, a través del buzón Departamento de Patrones. La información de este buzón permite analizar el cruce entre la labor editorial y comercial de *El Hogar* en el mundo de la moda en las primeras décadas del siglo XX. Como se verá líneas abajo, el trabajo de edición consistió en la selección y descripción de modelos y en los consejos que la encargada dio a las lectoras que compraban los patrones. Describiré con más detalle cada uno de ellos.

#### *Selección de modelos*

El trabajo de edición más fácil de identificar es la selección de figurines. La gran mayoría de los moldes de moda que ofreció *El Hogar* entre abril de 1926 y julio de 1927 fueron seleccionados de *McCall's Magazine* y *McCall's Quarterly*. *McCall's* era una revista mensual, fundada en 1873 bajo el nombre *The Queen*, de alrededor de 90 páginas, con novelas, columnas, artículos y figurines. A partir del número de octubre de 1925 la sección de figurines se tituló "L'Echo de Paris", donde también podía leerse "The Outlook", columna de Anne Rittenhouse sobre las últimas tendencias de la moda. Los

---

<sup>580</sup> Los pedidos debían incluir el importe de lo que se deseaba comprar. El pago podía enviarse en valores postales (giros o vales), en giro comercial "o en cualquier otro documento de fácil cobro". Durante un tiempo pudieron realizarse pedidos "de reembolso", lo que brindaba la posibilidad de pagar el patrón en la oficina postal al recibirlo, sumando al total cincuenta centavos que las lectoras debían cubrir, pero cancelaron esta posibilidad porque avisaron que sólo representaba pérdidas para la revista (posiblemente las lectoras no recogían los patrones). *Flor de Loto* a E. E. de L., "Departamento de patrones", *El Hogar*, 14 de julio de 1926, año 13, núm. 327, p. 1, "Pedidos a reembolso", *El Hogar*, 24 de noviembre de 1926, año 13, núm. 346, p. 4; *Flor de Loto* a J. de B., "Departamento de Patrones", *El Hogar*, 15 de diciembre de 1926, año 13, núm. 349, p. 12; *Laura de Pereda* a *Tepoc*, "Buzón particular de *El Hogar*", *El Hogar*, 8 de diciembre de 1926, año 13, núm., 348, p. 1.

modelos publicados en esta revista mensual mostraban en su mayoría diseños de vestidos para dama, ropa para niños y algunos dibujos para realizar bordados.

*McCall's Quarterly*, por su parte, era un cuaderno cuatrimestral cuyo principal contenido eran figurines que mostraban los diseños de los patrones que vendía la empresa. Estos patrones eran de todo tipo: ropa interior para dama y niños, vestidos para usar en casa, vestidos de noche, abrigos, blusas, pijamas y batas de dormir. *McCall's Quarterly* no tenía secciones definidas, pero las primeras páginas (entre dieciséis y dieciocho) solían contener de cuatro a seis figurines a todo color por hoja. A partir del número de verano de 1926, algunos de estos modelos fueron identificados con el nombre de famosas casas parisinas de moda como Worth, Patou, Chanel, Lelong, Jenny, Martial et Armand, Berthe, Redfern, Premet y Agnes. El resto de la publicación contenía entre cinco y diez figurines por folio, impresos a dos o tres tintas; algunos eran modelos repetidos, ya de algún número anterior o de otra página del mismo número, pero con figurín diferente que mostraba los tipos de acabados que podían realizarse con ese patrón en particular, por ejemplo, un vestido con manga corta o larga, con o sin cuello o con algún acabado diferente.

*El Hogar*, por otro lado, era semanal y dos o cuatro de sus cuarenta folios alojaban entre dos y seis figurines de moda. Esta diferencia de espacio y ritmo de impresión hizo necesaria la labor de edición, es decir, la encargada de la sección de modas tuvo que elegir semana tras semana cuáles figurines McCall aparecerían en las páginas de "Elegancias".

Este trabajo de selección no fue invisible para las lectoras. La poblana J. L. M., que había comprado *McCall's Quarterly*, escribió a *El Hogar* para informar que le parecían más lindos los figurines publicados en la revista de Enriquez de Rivera y que le había resultado difícil elegir un modelo viendo las páginas de la revista estadounidense. La respuesta de *Flor de Loto* enlistó algunos de los criterios que utilizaban para hacer la selección:

si para usted es dudosa la elección, depende de que la importante casa que los edita los hace aparecer cada tres meses, y naturalmente incluye modelos de diversa índole. En cambio nosotros, que estamos perfectamente penetrados del clima de México, de sus festividades, del gusto artístico de nuestras compatriotas,

etc., seleccionamos los modelos más adecuados y así los damos a la publicidad con mayor acierto si usted quiere.<sup>581</sup>

Esta explicación sobre la selección de modelos está tejida a partir de un argumento nacionalista que pone en el centro las festividades, el gusto de “las mexicanas” y el clima de México. ¿Se pusieron en práctica estos criterios?; si fue así, ¿cuáles eran los modelos acordes al “gusto artístico” de las compatriotas?, ¿cuáles fueron las festividades que se tuvieron en mente? ¿A cuales de los climas del país se refería la redactora? ¿Qué modelos seleccionaron y cuáles no?

Al poner atención en los modelos publicados en “Elegancias” no parecería haberse hecho una selección muy sesuda, pues con frecuencia, las dos páginas centrales de dicha sección se formaron con una hoja de las publicaciones de la empresa McCall; es decir, una página de figurines de *McCall's Quarterly* o de *McCall's* equivalía a dos de las publicadas por el semanario mexicano.<sup>582</sup> En otras ocasiones añadieron — es decir, cortaron y pegaron— un figurín a otros tal como se había publicado en un folio de las revistas estadounidenses. Por ejemplo, a cuatro modelos de vestidos sumaban el figurín de un abrigo con el que podían combinarse, de modo que podía formarse un atuendo completo (vestido y abrigo).<sup>583</sup> Sin embargo, en algunos números la elección de los modelos es menos evidente.

En ciertas ocasiones, “Elegancias” se publicó con modelos mezclados de ambas revistas estadounidenses (y probablemente fue el figurín diferente lo que le pareció más bonito a la lectora J. L. M.), cuya lógica de elección es difícil de argumentar: cuando se cree encontrar una pauta, aparece algún figurín que la contradice y entonces el orden de los modelos parece mero capricho, expresión pura del gusto de *Flor de Loto* y nada más. Por ejemplo, en el último número de octubre de 1926, en pleno otoño, “Elegancias” se publicó con varios modelos de la revista *McCall's* de septiembre, pero con dos diseños

<sup>581</sup> Respuesta de Flor de Loto a J. M. L., “Departamento de Patronas”, en: *El Hogar*, México, 26 de mayo de 1926, año 8, núm. 320, p. 1.

<sup>582</sup> Véase “Elegancias”, en: *El Hogar*, México, 2 de junio de 1926, año 13, núm. 321, s.p., y *McCall Quarterly*, Nueva York, verano de 1926, p. 5.

<sup>583</sup> “Elegancias”, en: *El Hogar*, México, 30 de junio de 1926, año 13, núm. 325, pp. 21-24 y *McCall Quarterly*, Nueva York, verano de 1926, pp. 9 y 12; “Elegancias” en: *El Hogar*, México, 30 de agosto de 1926, año 13, núm. 330, pp. 22-23 y *McCall Quarterly* Nueva York, verano de 1926, pp. 10 y 20.

de la *McCall's* de junio, es decir, del verano de ese año. Estos últimos modelos se diferencian de los otros por las telas floreadas, el corte godet del vestido y la falda con profusos plisados, aplicaciones de abalorio o de tela asimétrica que les dan una apariencia más vaporosa. Quizás estos dos patrones se eligieron pensando en las lectoras que habitaban en las zonas calurosas de la república mexicana, o quizá porque a *Flor de Loto* le gustaban más las telas ligeras con aplicaciones, y los modelos con cortes godet o plisados que los vestidos rectos con pocos adornos porque los primeros eran “trajes alegres que son como flores recién abiertas” con los que resultaba “un placer ver por las calles a las gentiles muchachas”.<sup>584</sup> Lo único claro hasta aquí es que este par de figurines veraniegos no siguió la lógica estacional que rige el mundo de la moda, pues se publicaron en *El Hogar* en pleno otoño (Ilustración 6.1). Pero, como se verá más adelante, esta selección también apunta a un tipo de gusto vinculado a cierta posición social.



Ilustración 6.1 “Elegancias”, *El Hogar*, 27 de octubre de 1926, año 14, núm. 342., pp. 21-23.

Además de la divergencia en la selección de modelos, la información que las publicaciones ofrecieron a los lectores sobre cada patrón también fue diferente. En las revistas de la empresa McCall los figurines aparecían con información básica como el

<sup>584</sup> Flor de Loto a la sra. I. M. de J., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 19 de mayo de 1926, año 13, núm. 319, pp. 36

número de patrón, las tallas disponibles, el costo, si el modelo era para señora, señorita o jovencita; si era un vestido ensamblado (varias piezas), un vestido sencillo o sólo un vestido. Junto a estos datos a veces daban alguna información adicional como los tipos de mangas o cuellos con los que podía hacerse el atuendo, o si el modelo podía ir cosido con drapeados y la cantidad de tela que se necesitaba para confeccionarlo. Los figurines que eran diseños de las casas parisinas de alta costura eran identificados con el nombre del diseñador y ocupaban las primeras páginas de la publicación.

En *El Hogar*, además de dar los datos básicos (número de patrón, precio, tallas e indicar si el modelo era para una jovencita, señora o señorita) solían adjetivar los figurines. Había unos “elegantes”, otros “atractivos”, algunos más “bonitos”, “novedosos” o “sencillos”. Estos adjetivos son indicio de los juicios estéticos de las editoras que pudieron servir de guía para los gustos de sus lectoras, pero no es posible comprobar que esto haya ocurrido.

Ahora bien, si se observa lo que no apareció en las páginas de *El Hogar*, se pueden formular otras conjeturas. Bajo esta mirada que busca la ausencia se hace evidente que la gran mayoría de los modelos diseñados por modistos parisinos aparecieron en las páginas de la revista mexicana, y que estos acostumbraban ser vestidos de “baile” o “de calle”. En contraste, los figurines de vestidos de casa, faldas, blusas, batas y trajes de baño coloreados a dos y tres tintas se publicaron poco en *El Hogar*. Esta ausencia quizás indique los límites de la imperiosa moda en el guardarropa de las lectoras de *El Hogar* (¿un vestido usado en casa debía cumplir las exigencias de los trazos hechos en las casas parisinas?), y también señale la existencia de otros mercados donde podían conseguirse tales prendas sin necesidad de confeccionarlas en casa o mandarlas hacer.

Sumado a esto, tras una comparación entre las páginas de las revistas, queda claro que dentro de la gama que ofrecía la publicación estadounidense, las redactoras de *El Hogar* eligieron más modelos que más cubrían el cuerpo. Esto podría explicarse porque el cambio de temporadas en la región centro de México es menos drástico que el de Estados Unidos. Pero también, esta selección podría indicar que *El Hogar* era más conservadora de lo que la propia época permitía, y que Enríquez de Rivera y su equipo ofrecían más modelos con mangas largas, pocos escotes y sólo los hechos por las casas

de moda extranjeras porque buscaban limitar el cambio. Pero explicaciones como éstas suelen ser atajos que no ofrecen nada.

Como se ha visto, durante los años en los que se publicó *El Hogar*, la formación de organizaciones femeninas y feministas estaba a la orden del día,<sup>585</sup> y la conquista de la igualdad económica y profesional entre los sexos eran objetivos primordiales en la agenda política de Enríquez de Rivera y de las mujeres que colaboraban en su revista. La selección de figurines McCall que hicieron en *El Hogar* estuvo a tono con esta apuesta por incidir en las relaciones entre hombres y mujeres.

Para las mujeres que participaban en juicios o laboraban en oficinas ya como secretarias o ejerciendo sus profesiones era crucial tener una apariencia respetable. Ellas eran las recién llegadas a tribunales y oficinas ocupadas por hombres desde hacía muchos años. Una de las vías para lograrlo esa apariencia era proyectando una imagen seria y decente. En este sentido, la elección de modelos de ropa conservadora puede leerse como una táctica política progresista, pues una mujer con un atuendo serio podía tener mayor margen para negociar las agresiones o acercamientos de hombres a los que se enfrentaba al participar en un espacio público. Y ese espacio público se reconfiguraba tras los años violentos de la Revolución mexicana.

Otra de las ausencias más notables de los figurines que ofertó *El Hogar* en sus páginas son los patrones para las mujeres más “gruesas”, cuyas tallas llegaban hasta las 50 pulgadas y que sólo aparecían en *McCall's Quarterly*. Pero este asunto apunta a la relación entre la moda y el cuerpo que es más evidente a través de los consejos que *Flor de Loto* dio a algunas lectoras.

### Consejos

Además de avisar sobre la compra y envío de patrones, *Flor de Loto* dio consejos sobre cuestiones de moda, gustos y reglas de etiqueta, es decir, fue una intermediaria de la

---

<sup>585</sup> Existe un vasto acervo de investigaciones sobre estas efervescentes décadas elaboradas desde la historia de las mujeres y de género en México. Menciono aquí sólo dos que ofrecen una visión general del periodo: Gabriela Cano, “Ciudadanía y sufragio femenino: el discurso igualitario de Lázaro Cárdenas”, en: *Miradas feministas sobre las mexicanas del siglo xx*, Marta Lamas (coord.), México, FCE, 2007 y Ana Lau Jaiven, “Mujeres, feminismo y sufragio en los años veinte”, en: *Un fantasma recorre el siglo. Luchas feministas en México, 1910-2010*, Gisela Espinosa Damián y Ana Lau Jaiven (coords.), México, UAM-X, 2011.

moda que afirmó un gusto, una moral y promovió una forma de distinción y de relación con el cuerpo. En este sentido, se puede afirmar que los patrones que vendió *El Hogar* entre 1926 y 1927 siguieron los lineamientos de la moda de la época y cumplían a cabalidad con el estilo *flapper*: corte recto, talle alargado y falda por debajo de la rodilla. Estos modelos, además, eran portados por figurines delgados, jóvenes, de brazos y piernas alargadas, pelo corto y piel clara. Pero más allá de la mera representación, la compra de patrones en *El Hogar* muestra que entre las *pelonas* de carne y hueso hubo una gran diversidad de colores y complejiones.

*Flor de Loto* y las lectoras escribieron su talla, y a veces la altura, edad y color de piel cuando solicitaban consejos para lograr una apariencia adecuada y a la moda. Es decir, al compartir esta información, estas mujeres dejaron evidencia de cómo buscaban ajustar sus cuerpos a la silueta dominante echando mano de distintas técnicas.

No todas las *flappers* fueron altas. *Flor de Loto* felicitó a la joven zacatecana U. N. M. por elegir un modelo que luciría “admirablemente [en] personas de cuerpo delgado y poco altas”.<sup>586</sup> Y alentó a la Sra. A. R. de A. a comprar el modelo de talle más alto que le había gustado, pues ese nuevo estilo que comenzaba a poblar las pasarelas quedaba bien en las personas de corta estatura: “Las faldas medianamente largas crean la ilusión de un cuerpo alargado que necesariamente redundará en favor de la persona”.<sup>587</sup>

También hubo *pelonas* corpulentas. A la señora hidalguense A. N. de S., *Flor de Loto* le envió un patrón que aseguró le quedaría bien pues, “presta garbo aun a los cuerpos medianamente gruesos”, aunque tuvo que advertir que era mejor para las mujeres delgadas “pues proporciona una elegante esbeltez”.<sup>588</sup> A las señoras B. R. de G. (modelo 4664), M.P. de S., e I. O. les mandaron sus patrones en talla 42 (107 cm) y a la sra. M. S. de L., le enviaron tres patrones, uno de ellos en talla 44 (112 cm).<sup>589</sup>

---

<sup>586</sup> Flor de Loto a srita. U. N. M., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 24 de noviembre de 1926, año 14, núm. 346, p. 4.

<sup>587</sup> Flor de Loto a srita. A. R. de A., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 16 de junio de 1926, año 14, núm. 323, p. 33.

<sup>588</sup> Flor de Loto a sra. A. N. de S., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 8 de diciembre de 1926, año 14, núm. 348, p. 41.

<sup>589</sup> Flor de Loto a sra. B. R. de G., “Departamento de Patrones”, *El Hogar*, 19 de mayo de 1926, año 13, núm. 319, p. 36; *Flor de Loto* a sra. M. P. de F. S., “Departamento de Patrones”, *El Hogar*, 1 de diciembre de 1926, año 13, núm. 347, p. 40; *Flor de Loto* a I. O. y M. S. de L., “Departamento de Patrones”, *El Hogar*, 11 de agosto de 1926, año 13, núm. 331, p. 2.

Ahora bien, es revelador que *El Hogar* no haya publicado ni *Flor de Loto* haya informado sobre los modelos de tallas grandes que la empresa McCall producía y cuyos figurines son dibujos de cuerpos más anchos con una ligera papada en el rostro,<sup>590</sup> a pesar de que hubo lectoras que buscaron modelos en tallas grandes, como las señoras F. V. de B. y la señora S. P. de N. que deseaban modelos que no llegaban a la talla 44 (112 cm), la señorita potosina E. P., quien solicitó una talla más grande que la 40 (102 cm) o la veracruzana M. de C., quien deseaba la talla 47 (121 cm) y a quien le enviaron una talla 41.<sup>591</sup> Según *Flor de Loto*, estas mujeres de cuerpos gruesos debían tener presente el tipo de telas que usarían para confeccionar sus vestidos, como explicó a la señorita yucateca E. R. B.:

Si es usted gruesa, tenga mucho cuidado con las telas a cuadros que nunca favorecen a las figuras, sino cuando éstas son esbeltas. Debe por tanto eliminar de su guardarropa esta clase de telas. Telas a rayas sí puede usar siempre que disponga estas verticalmente, pues esto hace aparecer las siluetas alargadas, y por tanto mucho menos gruesas y más altas.<sup>592</sup>

Las mujeres de poco volumen tampoco estuvieron exentas de cuadrar con el ideal de cuerpo femenino. Ellas también debían considerar los colores y las formas de sus atuendos para obtener la silueta de moda. Según *Flor de Loto*, les convenía optar por vestidos holgados y evitar los “trajes oscuros y severos” porque “acentúan aún más las figuras escuetas”.<sup>593</sup>

La edad y el tono de piel y pelo fueron otros aspectos vinculados con el cuerpo y la moda que aparecieron en la correspondencia del Departamento de Patrones. La señorita N. S., por ejemplo, quiso saber si era “correcto” confeccionar sus vestidos en

---

<sup>590</sup> Flor de Loto a sra. S. P. de N., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 18 de agosto de 1926, año 13, núm. 332, p. 3.

<sup>591</sup> Flor de Loto a sra. F. V. de B., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 8 de septiembre de 1926, año 13, núm. 335, p. 44; Flor de Loto a sra. S. P. de N., *El Hogar*, 26 de mayo de 1926, año 13, núm. 320, p. 1, Flor de Loto a E. P., “Departamento de Patrones”, *El Hogar*, 12 de mayo de 1926, año 13, núm. 318, p. 40; Flor de Loto a M. D. C., “Departamento de Patrones”, *El Hogar*, 12 de mayo de 1926, año 13, núm. 318, p. 40

<sup>592</sup> Flor de Loto a srita. E. R. B., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 30 de junio de 1926, año 13, núm. 325, p. 2.

<sup>593</sup> Respuesta de Flor de Loto a la señorita M. I. C., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 23 de junio de 1926, año 8, núm. 324, p. 43.

tonos oscuros si ella era “morena y aniñada”. *Flor de Loto* le contestó que, aunque los trajes oscuros tendían a prestar “solemnidad a la figura” y los tonos claros “siempre son más juveniles”, esto se contrarrestaba al elegir los modelos con “gracia” que corresponderían “a su aspecto de jovencita”.<sup>594</sup> A la lectora F. J. L., por su parte, la encargada del departamento le dijo que un color “verde tierno” combinado con un tono contrastante le iría muy bien porque era rubia y parecería una flor.<sup>595</sup> Estas referencias sobre la adecuación de los colores y el tono de piel fueron mucho más comunes en la correspondencia del Departamento de Encargos, sobre todo, en las consultas o compras sobre maquillaje.

Además de las referencias corporales, en las respuestas de *Flor de Loto* hay referencias a las tendencias de la moda más allá de los figurines y de las columnas de la revista. En varias ocasiones, *Flor de Loto* señaló las tendencias que vislumbraba en las noticias sobre moda como, por ejemplo, la lenta subida del talle en los vestidos; a veces habló sobre los accesorios que combinarían con algún atuendo, por ejemplo, un tipo de cuello, cinturón o sombrero.<sup>596</sup> En resumidas cuentas, *Flor de Loto* fungió como intermediaria de la moda y guía del “buen gusto” para que algunas lectoras que posiblemente no contaban con el conocimiento —adquirido en casa a través del trato constante con sus madres, hermanas, tías o primas— para elegir la apariencia adecuada a cada situación social.

### *Consumidoras de moda por toda la república mexicana*

*El Hogar* atendió pedidos de compra de patrones o de indumentaria de todos los estados de la república mexicana y de 273 municipios de los 2 293 registrados en el Censo de Población de 1930, es decir, al once por ciento del total nacional (Mapa 6.1). De los 1377 pedidos que tienen información geográfica, Veracruz fue el estado con más registros, seguido de Hidalgo y Puebla. Los pedidos de estos tres estados representan el 25 por

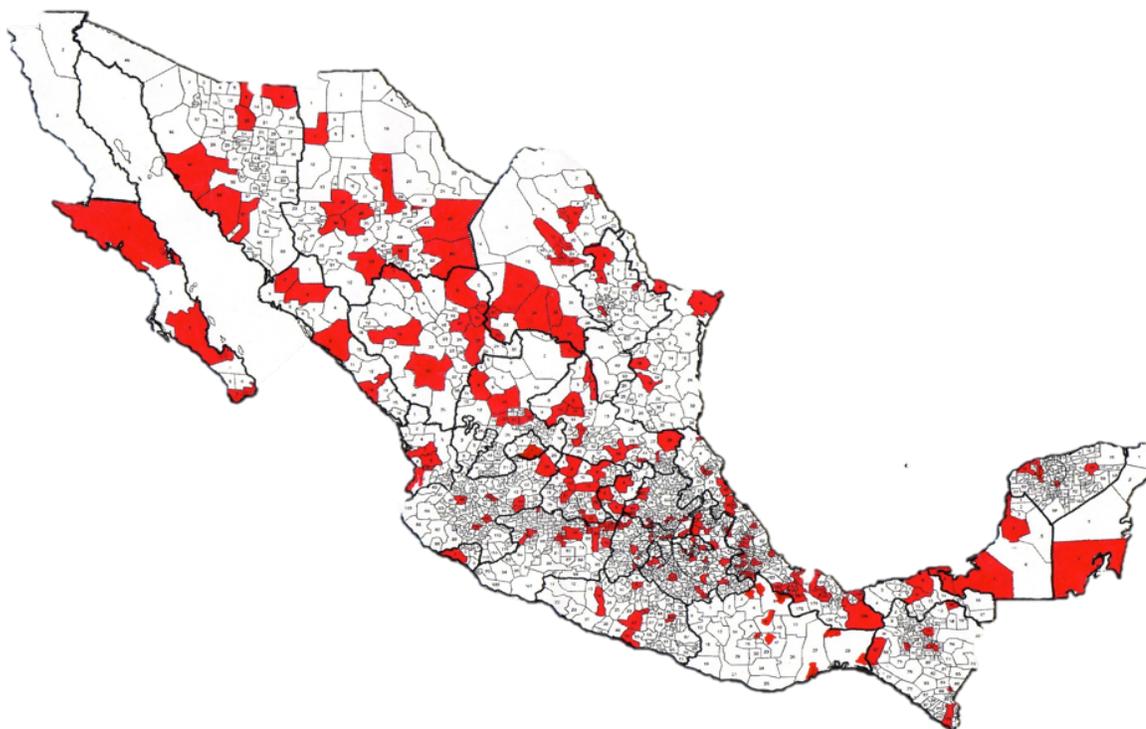
<sup>594</sup> Flor de Loto a N. S., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 2 de junio de 1926, año 8, núm. 321, p. 33.

<sup>595</sup> Flor de Loto a F. R. J., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 28 de julio de 1926, año 8, núm. 329, p. 37.

<sup>596</sup> Flor de Loto a R. M. de P., “Departamento de patrones”, *El Hogar*, 7 de julio de 1926, año 8, núm. 326, p. 1.

ciento del total de encargos de indumentaria registrados y eran, junto con el entonces Distrito Federal, las entidades con mayor densidad poblacional.<sup>597</sup>

**Mapa 6.1** Pedidos de patrones y vestimenta por municipio



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de los buzones de correspondencia con lectores de *El Hogar* e información geográfica del Censo general de población de 1930

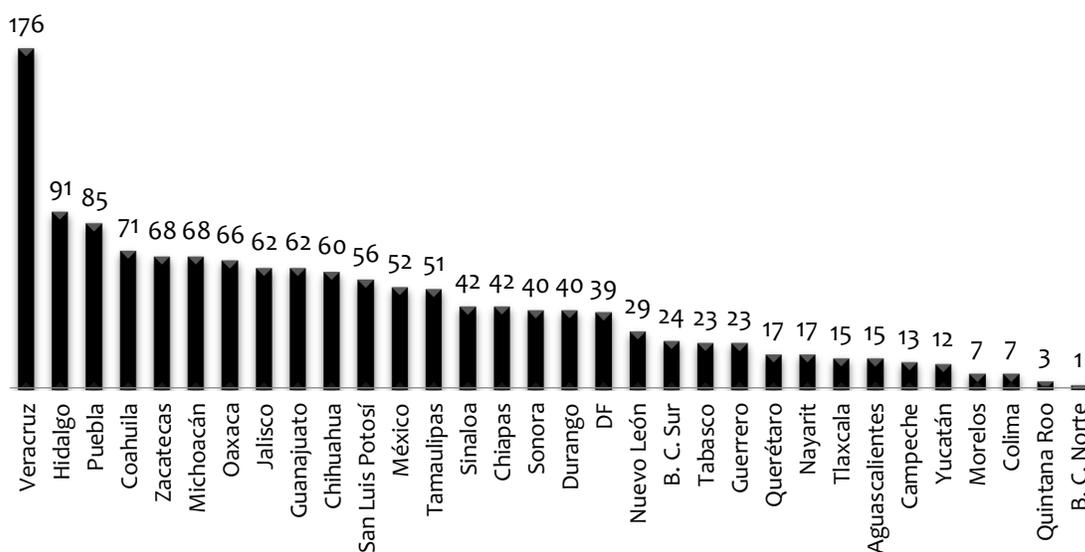
Esta relación entre tamaño de población y demanda coincide también con Baja California Norte y Quintana Roo, donde se registraron menos pedidos de ropa o patrones y eran

---

<sup>597</sup> En 1927 *El Hogar* dejó de ofrecer su servicio de compras a las lectoras del D.F., dejándolo exclusivamente para las lectoras foráneas. Antes de que esto ocurriera, llegaron pedidos de lectores que vivían en Mixcoac, Tacubaya, Guadalupe Hidalgo y en la Colonia Romero Rubio. Respuesta a E. A. M., "Departamento de patrones", *El Hogar*, 16 de junio de 1926, año 12, núm. 323, p. 2; respuesta a la señorita S. D., "Departamento de Patrones", *El Hogar*, 17 de noviembre de 1926, año 14, núm. 345, p. 2 y 3; respuesta a la señorita V. L., "Departamento de patrones" en *El Hogar*, 2 de junio de 1926, año 12, núm. 321, p. 33; respuestas al señor A. L., "Departamento de Patrones" en *El Hogar*, 19 de enero de 1927, año 14, núm. 354, p. 37, "Departamento de Patrones" en *El Hogar*, 2 de febrero de 1927, año 14, núm. 356, p. 8.

los dos estados menos poblados del país según el mismo censo de 1930.<sup>598</sup> Pero estas coincidencias obvias no marcan una tendencia en la compra de patrones y/o indumentaria a través de la revista pues Morelos, Tlaxcala y Querétaro, estados del centro de la república altamente poblados, tuvieron poca demanda del servicio de compras. Y, en sentido inverso, Coahuila, el cuarto lugar en la lista de más encargos de compra, era de las entidades menos pobladas del país (Gráfica 6.2).

**Gráfica 6.2** Número de pedidos por estado de la República Mexicana, 1922-1934



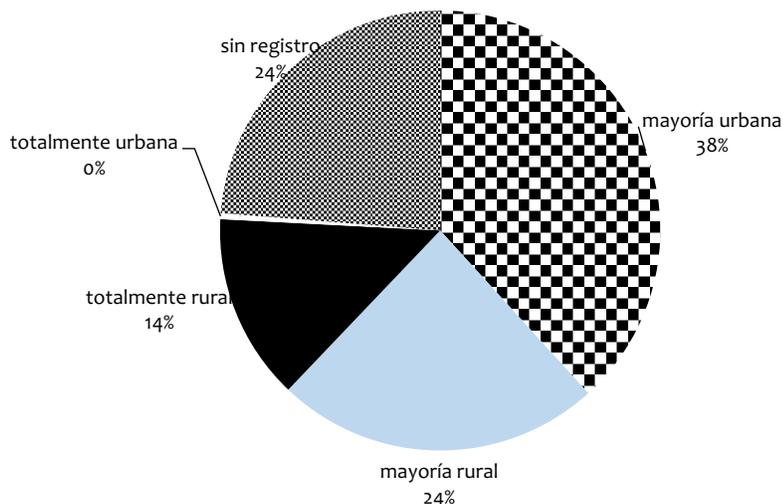
Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos

En la misma tesitura, aunque según las cifras del censo de 1930, la mayor parte de la población en México vivía en zonas rurales (66%) y era analfabeta (81%), la mayoría de los pedidos solicitados a *El Hogar* llegó de zonas urbanas (véase Gráfica 4), a solicitud de mujeres, que eran una minoría dentro de la minoría (19%) de la gente alfabetizada.<sup>599</sup>

<sup>598</sup> Quinto Censo de Población y Vivienda. Resumen General, Sección División Territorial, Cuadro 1., p. 3.

<sup>599</sup> Los datos con que fue construida esta gráfica salieron del censo de 1930. Se puso mayoría urbana teniendo como referencia los porcentajes incluidos en el censo, específicamente, en los cuadros de distribución de la población según tipo de población.

**Gráfica 6.3** Porcentaje de pedidos según tipo de población, 1922-1934



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos

Podría afirmarse que las lectoras de *El Hogar* formaban parte de las élites pues además de ser de las pocas mujeres que sabían leer y escribir, seguían los dictados de la moda elaborados desde las metrópolis europeas, es decir, les gustaba la ropa más lujosa. En 1909, por ejemplo, Andrés Molina Enríquez afirmó que las élites mexicanas, conformadas por “extranjeros” y “criollos”:

son los dueños de nuestras fábricas de hilados y tejidos, y no usan las mantas ni los casimires que sus fábricas producen: visten generalmente de las telas europeas, usan sombreros europeos o norteamericanos, calzan zapatos norteamericanos, viajan en carruajes norteamericanos o europeos, decoran sus habitaciones con arte europeo, y prefieren, en suma, todo lo extranjero a lo nacional.<sup>600</sup>

Posiblemente Molina Enríquez se refería de manera directa a los dueños de tiendas departamentales que eran dueños de fábricas de textiles. Pero su postura también estaba informado por las décadas de consumo de mercancías “extranjeras” que atestiguan los anuncios de modistas en los diarios donde informaban sobre sus viajes a

<sup>600</sup> Andrés Molina Enríquez, *Los grandes problemas nacionales*, citado en Stephen Haber, *Industria y subdesarrollo: la industrialización de México, 1890-1940*, México, Alianza, 1992, p. 46.

Francia para conseguir las últimas novedades de la moda. Otras evidencias de este consumo son los vestidos que se conservan en el Museo Nacional de Historia del Castillo de Chapultepec y del Museo Soumaya confeccionados en casas de alta costura parisina como Worth o Emma & Marie Welle.<sup>601</sup> Se sabe que algunas mujeres de las familias más adineradas durante porfiriato fueron clientes frecuentes de las casas de alta costura parisina,<sup>602</sup> por ejemplo, la potosina Emilia Esther Guzmán de Diez Gutiérrez quien portó una sola vez el traje de odalisca que conserva el Museo del Castillo de Chapultepec, confeccionado en la casa Worth, la más prestigiosa de ese momento, para el baile celebrado en honor de un ministro inglés durante el verano de 1886 en la Ciudad de México.<sup>603</sup>

Además, la asociación entre el consumo de indumentaria de lujo y la élite bien pudo acentuarse en las últimas décadas del siglo XIX, pues la política económica durante el Porfiriato estuvo orientada al comercio exterior y buscó atraer la inversión extranjera, razón que favoreció las importaciones por las bajas tarifas arancelarias. Entre 1891 y 1909 proliferaron en la Ciudad de México tiendas departamentales como el Palacio de Hierro (1891), El Centro Mercantil (1898), la Gran Sedería El Paje (1903), Las Fábricas Universales (1909), entre otras, que vendían mercancías de lujo, “elegantes” y “refinadas” según sus anuncios publicitarios. Estas mercancías llegaban por mar desde el otro lado del Atlántico, entre ellas las últimas tendencias de la moda femenina.<sup>604</sup> En estas tiendas departamentales nacionales se confeccionaron vestidos de gran lujo, como atestiguan los trajes con etiquetas de El Palacio de Hierro, El Centro Mercantil y la Le

---

<sup>601</sup> Ana Paola Ruiz Calderón, “La indumentaria civil femenina en México durante el Porfiriato. Estilos, materiales, técnicas y significado. Las colecciones del Museo Nacional de Historia y del Museo Soumaya”, tesis de maestría en estudios del arte, Universidad Iberoamericana, México, 2010, pp. 60, 61, 100, 112-114.

<sup>602</sup> En sentido estricto, la alta costura es la ropa hecha sobre pedido, a la medida, acorde a la temporada y producida en París por una casa de moda acreditada. La prenda debe cumplir con altos estándares de fabricación y diseño. Para ser una casa de moda, ésta debe ubicarse en París, contar con un salón de lujo, un *showroom* y talleres donde trabajan de tiempo completo un número establecido de trabajadores especializados. La alta costura se registró en 1868 en Francia, en la *Chambre syndicale de la confection et de la couture pour dames et fillettes*. Aunque en un inicio estuvieron comprendidas en el mismo ramo la ropa a la medida y la ropa confeccionada (prehecha) se separaron en 1910. *Cfr.*, Alexandra Palmer, “Haute Couture” en Giorgio Riello y Peter McNeil, *The Fashion History Reader*, Nueva York, Routledge, 2010, pp. 466-469.

<sup>603</sup> Mónica Cázares Castillo, “El traje de odalisca en el ‘Baile de fantasía’ del ministro inglés”, *Nierika* 11, 2017, pp. 72-81.

<sup>604</sup> Cristina Sánchez Parra, “La publicidad en las tiendas por departamentos de la Ciudad de México en los albores del siglo XX”, *Historia Mexicana*, LXIX: 4, 2020”, pp. 1604-1607.

Paris Charmant que se conservan en el Museo Soumaya y el Museo del Castillo de Chapultepec.

Es importante anotar que la producción de indumentaria lujosa tuvo una fuerte transformación durante la segunda mitad del siglo XIX. Parte de esta transformación se fraguó alrededor de la figura del modisto en el mundo de la alta costura. De cierta manera, los modistos, como los artistas plásticos, ganaron autonomía frente a sus clientes. Es decir, los modistos continuaron confeccionando y diseñando ropa para la aristocracia europea, pero también comenzaron a vestir a algunas artistas de teatro y ópera, además de diseñar prendas menos lujosas para comerciantes dueños de tiendas departamentales.<sup>605</sup> En pocas palabras, con la aparición de los modistos se amplió la cartera de clientes de indumentaria de lujo. Este cambio puede leerse como parte del proceso de democratización de la moda.

Las tiendas departamentales, por su parte, buscaron vender más cantidad a precios más bajos. Es cierto que sus mercancías eran costosas, pero también es verdad que las ofertaban de manera recurrente. Dice Sánchez Parra que las tiendas por departamentos fomentaron el sentido de consumo de bienes de lujo más allá su concepción como fuente de empobrecimiento y perdición, al señalarlos como índices de civilización y progreso. Esta ampliación del sentido del consumo de lujo, originada con la expansión del intercambio de mercancías durante el el siglo XVI, fue central en la publicidad de la moda como fuerza de civilización y progreso. P. 1603 y 1604 Además, las campañas publicitarias de las tiendas departamentales buscó atraer a gente que no necesariamente pertenecía a las élites más encumbradas.

Tras la revolución mexicana, el consumo de ropa lujosa continuó. Por ejemplo, el vestido que lució Hortensia Calles, hija del entonces secretario de Estado, Plutarco Elías Calles, durante los festejos del centenario de la consumación de la Independencia en su papel de reina de los juegos florales, costó mil trescientos pesos. El vestido era tan caro que cuando Natalia Chacón, madre de la señorita Hortensia, le comunicó el costo a su marido, sólo atinó a decir: “fíjate qué capital”.<sup>606</sup> Para dimensionar la suma pagada por la

---

<sup>605</sup> Cfr. Bonnie English, *A Cultural History of Fashion in the Twentieth Century. From the Catwalk to the Sidewalk*, Nueva York, Oxford-Berg, 2007, p. 10.

<sup>606</sup> Carta de Natalia Chacón de Elías Calles a Plutarco. Septiembre 16, 1921, en *Plutarco Elías Calles: correspondencia personal, 1919-1945*, Tomo 1, México, Fondo de Cultura Económica, 1991, p. 417.

familia Calles Chacón, vale la pena mencionar los gastos de algunas lectoras de *El Hogar* en vestidos confeccionados durante el primer lustro de los años 20.

Meses después de los festejos del centenario, la señora M. V. de S. compró a través de *El Hogar* un atuendo completo, es decir, un vestido, zapatos y sombrero por un total de ciento un pesos.<sup>607</sup> Ahora bien, un vestido a la medida podían costar entre treinta y cinco y cuarenta pesos; por ejemplo, un traje de moda en jersey de seda con botones de cristal, cinturón de seda o terciopelo y adornado con algún bordado costaba treinta y cinco pesos, lo mismo que un traje sencillo de luto; otro confeccionado de crespón de china café valía cuarenta pesos.<sup>608</sup> Por supuesto, el precio dependía de los materiales empleados y del tipo de vestido. En 1925 un traje de seda como el que deseaba *Pasionaria*, costaba ochenta pesos, pero las lectoras *Princesita de los Brezos* y *Noche de Luna* pagaron, cada una, alrededor de dieciocho pesos por vestidos que podemos suponer menos lujosos.<sup>609</sup>

Junto a la ropa confeccionada a la medida circulaba la ropa hecha. De hecho, se ha demostrado que la ropa hecha se vendía desde varias décadas atrás en distintos comercios y que había prendas muy baratas. Según un anuncio de la tienda La Internacional, en sus almacenes se podía conseguir un abrigo en 19.50 pesos, un precio mucho menor que la capa de *Magaly* confeccionada en *El Hogar* con el patrón McCall 4461 en tela velrus con forro de tela brocada que costó 42.70 pesos (a *Magaly* le aseguraron que su capa era inmejorable y, sin duda, a la moda).<sup>610</sup>

¿Quiénes eran estas mujeres que seguían los dictados de la moda a partir de los patrones de confección?

---

<sup>607</sup> Respuesta a M. V. de S., "Buzón Particular de *El Hogar*", *El Hogar*, 28 de febrero de 1922, año 9, núm. 137, p. 37

<sup>608</sup> Respuesta a Trigueña de Ojos Verdes, "Buzón Particular de *El Hogar*", *El Hogar*, 20 de diciembre de 1922, año 10, núm. 166, pp. 37-39; respuesta a la Sra. Z. J. de G, "Buzón Particular de *El Hogar*", *El Hogar*, 10 de mayo de 1922, año 9, núm. 144, p.3; respuesta a *Pastora de Gaudiela*, "Departamento comercial de *El Hogar*", *El Hogar*, 20 de abril de 1924, año 11, núm. 210, p. 38.

<sup>609</sup> Respuesta a *Princesita de los Brezos*, "Buzón Particular de *El Hogar*", *El Hogar*, 18 de febrero de 1925, año 12, núm. 254, p. 36; Respuesta a *Noche de Luna*, Buzón Particular de *El Hogar*, *El Hogar*, 3 de junio de 1925, año 12, núm. 269, p. 37; respuesta a *Pasionaria*, "Buzón particular de *El Hogar*", *El Hogar*, 11 de marzo de 1925, año 12, núm. 257, p. 37

<sup>610</sup> Respuesta a *Magaly*, "Buzón Particular de *El Hogar*", *El Hogar*, 1 de diciembre de 1926, año 14, núm. 347, p. 2.

### La distinción

Como se vio antes, las revistas de moda tuvieron como uno de sus principales y más añejos objetivos mantener al día a las élites que vivían lejos de los centros de negocios (recuérdese al *Mercure Galant*, destinado a informar a los aristócratas que vivían lejos de las cortes). En esta lógica, en 1927, la encargada del servicio de compras le comentó a una de las lectoras: “con esto se benefician únicamente nuestras lectoras de provincia y principalmente las que viven en ranchos o haciendas, pero usted no preste atención a las molestias que esto nos da.”<sup>611</sup> Y ciertamente el 14 por ciento de los pedidos a *El Hogar* se realizó desde localidades registradas como absolutamente rurales –menos de 2 500 habitantes– en el censo de 1930.

Los Departamentos de Patronos y Encargos enviaron moda dictada desde París y Nueva York a rancherías, ranchos, haciendas y estaciones de ferrocarril, escenarios muy distintos de aquellos espacios ciudadanos donde los figurines lucían los últimos modelos de moda. En 1926, por ejemplo, se envió un patrón para la señora M. F. de V., quien vivía en una ranchería ubicada en el Valle de Zaragoza, municipio de Catazajá,<sup>612</sup> en Chiapas y el patrón 4442 a la señorita E. F., quien vivía en la Hacienda El Refugio, en Chiapas, un modelo diseñado en la casa Patou que describieron como “un magnífico traje de noche, de gran elegancia, que permitirá hacer usted gala de su distinción y buen gusto”.<sup>613</sup> Este tipo de pedidos se realizaron aun durante los años de crisis económica. En 1929, A. W. recibió tela en la ranchería Cerro Azul, Veracruz y a L. G. le mandaron un patrón a un rancho ubicado en Chihuahua;<sup>614</sup> en 1932, se envió un vestido hecho a la medida a la hacienda El Malinal, ubicada en el estado de Nayarit.<sup>615</sup>

Es probable que estas mujeres pertenecieran a familias adineradas y/o de viejo abolengo, pues su gusto por la moda no estaba mediado por el lugar donde habitaban:

---

<sup>611</sup> “Departamento de Encargos” en *El Hogar*, 13 de abril de 1927, año 14, núm. 366, p. 36.

<sup>612</sup> Respuestas a M. F. de V., “Departamento de patronos”, *El Hogar*, 1 de mayo de 1926, año 13, núm. 317, p. 37 y “Departamento de patronos”, *El Hogar*, 9 de junio de 1926, año 12, núm. 322, p. 1; respuesta a L. G. “Departamento de Encargos” en *El Hogar*, 27 de noviembre de 1929, año 17, núm. 503, p. 48.

<sup>613</sup> Flor de Loto a srita. E. F., “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 8 de septiembre de 1929, año 13, núm. 335, p. 41.

<sup>614</sup> Respuesta a A. W., “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 24 de abril de 1929, año 16, núm. 472, p. 1.

<sup>615</sup> “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 13 de enero de 1932, año 19, núm. 614, p. 1.

localidades absolutamente rurales donde la celebración de bailes, reuniones o fiestas que requirieran atuendos especiales posiblemente no era muy frecuente. Es posible que estas lectoras hayan portado los atuendos encargados a *El Hogar* fuera de sus lugares de residencia, como ocurrió con el traje de odalisca de la señora Guzmán de Diez. En cualquier caso, me interesa remarcar que este tipo de encargos son la minoría dentro del universo de compras registrados en *El Hogar*.

Tabla 6.1 Pedidos de patrones en ciudades de más de 50 mil habitantes

Ciudades de más de 50 mil habitantes en 1930	Número de habitantes	Número de pedidos
Distrito Federal	1 029 068	18
Guadalajara, Jalisco	179 556	26
Monterrey, Nuevo León	132 577	17
Puebla, Puebla	114 793	26
Mérida, Yucatán	95 015	9
San Luis Potosí, S. L. P.	74 003	14
León, Guanajuato	69 403	2
Veracruz, Veracruz	67 801	14
Tampico, Tamaulipas	68 126	23
Torreón, Coahuila	66 001	15
Agascalientes, Aguascalientes	60 244	13

Fuente: Elaboración propia con datos de los buzones de correspondencia de *El Hogar*

La mayoría de los pedidos registrados en esta revista, 38%, se realizaron desde localidades identificadas como urbanas. De hecho, el 21 por ciento de este subuniverso de solicitudes se hicieron desde las once ciudades más grandes (con más de 50 mil habitantes) que había en México en 1930: Guadalajara, Monterrey, Veracruz, Tampico, Torreón, Toluca, Aguascalientes, Puebla, Mérida, San Luis Potosí y la Ciudad de México.<sup>616</sup> (véase Tabla 6.1) Estos pedidos aluden a usuarias del servicio de compras distintas a quienes *Flor de Loto* identificaba como las beneficiarias del departamento de encargos de *El Hogar*. Estos datos junto a algunos indicios que aparecieron en la misma

<sup>616</sup> Dentro de los 345 casos que aparecen en el porcentaje “sin registro”, treinta tienen información incompleta, es decir, indican el estado, pero no la localidad o viceversa, el nombre de la localidad pero no del estado.

revista y la historiografía reciente sobre mujeres trabajadoras en la primera mitad del siglo XX, permiten esbozar otro perfil de lectoras que realizó compras de indumentaria y modas a través de *El Hogar*.

Dice Susie Porter que tras la Revolución mexicana y al menos hasta 1938, el Estado fue uno de los empleadores más importantes, sobre todo en la Ciudad de México, pero también en el resto de los centros urbanos del país. Y aunque las mujeres fueron una minoría dentro de la población de empleados públicos, su aumento parecía indiscutible: en la capital del país, “entre 1921 y 1930, el número de empleadas creció 2000%, mientras el número de empleados 300%”.<sup>617</sup> En estas décadas hubo, además, una transformación en el trabajo que realizaban las mujeres, pues si al inicio la mayoría eran maestras, hacia la década de 1930 eran más las que laboraban como oficinistas o burócratas.

Los buzones de *El Hogar* registraron este cambio. En el Buzón Particular de *El Hogar* y Entre Lectoras, las maestras fueron protagonistas del intercambio epistolar; con frecuencia pedían o daban consejo sobre el tipo de contenidos que podrían representar en diferentes celebraciones, o sugerían actividades a realizar con los alumnos, lo mismo que recomendaban lecturas y novelas a otras usuarias del buzón. Pero en la década de 1930, como se ha dicho antes, en los buzones Mutua Ayuda y Buzón de Encargos se hizo cada vez más fuerte la presencia de las empleadas, ya de oficinas públicas o de algún comercio.

A tono con estos cambios, poco tiempo después de iniciar la venta de los patrones McCall, se publicó una crónica de la moda dedicada a las “jóvenes oficinistas”. Según la condesa Rosamunda, quien entonces escribía la crónica, estas jóvenes trabajaban como mecanógrafas o empleadas en oficinas públicas, no eran expertas en sedas, rasos y tisúes ni tenían los medios para gastar en ellos porque mantenían con sus magros sueldos a sus familias. A pesar de ello, anotó la cronista, estas mujeres “humildes, [...] que disponen de un corto sueldo y teniendo obligaciones qué satisfacer, no se resignan a

---

<sup>617</sup> Susie Porter, “Espacios burocráticos, normas de feminidad e identidad de la clase media en México durante la década de 1930”, en María Teresa Fernández Aceves, Carmen Ramos Escandón y Susie Porter, *Orden social e identidad de género. México, siglos XIX y XX*, México, Ciesas/Universidad de Guadalajara, 2006, pp. 192-196.

vestir mal”. Por eso, para lograr el arte del buen vestir debían ser ingeniosas y tener “dotes de prudencia y economía”.

La clave para vestir con elegancia y economía, dijo la cronista, radicaba en la elección de los materiales y las prendas que conformarían su guardarropa. Por eso los materiales esenciales de este guardarropa para oficinistas eran las telas de buena calidad y resistentes “a las lluvias, al frotamiento, al polvo”. Los colores, por su parte, debían ser discretos, es decir, neutros como el negro, el verde o “bruno” (café oscuro), pues estos no variaban según las temporadas como sí ocurría con los colores de moda. El corte de las prendas debía seguir las líneas que definían la silueta de moda, pero moderadamente, pues de esta forma sería menos evidente la época del vestido y quizás podría remendarse con más facilidad.

Además de estos consejos, la condesa Rosamunda sugirió un conjunto de prendas para las oficinistas. Lo primero en la lista de este equipo modesto, pero “que guarda gracia fina y coqueta”, era un abrigo para invierno de color negro de “buena lana”, de ser posible con pieles como liebre o gacela que costaban poco y duraban mucho, y para evitar la confusión con el duelo, convenía poner un forro de flores o de algún otro color para hacer contraste. La lista de este guardarropa incluye un vestido confeccionado en crespón de seda color negro o azul marino con un cuello de encaje, es decir, un cuello tejido con gachillo que podía modificarse con más regularidad, pues no estaba cosido al vestido. El corte más conveniente para el vestido era el ensamble, es decir, aquel que parecía ser de dos piezas, por ejemplo, un atuendo con una blusa y una falda, pero que eran sólo una porque estaban cosidas; este corte, dijo la cronista, era el mejor porque con él se ahorraba la blusa interior. Además del abrigo y el vestido ensamble, el ropero de las oficinistas podía contar con un vestido de noche sin mangas o de manga corta, también de crespón de seda. Completaban el guardarropa básico un sombrero de fieltro de buena calidad, zapatos negros, medias sólo de algodón, jamás de henequén sin ninguna joya, porque era mejor nada que llevar alhajas falsas.<sup>618</sup>

A la luz de esta crónica, los consejos que *Flor de Loto* dio a las usuarias del Departamento de Patronos son reveladores, pues muestran la diversidad que había entre

---

<sup>618</sup> Condesa Rosamunda, “Elegancias femeniles. Crónica de la moda. Para las jóvenes oficinistas”, *El Hogar*, 14 de abril de 1926, año 13, núm. 314, p. 20.

ellas y permiten imaginar los orígenes sociales de las usuarias. A la señorita M. A. T., quien vivía en la localidad de Parral, en Chihuahua, le explicó qué tipo de vestido le convenía confeccionar en los siguientes términos:

Cuando tenemos a nuestra disposición una tela de cierto costo y sabemos que no podremos conseguir cortes semejantes con mucha frecuencia, debemos elegir modelos de corte gracioso, y no recargar el vestido de adornos; pues si un traje así no desentona en el teatro, en una reunión de cierta importancia, o en un baile, sí resulta del todo fuera de lugar como traje de calle o de reuniones sencillas. Afortunadamente los modistos nos ayudan hoy, pues los estilos no pueden ser más hechiceros y cómodos: la falda circular, la blusa de talle bajo, las mangas cortas...<sup>619</sup>

Tanto la sugerencia del corte del vestido –sin tantos adornos, con mangas cortas– que podría usarse lo mismo en bailes que en reuniones sencillas, además de la aclaración sobre la poca frecuencia con la que se tenía acceso a una la tela costosa, son coordenadas que permiten ubicar a la chihuahuense M. A. T., como una de esas mujeres humildes que “no se resignaban a vestir mal”. Y ella no fue la única.

Según la crónica para las oficinistas, los atuendos de tonos neutros, entre ellos el negro, debían conservar “la nota distinguida sin evocar la idea de duelo” con los accesorios de colores que se podían añadir sobre el lienzo oscuro. A tono con esta recomendación, *Flor de Loto* le comentó a la señorita V. R., quien vivía en Guadalupe Hidalgo, en la ciudad de México, que un traje negro podía combinarse perfectamente con cuellos, mangas abullonadas, pecheras o puños en colores contrastantes como el verde, lila, blanco y buganvilia, con efectos de aplicaciones en el cuello, las mangas o el borde de los bolsillos.<sup>620</sup> Y si estos consejos resultan insuficientes para sospechar que hubo mujeres trabajadoras entre las usuarias del servicio de patronos, servirá mencionar la felicitación de *Flor de Loto* a la tabasqueña J. de la V. por haber elegido “con tanto acierto” un modelo de corte ensamble con falda y blusón que eran los favoritos de “las

---

<sup>619</sup> Respuesta de Flor de Loto a la señorita M. A. T., “Departamento de patronos” en: *El Hogar*, México, 19 de mayo de 1926, año 8, núm. 319, p. 40.

<sup>620</sup> Flor de Loto a V. R., “Departamento de Patronos”, *El Hogar*, 14 de julio de 1926, año 13, núm. 327, pp. 36-40.

lindas damitas que extienden sus actividades en un radio más amplio que el que les proporciona el propio hogar”, es decir, que trabajaban por un salario.<sup>621</sup>

Por otro lado, entre los pocos pedidos registrados en la revista que se realizaron desde la Ciudad de México, se puede mencionar el del Sr. A. L., quien vivía en la colonia Romero Rubio.<sup>622</sup> Según la descripción de un informe presentado en abril de 1930 al Consejo Consultivo del Departamento Central por José Manuel Puig Casauranc, jefe del Departamento del Distrito Federal, la colonia Romero Rubio carecía de todo tipo de servicio de urbanización en esos años.<sup>623</sup> Es decir, *El Hogar* envió dos patrones de moda a una colonia popular de la Ciudad de México; patrones que, de hecho, se extraviaron, pues quizás resultaba difícil ubicar la residencia del señor A. L.

Junto a estos consejos se dieron sugerencias a otras lectoras que marcan un fuerte contraste y, por ello, permiten imaginar un panorama más nítido de este universo. Entre las diferencias más notorias están las sugerencias de clores y estampados de las telas. *Flor de Loto* dijo a la toluqueña L. O., por ejemplo, que confeccionara su vestido con seda o lana rayada, ya fuera tafeta o radium, para que las rayas brillaran tal como en el figurín.<sup>624</sup> A otra lectora le informó que las telas a cuadros estaban de moda, sobre todo cuando se disponían “en paneles rómbicos de un efecto muy sugestivo cuando la falda es circular y la blusa en un solo color generalmente vivo”.<sup>625</sup> Y a una más le sugirió confeccionar su vestido en brocado coral y oro “guarneciendo el escote con galón oro o bordado de lo mismo” y con seda del mismo color para que no se notaran las uniones el “motivo que en forma de broche cierra la espalda al final del escote, puede hacerlo cortando un triángulo en esparteri y forrándolo con hilo de color oro”.<sup>626</sup>

<sup>621</sup> Flor de Loto a J. de la V., “Departamento de Patrones”, *El Hogar*, 7 de julio de 1926, año 13, núm. 326, p. 1 y 4.

<sup>622</sup> “Departamento de Patrones”, *El Hogar*, 19 de enero de 1927, año 14, núm. 354, p. 37 y “Departamento de Patrones”, *El Hogar*, 2 de febrero de 1927, año 14, núm. 356, p. 8.

<sup>623</sup> Jorge H. Jiménez Muñoz, *La traza del poder. Historia política y de los negocios urbanos en el Distrito Federal: de sus orígenes a la desaparición del Ayuntamiento (1824-1928)*, México, Dédalo/Codex, 1993, p. 215. Agradezco a Odette Rojas Sosa la referencia.

<sup>624</sup> Flor de Loto a L. O., “Departamento de Patrones”, *El Hogar*, 7 de julio de 1926, año 13, núm. 326, p. 1.

<sup>625</sup> Flor de Loto a E. R. L., “Departamento de Patrones”, *El Hogar*, 23 de junio de 1926, año 13, núm. 321, p. 43.

<sup>626</sup> *Flor de Loto* a P. R. H., “Departamento de Patrones”, *El Hogar*, 7 de julio de 1926, año 13, núm. 326, p. 4.

Aunque a las oficinistas les recomendaban colores neutros, los trajes de baile y de soirée se confeccionaban en telas de colores suaves, como avisaron a la señorita N. Z., de Queréndaro, Michoacán.<sup>627</sup> En este mismo sentido, Flor de Loto le comentó a la señora señora G. B. de M. que las combinaciones en tonos claros y oscuros de colores como “el gris orquídea, beige y ambar” eran lo que más se estilaba;<sup>628</sup> pero para las oficinistas humildes el gris no era una opción pues, “Para vestir de gris, un gris claro y bonito, hay que echar mano de una buena tela y eso no está al alcance de todas las fortunas”.<sup>629</sup> Y si a las mecanógrafas y empleadas recomendaban sólo usar medias de algodón, *Flor de Loto* dijo a A Luz que el modelo que le había gustado luciría aún mejor si las medias fueran del mismo color del blusón o “cuando menos de la falda”.<sup>630</sup>

Las diferencias también florecen en los acabados, los detalles y los accesorios de los atuendos. Por ejemplo, el ancho de la tela con la que se confeccionaba un vestido era importante, pues mientras más ancha, menos cortes y menos costuras, detalle que hacía el traje “mucho más vistoso cuando no requiere unión en los lados y se cortan de una pieza, espalda y delantero”.<sup>631</sup> Las faldas circulares tan de moda en esos años, ocupaban más tela para su hechura, pero eran “de una distinción tan exquisita que vale la pena hacer este pequeño sacrificio”.<sup>632</sup>

Los vestidos con frunces y volantes que se publicaron con frecuencia en *Elegancias* y que parecían gustarle tanto a Flor de Loto, acentuaban más el corte y el estilo, cortes que no recomendaban a las oficinistas, quienes debían optar por los ensambles más sobrios. Estas tualletas “de talle ajustado, pliegues menudos, frunces, volantes u otros adornos ligeros y vistosos” era mejor hacerlos con sedas, gasas o géneros de poco cuerpo, pues “un vestido de volantes debe confeccionarse con tela de

---

<sup>627</sup> Flor de Loto a srita. N. Z. “Departamento de Patronos”, *El Hogar*, 23 de junio de 1926, año 13, núm. 324, p. 43.

<sup>628</sup> Flor de Loto a sra. G. B. de N., “Departamento de Patronos”, *El Hogar*, 26 de mayo de 1926, año 13, núm. 321, p. 2.

<sup>629</sup> Condesa Rosamunda, “Elegancias femeniles. Crónica de la moda. Para las jóvenes oficinistas”, *El Hogar*, 14 de abril de 1926, año 13, núm. 314, p. 20.

<sup>630</sup> Flor de Loto a María Luz, “Departamento de Patronos”, *El Hogar*, 26 de mayo de 1926, año 13, núm. 321, p. 1.

<sup>631</sup> Flor de Loto a srita. M. Z. N., “Departamento de Patronos”, *El Hogar*, 19 de mayo de 1926, año 13, núm. 319, p. 36.

<sup>632</sup> Flor de Loto a sra. E. S. de E., “Departamento de Patronos”, *El Hogar*, 23 de junio de 1926, año 13, núm. 324, p. 43.

trama muy fina y sutil para que los pliegues no abulten mucho y caigan al hilo como se dice vulgarmente.” Los trajes “de líneas más severas” o trajes sastres iban mejor en lana o sus derivados (lanas, kashas, reps.).

Ahora bien, el guardarropa sugerido a las oficinistas está compuesto por prendas que se usaban en público, no dentro del hogar, pero hubo lectoras que mandaron confeccionar vestidos para casa. Por ejemplo, la señorita C. de la G., de Villaldama, Nuevo León, quien dejó en manos de Flor de Loto la elección de un modelo que dijeron, era elegante y sencillo, “un estilo muy propio para dentro de casa”;<sup>633</sup> y a la señorita M. G. de P., le dijeron que el sobrio corte de los modelos elegidos eran ideales para los paseos al campo o los quehaceres domésticos, “esas ocasiones en que la mujer de gusto necesita sentirse a sus anchas sin perder por eso su condición femenina.”<sup>634</sup> Estas alusiones a la elegancia, la distinción o las mujeres de gusto son indicadores de diferencias sociales.

Así, en el “Departamento de Patronos” quedaron sancionados los gustos de quienes tenían los conocimientos de etiqueta para adecuar su vestimenta a cada ocasión. Por ejemplo, a la señora J. L. R., le dijo que el modelo que había elegido era “perfectamente propio para asistir a una comida”, pues era “elegante y un tanto original”; después le comentó que esperaban su solicitud para los trajes de calle.<sup>635</sup> M. de la O. envió una crónica sobre la “orientación de la moda” en Guadalajara.<sup>636</sup> La señora M. N. de F. A., de Guadalajara, Jalisco, compró cuatro patronos, uno de ellos un modelo para traje de noche cuya elección dejó en manos de Flor de Loto.<sup>637</sup> La señorita M. J. O., radicada en la ciudad de Guajajuato pidió que eligieran el atuendo más adecuado para una reunión de confianza de un lista de tres modelos de su elección.<sup>638</sup>

---

<sup>633</sup> Flor de Loto a C. de la G, “Departamento de Patronos”, *El Hogar*, 13 de octubre de 1926, año 13, núm. 340, p. 2.

<sup>634</sup> Flor de Loto a M. G. de P., “Departamento de Patronos”, *El Hogar*, 9 de junio de 1926, año 13, núm. 322, p. 1

<sup>635</sup> Flor de Loto a J. L. R., “Departamento de Patronos”, *El Hogar*, 29 de septiembre de 1926, año 13, núm. 334, p. 1.

<sup>636</sup> Flor de Loto a sra. M. de la O., “Departamento de patronos”, *El Hogar*, 1 de septiembre de 1926, año 13, núm. 337, p. 39.

<sup>637</sup> “Departamento de Patronos”, *El Hogar*, 20 de octubre de 1926, año 13, núm. 341, p. 43.

<sup>638</sup> Señorita M. J. O., “Departamento de patronos”, *El Hogar*, 10 de noviembre de 1926, año 13, núm. 344, p. 41.

Además de confirmar la existencia del mercado de moda y algunas diferencias entre quienes participaban en él, las compras a través de *El Hogar* pueden tomarse como indicio de un sistema de vestimenta, es decir, por sistemas de prácticas y disposiciones de vestir que se han difuminado en el tiempo y que permiten ubicar el fenómeno de la moda en la indumentaria.

Este sistema puede conocerse gracias a la información publicada en los buzones de correspondencia de *El Hogar*, particularmente el del Departamento de Encargos, donde llegaron pedidos de patrones y también de telas, sombreros, guantes, carteras, cinturones, pulseras, algunas prendas de ropa ya fabricadas o hechas a la medida, revistas especializadas que contenían los figurines con los últimos dictados de la moda y algunos manuales para aprender corte y confección de 1921 a 1942. ¿Qué dicen estas compras sobre las prácticas de vestimenta de este grupo de mujeres? ¿Qué prendas eran las que se vinculaban con la moda?, ¿cuáles eran las más alejadas de su dominio? ¿Cómo se vincula este dominio de la moda en la indumentaria con el ordenamiento de los cuerpos, es decir, qué tipo de prácticas corporales estuvieron estructuradas por la moda?

Es verdad que nadie armó todo su guardarropa a través del servicio de compras de *El Hogar*, pero la cantidad de pedidos que fueron publicados sí iluminan una porción de disposiciones y prácticas de vestimenta de quienes lo utilizaron.

### *La revolución del consumo moderno. Esbozo de una larga transformación*

La ropa fue un bien caro ypreciado durante siglos. Las pruebas de este alto valor son abundantes y están contenidas en fuentes de todo tipo. En México, algunas investigaciones han documentado el robo de ropa en infinidad de circunstancias. En febrero de 1823, por ejemplo, Carlos María de Bustamante anotó en su diario el robo de 20 bateas de ropa a unas lavanderas que lloraban por la desgracia que se les avecinaba (reponer a los dueños de la ropa el valor de lo robado.<sup>639</sup> También en la prensa se

---

<sup>639</sup> Ana Staples, "Sociabilidad femenina a principios del siglo XIX mexicano" en *Persistencia y cambio: acercamientos a la historia de las mujeres en México*, compilación de Lucía Melgar (México: El Colegio de México, 2008), 220.

publicaron notas sobre robos de prendas a lo largo del siglo XIX y aún a inicios del XX.<sup>640</sup> Se sabe, además, que las mujeres que robaban mercancía en los cajones de ropa, almacenes y tiendas departamentales tenían un nombre especial que las distinguía del resto de las etiquetadas como delincuentes: cruzadoras.<sup>641</sup> Sumado a lo anterior, se debe anotar que la ropa, sobre todo la femenina, también fue la prenda favorita para dejar como garantía en las casas de empeño hasta finales del siglo XIX.<sup>642</sup>

Los primeros estudios sobre la revolución del consumo moderno cuestionaron el supuesto que sostenía, sin cuestionamientos, que el aumento de la demanda de mercancías se debía al mero aumento de su oferta; aumento provocado, según estas interpretaciones, por la introducción de nueva tecnológica al proceso productivo durante la revolución industrial. Esos estudios señalaron que el deseo por los objetos más allá de la mera necesidad podía explicarse por cambios en las actitudes ante las cosas (vinculadas con transformaciones en las concepciones de género, por ejemplo) y el desarrollo de nuevas técnicas publicitarias para incentivar la demanda. Sin embargo, como indica Clare Haru Crowston, a la interdependencia entre los deseos y las necesidades de los consumidores deben sumarse las cosas u objetos mismos, es decir, la revolución del consumo moderno fue resultado de la contingente confluencia de tres procesos distintos.<sup>643</sup>

El primero de estos procesos puede ubicarse con la revolución comercial que comenzó en el siglo XVI, caracterizada por la transformación sustancial en la forma de circulación de productos europeos y no europeos que no eran de primera necesidad, entre ellos el algodón de la India.<sup>644</sup> Este cambio en la circulación de mercancías por el

---

<sup>640</sup> Muchas investigaciones han documentado este tipo de delitos. Refiero aquí solamente al libro de Marie François que documenta muchos casos de robo de indumentaria en la Ciudad de México y el artículo de Beatriz Bastarrica que muestra algunos casos para la ciudad de Guadalajara. Beatriz Bastarrica Mora, “‘Todos eran decentes pero la capa no aparece’. Guadalajara durante el Porfiriato. La ropa como bien de cambio” *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad* 148 bis, otoño (2016), 57-59.

<sup>641</sup> Saydi Núñez Cetina, “Discursos y representaciones sobre mujeres criminales en la prensa porfiriana: entre sensacionalismo y moralización,” en *Persistencia y cambio: acercamientos a la historia de las mujeres en México*, compilación de Lucía Melgar (México: Colegio de México, 2008), 206-214.

<sup>642</sup> Véase Marie François, *A culture of Everyday Credit. Housekeeping, Pawbroking, and Governance in Mexico City, 1750-1920* (Lincoln: University of Nebraska Press, 2006), 181.

<sup>643</sup> Clare Haru Crowston, *Fabricating Women: The Seamstresses of Old Regime France, 1675-1791* (Durham: Duke University Press, 2001), 24.

<sup>644</sup> “La revolución comercial se debe a la nueva relación entre los comerciantes y los gobiernos, posible gracias a la creación de depósitos comerciales de propiedad estatal que pueden albergar los productos importados sin el pago de impuestos; ahí se almacenan las mercancías a la espera de que se destinen al

mundo posibilitó la expansión del significado del consumo de bienes de lujo, expansión que culminó en la diferenciación de la dimensión moral y la dimensión social del consumo a partir del siglo XVII.<sup>645</sup>

Sin una conexión evidente con estas transformaciones, el segundo proceso se desató con la creación del gremio de las costureras en París en 1675. Como se ha dicho, esto provocó una creciente participación de mujeres en la producción de indumentaria femenina, lo que su vez reforzó la asociación de las mujeres con la costura. Aunque esto no se ha investigado a profundidad, una de las consecuencias de esta feminización de la producción de indumentaria fue la exportación de modistas francesas a casi todas las ciudades del mundo (véase capítulo 2).

La crecida oferta de mujeres dedicadas a la costura coincidió, de manera fortuita, con el tercer proceso: la aparición de prendas de indumentaria femenina (las mantuas, el miriñaque y el túnico) que por distintas razones colocaron en franca ventaja a las costureras en la producción de indumentaria femenina entre 1670 y 1780.<sup>646</sup> Estas transformaciones se tradujeron en una crecida oferta de vestidos con estilos de moda y un aumento de esas prendas en los guardarropas de las mujeres de clases populares en Francia a lo largo del siglo XVIII.

La presencia de estas prendas de moda en el guardarropa de mujeres es señal de una ligera disminución en las distancias que separaban a los grupos sociales en el acceso a la indumentaria, aunque las desigualdades siguieron siendo enormes. Además, el engarzamiento de estos procesos tuvo como resultado la fuerte ambivalencia en el consumo de indumentaria femenina que, si bien aumentaba la producción y la riqueza de las naciones, también siguió siendo señalado como causa de ruina y perdición si no se regulaba.

Estos procesos no son evidentes en México. Las investigaciones sobre historia de la moda han demostrado que las diferencias en las fachadas personales entre miembros

---

consumo interno, tras el pago del arancel, o se exporten de nuevo exentas de gravámenes. Esta novedad en la organización fomentó la división del trabajo mercantil, a diferencias a los comerciantes genéricos de los mayoristas especializados y los comerciantes banqueros.”, Marcello Carmagnani, *Las islas del lujo. Productos exóticos, nuevos consumos y cultura económica europea, 1650-1800* (México: El Colegio de México-Marcial Pons, 2012), 35.

<sup>645</sup> Marcello Carmagnani, *Las islas del lujo*, pp. 19-49.

<sup>646</sup> Crowston, *Fabricating*, pp. 23-73.

de distintos grupos sociales eran gigantescas. Los retratos de mujeres y hombres con ropa hecha girones o casi desnudas, contrastan con los elevados precios de la ropa en los anuncios de distintos comercios y los lujosos atavíos que pueden admirarse en pinturas y fotografías. Es más, se ha documentado con suficiencia lo prohibitivos que eran los costos de la ropa para la gran mayoría de la población que vivió con magros salarios constantemente devaluados.<sup>647</sup>

Aunque esta es una historia que está por escribirse, sí hay pistas que apuntan hacia un posible crecimiento del guardarropa femenino en el siglo XIX. En los inventarios de las casas de empeño de la Ciudad de México y Guadalajara, y de algunos archivos notariales, las prendas de mujeres sobrepasan a las usadas por hombres. En estos inventarios, las enaguas, los rebozos y en mucha menor medida los vestidos, son las prendas femeninas que más se llevaron a empeñar entre 1787 y 1880 o que figuran en los testamentos de algunas personas (Tabla 6.2).

Tabla 6.2. Número de enaguas, rebozos y vestidos empeñados entre 1787-1921

<b>Años de Inventarios de casas de empeño</b>	<b>Enaguas</b>	<b>Rebozos</b>	<b>Vestido/túnico</b>
1787-1830	447	347	43
1867-1880	356	124	46
1902-1909	38	20	4
1915-1921	29	17	8

Fuente: Elaboración propia con datos de Marie François (pp. 277-285).

Estas prendas, como sostiene Marie François<sup>648</sup>, sirvieron para ajustar presupuestos domésticos en épocas de crisis, y salir adelante con las finanzas del día a día. Pero tuvieron más usos y muchas más vidas. Hombres y mujeres de los menos favorecidos económicamente “lucharon a diario por cubrirse y, en ciertos casos, conservar una

<sup>647</sup> Marie François, *A culture of Everyday Credit. Housekeeping, Pawbroking, and Governance in Mexico City, 1750-1920* (Lincoln: University of Nebraska Press, 2006), 411; María del Carmen de Arechavala y Torrescano, “Moda y consumo en las altas clases sociales de la ciudad de México, 1840-1870”, tesis de doctorado en Historia, 2014, pp. 285; Beatriz Bastarrica Mora, “‘Todos eran decentes pero la capa no aparece’. Guadalajara durante el Porfiriato. La ropa como bien de cambio” *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad* 148 bis, otoño (2016), 57-88.

<sup>648</sup> Marie François, *Op. Cit.*

apariencia pública ‘decente’”. Se sabe, pues, que esta ropa de segunda mano se utilizó para armar fachadas personales que se ajustaran, con mayor o menor interés y cuidado, a las normas dominantes de la cultura dominante de cada época.<sup>649</sup>

*Entre remiendos y novedades. Prácticas de vestimenta en los años del consumo moderno 1921-1942*

Las usuarias del servicio de encargos de *El Hogar* se valieron de distintos medios para comunicar lo que anhelaban comprar. Algunas enviaron pequeños pedazos de tela para indicar con claridad el color, tono y textura que deseaban para confeccionar sus prendas.<sup>650</sup> Otras no se conformaron con dar sus medidas corporales para la confección de los vestidos, sino que mandaron alguna de su ropa para que se tuviera la referencia exacta de sus medidas corporales. Hubo también quienes acompañaron sus cartas con recortes de figurines y anuncios de productos aparecidos en los diarios y revistas para mostrar con precisión lo que querían.<sup>651</sup>

Los pedidos de indumentaria hechos a través de *El Hogar* entre 1922 y 1932 muestran que los guardarropas de sus lectoras se conformaban, en gran medida, de prendas remendadas, confeccionadas a la medida —ya por uno mismo o pagándole a una modista o costurera— y, en menor medida, de ropa hecha lista para usarse.

---

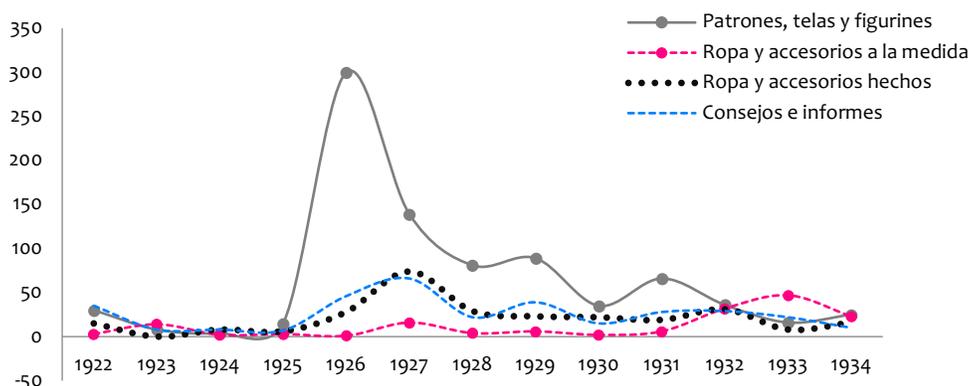
<sup>649</sup> Rescato el uso que Beatriz Bastarrica da al concepto “fachada personal” de Erving Goffman para la historia de la indumentaria y la moda. La fachada personal es el conjunto de “insignias del cargo y rango, el vestido, la edad y las características raciales, el tamaño y aspecto, el porte, las pautas de lenguaje, las expresiones faciales, los gestos corporales y otras características semejantes”, Erving Goffman, *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu, 1997, 35; Beatriz Bastarrica, *op. cit.*, pp. 86-87.

<sup>650</sup> Respuestas a: *Altiva*, “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 9 de noviembre de 1927, año 15, núm. 395, p. 2; S. M. C. ó L. M. C., “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 7 de diciembre de 1927, año 15, núm. 400, p. 4; A. G., “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 4 de enero de 1928, año 15, núm. 404, p. 2; María Teresa, “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 15 de mayo de 1929, año 16, núm. 475, p. 1 (tono de zapatos de tela); T. N. de P., “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 7 de enero de 1931, año 18, núm. 561, p. 2 (tela para vestido); Gladiola, “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 29 de abril de 1931, año 18, núm. 577, p. 54, “Departamento de Encargos” en *El Hogar*, 13 de mayo de 1931, año 18, núm. 579, p. 47.

<sup>651</sup> Respuestas a: *Celosa*, Buzón Particular de *El Hogar* en *El Hogar*, 27 de agosto de 1924, año 11, núm. 229, p. XX (zapatos); señorita M. C. A., “Departamento de Patronas”, *El Hogar*, 22 de diciembre de 1926, año 14, núm. 350, p. 41; A. A., “Buzón de Encargos”, *El Hogar*, 8 de octubre de 1930, año 17, núm. 548, p. 34 (faja); M. L., “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 2 de marzo de 1926, año 14, núm. 360, p. 2; M. G. M. De N., “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 13 de febrero de 1929, año 16, núm. 462, p. 1 (gorrita);

Más que prendas estandarizadas o mandadas hacer, las usuarias del servicio de encargos de esta revista solicitaron patrones de confección, cuadernos con modelos de moda, telas e hilos. Hacia 1932 la demanda de estos insumos disminuyó, pero esto puede explicarse por: 1. por las dificultades que había para obtener los patrones (mercancía importada); 2. porque *El Hogar* comenzó a competir con otras revistas que vendieron u ofrecieron patrones y, 3. porque en 1932 *El Hogar* volvió a abrir el servicio de confecciones, cuestión que se reflejó en el número de solicitudes de prendas hechas a la medida (véase Gráfica 6.4).

Gráfica 6.4 Pedidos de compras realizados por las lectoras de *El Hogar*, 1922-1934



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos

Este sistema de vestimenta se regía por varios principios, el más relevante era que la ropa no era desechable. Las prendas tenían varias vidas y dueños, por eso su cuidado y mantenimiento era crucial. Algunos encargos hechos a *El Hogar* muestran lo común que era remendar o modificar la ropa.

Una de las formas más habituales de su mantenimiento era el teñido, pero había otras prácticas que prolongaban la vida de las prendas.<sup>652</sup> También era usual poner

<sup>652</sup> Respuestas a: Carmen Suástegui, "Buzón particular de *El Hogar*", *El Hogar*, 20 de abril de 1922, año 9, núm. 140, p. 37; S. S., "Departamento de Encargos", *El Hogar*, 1 de mayo de 1929, año 16, núm. 473, p. 2; Miriam, "Departamento de Encargos", *El Hogar*, 9 de agosto de 1933, año 20, núm. 695, p. 56; M. G. de

parches sobre la ropa, es decir, coser pedazos de tela sobre el sitio donde fuera necesario. La viuda .. de G., por ejemplo, acordó que su vestido fuera arreglado con tela del color más parecido que encontraran, y la zacatecana M. T. L. de T. estuvo de acuerdo en remendar su vestido con tela de color distinto pues le informaron que “los contrastes están muy de moda”.<sup>653</sup>

Prolongar la vida de la ropa a veces implicaba más que remiendos. Una práctica recurrente consistía en convertir una prenda en otra(s) nueva(s). Así pasó con los abrigos de *Ibis* y la señora E. A. de L., que se convirtieron en sacos.<sup>654</sup> La transformación de las prendas también podía consistir en cambiar su tamaño para ajustarla a las proporciones de un nuevo dueño, como ocurrió con la reducción del abrigo de María y la ampliación de la falda y el saco de B. G. U.<sup>655</sup>

Otro principio de este sistema de vestimenta era su verticalidad. Las reglas de etiqueta dictaban el uso y forma de la ropa según la situación y el espacio donde se portaba. Bajo esta lógica se distinguía entre vestidos de casa, vestidos de calle y vestidos de día y de noche.

El ajuste de las prendas distinguía su uso. El acomodo exacto al cuerpo era requisito indispensable de todas las prendas que se usaran en la calle o en espacios públicos. Por eso se daba preferencia a la ropa confeccionada a la medida si ésta se lucía en el espacio público, pues aunque se vendían este tipo de prendas en tallas estandarizadas, éstas no lograban el ajuste adecuado pues sólo tomaban la medida del busto como referencia para obtener proporcionalmente las del resto del cuerpo. A la señora S. M. G. —quien firmaba como *Altiva*— le explicaron, por ejemplo, que los

---

M. “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 26 de julio de 1933, año 20, núm. 694, p. 55 y “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 11 de octubre de 1933, año 20, núm. 705, p. 4.

<sup>653</sup> Respuestas a S. G. viuda de G. “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 27 de diciembre de 1933, año 21, núm. 716, p. 56 y “Departamento de Encargos y Express de El Hogar”, *El Hogar*, 17 de enero de 1934, año 21 núm. 719, p. 4.

<sup>654</sup> Respuesta a E. A. de L., “Departamento de Encargos y Express de El Hogar”, *El Hogar*, 10 de enero de 1934, año 21, núm. 718, p. 4; Respuesta a *Ibis*, “Departamento de Encargos y Express de El Hogar”, *El Hogar*, 28 de noviembre de 1934, año 21, núm. 764, p. 62.

<sup>655</sup> Respuestas a: María, “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 7 de febrero de 1934, año 21, núm. 722, p. 4; B. G. U., “Departamento de Encargos y Express de *El Hogar*”, *El Hogar*, 17 de enero de 1934, año 21 núm. 719, p. 4.

abrigo hechos tenían las medidas determinadas por la talla y que por esa razón el que le habían comprado no reunía las condiciones deseadas.<sup>656</sup>

En contraste, el arreglo al cuerpo no tenía que ser exacto si la ropa era para usarse en casa o en el espacio privado. Por ejemplo, *Laura de Pereda* le compró a *Obscuridad* unos vestidos para usar en casa en *medidas generales* porque no había *especiales*, argumentando que seguramente le quedarían bien, pues “su corte no es exigente y a mí, que soy un poco más o menos de tu grueso, me vienen casi justos”.<sup>657</sup> Sin embargo, también había reglas para la ropa de casa, como hicieron saber a *Rosalina* a quien le compraron unos vestidos con todas las medidas solicitadas, pero no en el largo de la falda que ella quería pues le advirtieron que los vestidos de casa no se usaban largos.<sup>658</sup>

La jerarquía de este sistema también se manifestaba en las telas. El algodón ocupaba uno de los peldaños más bajos, pues era un material poco apreciado. Un anuncio de El Palacio de Hierro promocionaba unos vestidos de algodón afirmando que eran “¡Encantadores aun siendo de algodón!” y, además, remarcaba su durabilidad señalando: “Nuestros vestidos de telas de algodón, en colores firmes garantizados para que resistan todas las lavadas, son encantadores en su sencillez e ideales para la casa o para salir de compras por la mañana”. Los adjetivos de “encantador”, “firmes” “sencillez” indican la relevancia del valor de uso que éstos tendrían, más que su función estética. El precio es otro indicio de esta jerarquía en las telas. Los vestidos de algodón podían comprarse por 2.95 pesos y hasta 4.95 pesos; pero si eran de georgette, costarían \$10.50.<sup>659</sup>

La moda era otro elemento en la jerarquización de las prendas, es decir, si la ropa tenía el estilo de “última creación” o “de moda”, podía ser más cara. En un anuncio de El Puerto de Liverpool, publicado en 1932, un vestido “práctico y de bonito corte” de jersey de algodón costaba 4.95 pesos, pero si era un corte de última moda y estaba confeccionado en jersey de lana de alta calidad, costaba 31.50 pesos.<sup>660</sup>

<sup>656</sup> Respuesta a *Altiva*, “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 9 de noviembre de 1927, año 15, núm. 395, p. 2.

<sup>657</sup> Respuesta a *Obscuridad*, “Buzón Particular de *El Hogar*”, *El Hogar*, 4 de agosto de 1926, año 13, núm. 330, p. 43.

<sup>658</sup> Respuesta a *Rosalina*, “Departamento de Encargos y Express de *El Hogar*”, *El Hogar*, 10 de enero de 1934, año 21 núm. 718, p. 4.

<sup>659</sup> Anuncio de el Palacio de Hierro en *El Hogar*, 9 de septiembre de 1931, año 18, núm. 596, p. 46.

<sup>660</sup> Anuncio de El Puerto de Liverpool, *El Hogar*, 2 de noviembre de 1932, año 20, núm. 656, p. 2a de forros.

Otra práctica peculiar de este sistema de vestimenta era la confianza en “los expertos” y la relativa morosidad entre el acto de compra y la adquisición de la mercancía. Hoy en día cuando adquirimos ropa usualmente lo hacemos de manera personal y queremos verla, tocarla y probarla antes de comprarla o tenerla. Pero en los buzones de *El Hogar* encontramos a lectoras que delegaron la elección de las prendas a las encargadas de los buzones porque confiaban en su *gusto*; pero las encargadas de los buzones dependían, a su vez, del presupuesto marcado por las lectoras.

Como la mercancía debía ajustarse a los costos que señalaban las usuarias fue común que la compra se retrasara. Así pasó con el vestido negro de lana que quería la señora E. C. de F. L., pues por el precio que ella quería pagar sólo se encontraban en una tela “de imitación” y, según el gusto de *Laura de Pereda*, “muy cursis”. Lo mismo ocurrió con el abrigo que enviaron a Carmen V. Pérez, a quien explicaron que “por el precio que mandó usted, [fue difícil] encontrar algo bonito realmente; pero fue el mejor que encontré”.<sup>661</sup> También pasó que la compra realizada no cumplió con las expectativas; la duranguense E. P., por ejemplo, regresó el abrigo de seda que le habían comprado porque el que ella había solicitado debía ser de paño.<sup>662</sup>

Había límites materiales que impedían el desarrollo de una disposición por comprar ropa. Por un lado, las prendas que había en los comercios no eran muchas, lo que hacía común que se agotara; esto ocurrió con el abrigo que deseaba *Madrecita* y con pedidos de otras lectoras.<sup>663</sup> Por otro lado, las ofertas que anunciaban los comercios era ropa de mala calidad; en 1931, por ejemplo, avisaron a la yucateca S. L. M. que habían buscado el abrigo sport que deseaba, pero que en la casa que había ofertado abrigos de nueve pesos le habían dicho que:

---

<sup>661</sup> Respuestas a: E. C. de F. L., “Buzón Particular de *El Hogar*”, *El Hogar*, 20 de septiembre de 1922, año 10, núm. 157, s/p y Carmen V. de Pérez, “Departamento de Encargos y Express de *El Hogar*. Servicio COD”, *El Hogar*, 14 de agosto de 1935, año 21, núm. 801, p. 2.

<sup>662</sup> Respuesta a E. P., “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 30 de noviembre de 1927, año 15, núm. 398, p. 2.

<sup>663</sup> Respuestas a: *Madrecita*, “Departamento de Encargos” *El Hogar*, 11 de enero de 1933, año 20, núm. 666, p. 4, “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 18 de enero de 1933, año 20, núm. 667, p. 55 y “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 25 de enero de 1933, año 20, núm. 668, p. 4; A. R. V. De G. P., “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 4 de enero de 1933, año 20, núm. 665, p. 4; S. L. M., “Departamento de Encargos” en *El Hogar*, 11 de noviembre de 1931, año 19, núm. 605, p. 44; J. R. de A., “Buzón de Encargos”, *El Hogar*, 10 de diciembre de 1930, año 18, núm. 558, p. y “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 7 de enero de 1931, año 18, núm. 561, p. 2.

de ese precio no tienen en negro, sino únicamente en un color gris resultante del tejido de hebras blancas y negras formando dibujos. Agradeceré a usted me indique si le sirve en estas condiciones y teniendo en cuenta la mala calidad de la tela, para darme gusto de atenderla, o decirme, en caso de cancelar su pedido, qué debo hacer con la cantidad recibida.<sup>664</sup>

Ahora bien, aunque la ropa a la medida —confeccionada o remendada por una modista, costurera o por la persona misma— fue la práctica de vestimenta que más apareció en estos buzones, también es cierto que hay rastros de la disposición por comprar ropa ya hecha, sobre todo en prendas “periféricas”. En 1926, por ejemplo, le aconsejaron a Marina comprar el mantón que deseaba confeccionar, pues por cincuenta pesos podían adquirir unos *muy bonitos* y que mandado hacer costaría treinta pesos sólo el bordado que deseaba en la prenda.<sup>665</sup> Más que por el precio, fue por la calidad que decidieron comprar un corsé para la señora M. G. del C., aunque ella había enviado dinero para la tela y los materiales que se necesitaban para confeccionarlo;<sup>666</sup> lo mismo sugirieron a la señora L. G. de R. pues el costo de una faja nueva sería el mismo que la compostura de la que había enviado. Es decir, en estos años ya había algunas prendas estandarizadas que podían ser de mejor calidad y/o más baratas que las hechas a la medida.

La ropa y accesorios estandarizados que más compraron las lectoras de *El Hogar* fueron fajas, sostenes y camisetitas, suéteres, abrigos, mantones, chales, calcetines, zapatos, sombreros, guantes y bolsas (Tabla 6.3). A diferencia de los accesorios, que eran diseñados desde las casas de alta costura y tenían, además, un ritmo constante de cambio, las prendas compradas estaban más alejadas de la influencia de la moda. De hecho, cuando las lectoras compraban ropa interior o calcetas, por ejemplo, las encargadas de la sección no usaban el adjetivo “moda” para describirla, pero éste sí se incluía para informar sobre compras de accesorios como sombreros, abrigos, vestidos e incluso medias. En 1932, por ejemplo, antes de hacer la compra, le pidieron a G. Z. de

---

<sup>664</sup> Respuesta a S. L. M., “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 11 de noviembre de 1931, año 19, núm. 605, p. 44.

<sup>665</sup> Respuesta a Marina, “Buzón particular de *El Hogar*”, *El Hogar*, 26 de mayo de 1926, año 8, núm. 320, p. 2.

<sup>666</sup> Respuestas a M. G. del C., “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 4 de febrero de 1931, año 18, núm. 565, p. 54 y “Departamento de Encargos”, *El Hogar*, 25 de febrero de 1931, año 18, núm. 568, p. 2.

O. que confirmara si quería las medias solicitadas pues éstas eran saldos y por eso no eran de los colores que dictaba la moda.<sup>667</sup>

Tabla 6.3 Ropa hecha y accesorios pedidos al servicio de encargos de *El Hogar*

<b>Ropa hecha</b>	<b>Accesorios</b>
Ropa interior (corsé, brasier, fondo, faja, cubre corsé)	Sombrero
Camiseta	Peinetón
Camisón	Cuellos y puños
Blusa	Pulseras
Falda	Guantes
Vestidos	Cinturón
Traje sastre (de última moda)	Adornos para vestidos
Suéter	
Chal	Carteras, bolsa
Mantón	Medias
Abrigo	Zapatos

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de distintos buzones de correspondencia con lectores de la revista *El Hogar*

### *Consideraciones finales*

Los habitantes de las tierras mexicanas de otros siglos se mantuvieron al tanto de los últimos estilos en el vestir a través de caminos que todavía desconocemos. Se sabe que las estampas se usaron como medios para mantenerse al día sobre la moda en la indumentaria (recordemos, si no, al pobre peluquero enjuiciado por la Santa Inquisición). Se sabe también que fue hasta bien entrado el siglo xix cuando las publicaciones periódicas mexicanas lograron seguir el paso a los cambios dictados desde París: primero a través de columnas donde se describían los atuendos, columnas que casi nunca se ilustraban con imágenes; hacia finales del xix y durante las primeras décadas del xx, dichas secciones incluyeron imágenes. Pero en la década de 1920, *El Hogar* hizo algo más: comenzó a vender los patrones de la empresa estadounidense McCall.

Al comenzar la venta de patrones McCall, *El Hogar* se transformó en mercader de la moda y sus páginas en escaparates donde las lectoras podían adquirir patrones para

<sup>667</sup> "Departamento de Encargos", *El Hogar*, 13 de abril de 1932, año 19, núm. 627 p.50.

confeccionar vestidos con los últimos estilos dictados desde París y Nueva York o mandar remendar otras prendas de sus guardarropas. A diferencia de las tiendas departamentales que vendían sus productos a los estados de la república a través de la venta al mayoreo, *El Hogar* ofreció a las lectoras que vivían fuera de la Ciudad de México la posibilidad de comprar los patrones y otras prendas por pieza. Además, la venta de patrones para confección de prendas de *El Hogar* estuvo integrado a un proyecto editorial que pretendía ayudar a la mujer en las actividades que consideraban femeninas. Desde este proyecto seleccionaron los figurines que publicaron en su sección de modas y aconsejaron a sus lectoras al momento de comprar patrones de moda.

Por otro lado, en los estudios sobre indumentaria y modas se ha sostenido que las ciudades son tierra fértil para la moda, pues la vida urbana implica cambio y movilidad constantes que quiebran la experiencia del tiempo y el espacio como entes inamovibles. En las ciudades, además, han habitado mujeres que trabajan y viven solas. Este ambiente de cambio constante parece ideal para la moda como fenómeno cultural. Es cierto que hubo mujeres de este tipo entre las usuarias del servicio de encargos de la revista, pero también es cierto que el consumo de moda siguió ocurriendo en espacios no urbanizados. Este hecho permite matizar la idea de la moda como un fenómeno progresivo.

Bajo esta mirada se comprende que esta venta de patrones no fue únicamente la visión de una editora que supo ubicar un rico mercado. Para Enríquez de Rivera y su equipo de redacción, el uso de estos patrones implicaba, por un lado, una economía de tiempo para las mujeres, pues suponían que ellas debían confeccionar la ropa de las mujeres, es decir, se daba por sentado un tipo específico de feminidad en la que saber hacer ropa estaba incluido. Por otra parte, la ropa confeccionada con estos patrones le permitía a las mujeres incursionar en el espacio público con una apariencia estilizada que les daría mayores posibilidades de éxito en su trato con el sexo opuesto: esta apariencia más sofisticada podía servirles como táctica para insertarse en un mundo revolucionado donde las diferencias entre dominantes y dominados estaban reconfigurándose.

## VII. El poder de la palabra impresa: las pelonas

### *Nominar la realidad*

Durante las décadas de 1920 y 1930 hubo una transformación en la apariencia femenina que agitó las aguas del mundo entero. Mujeres de aspecto muy peculiar irrumpieron por las calles de Estados Unidos, Francia, Inglaterra, Italia y Alemania, pero también invadieron el paisaje de China, India, Sudáfrica, Japón, Cuba y Rusia. México no fue la excepción.

En cada país tuvieron un mote diferente. *Flappers, garçonnnes, donna moderna, neue Frauen, moga, moden xiaojie, kallage ladki, garzonas, NEPkas*.<sup>668</sup> En México fueron conocidas como *pelonas*. Su apariencia física era casi la misma en todas partes: usaban maquillaje o polvos de arroz en el rostro, rímel en las pestañas, pintaban sus labios de carmín en forma de corazón, delineaban sus cejas con un acentuado arco y lucían cabellera corta.<sup>669</sup>

Además de la apariencia física, estas jóvenes se distinguían por su comportamiento y su corporalidad: escuchaban jazz, bailaban *fox trot* y *shimmy*, fumaban, practicaban algún deporte y manejaban automóviles. Para muchos eran frívolas. La escritora española Jesusa Alfau, por ejemplo, señaló lo paradójico de esta ligereza de comportamiento, pues a diferencia de las mujeres de otras épocas, algunas de estas chicas eran universitarias. La misma Alfau manifestó su desasosiego ante ellas, pues su “diabólica apariencia masculina” y andar varonil borraban “toda feminidad”.<sup>670</sup>

---

<sup>668</sup> Weibaum, Alys Eve, Lynn M. Thomas, *The modern Girl Around the Globe. Consumption, Modernity and Globalization*, Duke University Press/ Durham, 2008.

<sup>669</sup> “Verdades en broma. Las chicas modernas”, *El Hogar*, XX de noviembre de 1922, año 10, núm. 161, p. 8.

<sup>670</sup> Jesusa Alfau, “Vida extranjera. La frivolidad de la mujer moderna”, *El Hogar*, 30 de junio de 1922, año 9, núm. 149, p. 5

La presencia de estas mujeres en México fue ineludible para sus contemporáneos a partir de 1924. Antes de este año, las noticias sobre ellas parecían llegar sólo desde Nueva York y París.<sup>671</sup> De hecho, los editores mexicanos incluían a las *flappers* como un contenido más de variedad, entretenido, de fácil lectura, que ocurría allende las fronteras, que servía para rellenar páginas y cuya información obtenían de publicaciones extranjeras.<sup>672</sup> En los artículos que publicaban avisaban a los lectores que estas mujeres eran empleadas de Wall Street, mecanógrafas, manicuristas, telefonistas, dependientas de alguna tienda, o estudiantes de filosofía, ciencias, leyes e, incluso, cabareteras.<sup>673</sup> Para que no quedara duda de su apariencia, también incluyeron fotografías: aparte del maquillaje y del pelo corto (monopolio imaginado de los hombres), las *chicas modernas* vestían con suéteres pegados “e indiscretos”, faldas cortas que dejaban las pantorrillas al aire libre, o vestidos sueltos sin mangas, con escotes prolongados usados sin ningún corsé debajo.<sup>674</sup>

Aunque los editores lo abordaban como fenómeno extranjero, hay indicios de la presencia de estas chicas en México desde el mero inicio de la década de 1920. Algunas de esas huellas son fragmentarias. Por ejemplo, en 1921 ciudadanos y autoridades de la Ciudad de México se alarmaron por la asistencia de jóvenes mujeres a salones públicos para ir bailar al “inmoral” ritmo del jazz y shimmy.<sup>675</sup> Además de estas jóvenes bailadoras, las fotografías que aparecen en la crónica social de esos años están llenas de mujeres de pelo corto practicando algún deporte.<sup>676</sup>

---

<sup>671</sup> Jesusa Alfau, “Vida extranjera. La frivolidad de la mujer moderna”, *El Hogar*, 30 de junio de 1922, año 9, núm. 149, p. 5; “Correo de París. La cabellera de la mujer moderna”, *El Universal Ilustrado*, 24 de enero de 1924, año 8, núm. 350, p. 28; Carlos Serrano, “El reinado de las pelonas”, *Revista de Revistas*, 25 de mayo de 1924, año 15, núm. 733, p. 9.

<sup>672</sup> Evidencia de esto es que un par de semanarios anunciaron la muerte de la flapper con cuatro meses de diferencia, uno en septiembre de 1922 y el otro en enero de 1923. Véase Aurelio Pergo, “Al margen de Nueva York. La Desaparición de la flapper”, *El Hogar*, 30 de enero de 1923, año 10, núm. 170, p. 9, “Por qué murió la flapper”, *El Hogar*, 30 de enero de 1923, año 10, núm. 170, p. 37 y “Locuras de la moda”, *El Universal Ilustrado*, 7 de septiembre de 1922, año 6, núm. 280, p. X.

<sup>673</sup> “La perfecta flapper”, *El Universal Ilustrado*, 23 de octubre de 1924, año 8, núm. 389, p. 29.

<sup>674</sup> “Locuras de la moda”, *El Universal Ilustrado*, 7 de septiembre de 1922, año 6, núm. 280, p. X.

<sup>675</sup> Nathaly Rodríguez Sánchez, “Esas mujeres con corte a lo muchacho y con las piernas al aire. Las pelonas y la transformación de la feminidad en la ciudad de México en la década de los veinte”, en Pilar Gonzalbo Aizpuru y Leticia Meyer Celis (eds.), *Conflicto, resistencia y negociación en la historia, Ciudad de México, Colegio de México*, 2016, p. 299.

<sup>676</sup> Carmen Collado, “El espejo de la elite social (1920-1940)” en Pilar Gonzalbo y Aurelio de los Reyes (coord. de los volúmenes del Siglo XX), *Historia de la vida cotidiana en México, Siglo XX. Campo y ciudad*, Ciudad de México, Fondo de Cultura Económica/El Colegio de México, 2006, pp. 89-125.

Si estas sospechas parecen insuficientes, hay pruebas más completas.

Cube Bonifant fue una joven escritora que comenzó su carrera periodística durante las primeras semanas de 1921. Esta muchacha sinaloense de diecisiete años criticaba con igual fervor a las mujeres que se definían como modernas y a las feministas de la época;<sup>677</sup> no obstante, se regodeaba afirmando que le gustaban las flores para deshojarlas y comerse los pétalos, y que cuando veía niños sentía deseos de clavarles las uñas.<sup>678</sup> Estas opiniones eran poco comunes dentro del espectro de la escritura femenina de aquellos años, pero los retratos de Bonifant muestran a una joven de melena corta y labios color carmín, y su pluma atrevida e irreverente encarna a una de esas chicas de menguada feminidad que angustiaban a la escritora española Alfau. La misma Bonifant escribió: “Me marchó contenta de no ser escritora [...] pero además con la complacencia egoísta y risueña de mis cabellos recortados y de *mi poca feminidad*”.<sup>679</sup>

También Emilia Enríquez de Rivera, editora, directora y gerente de la revista *El Hogar*, percibió la transformación de las mujeres en el México de aquellos tiempos. A inicios de la década, esta editora era una mujer cercana a los cuarenta años que vivía de su trabajo como empresaria editorial, quizá por eso escribió, seleccionó y publicó artículos en su revista que informaban sobre las nuevas condiciones de vida de las mujeres. Como editorialista, Enríquez de Rivera apoyó la idea de que el trabajo no humillaba a las mujeres, aunque pensaba que era necesario y prioritario educarlas e instruir las para que supieran moverse en un mundo laboral lleno de hombres.<sup>680</sup> Como editora difundió la formación de agrupaciones femeninas y la organización de congresos femeninos realizados en la Ciudad de México durante los años veinte y treinta.<sup>681</sup> Pero

---

<sup>677</sup> Así lo sostiene su biógrafa Viviane Mahieux en “Una pequeña marquesa de Sade en la crónica mexicana”, *Una pequeña marquesa de Sade. Crónicas Selectas (1921-1948)*, México, Pértiga, 2009, p. 34.

<sup>678</sup> Su nombre era Antonia Bonifant López. Nació en Sinaloa en 1904. Fue columnista durante más de cuarenta años en varias revistas, además de ser una de las primeras mujeres que escribieron crítica de cine. Viviane Mahieux, “Cube Bonifant: una escritora profesional en el México Post-revolucionario” en *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana*, segundo semestre de 2007, año 23, núm. 66, pp. 153-172.

<sup>679</sup> Cube Bonifant, “Cabellos largos e ideas cortas” en *Una pequeña marquesa de Sade. Crónicas selectas (1921-1948)*, México, Pértiga, 2009, p. 100. El subrayado es mío.

<sup>680</sup> *Obdulia*, “Cómo vence la mujer”, *El Hogar*, 1 de febrero de 1921, año. 8, núm. 109, p. 5, *Obdulia*, “Abnegación femenina”, *El Hogar*, 1 de julio de 1921, año 8, núm. 119, p. 5.

<sup>681</sup> Enríquez de Rivera incluyó en las páginas de su revista una nota extensa sobre la formación del Consejo Feminista Mexicano y escribió un editorial sobre la organización del Primer Congreso Internacional de Mujeres Ibéricas e Hispanoamericanas. Véase Esperanza Velázquez Bringas, “El comité mexicano del Consejo Internacional Feminista. Cómo y por qué se ha fundado”, *El Hogar*, 1 de junio de

lo que ilustra de manera nítida su fuerte convicción de que vivía una época de transformación y liberación femenina fue la carrera de automóviles pilotados por mujeres que organizó a inicios de 1923.<sup>682</sup> Enríquez de Rivera dijo de manera explícita que su afán al realizar este evento era:

[...] poner de relieve la transformación que ha sufrido la mujer mexicana, en consonancia con las mujeres de todo el mundo, y [...] demostrar el positivo adelanto del sexo femenino en la escala de los conocimientos modernos, para que no se dude ya que ha entrado de lleno en la senda de la evolución en que se desarrollan todas las actividades humanas...<sup>683</sup>

Entonces, a pesar del dicho de los editores, había chicas modernas en México antes de 1924: pues bailaban, hacían deporte, manejaban coches, usaban vestidos sin mangas y llevaban el pelo corto. Algunas eran de una posición social holgada: tenían automóviles y asistían a clubes y reuniones que ocupaban las páginas de sociales de los diarios. Otras trabajaban en oficinas de gobierno o en casas comerciales y eran de ese uno por ciento de mujeres que sabía leer y escribir. Y otras más no pertenecían a la buena sociedad: habían llegado a la Ciudad de México desde el campo con el oleaje migratorio gestado tras la revolución.

Meses después de la controversia por la presencia de jóvenes mujeres en salones de baile (1921), un columnista afirmó que algunas de estas asistentes dejaban “al descubierto sus brazos delgados, pero bien torneados que [...] al acercarse al rostro denotan una enorme diferencia de color (pues la cara es blanca y los brazos bien morenos)”.<sup>684</sup> Esta observación sobre la diferencia de los colores de los brazos y cara no es accidental. Los códigos de conducta de la época establecían como norma –y como prueba de buen gusto– la coincidencia de color entre el maquillaje y el tono de piel. Así

---

1920, año 7, núm. 93, p. 8 y 12; Obdulía, “Ante el empuje de los tiempos”, *El Hogar*, 28 de enero de 1925, año 12, núm. 251, p. 5.

<sup>682</sup> Enríquez de Rivera se inspiró al ver a una mujer manejando de manera veloz y con soltura un automóvil por los rumbos de Tacubaya. Desafortunadamente, la carrera terminó en tragedia, pues una participante estrelló su coche y falleció. Obdulía, “Heraldos de Primavera”, *El Hogar*, 10 de febrero de 1923, año 10, núm. 171, p. 3; José Luis Velasco, “Tintas líricas. Carreras de autos”, *El Hogar*, 20 de abril de 1923, año 10, núm. 178, p. 25.

<sup>683</sup> Obdulía, “La fatalidad en acecho”, *El Hogar*, 20 de abril de 1923, año 10, núm. 178, p. 5.

<sup>684</sup> “Verdades en broma. Las chicas modernas”, *El Hogar*, XX de noviembre de 1922, año 10, núm. 161, p. 8.

lo expresó la encargada de compras de *El Hogar*: “El polvo debe en verdad armonizar con el color de la tez y es necesario comprarlo *de acuerdo con este dictado del buen gusto*”.<sup>685</sup> El comentario del columnista condena el desconocimiento de este código, pero no solo eso.

En aquellos años no sólo se vendía maquillaje de distintos colores –desde blanco o rosado hasta “morisco” (café)– sino que había varias posibilidades para colorear la piel: el talco blanqueaba (y punto), y los polvos de arroz se distinguían de otros polvos más baratos elaborados con químicos, como el bismuto, que daban “a la piel una coloración grisácea y brilla en él una especie de cristallitos diminutos”.<sup>686</sup> Es decir, si había chicas con los rostros de un color y los brazos de otro, entonces quizá no estamos nada más frente a la poca pericia (desconocimiento) de algunas mujeres para elegir el tono adecuado del maquillaje, sino frente a un uso distinto del código de buen gusto –un código estético diferente– que regulaba las apariencias. En otras palabras, la diferencia de color entre brazos y rostro es indicio de las prácticas de vestimenta de ciertos grupos sociales, como veremos a detalle más adelante.

Pero por ahora me interesa resaltar el hecho de que la prensa mexicana, antes de 1924, no identificó a ninguna mujer mexicana como *flapper*. ¿Por qué?

### *De flappers a pelonas*

Antes de 1922, la palabra *flapper* hacía referencia a chicas que asistían a la universidad; pero ese año el término comenzó a circular con más frecuencia en los impresos de todo el mundo y también adquirió nuevos sentidos. El poeta José Juan Tablada, entonces columnista de *El Universal* radicado en Nueva York, informó que, en Estados Unidos, la palabra *flapper* comenzaba a describir “al tipo de muchachas que tienen como único

---

<sup>685</sup> La respuesta continua: “para las blancas se recomienda el polvo blanco o rosado, para las trigueñas el Rachel no. 1, para las morenas pálidas, el número 2 y para las morenas el morisco.” En la Nueva España, el término morisco se usaba para ubicar a los hijos de mulata/o con español/a. Respuesta de Laura de Pereda a Lectora Presumida, “Buzón particular de El Hogar”, *El Hogar*, 1 de febrero de 1928, año 15, núm. 408, p. 44. El subrayado es mío.

<sup>686</sup> En 1923, la encargada de compras de la revista *El Hogar* le escribió a Rosario, “El polvo de que me habla no es bueno. Le recomiendo el taidelí de arroz que vale a dos cincuenta la caja y lo hay en tonos blanco y rosa para las blancas y rachel para las morenas.” Respuesta a Rosario, “Buzón Particular de El Hogar”, *El Hogar*, 10 de marzo de 1923, año 10, núm. 174, p. 36; Respuesta a Rose d’Orsay, “Buzón Particular de El Hogar”, *El Hogar*, 30 de julio de 1923, año 10, núm. 188, p. 39.

aparente fin de su vida el ‘*good time*’, el *flirt* y el ‘*spooning*’ [...]’;<sup>687</sup> chicas para quienes el pelo largo era “cosa de la mujer de las cavernas” y la fidelidad no las conmovía porque “morir de amor” era “para las monas”.<sup>688</sup>

Las actrices de cine, sobre todo las estadounidenses, fueron las primeras en encarnar a las *flappers* del mundo. Por eso no es fortuito que los columnistas de la pantalla grande fueran los primeros en usar tal término en México.<sup>689</sup> Tampoco sorprende que dos años después de esta expansión de sentidos de la palabra *flapper*, las publicaciones mexicanas comenzaran a escribir contenidos originales sobre ellas y que fuera un aficionado al cine quien identificara a ciertas mujeres mexicanas como *flappers*.

En febrero de 1924, *El Ilustrado* sacó una nota breve con el título “Nuestras *flappers*” donde informaba que las mujeres en México se estaban cortando la cabellera.<sup>690</sup> Una semana más tarde, el periodista Francisco Zamora -quien firmaba bajo el seudónimo *Jerónimo Coignard* y sería la pareja sentimental de Bonifant– retomó el término *flapper* para decir a los lectores que en la Ciudad de México pululaban *flappers* que imitaban todo lo que veían en las películas, y que por eso sabían del *flirt* –no eran monógamas, tenían marido y novio al mismo tiempo.<sup>691</sup> Además, aseguraba Zamora,

<sup>687</sup> “Crónicas del extranjero. Cartas de Nueva York”, *El Universal*, 5 de agosto de 1922, p.

<sup>688</sup> José Juan Tablada, “Nueva York múltiple”, *Excelsior*, 8 de septiembre de 1922, p. 3.

<sup>689</sup> Anne Rubenstein, “La guerra contra las pelonas”, p. 100.

<sup>690</sup> Manuel Horta, “Nuestras Flappers”, *El Universal Ilustrado*, 14 de febrero de 1924, año 7, núm. 353, p. 18.

<sup>691</sup> La columna de Zamora surgió a partir de la lectura de una nota –aparecida en *El Sol* de Sonora y reproducida luego en *El Universal*– que aseguraba la existencia de un “sindicato” de novias. A partir de esa nota, Zamora afirmó que las mujeres de provincia seguían viviendo bajo el régimen del novio único porque “El cinematógrafo no ha logrado todavía convencerlas por completo de las bondades del ‘flirt’”, como sí había hecho con sus pares ciudadanas. Los lectores reaccionaron ante las afirmaciones del columnista. Invitaron al columnista a comprobar si las chicas de provincia estaban convencidas, o no, de las ventajas del *flirt*, y argumentaron que, si había un déficit de novios en provincia, era porque había escasez de moralidad en la ciudad. Más allá de esta polémica es importante decir que Zamora era un aficionado al cine, y por eso sospecho que vio la cinta *El Flirt*, proyectada un año antes en algunos cines de la Ciudad de México. En este filme, Cora Madison, hija de una familia de clase media, está comprometida con Richard Lindley, pero le gusta Val Corliss, un vendedor de acciones de una compañía petrolera. Cora falsifica la firma de su padre cuando éste se niega a entrar en el negocio petrolero, y Corliss huye con el dinero de las acciones. Cora confiesa haber falsificado las firmas y su padre paga las deudas contraídas por el estafador. Al final, Corliss es detenido, Lindley, el novio de Cora, se casa con Laura, hermana de Cora, y ésta sienta cabeza con un nuevo esposo. La cinta comenzó a exhibirse en México el 21 de abril de 1923 y se proyectó al menos en los cines de San Juan de Letrán, Cinco de Mayo UDA y en el Trianon Palace. Cfr. American Film Institute Catalog. Feature Films 1921-1930, Londres, Universidad de California, 1997, p. 254 y María Luisa Amador y Jorge Ayala Blanco, *Cartelera Cinematográfica Digital, 1912-1989*, UNAM-CUEC, disco compacto; “Epistolario de Jerónimo Coignard. Las novias provincianas”, *El Universal Ilustrado*, 28 de febrero de 1924, año 7, núm. 355, p. 13; “Epistolario de Jerónimo Coignard. Flappers y provincianas” en *El Universal Ilustrado*, 13 de marzo de 1924, año 7, núm. 357, p. 11.

estas *flappers de imitación* por “las tardes de música en el jardín principal, lucen la elasticidad provocadora de sus cuerpos de andrógino dentro de la funda indiscreta de los trajes modernos que se ajusta a los relieves con nervioso apremio interminable”.<sup>692</sup>

Esta descripción resulta familiar porque retoma el sentido de la palabra *flapper* que había señalado Tablada y con el cual se describía a las muchachas que sólo querían divertirse, que eran expertas en flirteo y que movían sus cuerpos al son del jazz y *shimmy* –esos ritmos que habían causado indignación en 1921 por los movimientos corporales “provocadores”. Pero lo peculiar de la nota radica en que señaló como *flappers* a ciertas mujeres que vivían en México y que causó tal polémica entre los lectores, que la redacción de *El Universal Ilustrado* explotó a las *flappers de imitación* al menos durante doce números (de marzo a mayo).

En la sección de poemas publicaron “Nuestras *flappers mexicanas*”, versos que hacían eco de la idea esbozada por Zamora sobre las *flappers* en México como fenómeno de imitación, pues comenzaban con un “Nosotros que aquí somos tan afectos / a copiar de los otros los defectos”, y terminaba con “ha resultado lo que no hay allá / el tipo de la *flapper* con mamá”.<sup>693</sup> Después escribieron un artículo sobre las chicas de las ciudades calmosas que soñaban con vivir “los enredos cinematográficos” y “emanciparse de los usos carcomidos, de darle al amor un aspecto menos rígido”.<sup>694</sup> Y finiquitaron el asunto con un fotorreportaje que mostraba a mujeres de pelo corto engalanadas con vestidos de túnico confeccionados en telas vaporosas, paseando por un parque de Orizaba.<sup>695</sup>

Afanados en hablar de las *flappers mexicanas*, los periodistas buscaron un nombre adecuado para ellas. Alguien propuso decirles *románticas capilares*, pues el corte de pelo debajo de los oídos era conocido en las peluquerías como romántico, pero la propuesta no funcionó.<sup>696</sup> A finales de mayo de 1924, las *flappers mexicanas* tenían

---

<sup>692</sup> “Epistolario de Jerónimo Coignard. Flappers y provincianas”, *El Universal Ilustrado*, 27 de marzo de 1924, año 7, núm. 360, p. x.

<sup>693</sup> Sánchez Filmador, “Nuestras flapper mexicanas”, *El Universal Ilustrado*, 3 de abril de 1924, año 7, núm. 360 bis, p. 30.

<sup>694</sup> Blanca de Montalbán, “Señorita, lea usted esto: El Flirt”, *El Universal Ilustrado*, 15 de mayo de 1924, año 8, núm. 366, p. 34.

<sup>695</sup> “La provincia del Flirt”, *El Universal Ilustrado*, 22 de mayo de 1924, año 8, núm. 367, p. 23.

<sup>696</sup> “El romanticismo capilar y la criminología femenina”, *El Universal Ilustrado*, 8 de mayo de 1924, año 7, núm. 365, pp. 31 y 39.

nombre propio: *pelonas*.<sup>697</sup> Este término no era nuevo, como tampoco lo era la moda del pelo corto entre las mujeres ni el rechazo que provocaba.

Se sabe que desde finales del siglo XVIII y en distintos momentos del siglo XIX hubo mujeres de pelo recortado. No podemos saber con certeza cómo era este arreglo de cabellera, aunque podemos darnos una idea viendo el peculiar figurín de una dama que lleva el pelo a la Titus –cortísimo y sin ningún adorno– publicado en la revista francesa *Costume Parisiën* en marzo de 1798. La rareza de este figurín se vuelve indiscutible al contrastarlo con otros publicados en esos años (Ilustración 7.1). Los rastros de estas mujeres en tierras novohispanas son pocos, pero existen.

A inicios del siglo XIX, la redacción del *Diario de México* llamó *pelonas* a las mujeres que, siguiendo los dictados de la moda (llegados de la Francia revolucionaria), llevaban el pelo levantado o de plano cortado al nivel de la nuca. Esas mismas notas dan cuenta del rechazo que provocó tal peinado: se refirieron a él como la moda femenina de la pelonería, quizá jugando con su cercanía fonética al término *pelona* y el significado de ésta como sinónimo de pobreza o escasez; también dijeron que llevar el pelo corto era prueba de mal gusto.<sup>698</sup>

---

<sup>697</sup> “¿Cuál fue el verdadero creador de las pelonas?”, *El Universal Ilustrado*, 22 de mayo de 1924, año 7, núm. 367, pp. 22 y 70.

<sup>698</sup> “Utilidad de la pelonería para la ciencia craniomágica”, *Diario de México*, 23 de abril de 1811, p. 46; “Abuelito”, *Diario de México*, 30 de abril de 1811, p. 490; “Ensaladilla. De abusos o apuntamientos de Antonio Chispas”, *El Diario de México*, 11 de febrero de 1814, tomo 3, núm. 42, p. 3.

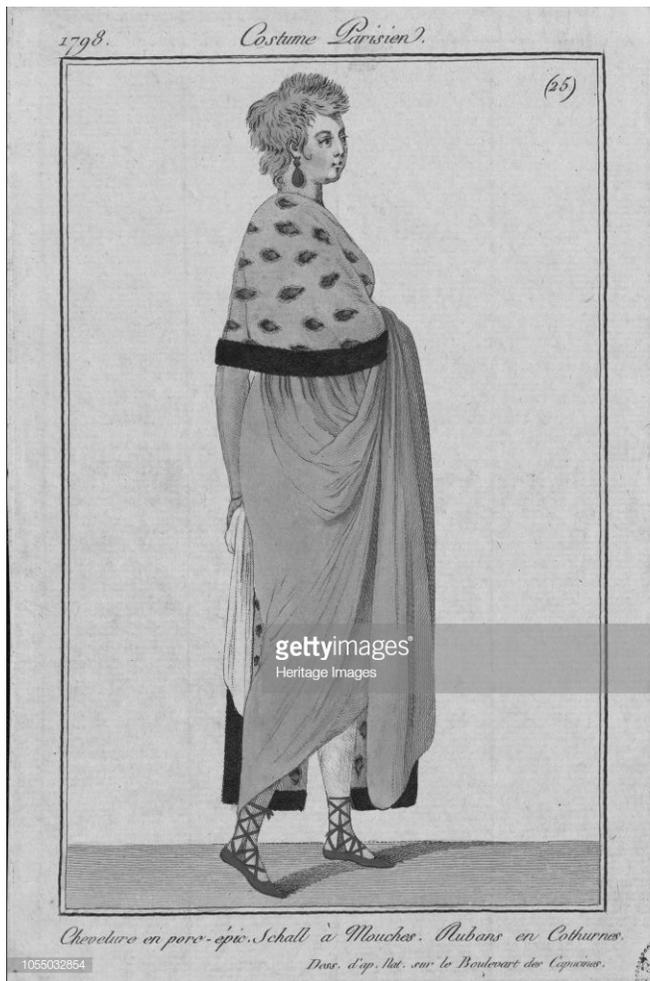


Ilustración 7.1. Figurines de *Costume Parisien*, 1798.

Las pelonas reaparecieron en las páginas impresas décadas más tarde. Hacia 1870 el pelo corto volvió a ponerse de moda entre las mujeres, pero en esta ocasión las fuentes no muestran reprobación por tal moda, sino alabanzas. *Juvenal*, aquel cronista de sociales del diario liberal *El Monitor Republicano*, se declaró adorador de las pelonas que asistían a los bailes y reuniones sociales, con “su primorosa [...] cabellera [que] apenas llegaba hasta su niveo cuello acariciándole suavemente con sus pequeños rizos...”.<sup>699</sup> Así pues, que el nuevo tipo de feminidad en la década de 1920 se haya nombrado con

<sup>699</sup> “Charla de los domingos”, *Monitor Republicano*, 2 de febrero de 1873, año 23, núm. 29, p. 1.

el término *pelona*, revela la importancia de las revistas impresas y sus colaboradores en la visibilización de este fenómeno cultural en México.

Los editores de revistas y reporteros del siglo XX rescataron la palabra que habían usado sus antecesores para identificar a las mujeres de pelo corto. Pero estos profesionistas no sólo fueron cruciales por bautizar a las mujeres modernas en estas tierras, sino que también contribuyeron a ponerlas en el centro del debate público: mientras más debatieron sobre la nueva apariencia femenina, más contenidos sobre las pelonas aparecieron en las páginas de otras publicaciones periódicas. Regresaré a 1924 para comprobarlo.

Después de la primera nota –publicada en febrero– sobre las mexicanas cortándose el pelo publicada en *El Ilustrado*, y del resto de los contenidos sobre ellas que aparecieron en los números subsecuentes, *Revista de Revistas* dedicó un número especial (mayo) a las *pelonas*.<sup>700</sup> Para el verano, hacia finales de junio, salían contenidos sobre ellas casi todos los días en otras publicaciones.<sup>701</sup> Es decir, las páginas impresas se convirtieron en acaloradas tribunas donde se debatió la nueva moda femenina mundial en México. Y el debate fue más allá del mundo impreso.

Los dueños de cines aprovecharon el barullo para promocionar películas. Muestra de ello son los títulos de algunas cintas. Van algunos ejemplos. Antes de que fueran tema polémico en México, las *flappers* habían sido protagonistas en las películas de Hollywood, pero varios de esos filmes no se proyectaron en las salas de cine del país, como ocurrió con *The Flapper* (1920), *The Country Flapper* (1922), y *The Cowboy and the Flapper* (1924). La cinta que sí estuvo en la cartelera mexicana –en octubre de 1922– fue *The Married Flapper* (1922), sin embargo, fue promocionada bajo el título de *Las apariencias engañan*. A diferencia de ésta, en pleno verano de 1924 se estrenaron las cintas *La esposa flapper*, cuyo título en inglés, *Lawful Larceny*, en nada refería al *flapperismo*,<sup>702</sup> y *Mujeres Modernas (Black Oxen)* para la que utilizaron como estrategia

<sup>700</sup> Véase *Revista de Revistas*, 25 de mayo de 1924, año 15, núm. 733.

<sup>701</sup> Anne Rubenstein, p. 107.

<sup>702</sup> *La esposa Flapper* cuenta la historia de Marion (Hope Hampton) y Andrew Dorsey (Conrad Nagel). Mientras Marion está de viaje por Europa, su marido tiene un romance con Vivian Hepburn (Nita Naldi), mujer que engatusa a hombres en una casa de apuestas que maneja Guy Tarlow (Lew Cody), su pareja. A punto de la quiebra y de ser encarcelado, Andrew confiesa su infidelidad a Marion y ella regresa a casa para salvarlo. Disfrazada de una viuda rica, Marion seduce al estafador Tarlow y logra recuperar el cheque que tenía a punto de la quiebra a su marido. *La esposa flapper* se estrenó en el Cine Olimpia el 11 de junio

publicitaria el debate sobre las pelonas, pues afirmaban que la mujer moderna:<sup>703</sup> “[...] no es la antigua [...] el ser débil que desde la edad cavernaria hasta el principio del siglo presente no tenía voz ni voto y su voluntad era casi nula [...] la mujer día a día se impone [...] la moda *pelona*, higiénica y estética se pasea por los puntos cardinales”.<sup>704</sup>

Más allá de los títulos, la exhibición de películas fue motivo de discusiones entre empresarios de cine y grupos católicos, por ejemplo. Justo en el verano de 1924, la cinta *Juventud Ardiente* (*Flaming Youth*) provocó una reyerta –una más, como veremos adelante– entre unos y otros.<sup>705</sup> Las Damas Católicas enviaron cartas a las redacciones de *Excélsior* y *El Universal* pidiendo que dejaran de promocionar el filme pues, decían, fomentaba una moral frívola y corrupta.<sup>706</sup> Pero las cartas lograron poco: *Juventud Ardiente* se proyectó en las salas cinematográficas y los diarios siguieron incluyendo publicidad sobre ella. Un mes más tarde, montado en la discusión sobre la apariencia de las mujeres, el arzobispo de la Ciudad de México dijo estar dispuesto a prohibir la entrada a los templos a aquellas mujeres “que olvidan la decencia, el natural recato, el decoro más elemental para vestirse”.<sup>707</sup>

Mientras el debate sobre la apariencia femenina iba en franco ascenso, circularon rumores de acciones directas contra ellas, las *pelonas*. Y al poco tiempo, la violencia física estalló: el 21 de julio de 1924, unos preparatorianos raparon a una estudiante de

---

de 1924. Véase María Luisa Amador y Jorge Ayala Blanco, *Cartelera Cinematográfica Digital, 1912-1989*, Ciudad de México: UNAM-CUEC, disco compacto.

<sup>703</sup> *Mujeres Modernas* está basada en la novela *Black Oxen*, de Gertrude Atherton. La copia que sobrevive está incompleta y, ay, falta el final. En la película contrastan los personajes de Corinne Griffith (Condesa Zatianny/Mary Ogden) y Clara Bow (Janet Oglethorpe). Griffith interpreta a una mujer de 60 años de origen norteamericano que luce como veinteañera gracias a un misterioso tratamiento científico de hormonas y rayos X. Janet es una *flapper* que vive en la fiesta, es caprichosa y rebelde. El hombre en disputa es Lee Clavering un guionista de teatro que se enamora de la condesa Zatianny. En la cinta, el comportamiento desenfadado de Janet contrasta con las buenas maneras de Zatianny. Como Lee está enamorado de la condesa Zatianny, le propone matrimonio incluso después de que ella le ha confesado que es una mujer de sesenta años, y a pesar de las rabietas de Janet. Aunque la sinopsis de la película indica que Janet y Lee se casan, desconozco el final de la película. En la novela, la condesa Zatianny regresa a Viena por un asunto de suma importancia y renuncia al amor de Lee, pues para una mujer con experiencia como ella, el amor ya no es lo más importante en la vida.

<sup>704</sup> Anuncio de *Las Mujeres Modernas*, *El Universal*, 9 de julio de 1924, sección 1, p. 5., citado en Anne Rubenstein, *La Guerra contra las Pelonas*, p. 100.

<sup>705</sup> Las Damas Católicas y los Caballeros de Colón se opusieron una y otra vez a la exhibición de ciertas películas durante estos años.

<sup>706</sup> Laura Isabel Serna, *Making Cinelandia. American Films and Mexican Film Culture Before Golden Age*, Durham, Duke University Press, 2014, p. 128.

<sup>707</sup> “Interesantes declaraciones del arzobispo de México”, *El Universal Gráfico*, 12 de junio de 1924”, p. 2, citado en Anne Rubenstein, “La Guerra contra las pelonas”, p. 107.

pelo corto de la Escuela Nocturna Doctor Balmis, y la noche siguiente alumnos de la Escuela de Medicina de la Ciudad de México pelaron a otras dos mujeres de melena corta. Esa noche hubo disparos, policías y ambulancias por las calles de la Ciudad de México.<sup>708</sup> Tal fue el barullo de aquella noche que quedó marcado en la memoria de algunos testigos de la época, por ejemplo, de Guadalupe Zúñiga, profesora, psicóloga y jueza del Tribunal de Menores, quien a finales del siglo XX recordaba:

Eso que nos hubiéramos cortado el pelo en aquel tiempo produjo un escalofrío moral a los muchachos. No lo toleraban. Hubo peleas entre estudiantes de la Normal y estudiantes de Medicina porque muchacha de pelo corto que pasaba por la Escuela de Medicina, entonces en Santo Domingo, se la metían los muchachos para castigarla. Le pegaban o la maltrataban. [...] <sup>709</sup>

Tras la violencia física, las *pelonas* tuvieron aún más presencia en la esfera pública. Los teatreros se sumaron a la bonanza comercial de las pelonas: semanas antes de las agresiones, se había estrenado *La torre de Babel* en el Teatro Principal, revista que incluía la canción titulada “La Pelona”;<sup>710</sup> pero después de la violencia callejera, sus anuncios afirmaban que ellas estarían seguras tras sus puertas.<sup>711</sup> Además, en el mismo Teatro Principal se estrenó el sainete *El rizo de la flapper* y el Teatro Lírico ofreció, al parecer sin mucho éxito, la revista *La tierra de las pelonas*.<sup>712</sup> También la actriz y empresaria cultural Esperanza Iris ofreció en su teatro un par de funciones, sólo para mujeres, donde además dio un discurso en defensa de las mujeres de pelo corto (El derecho de cortarse la melena, dedicado especialmente a las pelonas), mismo que

---

<sup>708</sup> Sobre esta agresión a las pelonas han escrito varios, pero el relato más riguroso y detallado es el de Anne Rubenstein en “La Guerra contra las pelonas”, pp. 105-115. Otras versiones en Aurelio de los Reyes, *Cine y sociedad en México. 1896-1930. Bajo el cielo de México*, vol. II, México, UNAM, 1993, pp. 293-295.

<sup>709</sup> Citado en Gabriela Cano y Verena Radkau, “Lo privado y lo público o la mutación de los espacios (historia de mujeres, 1920-1940), en *Textos y pre-textos. Once estudios sobre la mujer*, coordinado por Vania Salles y Elsie Mc Phail, México: Colegio de México, 1991, p. 442.

<sup>710</sup> Guadalupe Caro Cocotle, “De pelonas y fifis. Nuevas identidades de género en el México moderno de los años veinte”, pp. 92-93.

<sup>711</sup> Véase anuncio, “Cómo y dónde estarán seguras las pelonas”, *Excélsior*, 24 de julio de 1924, p. 7. Citado en Anne Rubenstein, “La Guerra contra ‘Las Pelonas’”, p. 112.

<sup>712</sup> Margarito Sandoval Pérez, *Catálogos de documentos de arte 33. Noticias y opiniones sobre música, cine, teatro y artes plásticas en el periódico Excélsior durante 1924*, UNAM-IIE, 2009, pp. 185, 199.

seguiría pronunciando todavía en 1928.<sup>713</sup> Más allá del mercado cultural, también hay vestigios del uso de las pelonas como estrategia de mercado; por ejemplo, la empresa tabacalera El Buen Tono vendió cigarrillos llamados Las Pelonas después de aquel verano de 1924.<sup>714</sup>

Se puede afirmar, entonces, que la prensa y en particular las revistas ilustradas fueron actores centrales en la definición del fenómeno de la chica moderna en México. Las mesas de redacción fungieron como catalizadores para poner la apariencia femenina en el centro de debate de la *esfera pública*. Prueba de ello es la historicidad en el mundo impreso del término *pelona*, es decir, que esa palabra había servido para identificar a las mujeres de pelo corto en distintos momentos del siglo XIX en la Ciudad de México. Además, tras su bautizo, otros actores retomaron el nombre y las *pelonas* se convirtieron en personajes centrales del mundo ciudadano, más allá del mundo impreso: las distribuidoras de cine usaron la palabra *flapper* para anunciar las películas; los empresarios de teatro incluyeron números que tenían a las pelonas como personajes principales y algunas empresas las utilizaron como gancho publicitario.

Ahora bien, ¿por qué a diferencia de las pelonas decimonónicas, las pelonas del siglo XX provocaron un estallido violento?

### *Pelonas. Género, raza y clase social*

Al hacer una lectura cuidadosa de la descripción de las chicas modernas como fenómeno de imitación que hizo Francisco Zamora, columnista de cine de *El Ilustrado*, emerge un tipo específico de mujer. Para escudriñar mejor este tipo, resulta útil una clasificación de las *flappers* que se publicó, precisamente, en *El Ilustrado*, pues establece una serie de asociaciones entre la jerarquía social y los estilos de vida. Es muy probable que esta clasificación haya sido traducida de una revista extranjera; sin embargo, los editores de *El Ilustrado* adecuaron su contenido a la realidad de la Ciudad de México.

---

<sup>713</sup> Archivo Histórico del Distrito Federal, Fondo Esperanza Iris, programa, expediente 4, caja 101. Citado en Anne Rubenstein, "La Guerra contra 'Las Pelonas'", pp. 112-113.

<sup>714</sup> Anuncio, Fume usted las pelonas, *El Hogar*, 24 de marzo de 1926, año 8, núm. 311, p. 36.

Según esta clasificación había tres tipos de *flappers*: la perfecta, la Remington y la cabaretera o *quintopatiera*. La *flapper* perfecta se pintaba la boca en forma de corazón, se cortaba el pelo sólo para estar a la moda y también usaba faldas cortas, pero a una altura decente, pues era una joven humilde y modesta que pasaba sus días en casa. La *flapper* Remington era una mecanógrafa, telefonista, manicurista o dependienta de una tienda que gastaba casi la mitad de su salario en maquillaje, rizado permanente y en pagarle al modisto. El tercer tipo era la *flapper* de cabaret o *quintopatiera* que se distinguían por usar el pelo corto, por su pericia para flirtear y por ser una fanática de cine que:

Lee todos los magazines dedicados al arte mudo. Gasta todos sus ahorros en concurrir a los cines baratos. Se corta el pelo a lo Gloria Swanson, sueña con Hollywood, flirtea, guiña el ojo imitando a Nita Naldi [la actriz que interpretaba a la mujer estafadora en la película *El Flirt*], envía misivas a nuestro Ramón [Novaro], [Rodolfo] Valentino y al mismo Jack Dempsey, ¡que ya es el colmo!<sup>715</sup>

Según esta taxonomía, las *flappers quintopatieras* eran, precisamente, las *flappers de imitación* que cortaban su cabellera y se embobaban con las películas, y que desataron el debate de las pelonas en las páginas de los impresos. Es significativo que a estas pelonas se les adjetivara por el lugar donde se creía que habitaban: en el quinto patio de las vecindades, es decir, en el último eslabón de la jerarquía dentro de las viviendas colectivas y populares de la ciudad de México.<sup>716</sup> Algunas de estas viviendas estaban ubicadas junto a “casas de asignación” o prostíbulos, es decir, en barrios urbanos donde las prostitutas eran parte del paisaje cotidiano.<sup>717</sup> Además del lugar donde suponían que vivían, los reporteros agregaron que algunas de estas *flappers* eran “muy autóctonas”,

<sup>715</sup> “La Perfecta *Flapper*”, *El Universal Ilustrado*, 23 de octubre de 1924, año 8, núm. 389, p. 29.

<sup>716</sup> La mayoría de estas edificaciones eran viejas casonas coloniales acondicionadas y subdivididas para rentar habitaciones. En 1950, Emilio Tuero actuaría y cantaría el tema principal de la cinta *Quinto Patio*. La letra de esta canción comienza así: “Por vivir en quinto patio/ desprecias mis besos/ un cariño verdadero/ sin mentira ni maldad/ El amor cuando es sincero/ se encuentra lo mismo/ en las torres de un castillo/ que en humilde vecindad”. La doctora Josefina Mac Gregor llamó mi atención sobre esta canción.

<sup>717</sup> Katherine Elaine Bliss, *Compromised Positions. Prostitution, Public Health, and Gender Politics in Revolutionary Mexico City*, Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2001, pp. 159-160.

adjetivo que fue empleado para describir una fotografía que ilustra un reportaje sobre los bailes en el Ritz a los que asistían estas jóvenes.<sup>718</sup>

Si se juntan estos adjetivos con las fotos que ilustraron el artículo sobre los bailes y aquel comentario sobre la diferencia en los tonos de piel de algunas *flappers* mexicanas, entonces aparece una imagen mucho más nítida del tipo de mujeres que causaban mayor escozor con su presencia en los espacios públicos. Eran mujeres jóvenes, morenas, probablemente migrantes y de rasgos indígenas, que vivían en zonas marginales de la Ciudad de México. Esta descripción, además, coincidía y se confundía con las mujeres que ejercían la prostitución.

Para observar las cercanías y distancias de las fachadas personales de unas y otras servirá observar con detenimiento dos fotografías, un retrato y una foto grupal, publicadas en el reportaje de los bailes en *El Ilustrado* (Ilustraciones 7.2 y 7.3), junto a la famosa fotografía de unas prostitutas tomada por Herni Cartier Bresson a inicios de la década de 1930 en la Ciudad de México. Al contrastar las fotos del reportaje con la famosa imagen de Cartier Bresson se pueden lanzar algunas conjeturas a partir de las fachadas personales de sus protagonistas.

El retrato del reportaje muestra a una mujer joven, morena, de pelo corto, decididamente corto. Su rostro, de quijada prominente y delineada, sonríe. Su sonrisa muestra unos dientes alineados. El perfecto arco de las cejas y los labios oscuros dan cuenta del maquillaje que esta joven utilizaba para moldear su apariencia. En la fotografía de grupo se puede ver el atuendo completo de la chica retratada: un vestido debajo de la rodilla, confeccionado con al menos dos telas distintas, una de ellas tiene un estampado con un patrón prominente. La tela estampada forma la falda y es la misma de los vivos de las mangas tipo pagoda, que cubren sus brazos por completo, y del cuello; el atuendo parece completarse con un chaleco. Esa misma tela estampada es un indicio claro, del origen social de esta chica, pues como se verá en los próximos capítulos, las telas estampadas estaban lejos de ser elegantes y, de hecho, solían ser preferidas por mujeres que pertenecían a grupos populares.

---

<sup>718</sup> Francisco Doria, "La bohemia alegre de 1926. *Flappers, kids* y gigolós, *El Universal Ilustrado*, 26 de agosto de 1926, año 10, núm. 485, pp. 38, 39 y 66.

En la foto aparecen otras chicas, una enfundada en tremendo abrigo oscuro listado y diadema sobre su corta melena, otra, en el extremo derecho, de diminuta boca en forma de corazón, porta un vestido recto, claro, de tela lisa sin mangas, y las demás usan vestidos debajo de la rodilla de telas brillosas u opacas, de los que poco logra distinguirse.

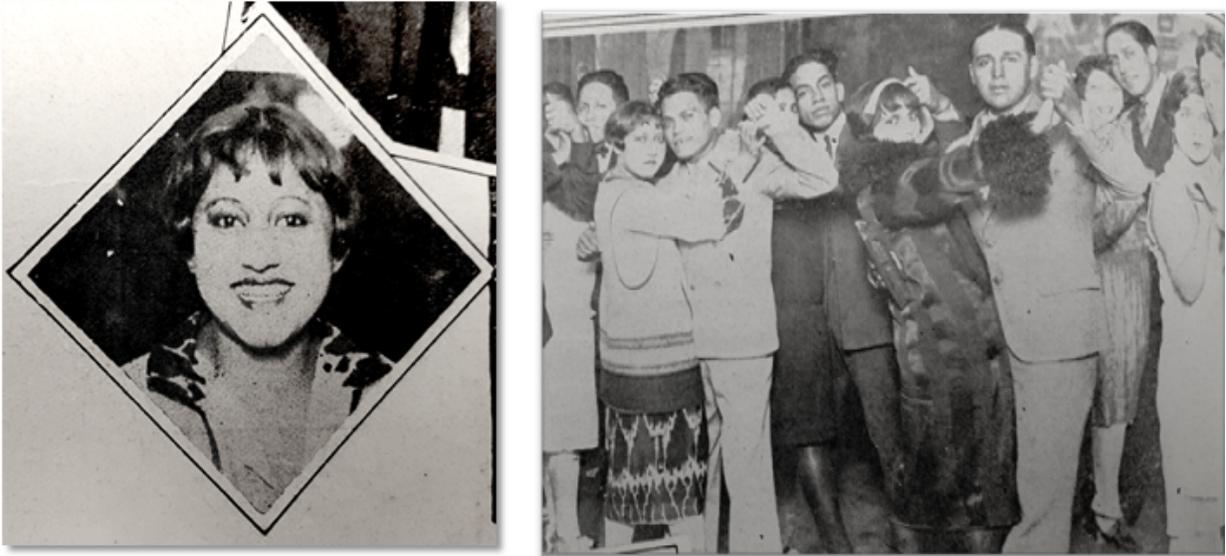


Ilustración 7.2 Fotografías que publicadas en el reportaje de Francisco Doria “La bohemia alegre de 1926. *Flappers, kids* y *gigolós*, *El Universal Ilustrado*, 26 de agosto de 1926.



Ilustración 7.3 Henri Cartier Bresson, Calle Cuauhtemotzin, Ciudad de México, 1934.

Aunque fue tomada ocho años después de las primeras, las mujeres que aparecen en la fotografía de Cartier Bresson tienen un estilo que resuena con el de las mujeres en el salón de baile, pero ese aire familiar se rompe si fijamos la atención en los detalles. Las dos mujeres, jóvenes de pelo corto, aunque no tan corto como las bailadoras, sonríen a la cámara. Una de ellas trae un listón oscuro, especie de diadema, sobre el pelo. Ambas usan maquillaje: sus labios rojos y las cejas delineadas lo delatan. La forma y el uso de este maquillaje es distinto al que vemos en el retrato de la joven bailadora: el trazo del arco de las cejas y la forma de los labios es mucho más marcado, más dramático. Pero la distancia entre la forma del maquillaje se vuelve más evidente si señala el marcado contraste entre el tono de la cara y los brazos de la mujer que se inclina hacia la cámara en la fotografía de Bresson. Además del tono de maquillaje, la distancia social entre las mujeres fotografiadas se manifiesta en las formas de los vestidos: el escote y los brazos desnudos de las mujeres retratadas por Bresson son, en comparación con aquellas mangas aglobadas del atuendo de la joven bailadora, el más fuerte contraste.

No es nada nuevo advertir estas diferencias en la expresión del fenómeno de la chica moderna en México y en todo el mundo. El creciente acervo de investigaciones históricas sobre las chicas modernas ha probado con eficiencia cómo la violencia física y los debates en torno suyo traslucen luchas de género, pero también de clase y raza entre los grupos sociales que vivieron durante aquellos años. Anne Rubenstein, por ejemplo, demostró cómo ciertas caricaturas publicadas en aquellos días señalaban los límites de las nuevas modas, es decir, quiénes sí podían vestir a la última moda y quiénes no; y cómo se desató la violencia física en contra de las pelonas cuando se rebasaron esos límites que marcaban las jerarquías de clase social y raza a través de las apariencias.

A partir de esta historiografía podemos trazar algunos procesos que hicieron posible la existencia de las chicas modernas en México y en el mundo. Las trayectorias generales de estos procesos se pueden dibujar partiendo de los impulsos gestados desde el Estado o desde la sociedad civil. Enlistaré los principales.

1. El desarrollo de la cultura de consumo (cristalizado en la edificación de tiendas departamentales) junto a la división genérica del trabajo que

asignaba (y asigna) a las mujeres las labores reproductivas, entre ellas la responsabilidad de consumir para sus familias. El encadenamiento de ambos procesos hizo de las mujeres personajes principales en la cultura visual y en los discursos comerciales de la época. Es decir, bajo estas condiciones proliferaron las representaciones de mujeres modernas tanto en el arte –desde la plástica hasta la cinematografía– como en la publicidad.

2. Una nueva concepción del cuerpo, noción creada en estrecho vínculo con el higienismo de finales del siglo XIX. En México, desde los años del porfiriato se exaltó el ejercicio, la buena alimentación y conducta, y se promovió la profesionalización del trabajo doméstico mediante el consejo de especialistas que conocían de técnicas para mantener limpios el hogar y el cuerpo. Este nuevo vínculo con el cuerpo se expresó en la práctica del deporte, en el mantenimiento del cuerpo a través del ejercicio.<sup>719</sup>
3. La práctica de deportes. El Estado posrevolucionario en México promovió el deporte mediante la creación de programas de educación física y políticas de salud. De manera específica, impulsó el deporte femenino a través de las clases de gimnasia y la incorporación de actividades deportivas en los programas escolares. De esta manera, el Estado se convirtió en promotor del ideal de la mujer moderna al apoyar las actividades deportivas vinculadas a las artes (sobre todo a la danza), pues con ellas se contribuía a formar ciudadanos sanos y a mejorar la raza. Al mismo tiempo, el Estado abrió espacios laborales donde las mujeres experimentaron con las nuevas tendencias de la moda sin sufrir agresiones físicas, por ejemplo, a través de las clases de gimnasia.<sup>720</sup>
4. La transformación de la participación femenina en el mercado laboral y la constante migración femenina a las ciudades. Si bien es cierto que la

---

<sup>719</sup> Isabel Iglesias Cornejo, “Liberar cuerpos, someter almas. Moda y representación femenina (Ciudad de México, c. 1890- c.1920)”, tesis de licenciatura en historia, UAM-Iztapalapa, 2004.

<sup>720</sup> Anne Rubenstein, Op. Cit., pp. 118-126.

participación laboral siguió marcada por una división de género, fue cada vez más común encontrar a mujeres que no pertenecían a familias pobres pero tampoco ricas en las calles mientras caminaban de sus hogares hacia sus lugares de trabajo o estudio. En México, el Estado nacido de la revolución empleó fuerza de trabajo femenina en puestos administrativos.

Además de estos procesos generales, los estudios sobre las chicas modernas en México también han rescatado y trazado con nitidez los perfiles de algunas de ellas, todas protagonistas de historias poco convencionales.<sup>721</sup> Sabemos, por ejemplo, que Marina Vega se fugó a Hollywood para conocer a Charles Chaplin y que tras su deportación vivió vestida de y como hombre en la ciudad de México;<sup>722</sup> también que María Teresa de Landa fue una dentista y reina de belleza que vivió el resto de su vida como maestra de preparatoria, pero que asesinó a su marido cuando se enteró de su infidelidad;<sup>723</sup> que, luego del espectáculo París-Voilá, los teatros de revistas incluyeron números donde aparecían jóvenes ataviadas con poquísima ropa realizando coreografías, a quienes se les conoció como bataclanas;<sup>724</sup> y que Cube Bonifant comenzó a escribir columnas periodísticas desde los 16 años y que desde estos espacios sostuvo escaramuzas con sus colegas de trabajo, entre ellos el dibujante Ernesto *El Chango* García Cabral.<sup>725</sup>

A pesar de su agudeza y/o erudición, estas investigaciones parten de un supuesto no demostrado: afirman que la violencia física se desató cuando mujeres que no pertenecían a las élites comenzaron a adoptar la nueva moda. Esta afirmación da por

---

<sup>721</sup> La nueva historiografía ha estudiado a chicas modernas de carne y hueso, además de las batallas contra las pelonas y las burócratas, y las representaciones de esta nueva feminidad en la cultura visual. Las fuentes que informan estas investigaciones son variadas, pero sobresalen las publicaciones periódicas, películas, tarjetas postales, apuntes de campo de antropólogos como los del estadounidense Robert Redfield, novelas y fotografías.

<sup>722</sup> Laura Isabel Serna, *Making Cinelandia. American Culture and Mexican Film Culture Before the Golden Age*, Durham: Duke University Press, 2014, p. 123-127.

<sup>723</sup> Rebeca Monroy Nasr, "Identidades perdidas: Miss México 1928", *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*, Vol. 34, núm. 104, 2014.

<sup>724</sup> Ageeth Sluis, "Bataclanismo! Or How Female Deco Bodies Transformed Postrevolutionary Mexico City", *The Americas* 66.4 (2010): 469-499. doi: 10.1353/tam.0.0258. En línea: [http://digitalcommons.butler.edu/facsch\\_papers/296](http://digitalcommons.butler.edu/facsch_papers/296) [consulta 18 de noviembre de 2012].

<sup>725</sup> Viviane Mahieux, *Op. Cit.*, pp. 34-38.

sentado un modelo de difusión de la moda que va de las mujeres de élite a las mujeres “comunes”, es decir, que la moda de las chicas modernas comenzó en los grupos ubicados en posiciones ventajosas y descendió a los grupos en posiciones subordinadas.

Estos estudios sostienen, además, que el nuevo tipo de feminidad se transmitió a través de la publicidad, las ilustraciones de las revistas, y de la tendencia artística del *Art Nouveau* que se puede apreciar en los trazos de los dibujantes que laboraron en la prensa mexicana de aquellos años –como *El Chango* García Cabral.<sup>726</sup> La mayoría de los trabajos señala a las películas y las estrellas de cine como fuentes de inspiración para las *pelonas* y todas las mujeres que modificaron su apariencia física en aquellos años. Va una pequeña muestra de estas afirmaciones.

Aurelio de los Reyes dice que el cine fue el motor que homogeneizó la “indumentaria, maquillaje y peinado”.<sup>727</sup> Elsa Muñiz, por su parte, sostiene: “La sociedad de la época recibió una gran influencia de las películas estadounidenses, sobre todo, en las maneras de ser, de vestir, de comportarse las mujeres”.<sup>728</sup> También Rubenstein afirma que “La moda del pelo decididamente corto (el corte de pelo a la *garçon*) había llegado con la rápida difusión del cine mudo”.<sup>729</sup> Joanne Hersfield señala que: “Las estrellas de Hollywood encarnaron los estándares dominantes y transnacionales de la belleza moderna promovida por la moda internacional y el mercado de cosméticos y fueron utilizadas [...] para promover varias ideologías sobre la modernidad y la mujer moderna dentro del público estadounidense e internacional”.<sup>730</sup> La más sólida y refinada investigación sobre las *pelonas* sostiene que: “Gracias a las pantallas, las jóvenes mexicanas conocieron formas de arreglarse de las divas [...] Ante el asiduo consumo, no

---

<sup>726</sup> Jonathan Carlos Botello Arvizu, “Art Decó y moda en la Ciudad de México a través de la obra de Ernesto *El Chango* García Cabral, 1925-1932”, tesis de licenciatura en historia, Facultad de Filosofía y Letras-UNAM, 2013.

<sup>727</sup> Aurelio de los Reyes, “De cine, de literatura y de otras cosas en el México de 1924 a 1928”, tesis de doctorado en letras, UNAM-FFyL, 2010, p. 195.

<sup>728</sup> Elsa Muñiz, *Cuerpo, representación y poder*, Ciudad de México: UAM-II Miguel Ángel Porrúa, 2002, p. 137.

<sup>729</sup> Anne Rubenstein, *Op. Cit.*, p. 92.

<sup>730</sup> Joanne Hersfield, *Imagining la Chica Moderna. Women, Nation and Visual Culture in Mexico, 1917-1936*, Durham: Duke University Press, 2008, p. 65 [La traducción es mía].

resultó extraño que hombres y mujeres asumieran las formas de vestir y las actitudes presentadas en los cinematógrafos”.<sup>731</sup>

Sin embargo, ninguno de estos trabajos ha demostrado de manera clara cómo o por qué el cine difundió la moda de la chica moderna; es decir, ninguno puso atención a las formas de circulación de esta nueva apariencia femenina. La prueba fehaciente que presentan es la mera circulación de imágenes y textos, y la exposición de éstos ante los ojos de las mujeres aficionadas al cine. Pero ninguno reparó en la cultura de las apariencias y la historia de la moda, es decir, todos han pasado por alto a ese ejército de costureras, modistillas y modistas que, como he mostrado, habitaban en las calles de la Ciudad de México en la década de 1920.<sup>732</sup>

Es verdad, los trabajos de estos historiadores informan que los retratos de las nacientes estrellas hollywoodenses circulaban por el mundo entero, ya en la publicidad que aparecía en las páginas impresas o en pantallas de las salas de cine, pero no demuestran cómo o por qué el cine fue difusor de la nueva feminidad. De esta manera, lejos de demostrar cómo se difunden ciertas prácticas culturales, estas investigaciones mantienen los juicios de quienes vivieron el fenómeno cultural de las chicas modernas mexicanas a inicios del siglo pasado.

Es importante recordar que desde que el cine fue parte de la vida cotidiana de las personas –a finales del siglo XIX e inicios del XX– se afirmaba con harta facilidad que era un medio de difusión de comportamientos y conductas criminales.<sup>733</sup> Estas creencias fueron enfatizadas –todavía en la década de 1920– a través de las plumas de columnistas como José Juan Tablada, Luis G. Urbina y Victoriano Salado Álvarez. Ellos afirmaban que el cine era un espectáculo de poca monta, “diversión propia de amas de cría y de señoras de edad canónica [...] deleite de *flappers* viciosas y de niños zangolotinos”<sup>734</sup> o fuente de contagio del crimen.<sup>735</sup>

---

<sup>731</sup> Nathaly Rodríguez Sánchez, y con las piernas al aire. Las pelonas y la transformación de la feminidad en la Ciudad de México en la década de los veinte”, en Pilar Gonzalbo Aizupuru y Leticia Mayer Celis (eds.), *Conflicto y negociación en la historia*, Ciudad de México: El Colegio de México, 2016, p. 313.

<sup>732</sup> Véase el capítulo dos de esta tesis.

<sup>733</sup> Ángel Miquel, “El nacimiento de una pasión. Luis G. Urbina: primer cronista mexicano de cine”, *Los cuadernos del acordeón*, núm. 8, Ciudad de México: Universidad Pedagógica Nacional, 1991, pp. 47-48.

<sup>734</sup> Victoriano Salado Álvarez, “El cine. Presente, pasado y futuro” en *Excelsior*, martes 30 de noviembre de 1926, p. 6, citado en Aurelio de los Reyes, “De cine, de literatura y de otras cosas en el México de 1924 a 1928”, tesis de doctorado en letras, UNAM-FFyL, 2010, p. 312.

<sup>735</sup> “Los delitos callejeros y los crímenes del cinematógrafo” en *El Universal*, 3 de julio de 1918.

Junto a estos escritores –miembros de la élite letrada– la iglesia y ciertos grupos católicos también expresaron su rechazo ante algunas películas que, según su juicio, corrompían las almas de quienes las veían.<sup>736</sup> Pensaban, por ejemplo, que los cambios en la apariencia femenina eran consecuencia de la frecuente exposición a las cintas que se proyectaban en los cines. Por eso pugnaron por la prohibición de películas “inmorales” y “vulgares” como *Reencarnación*, *La Sierpe*, *Sedución*, *Cuerpo y Alma* o *Juventud Ardiente* protagonizadas por actrices “como Pola Negri, [Francesca] Bertini, Italia Almirante, la [Pina] Menichelli”,<sup>737</sup> a quienes consideraban “indecentes” y que, pensaban, serían el modelo a seguir de mujeres frívolas que sólo tenían cabeza para pensar en lujos, modas y fiestas.

El gran problema con este tipo de explicaciones, las presentes y las pasadas, reside en que invisten a la lectura y a las imágenes con un poder de persuasión absoluto. Es decir, y parafraseando a Roger Chartier, pasan por alto que si hay algún vínculo entre la formación de un nuevo tipo de mujer y la difusión masiva de textos sobre o de imágenes de mujeres modernas (ya en páginas impresas, ya en el cine), ese vínculo no es directo ni obligatorio. Las imágenes y los textos no se estampan por sí mismos en las mentes de quienes las ven y leen, pues esas mentes no son arcilla blanda en donde se graban imágenes o ideas de manera prístina.<sup>738</sup>

La gente interpreta de muchas formas la realidad, los textos y las imágenes a su alcance: “[los] mecanismos [de las imágenes] se interpretan siempre a través de las expectativas de la [mirada], de las herramientas explicativas, de los registros de comprensión que varían de un lector a otro”.<sup>739</sup> Entonces no está de más enfatizarlo: la mera exposición a imágenes y textos no es suficiente para modificar percepciones ni comportamientos como, por ejemplo, cortarse el pelo o usar faldas más zanconas.

---

<sup>736</sup> Pero junto a estos juicios peyorativos, los impresos lanzaron convocatorias a concursos “cinematográficos”, publicaban la cartelera y fotografías de las actrices y actores de cine que mantenían cautivos a sus lectores. “El lado cómico”, *El Herald de México*, 6 de septiembre de 1920, p. 3; “Los cines, el desnudo y la sagrada mitra”, *El Universal*, 12 de agosto de 1922, p. 1; véase Aurelio de los Reyes, *Cine y Sociedad en México, 1896-1930*. Vol. II, *Bajo el Cielo de México (1920-1924)*, Ciudad de México: IIE-UNAM, 1993, pp. 281-290.

<sup>737</sup> Véase Aurelio de los Reyes, *Cine y Sociedad*, pp. 281-287.

<sup>738</sup> Roger Chartier, *Espacio público, crítica y desacralización en el siglo XVIII. Los orígenes culturales de la Revolución francesa*, Barcelona: Gedisa, 1995, p. 97-101.

<sup>739</sup> *Ibid.*, p. 101.

Para comenzar a dismantelar estas explicaciones que fijan una relación causal entre ciertas conductas y productos culturales con los orígenes sociales, la clase social o el género de los agentes, hay que analizar las prácticas, es decir, “los usos más contrastados que puedan dar distintos significados”.<sup>740</sup> Haré un primer ejercicio desde este horizonte de interpretación para cuestionar la idea del cine como difusor de modas y esbozaré un análisis de las prácticas de vestimenta.

### *Contra la idea del cine como difusor de modas*

Es verdad, a inicios de la década de 1920 el cine ya era referente en la vida de algunas mujeres. Tomemos como evidencia de ello los seudónimos de las lectoras de *El Hogar* que firmaron con los nombres de las actrices italianas *Francesca Bertini* y *Pola Negri*; con títulos de películas como *La coqueta irresistible*, versión en español del filme *A virtuous Vamp*, de 1919, protagonizado por Constance Talmadge; o con nombres de protagonistas de películas como *Arabella*, en honor del personaje interpretado por Mabel Normand en *Dodging a Million*. Pero también es cierto que había quienes no tenían interés o conocimiento en cuestiones cinematográficas; por ejemplo, *Velia*, lectora de *El Hogar* de 20 años, dijo: “El cine me es indiferente, en cambio, el Teatro es mi mayor agrado, principalmente la tragedia (Teatro Español)”.<sup>741</sup> Ella no fue la única. *Lady Madge*, confesó no tener artista de cine favorita porque en tales asuntos era una total ignorante.<sup>742</sup>

Además del testimonio de esta lectora, la prensa mexicana de los primeros años de la década de 1920 contiene otras huellas que pueden ayudarnos a matizar las afirmaciones sobre el cine como motor de la nueva apariencia femenina. Dentro de esos indicios están los resultados del concurso La Reina del Cine realizado por *El Ilustrado* en 1920 y las respuestas de unas lectoras de la revista *El Hogar*, publicadas en 1923 en el

---

<sup>740</sup> *Ibid.*, p. 101.

<sup>741</sup> *Velia*, “Entre lectoras” en *El Hogar*, 30 de marzo de 1923, año 10, núm. 176, p. 38.

<sup>742</sup> *Lady Madge*, “Entre lectoras” en *El Hogar*, 10 de junio de 1923, año 10, núm. 183, p. 36.

buzón de correspondencia llamado “Entre lectoras”, espacio típico en la prensa para mujeres donde las encargadas intimaban con las lectoras.<sup>743</sup>

El concurso “La Reina del Cine” de *El Ilustrado* tuvo, a decir del propio semanario, una respuesta robusta de parte de hombres y mujeres. A la oficina de redacción llegaron algo más de cinco mil votos. Sobre los participantes podemos saber poco, pues no se hicieron públicos sus nombres o lugares de residencia. Sin embargo, de los doce ganadores que hubo, ocho residían en el Distrito Federal, es decir, es probable que la mayoría de los concursantes vivieran en la Ciudad de México.<sup>744</sup> En contraste con estos resultados, las respuestas sobre las actrices favoritas de las lectoras de *El Hogar* son pocas, pero la información sobre las participantes es mucho más detallada. En total, se publicaron en las páginas de esta revista 56 respuestas. Todas están firmadas bajo una identidad femenina y fueron enviadas desde distintos puntos de la República Mexicana.

A pesar de estas diferencias entre los públicos, el concurso de La Reina del Cine y las respuestas de las lectoras de *El Hogar* son de huellas que sobreviven sobre los gustos de un público asiduo al cine de aquellos años que vivía por todo el país. Podrá argüirse que estas encuestas no son representativas porque las respuestas o son pocas o es difícil comprobar su veracidad. Pero es válido hacer afirmaciones con los rastros que sobreviven de aquel público asiduo al cine del que se ha dicho mucho, pero se sabe poco. Además de que, como se verá en otros capítulos de esta investigación, he podido comprobar la existencia de algunos de estos lectores.

---

<sup>743</sup> En los primeros meses de 1923 algunas lectoras de *El Hogar* enviaron preguntas para que las demás las contestaran. Esta dinámica comenzó con *Bohemia*, lectora que dijo tener 16 años, y que quería saber cuántos años tenían sus compañeras lectoras, cuál era su color, flor, animal, país y novela favoritos, preguntas a las que la encargada de la sección, *Mlle. Butterfly*, añadió otras, entre las que figuraba saber quién era su artista de cine predilecta. Véase Claudia Tania Rivera, “Historia de una empresa editorial, su directora y sus lectores...”, pp. 66-73; *Bohemia*, “Buzón Particular de *El Hogar*” en *El Hogar*, 10 de enero de 1923, año 10, núm. 168, p. 36; *Mlle. Butterfly*, “Entre lectoras” en *El Hogar*, 30 de enero de 1923, año 10, núm. 170, p. 37.

<sup>744</sup> Este concurso buscaba saber quién era la actriz favorita del público y si los mexicanos preferían a las actrices americanas o a las italianas. En la convocatoria escribieron: “El adelanto de la cinematografía americana ha colocado frente a Francesca Bertini y Pina Menichelli, a varias otras estrellas de indiscutibles méritos, tales como Mary Pickford, Mabel Normand y Constance Talmadge. Nosotros ignoramos si la mayoría del público sigue rindiendo pleitesía a sus antiguos ídolos o si, por el contrario, prefiera ya a estas nuevas artistas”. “Un gran concurso cinematográfico” en *El Universal Ilustrado*, 6 de abril de 1920, p. (Almolina, p. 141.); “Nuestro Concurso” en *El Universal Ilustrado*, 27 de mayo de 1920, p. (Almolina, p. 151).

En las respuestas del concurso realizado por *El Ilustrado*, Bertini ganó abrumadoramente y también fue una de las actrices mencionadas por las lectoras de *El Hogar*; de hecho, como se dijo antes, una de ellas eligió de pseudónimo el nombre de esta diva italiana. Por su parte, la actriz más gustada entre las lectoras de *El Hogar* fue otra italiana, María Jacobini. Es decir, en ambas “encuestas”, las actrices italianas fueron favoritas, aunque estuvieron cercadas por estadounidenses como Mabel Normand, Pearl White, Gloria Swanson y Mary Pickford (Tabla 7.1).

Tabla 7.1 Resultados del Concurso La reina del cine (1920), de *El Universal Ilustrado*

<b>Actriz</b>	<b>Votos</b>
Francesca Bertini	3650
Mabel Normand	1359
Pearl White	210
Pina Menichelli	183
Mary Pickford	160

Fuente: Elaboración propia con datos de *El Universal Ilustrado*

La preferencia por algunas de estas actrices podría explicarse por su presencia en la cartelera de la Ciudad de México. Por ejemplo, entre 1912 y 1923 se proyectaron al año seis películas en promedio protagonizadas por *Paquita* Bertini –como era conocida en México.<sup>745</sup> En ese mismo periodo se exhibieron en la Ciudad de México más o menos cuatro películas al año de Jacobini. Lo mismo podemos afirmar de Pina Menichelli, otra actriz italiana que apareció en cuatro películas por año, pero en un lapso más corto (nueve años); y Pickford, quien también ocupó las pantallas de cine con cuatro filmes distintos por año en un periodo más breve, de 1917 a 1923. Pero esta constante no se repite con Normand, quien había tenido poca presencia en las salas cinematográficas, y que, aun así, fue una de las actrices favoritas en el concurso “La Reina del Cine”.

<sup>745</sup> Las cifras que se utilizan en este apartado fueron obtenidas de la base de datos elaborada por María Luisa Amador y Jorge Ayala Blanco, *Cartelera Cinematográfica Digital, 1912-1989*, Ciudad de México: UNAM-CUEC, disco compacto.

Ahora bien, Normand, Bertini, Menichelli, y Pickford eran actrices a quienes la prensa tenía bajo la lupa. A esta lista debemos agregar a Gloria Swanson y Norma Taldmadge, actrices nombradas por las lectoras de *El Hogar*, y que fueron portada de *El Ilustrado* en 1922.<sup>746</sup> Sin embargo, Jacobini –la actriz más gustada entre las lectoras de *El Hogar*– no aparecía con frecuencia en las páginas de la prensa.

Si Normand y Jacobini estaban entre las preferidas del público a pesar de que una no salía con frecuencia en las pantallas y la otra no aparecía en las páginas impresas, se podría sostener la tesis de la preferencia del público por ciertas actrices gracias a su presencia ya en las pantallas o en las revistas. Pero la relación entre los gustos y la mera exposición ante imágenes no es mecánica. La sola proyección de películas y la difusión de retratos son elementos insuficientes para afirmar los gustos por ciertas actrices.

Había otras estrellas muy visibles tanto en impresos como en cartelera que no fueron mencionadas por los lectores ni de *El Universal* ni de *El Hogar*. Van un par de ejemplos. En 1921 se exhibieron cuatro cintas protagonizadas por Swanson. En dos de esas cuatro películas, Swanson comparte créditos con Bebe Daniels; entre ellas, *Why Change your Wife?* (1920). En esta cinta Swanson interpretó a una fiel esposa interesada en los estudios y el piano que pierde a su marido por los encantos de Daniels, una mujer que trabaja como modelo en una casa de modas y que gusta de vestir con los últimos estilos, fumar y escuchar *fox trot*; en pocas palabras, en esta cinta Daniels interpreta a una *flapper*. Aunque aparecía con mucha frecuencia en las páginas de las revistas y su presencia en cartelera es similar a la de Swanson, Daniels no fue mencionada por los lectores.

Lila Lee era otra actriz que aparecía en películas y revistas como encarnación de la *flapper*. Lee fue la protagonista de varias cintas que causaron polémica en aquellos años, entre ellas *Juventud Ardiente*, el filme que quisieron prohibir las Damas católicas en el verano de 1924. Esta actriz protagonizó más o menos tres películas al año entre 1920 y 1923,<sup>747</sup> y su rostro aparecía con frecuencia en las páginas de las revistas; pero como Daniels, Lee no figuró entre las actrices favoritas del público. Así, más que la mera

---

<sup>746</sup> Véase las portadas de *El Ilustrado*, 12 de enero de 1922, año 5, núm. 245 y 9 de febrero de 1922, año 5, núm. 249.

<sup>747</sup> “El cine y su influencia en la vida” en *El Universal Ilustrado*, 20 de junio de 1922, año 6, núm. 272, p. 61. “La Gaceta de la Moda”, *El Universal Ilustrado*, 3 de agosto de 1922, año 6, núm. 274, p. 39.

presencia en cartelera y en la prensa, es probable que la simpatía por una actriz esté vinculada al tipo de personajes que interpretaba o a lo que la prensa decía sobre ellas. Ejemplo de esto es la declaración de *Dichosa de vivir y siendo amada*, lectora de *El Hogar*, quien eligió a María Jacobini como su actriz favorita porque “interpreta magistralmente el amor verdadero”.<sup>748</sup>

Por otro lado, si vinculamos la apariencia física de las actrices con las preferencias de los lectores, los resultados tampoco parecen apuntar hacia la supuesta influencia del cine en la elección de ciertas modas y formas de comportamientos. Bertini y Jacobini – las actrices favoritas para los lectores que participaron en estas consultas– nunca aparecieron en la prensa como mujeres deportivas o modelando trajes de tarde o guantes de encaje de última moda. Ni la apariencia de ellas ni la de Pickford se parecía a la de las *flapper*. es más, ninguna tenía el pelo corto cuando se realizaron las encuestas que se están revisando aquí (tómense como prueba la longa cabellera de Jacobini en el filme *Cainá* y el gran chongo de Bertini en la cinta *Feritá*, ambas proyectadas en la Ciudad de México en 1922). De hecho, las únicas actrices que ya tenían el pelo corto cuando se realizaron estas encuestas eran Menichelli y Taldmadge.

Pondré sobre la mesa otro punto. Taldmadge y Pickford comenzaron su trayectoria por las pantallas mexicanas de cine al mismo tiempo (1917) y ambas eran de las estrellas de Hollywood más documentadas por la prensa. Pero sólo Pickford figuró entre las actrices favoritas de los lectores de *El Hogar* y *El Ilustrado*. Si tomamos la cabellera como indicador de su cercanía con las modas y de la posible influencia ejercida entre las fanáticas del cine, Taldmadge era más vanguardista en sus decisiones, pues cortó su melena en los primerísimos años de la década de 1920, mientras que Pickford lo hizo hasta 1928.

Sé que estas pruebas no son contundentes ni definitivas, pero ayudan a matizar la afirmación categórica que se ha hecho hasta ahora sobre el cine como medio de transmisión de la nueva apariencia femenina a inicios del siglo XX. Frente a estas afirmaciones hay que recordar que al menos desde 1920 había mujeres en México que hacían deporte, bailaban moviendo todas sus extremidades, conducían automóviles, se maquillaban y ya usaban cabellera corta.

---

<sup>748</sup> “Entre lectoras” en *El Hogar*, 30 de marzo de 1923, año 10, núm. 176, p. 39.

También hay que puntualizar que no todas estas mujeres pertenecían a la élite: había *flappers* “muy autóctonas”, es decir, había mujeres de clases bajas que ya tenían una apariencia vanguardista. Si estas mujeres no se inspiraron en el cine para cambiar sus apariencias, entonces, ¿cómo explicamos el cambio en su apariencia y en sus comportamientos? Regresaré a la pregunta lanzada antes y que sigue sin respuesta: ¿por qué, a diferencia de las pelonas decimonónicas, las pelonas del siglo XX se volvieron un tema de debate público tan intenso?

Para responder esta pregunta, hay que cambiar de lentes analíticos. Primero y contrario a lo que se supondría como decisión adecuada por tratarse de un fenómeno de moda, es decir, que cambia rápido, hay que mirar a las pelonas dentro de procesos de largo aliento. Por otro lado, hay que poner en el centro del análisis los usos sociales de las apariencias. Sólo con un análisis que conjugue ambas escalas –el largo aliento y el análisis de grupos sociales concretos– se podrá comprender a la moda como parte de la cultura de las apariencias y sopesar la influencia o no del cine, la publicidad o las revistas en los comportamientos de la gente, es decir, se podrá saber a partir de cuándo, cómo y para quiénes –qué grupos sociales– el cine, las revistas o la publicidad pudieron fungir como posibles transmisores de conductas e ideas.

### *El derecho de vestir como venga en gana*

Para explicar la relevancia que tuvieron las pelonas de la década de 1920 servirá hacer una comparación entre la Francia de 1848 y el México de la década de 1920, bajo el entendido de que grupos sociales análogos actúan de maneras similares bajo circunstancias parecidas. Aunque parezca descabellada la comparación, vale la pena realizarla, pues ilumina aspectos hasta ahora opacos en el fenómeno de las *pelonas* en México.

En plena revolución de 1848 las páginas de la prensa parisina se llenaron de dibujos de mujeres empantaladas con fusil al hombro dispuestas a defender la república. Según la historiadora francesa Christine Bard, este florecimiento de dibujos de mujeres con pantalón se gestó a partir de una estrategia de mercado: un químico inventor de un arma que lanzaba 30 municiones por minuto pegó carteles en las calles de la

ciudad europea para convocar a “las patriotas, republicanas, solteras de entre quince y treinta años a enrolarse en un regimiento que llevaría el nombre de vesubianas”.<sup>749</sup> Al poco tiempo, el periódico *La Voix des Femmes* publicó una nota sobre una supuesta marcha de mujeres, conocidas como vesubianas, de la que no se tiene más registro pero que detonó la producción de caricaturas de mujeres con pantalones en las páginas impresas. Lo relevante de este episodio tan bullicioso es que coincidió, apunta Bard, con la organización de las mujeres en clubes femeninos. Ya organizadas, en el contexto de la revolución francesa de 1848, las mujeres demandaron su inclusión en el sufragio universal y su derecho a trabajar. Es relevante anotar que varias de estas mujeres eran costureras.<sup>750</sup>

Regreso ahora a la Guerra contra las Pelonas. Centraré mi atención en la esfera pública en la Ciudad de México cuando ocurrieron las agresiones contra las mujeres de pelo corto.

Los debates en torno a los derechos femeninos a la educación, la capacitación laboral y al sufragio, tanto como los dimes y diretes sobre la sexualidad femenina, la igualdad moral entre hombres y mujeres, y la posibilidad de la anticoncepción estaban presentes en el debate público mexicano desde 1916.<sup>751</sup> Además de estos debates, un par de años antes de la agresión física en contra de las pelonas, entre 1922 y 1923: 1. fue noticia el triunfo de tres mujeres para ocupar cargos en el congreso local de Yucatán,<sup>752</sup> 2. Rosa G. Torres fue elegida regidora de Mérida. 3. Las potosinas mayores de 21 años tuvieron derecho a votar (derecho que existió al menos durante tres años). 4. El gobierno yucateco difundió el folleto de Margaret Sanger sobre la anticoncepción, 5. Se organizó y celebró el Congreso Feminista Panamericano en mayo de 1923 en la ciudad de México, congreso donde se debatió sobre el derecho al sufragio femenino y la igualdad moral entre los sexos, 6. Según el censo de 1921 había 70 563 modistas por

---

<sup>749</sup> Christine Bard, *Historia política del pantalón*, Ciudad de México: Tusquets, 2012, p. 115.

<sup>750</sup> Joan Wallach Scott, “Work Identities for Men and Women: The Politics of Work and Family in the Parisian Garment Trades in 1848”, en *Gender and the Politics of History*, Nueva York: Columbia University Press, 1999, pp. 93-112.

<sup>751</sup> Hay que recordar que en 1916 se celebraron en Yucatán los primeros congresos feministas, donde Hermila Galindo expuso sobre “el impulso sexual de las mujeres’ y la importancia de incluir temas de higiene corporal como parte de la formación de las jóvenes mexicanas”. Gabriela Cano, “Las mujeres en el siglo XX. Una cronología mínima” en Marta Lamas, *Miradas feministas sobre las mexicanas del siglo XX*, Ciudad de México: FCE, 2007, p. 31.

<sup>752</sup> Las diputadas electas fueron Elvira Carrillo Puerto, Beatriz Peniche Ponce y Raquel Dzib Cicero.

todo el país, es decir, había todo un ejército de mujeres laborando en el comercio y producción de indumentaria, 7. La presencia de mujeres en los equipos de redacción de las publicaciones periódicas era constante; muchas de estas mujeres eran jóvenes que trabajaban para contribuir al gasto familiar.

Para quienes vivieron en 1924 era imposible saber que ni la ocupación femenina de cargos públicos ni su participación electoral sería duradera: lo evidente era la intensa incursión de las mujeres en espacios antes vedados para ellas.<sup>753</sup> Además de esta emergencia femenina en la plaza política y el espacio público, la creciente urbanización de la ciudad de México de finales del siglo XIX abrió nuevos espacios de socialización donde mujeres y hombres convivían día a día.

Esta convivencia cotidiana –como apunta Nathaly Rodríguez– resquebrajó de a poquito las pautas de conducta que habían reinado el trato entre hombres y mujeres durante siglos.<sup>754</sup> Entre esos espacios podemos enlistar las salas de cine y de baile, pero también las tiendas departamentales, las albercas, las escuelas y las oficinas gubernamentales. En estos lugares ocurrían encuentros entre los sexos que no contaban con una clara regulación de la conducta, es decir, no había rutinas que guiaran el trato entre hombres y mujeres que no se conocían, lo que provocó la angustia de muchos testigos de la época.

De esta manera, aunque alejadas en tiempo y espacio, las vesubianas francesas y las pelonas mexicanas vivieron similitudes estructurales: en ambos casos la balanza de poder entre los sexos estaba reacomodándose. Unas y otras surgieron como tema en las publicaciones periódicas en tiempos de revoluciones sociales, justo cuando la presencia femenina en la esfera pública era más visible porque estaban organizadas ya en clubes femeninos, como ocurrió en Francia, ya reunidas en congresos, como pasó en México. Pero también, porque el negocio de la moda estaba dirigido por mujeres, es decir, la producción y comercio de moda era un espacio femenino.

---

<sup>753</sup> Gabriela Cano, “Las mujeres en el siglo XX. Una cronología mínima” en Marta Lamas, *Miradas feministas sobre las mexicanas del siglo XX*, México, FCE, 2007, pp. 30-37.

<sup>754</sup> Nathaly Rodríguez, “Esas mujeres con corte a lo muchacho...”, p. 308.

Frente a esta mayor presencia y visibilidad de las mujeres, la respuesta fue similar. La prensa masculina apeló a la mofa de la apariencia femenina, y recurrió a la fantasía del mundo del revés en las relaciones entre hombres y mujeres.

Como se ha visto, quienes se oponían a la moda de las pelonas afirmaban que la transformación de la apariencia femenina era resultado de la imitación de costumbres extranjeras que llegaban a través de los metros de celuloide enlatado y que atrapaban a mujeres de “poco seso” o con “poca instrucción”, a quienes, sostenían, no les sentaba bien la moda por sus características físicas (a las *flappers quintopatieras*). Decían también que estas mujeres tenían una moral relajada y que el cambio físico apuntaba su masculinización. Pero también hubo defensores de las *pelonas*, y la gran mayoría fueron mujeres.

Enríquez de Rivera, por ejemplo, escribió un editorial para afirmar que la nueva moda no sólo era más apegada a los preceptos de la higiene, sino que las condiciones de la mujer moderna, ya fuera la afición a algún deporte o la vida laboral, exigían un arreglo simplificado y práctico. También sostuvo que era un derecho inalienable de cada uno vestir como se le diera la gana –siempre y cuando se respetara la moral y las buenas costumbres– y que no eran las mujeres las que hacían el ridículo –pues ellas *poseían* el instinto de la belleza– sino los hombres que usaban polvos de arroz, se rizaban el pelo y rasuraban los bigotes, y a quienes nadie señalaba.<sup>755</sup> A estos hombres se les conocía bajo el mote de *fifís*.

La escritora Nelly Campobello dijo que la reacción contra las pelonas era exagerada porque las *flappers* eran cosa del extranjero. María Luisa Garza, quien firmaba como *Loreley*, sostuvo que la vida laboral dejaba poco tiempo a las mujeres para “hacernos moños y caracoles”. Y *Júbilo*, al igual que Enríquez de Rivera, señaló a los *fifís* para defender a las pelonas porque las pelonas “no atentaban contra la obligación de la mujer mexicana de dar hijos sanos y fuertes a la patria”, pues los *fifís* eran hombres asiduos al corsé que no tenían barba ni bigote, pero sí maquillaban su cutis y estaban a

---

<sup>755</sup> *Obdulia*, “Atentados salvajes”, *El Hogar*, 23 de julio de 1924, año 11, núm. 224 p. 5.

la última moda; se decía que los fifís eran drogadictos, no trabajaban y, para colmo, eran homosexuales.<sup>756</sup>

En resumen, estas defensoras argumentaban que la nueva moda era resultado de los cambios en la vida de las mujeres, entre los que se destacaba su ingreso al mundo laboral y su presencia en las calles bajo nuevos códigos de comportamiento. También pensaban que el cambio no era resultado de una decadencia moral, pues las mujeres bien educadas sabían comportarse y vestirse de manera adecuada y según la ocasión. Todos estos argumentos sobre la moda femenina como higiénica y práctica, y la demanda del derecho de la mujer a vestirse como le viniera en gana, no eran una extravagancia de estas escritoras.

Símbolo de feminidad, en la cultura de las apariencias el pelo había identificado a las mujeres y las había posicionado como seres dominados al obligarlas a cubrirlo; sin embargo, desde 1900 el feminismo europeo había pugnado por una liberación del cuerpo que se manifestó en las transformaciones del atuendo femenino y que hacia la década de 1920 hizo del pelo corto una bandera para distinguir a un nuevo tipo de mujer, a una nueva feminidad.<sup>757</sup> Las defensoras de las pelonas esgrimieron argumentos que remitían a esta nueva feminidad.

De hecho, las notas y secciones de moda fueron cuartel de las posturas a favor del nuevo tipo de mujer. En mayo de 1923, por ejemplo, además de informar a las lectoras que regresarían las faldas largas, pero no las cabelleras largas, el autor anónimo de una nota aprovechó para decir que el retorno de las faldas largas nada tenía que ver con cuestiones morales pues “la mujer se viste para agradar, no para rendir culto a la moral” y remató: “cortarse la larga trenza es ni más ni menos que librarse de un peso, el peso de un prejuicio”.<sup>758</sup>

En la sección de modas de *El Hogar*, Carmen Peredo César, quien firmaba como *Mlle. Butterfly*, publicó el discurso más enérgico en contra de la idea de la masculinización de la mujer moderna. *Mlle. Butterfly* expuso que la nueva apariencia femenina respondía

---

<sup>756</sup> Guadalupe Caro Cocotle, “De pelonas y fifís Nuevas identidades de género en el México moderno de los años veinte” en Rodrigo Parrini Roses y Alejandro Brito (coords.), *La memoria y el deseo. Estudios gay y queer en México*, Ciudad de México: UNAM/PUEG, 2014, p. 91.

<sup>757</sup> Michelle Perrot, *Mi historia de las mujeres*, Ciudad de México: FCE, 2008, pp. 62-78.

<sup>758</sup> “Cabellos cortos y cabellos largos”, *El Universal Ilustrado*, 10 de mayo de 1923, año 6, núm. 313, p. 36.

a las necesidades de las mujeres que trabajaban y que esta tendencia ocurría en los países civilizados y “demócratas” donde las mujeres desarrollaban su inteligencia y trabajaban tanto como los hombres:

hay en el mundo muchas mujeres que trabajamos, para que las frivolidades excesivas de la antigua y recargada moda femenina pudiese ahora perdurar. Los chongos sujetos con horquillas torturadoras, los grandes sombreros estorbosos y mal sujetos, las numerosas y amplísimas “enaguas blancas” recargadas de holanes y tiras (¡ay de las aplanchadoras!), las colas (¿qué haríamos ahora para subirnos a un camión?) serían en la vida moderna, causas de verdaderas catástrofes, os aseguro.<sup>759</sup>

Varias de estas explicaciones utilizadas a favor de las pelonas hacen eco de ideas amasadas siglos atrás. Quienes las profirieron bebían, quizá sin saberlo, de una tradición forjada en viejas trincheras. Por ejemplo, la tesis sobre las mujeres que visten para agradar más allá de cualquier dilema moral se había amasado en la prensa francesa de finales del siglo XVIII,<sup>760</sup> y se había debatido en la prensa mexicana de inicios del siglo XIX.

Vestirse como a uno le dé la gana se convirtió, así, en un derecho en el contexto de la Revolución francesa. Esta idea se discutió en México a través de los impresos. En 1793, las francesas ganaron la libertad de vestirse como quisieran, sin estar obligadas a utilizar insignias revolucionarias, a costa de no formar clubes políticos.<sup>761</sup> La defensa de la moda de las pelonas como una vestimenta menos frívola y más higiénica echó mano de las experiencias de movimientos reformistas del vestido surgidos en Estados Unidos a inicios del siglo XIX.<sup>762</sup> Estas ideas habían circulado en México y echaron raíces en algunos grupos, sobre todo, en las mujeres que participaban en el mundo de los

---

<sup>759</sup> Mlle. Butterfly, “¿La mujer se masculiniza?”, *El Hogar*, 1 de abril de 1925, año 12, núm. 260, p. 21.

<sup>760</sup> Jennifer Jones, *Sexing la mode Sexing La Mode. Gender, Fashion and Commercial Culture in Old Regime France*, Oxford: Berg, 2004, p. 185.

<sup>761</sup> Lynn Hunt, “Freedom of dress in revolutionary France” en Sara E. Melzer y Kathryn Norberg, *From the Royal to the Republic Body. Incorporating the Political in Seventeenth and Eighteenth Century France*, Berkeley: University of California Press, 1998, pp. 225-227.

<sup>762</sup> Véase Patricia Cunningham, *Reforming Women’s Fashion, 1850-1920*, Ohio: Kent State University Press, 2003.

impresos. Se puede afirmar, entonces, que la guerra contra las *pelonas* fue un episodio más en la prolongada guerra entre hombres y mujeres en el mundo de las apariencias.

Había varias costureras que vivían en vecindades y que cosían con aguja e hilo prendas para comercios de todo tipo, incluidas las tiendas departamentales. En una encuesta realizada por el Departamento del Trabajo en 1921, algunas de las costureras declararon recibir ropa de los comercios donde laboraban o cortes de vestidos que les daban las contratistas. Aunque fueron pocas dentro de la muestra, estas costureras eran mujeres que apenas rebasaban la línea de la pobreza y que formaban parte del grupo más explotado en la cadena de producción de ropa: trabajaban a destajo sin máquinas de coser en espacios pequeños, poco ventilados y con poca iluminación. Es posible suponer que si las prácticas de la ropa regalada apareció en uno de los registros de las costureras más desfavorecidas, lo mismo podía pasar con aquellas que trabajaban en fábricas.

La cantidad de costureras era tal que Jocelyn Olcott apunta que parte del proceso de industrialización que floreció en el llamado Milagro mexicano ocurrió debido a la explotación del trabajo intensivo de las costureras.



### VIII. Las cruzadas contra el mal gusto y la participación femenina en el espacio público. El Concurso del Vestido Económico de *El Universal*, 1928

En la primavera de 1928 el diario *El Universal* convocó a las alumnas de las escuelas industriales del Distrito Federal, a las empleadas de gobierno y de oficinas particulares, y a las obreras de fábricas y talleres a participar en el Concurso del Vestido Económico.<sup>763</sup> El desafío consistía en confeccionar por sí mismas un vestido con no más de quince pesos. Un jurado calificador evaluaría el corte, la combinación de colores, los detalles y el acabado del vestido para elegir a la ganadora.<sup>764</sup> quien sería coronada como Reina de la Economía y Emperatriz del Buen Gusto. Además de tremendo título, la vencedora recibiría 500 pesos, una piel, un traje de baño, un par de zapatos, varios pares de medias, un vestido de china poblana con todo y huaraches, una suscripción anual a la revista de modas *Record* y muchos otros obsequios.<sup>765</sup>

La coronación de una reina de la economía y del buen gusto parece una anécdota divertida del pasado, pero más allá de su exotismo es indicio de estructuras sociales pasadas que posiblemente siguen regulando algunos de nuestros comportamientos. En este capítulo busco saber por qué fue posible este evento, es decir, en qué entramado de relaciones sociales tuvo sentido organizar una competencia para coronar a una mujer por no gastar mucho en un vestido confeccionado por ella misma y por tener “buen gusto”. ¿Qué dice este evento sobre la sociedad y las personas que vivieron en la Ciudad de México a inicios de siglo XX?

---

<sup>763</sup> “Concurso del traje de la mujer”, *El Universal*, 20 de abril de 1928, 1ª sección, pp. 1 y 9.

<sup>764</sup> Este jurado estuvo integrado por la redactora del diario Virginia Huerta Jones, el modisto Marcelo Combé y Carlos González, entonces director artístico del Departamento de Bellas Artes de la Secretaría de Educación. Véase “El jurado calificador de selección de Concurso del Traje Económico”, *El Universal*, 17 de mayo de 1928, 1ª sección, p. 5.

<sup>765</sup> “Concurso del traje de la mujer”, *El Universal*, 20 de abril de 1928, 1ª sección, p. 1; “Los premios”, *El Universal*, 27 de mayo de 1928, 1ª sección, p. 7.

A través del análisis de este concurso deseo demostrar cómo la cultura de las apariencias, expresada a través de la distinción entre buen y mal gusto en el vestir, ofreció herramientas a algunos agentes para tejer el orden en la Ciudad de México después de la fase armada de la Revolución mexicana. Como se verá, los participantes de este concurso echaron mano de la cultura de las apariencias para orientarse y evaluar a otros y/o señalaron algunas de los artilugios indumentarios de los que se valían para insertarse en un espacio público transformado y fragmentado por la revolución. En resumidas cuentas, deseo mostrar cómo la distinción entre el buen y el mal gusto florece en una cultura de las apariencias atravesada por relaciones de clase y género, es decir, se verá cómo la distinción entre buen y mal gusto en el vestir es una clasificación que ordena de manera jerárquica a la sociedad pues posiciona a unos arriba o debajo de, junto a o en frente de, con o en contra de otros bajo criterios marcados por la clase social y el género.

#### *El concurso del vestido económico*

El Concurso del Vestido Económico se llevó a cabo en la Ciudad de México entre abril y junio de 1928. El torneo se desarrolló en dos fases. En la primera, como estableció la convocatoria, se formaron tres categorías de concursantes: el grupo A con estudiantes, el grupo B con empleadas y el C con obreras. Tras el cierre de las inscripciones, las concursantes de cada categoría presentaron sus atuendos en un desfile especial para cada categoría. Durante el desfile, las concursantes cruzaron el escenario del Teatro Nacional, se detuvieron frente al jurado, dieron un giro de 180° y explicaron a los jueces las características de su atuendo. Al final de cada desfile, el jurado seleccionó a las participantes de cada categoría que pasarían a la siguiente ronda. Tras esta selección, en la segunda fase del concurso, las finalistas se presentaron en una gran gala en el mismo teatro. En este último desfile, donde hubo porras, gritos y algarabía, el jurado eligió a diez ganadoras, entre ellas a la Reina de la Economía y Emperatriz del Buen Gusto.<sup>766</sup>

---

<sup>766</sup> Manuel Ramírez Cárdenas, "El Concurso del 'Vestido Económico'", *El Universal*, 21 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, p. 1.

*El Universal* publicó notas sobre el certamen casi todos los días en los que estuvo abierta la convocatoria. Los encabezados de algunas de estas notas señalan el entusiasmo que el evento provocó entre las convocadas, pero también entre empresarios de fábricas y comercios. En parte, este interés creció gracias a las estrategias lanzadas desde la redacción del diario. Por ejemplo, ampliaron las bases del concurso, según dijeron, tras recibir varias cartas de lectoras que deseaban participar, pero que no eran ni empleadas ni estudiantes ni obreras. Estas participantes, identificadas como “damas de hogar o señoritas de familia”, pudieron inscribirse en el grupo B, junto a las empleadas.<sup>767</sup>

Otra de las estrategias relevantes para el éxito de este concurso fue el trabajo de difusión que realizaron los editores y periodistas del diario. Parte de esta labor consistió en enviar cartas a las directoras de escuelas como la Escuela Industrial de Artes y Oficios para Señoritas, Corregidora de Querétaro, Gabriela Mistral, Escuela de Enseñanza Doméstica y Escuela de Oficios para Mujeres, entre otras. Estas misivas informaban sobre las bases del concurso e invitaban a las estudiantes a participar en este desafío de “elegancia y sencillez”.<sup>768</sup>

Además de enviarles la invitación, los astutos reporteros del periódico visitaron a las directoras de estas escuelas, pero también a funcionarios de alto nivel, como al secretario particular del director del Departamento de Establecimientos Fabriles y Aprovechamientos Militares, a dueños de fábricas y talleres de costura y también fueron a algunas oficinas de gobierno a charlar con las empleadas. Tras estas visitas, los organizadores animaron a estudiantes, empleadas y obreras a participar en la justa y, sobre todo, consiguieron premios –amables contribuciones de los personajes

---

<sup>767</sup> “No es necesario ser empleada para participar en el concurso traje económico”, *El Universal*, 16 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, p. 5.

<sup>768</sup> Estas cartas se enviaron a las directoras María A. Guzmán (Escuela Industrial Doctor Balmis), Elodia Chirón (Escuela Gabriela Mistral), María Jaso (Escuela de Enseñanza Doméstica), M. Cos viuda de Montenegro (Artes y Oficios para Señoritas), Soledad R. viuda de Guajardo (Escuela La Corregidora de Querétaro), Isaura Castillo (Escuela Industrial Malinaxóchitl), y María de Jesús Gutiérrez. “El Concurso del Traje Barato organizado por *El Universal* ha despertado inusitado entusiasmo entre el elemento femenino”, *El Universal*, 21 de abril de 1928, Ciudad de México, México, p. 4; “Un torneo de economía y de originalidad para la mujer”, *El Universal*, 29 de abril de 1928, Ciudad de México, México, pp. 1y 4; “\$500 para el vestido menos costoso y de mejor gusto”, *El Universal*, 3 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, pp. 1y 10; “Opiniones sobre el importante torneo”, *El Universal*, 4 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, p. 4.

entrevistados— para las ganadoras del concurso.<sup>769</sup> Entre los donadores de premios del Concurso del Vestido Barato —como también fue promocionado— estuvieron los directivos de la cigarrera El Buen Tono y de la fábrica de telas La Sedanita Mexicana, además de funcionarios de gobierno de alto niveles; de hecho, la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas cedió el Teatro Nacional para que ahí se llevaran a cabo los desfiles.<sup>770</sup> Al cierre de la convocatoria hubo 286 inscritas que, además de saber de corte y confección y de economía doméstica, creían ser heraldos del buen gusto.<sup>771</sup>

*El Universal* y los propietarios de fábricas textiles tuvieron beneficios con este certamen. El periódico pudo medir su alcance con los lectores y así consolidar o crear lazos con potenciales compradores de espacios de publicidad en las páginas de las publicaciones periódicas de la empresa. El 9 de mayo de 1928, por ejemplo, junto a una nota que informaba sobre la inscripción de algunas obreras al concurso, se insertó un anuncio de El Centro Mercantil con los precios de distintas sedas, lanas y telas pintadas.<sup>772</sup> La prueba más contundente es que, a los pocos días de lanzar el Concurso del Vestido Económico salieron las bases de un torneo de aparadores de casas comerciales, cuyo fin explícito era que las participantes de la competencia miraran en los escaparates (y tal vez compraran) las mercancías que podrían inspirarlas y serles útiles para llevarse el triunfo.<sup>773</sup> Los comerciantes, por su parte, obtuvieron información sobre los modelos y las mercancías que utilizaban las concursantes para hacer sus vestidos, pues los encargados “de los departamentos de modas de las más renombradas y grandes casas comerciales de la Ciudad de México” asistieron a los desfiles de eliminatoria.<sup>774</sup> Ni los comerciantes ni *El Universal* fueron los únicos que se beneficiaron con la organización de este concurso.

---

<sup>769</sup> “El éxito que ha obtenido *El Universal*”, *El Universal*, 2 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, p. 1 y 4.

<sup>770</sup> “Hoy deben recogerse los boletos para entrar al Teatro Nacional”, *El Universal*, 25 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, p. 5.

<sup>771</sup> Al cierre de convocatoria de cada grupo se publicaron las listas de inscritas que fueron siempre más nutridas al número de concursantes que desfilaron en el Teatro Nacional.

<sup>772</sup> Véase anuncio El Centro Mercantil, *El Universal*, 9 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, p. 8.

<sup>773</sup> “A las casas comerciales” en *El Universal*, 27 de abril de 1928, Ciudad de México, México, p. 1; “Gran entusiasmo por nuestros dos concursos”, *El Universal*, 27 de abril de 1928, Ciudad de México, México, p.

<sup>774</sup> “El Concurso del Vestido Económico”, *El Universal*, 20 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, p. 7.

En la década de 1920 las relaciones entre obreros y patronos se desarrollaron bajo fuertes tensiones. Durante estos años se ensayaron entre jaloneos distintas formas de organización y de reglamentación de las condiciones laborales, por ejemplo, se experimentó con la formación de agrupaciones nacionales de trabajadores dedicados a una misma actividad y se redactaron los primeros reglamentos de seguridad al interior de las fábricas. Los obreros textiles, entre ellos las costureras, encabezaron varias movilizaciones obreras en esta década, pues era común que los dueños de las fábricas bajaran los salarios, corrieran a los trabajadores sin justificación, detuvieran la producción cuando el mercado estaba saturado, redujeran la jornada laboral o ignoraran los contratos colectivos de trabajo.<sup>775</sup>

En este contexto de estira y afloja se llevó a cabo la Convención Industrial Obrera del Ramo Textil de 1926. Entre los acuerdos de esta convención estuvo la estandarización de los salarios que debían pagarse, pero también el desplazamiento de las huelgas como principal arma de presión en la lucha obrera. Lejos de terminar con los conflictos, los pactos de esta convención acentuaron desigualdades de género, pues las mujeres quedaron fuera de la estandarización de los salarios y se les prohibió trabajar en el turno nocturno. Además, los dueños de las fábricas no cumplieron con los acuerdos de la Convención y los conflictos obrero-patronales continuaron, pero la balanza casi siempre se inclinó a favor de los empresarios. En 1928, por ejemplo, tras negociaciones con el gobierno de Plutarco Elías Calles, los empresarios textiles redujeron la jornada laboral, pero también pudieron despedir a los obreros que consideraran menos calificados o innecesarios, es decir, se avanzó en la estandarización salarial pactada en la Convención de 1926, pero esto no se tradujo en mayores costos de producción por mano de obra para los empresarios porque pudieron reducir el número de trabajadores en sus fábricas.<sup>776</sup>

Si los ritmos de la producción textil estaban marcados por tensiones de este tipo entre obreros y empresarios, a finales de esta década la producción de textiles nacionales se hizo bajo las difíciles condiciones que impusieron las crisis económicas. Entre 1926 y 1929 los dueños de las fábricas, a la vez que se resistían a la influencia

---

<sup>775</sup> Porter, *Mujeres*, 2003, pp.147-174; Tamayo, *Clase*, 1987, pp. 203-215.

<sup>776</sup> Gamboa, "Momentos", 1999, p. 260-262 y Porter, *Mujeres*, 2003, pp. 246-249.

estatal en las relaciones laborales, siguieron demandando al gobierno mejores condiciones para producir. Decían, por ejemplo, que las telas importadas eran más baratas –sin contar con que algunas eran de mejor calidad– y se vendían más, mientras las suyas llenaban los almacenes sin encontrar compradores, porque la falta de combustible o de materias primas incrementaba sus costos de producción. Argumentaban, pues, que su competitividad aumentaría si se les reducía el pago de impuestos, porque entonces podrían bajar los precios de sus mercancías.<sup>777</sup>

La organización del Concurso del Vestido Económico se realizó justo cuando los empresarios decían que las telas mexicanas estaban estancadas (lo que ocurrió, al menos, entre 1926 y 1929).<sup>778</sup> Ninguna nota del diario manifestó la intención de incentivar el consumo de telas nacionales, pero la coincidencia entre la organización de este certamen con la declaración de estancamiento de los fabricantes de textiles nacionales es, cuando menos, sugerente. Además, el general Celestino Gasca, reconocido líder de la Confederación Regional Obrera Mexicana (CROM) y entonces director del Departamento de Establecimientos Fabriles y Aprovisionamientos Militares,<sup>779</sup> tuvo una activa participación en la promoción de este concurso entre las obreras de las fábricas estatales, quienes cosían los uniformes del ejército.

Esta posible colusión de intereses es más evidente con el trato que el periódico dio a la fábrica La Sedanita Mexicana. Días antes de anunciar su participación en el concurso de *El Universal*, estalló un conflicto –con todo y hechos sangrientos– en dicha fábrica de sedas. El conflicto en cuestión se desató porque el sindicato de obreros cerró las instalaciones de la fábrica luego de que los dueños desconocieran el contrato

---

<sup>777</sup> Gamboa, “Momentos”, 1999, p. 261.

<sup>778</sup> En los años treinta creció la actividad industrial. En esos años hubo cada vez más zapatos, jabones, bebidas, cervezas, cosméticos y embutidos hechos en México debido al crecimiento del mercado interno. Sin embargo, en la industria textil este incremento se debió más a las barreras impuestas a los textiles extranjeros que al aumento de su consumo en el mercado interno. Graciela Márquez, “Concentración”, 1997, pp. 314 y 322.

<sup>779</sup> Seis años atrás, en 1922, cuando el general Celestino Gasca era gobernador del Distrito Federal estuvo envuelto en un conflicto con los obreros textiles de San Ángel donde hubo un obrero muerto. El escándalo inició cuando Gasca ordenó a 25 gendarmes a custodiar la presidencia de la municipalidad de San Ángel, pues unos trabajadores decidieron marchar hacia dicha presidencia para exigir la liberación de uno de los líderes sindicales. Pero cuando los trabajadores llegaron a la presidencia municipal, los gendarmes abrieron fuego e hirieron de muerte a uno de los manifestantes. Tamayo, *Clase*, 1987, p. 212.

colectivo de trabajo y pretendieran establecer contratos individuales con los obreros.<sup>780</sup> Semanas después de esto, una nota de *El Universal* informó sobre la participación de las obreras de esta fábrica en el Concurso del Vestido Económico. La nota omitió cualquier referencia al conflicto laboral, pero elogió al gerente de la fábrica por la iniciativa de costear la materia prima de los vestidos que confeccionaran las obreras de La Sedanita que decidieran participar.

En este caso en particular es posible suponer que se pagó un favor con otro: la fábrica aportó 50 pesos al arca de los premios del concurso y *El Universal*, por su parte, mostró una imagen benevolente, casi caritativa, de sus dueños, y prometió que las concursantes de esta empresa portarían un estandarte durante el desfile que las distinguiría (y de paso, promocionaría) como trabajadoras de La Sedanita Mexicana.<sup>781</sup> No hay registro que permita saber si las seis obreras de La Sedanita que se inscribieron al concurso desfilaron con una bandera, pero sí que ninguna de ellas pasó a la final del concurso, aunque el jurado dio una mención honorífica a Beatriz Pérez Vázquez, obrera de esta fábrica que no estaba entre las inscritas. Quizá ocurrió que, al estar en medio de un conflicto laboral, pocas de obreras de esta fábrica concursaron y, posiblemente, los dueños enviaron de manera expresa a Pérez Vázquez por su habilidad para realizar un vestido en una hora con cuarenta minutos.<sup>782</sup> En cualquier caso, lo relevante aquí es apuntar que el reconocimiento que se dio a Pérez Vázquez fue por la rapidez con la que confeccionó su vestido –de seda, claro– no por el estilo que le dio y que recibió una mención especial en la nota que la identificaba como obrera de esta fábrica.<sup>783</sup>

Pero más allá de estas posibles alianzas entre los empresarios de distintos ramos por la organización y participación en este certamen, con este concurso se puede analizar el significado que tenían ciertas prácticas de vestimenta a través de las declaraciones que hicieron organizadores, colaboradores y concursantes de la competencia. Como se verá, estas declaraciones permiten comprender el *sentido* que

---

<sup>780</sup> Reyna, “150” <http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/8522/2/anuaVII-pag161-212.pdf> (consultado el 8 de abril de 2017).

<sup>781</sup> Las obreras de esta fábrica son: Guadalupe Álvarez, Soledad Acosta, Rosa Quintana, Carmen Reyes, Josefina Jaramillo y Manuela Reyerros. “Gran éxito del torneo del vestido económico”, *El Universal*, 9 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, pp. 1 y 8.

<sup>782</sup> “Los brillantes torneos del Gran diario de México”, *El Universal*, 4 de junio de 1928, Ciudad de México, México, p. 1

<sup>783</sup> “Bella fiesta de la mujer y la flor”, *El Universal*, 4 de junio de 1928, Ciudad de México, México, p. 1.

tuvo para quienes participaron en este evento que premió a las mujeres que sabían vestir con “economía” y “buen gusto”.

### *Un concurso con fines educativos*

Quienes organizaron, colaboraron y participaron en este concurso dijeron que en él había una labor educativa. *El Universal*, por ejemplo, insistió que no pretendía “sólo distraer [...] para dar un motivo de regocijo y de placer a los capitalinos”; que tampoco era una propuesta vana ni mero espectáculo frívolo que buscara satisfacer “los sentimientos caprichosos de la mujer o de incentivo para su vanidad”.<sup>784</sup> Al contrario, sostuvieron en varias ocasiones que el propósito del concurso era “educativo y a la vez de estímulo para la mujer” y que las participantes debían sentirse orgullosas porque servían “a una causa seria eminentemente educativa, de gran servicio práctico al hogar y a la mujer que trabaja...”.<sup>785</sup>

Como el diario, los funcionarios de gobierno que colaboraron y opinaron sobre este certamen también creían que tenía un fin educativo. El general Gasca, director del Departamento de Establecimientos Fabriles, se expresó así:

El sentido de la economía –virtud desconocida en nuestro medio y que es, sin embargo, el más poderoso factor que engrandece a las naciones– debe comenzar a inculcarse en los hogares [...] En México se vive una vida ficticia y por ende falsa, desconociéndose aun las ventajas del ahorro, de la previsión, etc. Por eso, el concurso de *El Universal*, cuya finalidad educativa vendrá a dar resultados inesperados dentro de poco tiempo... debe ser apoyado con simpatía...<sup>786</sup>

Aunque no todos los funcionarios del gobierno dieron una respuesta tan elaborada como la del general Gasca, sí se sumaron como donadores de premios para el concurso. Entre estos funcionarios estuvieron el entonces secretario de educación, José Manuel Puig

---

<sup>784</sup> Manuel Ramírez Cárdenas, “El Concurso del ‘Vestido Económico’”, *El Universal*, 21 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, p. 1.

<sup>785</sup> “No es necesario ser empleada para participar en el concurso del traje económico”, *El Universal*, 16 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, 1ª sección, p. 5 y “El concurso del vestido económico”, *El Universal*, 28 de mayo de 1928, 1ª sección, p. 5.

<sup>786</sup> “La gran fiesta...”, *El Universal*, 30 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, p. 9.

Casauranc, y el rector de la Universidad Nacional, Alfonso Pruneda, cuyos puestos administrativos son elocuentes con el significado educativo que se dio a este certamen.<sup>787</sup> Quizá estos funcionarios se interesaron en el concurso cuando recibieron la visita de los reporteros del diario, pero lo relevante es subrayar que no cuestionaban la definición que el diario le daba pues, como se verá, estaba a tono con el proyecto cultural posrevolucionario que buscaba formar “ciudadanos” nuevos, es decir, que deseaba transformar las conductas e ideas de la gente incluso antes que las relaciones de producción.<sup>788</sup>

En la década de 1920 y aún en los años de 1930, los gobiernos apostaron por enfatizar la enseñanza de conocimientos prácticos a través de las instituciones educativas. Durante la presidencia de Elías Calles, por ejemplo, se buscó hacer de la Universidad Nacional una institución útil a las clases “laborantes”;<sup>789</sup> bajo esta misma lógica, en 1925, durante la gestión educativa de Puig Casauranc, se abrió el Departamento de Enseñanza Técnica Industrial y Comercial, con el afán de preparar a mujeres y hombres para integrarse al mercado laboral.<sup>790</sup>

Ahora bien, esta reforma educativa partía de un sesgo de género que distinguía los contenidos de enseñanza según se tratara de hombres o de mujeres, es decir, daba por sentado que ciertos conocimientos eran más adecuados según el género del alumnado. Bajo esta lógica, a las mujeres se les ofrecían y enseñaban saberes que les ayudaran a desarrollar y fortalecer las “dotes naturales” para convertirse en madres y esposas, es decir, estas escuelas contribuían para que las mujeres cumplieran con su “misión social” como madres y amas de casa. Las escuelas técnicas que se abrieron durante la década de 1920 ofrecieron, entre otras, clases vinculadas con el trabajo doméstico como cursos sobre Economía Doméstica, Corte y Confección, Modas y Cocina junto a otras cuyo lazo con las labores domésticas no parece hoy directo, tales como Taquigrafía y Contabilidad, Solfeo, Historia o Geografía.

---

<sup>787</sup> Puig Casaurac donó 200 pesos y Pruneda 150 pesos. “Fondo de premios”, *El Universal*, 21 de abril de 1928, 1ª sección, p. 4.

<sup>788</sup> Knighth, “Proyecto”, 2013, pp. 215-265.

<sup>789</sup> Marsiske, “Universidades”, 2011, pp. 216-242.

<sup>790</sup> Porter, *Angel*, 2018, pp. 72-86.

La afinidad entre este concurso y las escuelas técnicas de la Ciudad de México era evidente. Los reporteros del diario se dirigieron a las directoras de estos recintos, quienes celebraron la iniciativa de *El Universal* y la difundieron entre sus alumnas porque se ajustaba al fin que sus instituciones perseguían: instruir a las mujeres en materias que las harían productivas para sus familias. La directora de la Escuela La Corregidora de Querétaro declaró, por ejemplo, que este certamen daría “una oportunidad a las alumnas de mi escuela para que apliquen sus conocimientos tanto de Economía doméstica como en Modas, y exhiban su buen gusto”.<sup>791</sup>

Así, desde el punto de vista de las directoras, el concurso sería una lección práctica de economía doméstica adecuada las sociedades modernas: vestir con gracia por poco dinero. Isaura Castillo, directora de la Escuela Industrial Malinaxóchitl, afirmó que el Concurso del Traje Económico sería un medio “eficaz para orientar el criterio de la mujer”. Según Castillo, en aquellos días era común ver a jóvenes con un aspecto que no correspondía a su posición social porque existía la maliciosa tendencia a dar mucha importancia al vestido. Esta maliciosa tendencia derrochadora provocaba un desequilibrio en el gasto familiar, pues se pensaba que había mujeres que gastaban el dinero en vestidos lujosos en detrimento de la alimentación o la habitación de sus familias,<sup>792</sup> una idea que, como se ha visto, era de vieja cuña.

Las convocadas al concurso también creían en el fin educativo de esta iniciativa.<sup>793</sup> Algunas opinaron que con este evento podrían conocer el buen gusto y aprenderían a vestirse con corrección y a no gastar sus quincenas en “trapos caros”.<sup>794</sup> Unas cuantas aplaudieron tanto al certamen como a todas las iniciativas que tomaran en

---

<sup>791</sup> “El Concurso del Vestido Barato para mujer, encuentra en las escuelas y en los talleres una franca acogida. Las escuelas listas para participar en el certamen”, *El Universal*, jueves 19 de abril de 1928, segunda sección, p. 1.

<sup>792</sup> “No da valimiento a la persona el traje lujoso”, *El Universal*, 4 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, p. 4.

<sup>793</sup> Durante las visitas a dueños de fábricas y a las oficinas gubernamentales, los reporteros aprovecharon para realizar breves entrevistas y retratos de las competidoras; a otras las entrevistaron mientras se inscribían al concurso en las oficinas del diario. Gracias a esta labor reporteril, conocemos los rostros y los motivos que manifestaron algunas concursantes.

<sup>794</sup> Respuestas de Margarita Valle, Lupe Carranza Barnils y Josefina Mejía, empleada de la Secretaría de Educación Pública, “El concurso del Vestido Económico de *El Universal* ha sido calurosamente acogido por las empleadas”, *El Universal*, 29 de abril de 1928, Ciudad de México, México, p. 1.

cuenta a las mujeres.<sup>795</sup> Y otras más atendieron al llamado de *El Universal* cual fieles cruzadas contra el mal gusto.<sup>796</sup>

En resumidas cuentas, participantes, organizadores y colaboradores pensaban que el Concurso del Vestido Económico tenía un fin educativo porque pondría a prueba el gusto de las concursantes, premiándolas por no gastar una fortuna en sus atuendos sin descuidar el estilo de los vestidos (es decir, las capacidades estéticas de las concursantes). Además, serviría como guía para quienes fueran espectadoras del concurso. Ahora bien, ¿por qué el gasto de las mujeres en indumentaria era una cuestión tan relevante y tuvo convocatoria?

Las declaraciones del general Gasca iluminan esta cuestión. Según el general, quienes se dedicaban a la educación femenina sabían “el esfuerzo inaudito que se necesita para levantar el nivel social y moral de la mujer que trabaja.” Además, señalaba que el entusiasmo por el concurso era “una revelación halagadora... porque es más difícil conseguir en este terreno una ligera concesión que en cualquier otro triunfo inmediato...”. Ninguna de estas aseveraciones era innovadora.

La creencia de que las mujeres —sobre todo las que pertenecían a las clases populares— eran seres vulnerables a quienes había que educar y guiar germinó a lo largo del siglo XIX. Muchas de las empresas que tenían como público principal a las mujeres subrayaban, por ejemplo, que su labor era elevar su nivel moral, es decir, dotar a las mujeres con conocimientos y herramientas para enfrentar la vida. Entre estos conocimientos estaba la economía doméstica que consistía en la administración racional de las labores de casa y el ahorro del gasto familiar, ahorro que se conseguía, principalmente, al adecuar los costos de la ropa con la clase social a la que se perteneciera.<sup>797</sup> Por otro lado, se ha visto que esta creencia del desenfreno del consumo de indumentaria era fuente de corrupción moral y, sobre todo a partir de mediados del siglo XVIII, una debilidad femenina. El Concurso del Vestido Económico planteaba,

---

<sup>795</sup> Respuesta de Judith del Hoyo, “El concurso del Vestido Económico de *El Universal* ha sido calurosamente acogido por las empleadas”, *El Universal*, 29 de abril de 1928, Ciudad de México, México, p. 1.

<sup>796</sup> Respuestas de Delfina Jiménez, Irene Estrada, Amparo Morales, Josefina Rivera Torres, “El concurso del Vestido Económico de *El Universal* ha sido calurosamente acogido por las empleadas”, *El Universal*, 29 de abril de 1928, Ciudad de México, México, p. 1.

<sup>797</sup> Santoyo Torres, Antonio, “El impacto de una nueva economía doméstica en la modernización de la capital mexicana entre finales del siglo XIX e inicios del XX”,

entonces, un escenario de sobra conocido, pero lo novedoso consistió en poner el conocimiento de corte y confección como una habilidad digna de reconocimiento y señal de ahorro en gasto de indumentaria.

El concurso premiaría a aquellas mujeres, futuras madres y amas de casa, que mostraran sus conocimientos para equilibrar los gastos de sus hogares, asunto de vital importancia para las familias y para el país mismo porque era en casa donde se forjaban los hábitos de ahorro de los futuros ciudadanos, mostrando una apariencia adecuada con un vestido que –aquí lo más importante– ellas mismas habían confeccionado. Es decir, el concurso, los funcionarios y las participantes ensalzaban una forma particular de adquisición de ropa: la confeccionada en casa por las mujeres de la familia, práctica de vestimenta que, como se ha demostrado, era una entre muchas otras y, además, no era la más popular. El concurso, los funcionarios y las participantes ensalzaron, entonces, un tipo específico de feminidad.

Ahora bien, es importante resaltar que los debates sobre la apariencia femenina fueron intensos en estos años.<sup>798</sup> La agresión en contra de las estudiantes de pelo corto en el verano de 1924,<sup>799</sup> la organización de este concurso y las discusiones sobre la opción de uniformar a las empleadas de gobierno (pues así se evitarían los vestidos provocativos en las oficinas)<sup>800</sup> muestran el interés por la apariencia femenina de estudiantes, empleadas y, en menor medida, obreras. ¿Por qué se debatió tanto sobre la apariencia femenina en estos años si se ha demostrado que las mujeres participaban de la vida comunitaria y cultural desde hacía mucho, es decir, que contrario a lo que se exhaltaba, muy pocas vivieron en el encierro y la reclusión que tanto ensalzaba la prescriptiva?

Si bien las mujeres siempre habían habitado el espacio público, entre 1921 y 1930 un cierto grupo de mujeres habitó como nunca antes las calles de la ciudad de México. Tras la revolución mexicana, la Ciudad de México se convirtió en destino de muchas jóvenes de diversos orígenes sociales que caminaban rumbo a las escuelas recién creadas para ellas o a las oficinas de gobierno donde eran necesaria su presencia, pues

---

<sup>798</sup> Porter, *Angel*, 2018, p. 95.

<sup>799</sup> Rubenstein, "Guerra", 2009.

<sup>800</sup> María Ríos Cárdenas, "El uniforme", *Mujer*, 1 de noviembre de 1928, Ciudad de México, México, núm. 5, p. 12.

la institucionalización de la revolución requería de manos para realizar trámites y papeleos.<sup>801</sup> Estas mujeres tomaban el transporte público, iban a los cines, a los salones de baile, paseaban por los parques, iban a exposiciones o contemplaban los escaparates de las tiendas departamentales con mucha más frecuencia que antes. Además, estaba en plena transformación la creencia que veía con malos ojos a las mujeres jóvenes, solteras o casadas que trabajaban fuera de casa. Las escuelas que participaron en este concurso, por ejemplo, ofrecían clases como teneduría de libros y taquigrafía que tenían como fin principal la adquisición de conocimientos útiles para conseguir trabajo fuera de casa (Tabla 8.1).<sup>802</sup>

Los organizadores del concurso deseaban que estas jóvenes, que no vivían en la pobreza pero estaban lejos de tener una vida opulenta, aprendieran a evitar los adornos de más, a rechazar los vestidos suntuosos para usar en la oficina, el colegio, el salón, el hogar o el teatro y a fomentar la confección de ropa en casa. En otras palabras, los organizadores pensaban que este certamen abonaría en la misión de fomentar el buen gusto entre las mujeres (aventuraban decir, incluso, que *El Universal* sería el responsable de cimentar ese buen gusto en el vestir en México). Desde este horizonte, el concurso aparecía como una lección en contra del derroche al que se creía eran proclives algunas mujeres ni muy pobres ni ricas, es decir, que no venían de cuna dorada. Las participantes y las espectadoras tendrían ejemplos concretos sobre cómo vestir con decoro y cómo presentarse “adecuadamente” en los espacios públicos, poblados de hombres con quienes tenían que convivir día tras día, durante gran parte de la jornada laboral.

Ahora bien, ¿quiénes participaron?, ¿con qué vestidos? ¿Quién ganó y cuál fue la explicación que dio el jurado de ese triunfo? ¿Quiénes eran esas mujeres a las que este concurso les instruiría el gusto? ¿Qué entendían las participantes y el jurado por buen y mal gusto? ¿Qué expresaba esta clasificación?

---

<sup>801</sup> Porter, *Angel*, 2018, p. 63.

<sup>802</sup> Porter, *Angel*, 2018, p. 73.

Tabla 8.1 Número de participantes en el Concurso del Vestido Económico por escuela

Nombre de la Escuela	Número de alumnas participantes <sup>803</sup>
Academia Acme	1
Academia Comercial Juventud	2
Escuela de Artes y Oficios para Señoritas	19
Centro Nocturno núm. 2	8
Centro Popular Nocturno de Música	1
Escuela de Arte Industrial la Corregidora de Querétaro	15
Escuela Industrial Doctor Balmis	6
Escuela de Enseñanza Doméstica	10
Escuela de Arte Industrial Gabriela Mistral	14
Escuela Malinalxóchitl	13
Primaria Comercial Miguel Lerdo de Tejada	4
Escuela Nacional de Maestros	2
Escuela Industrial y Doméstica Sor Juana Inés de la Cruz•	7
Escuelas Particulares	3

Fuente: Elaboración propia con información de *El Universal*, abril-junio 1928

*Las chics, las sobrias y las cursis. Tipos de tela y adornos como manifestación de diferencias de clase*

La distinción entre buen y mal gusto que aparece una y otra vez en las declaraciones de los organizadores y los participantes del Concurso del Vestido Económico. Para comprender el significado de esta distinción es necesario definir los gustos. Los gustos son esquemas de diferenciación y apreciación adquiridos en la práctica y aplicados de manera práctica. Estos esquemas se incorporan a partir de procesos de socialización, pero son experimentados como encarnaciones que guían los sentidos con los que se percibe, siente y distingue el mundo de la vida diaria. Estos esquemas de percepción y sensibilidad son un dominio práctico de la(s) distribución(es) de los recursos (materiales y simbólicos, propiedades y conocimientos) del mundo social.

Somos capaces de reconocer la adecuación o inadecuación de ciertos comportamientos, ideas o experiencias sensibles (olores, sabores, sonidos, colores)

<sup>803</sup> "El Concurso del Vestido Económico", *El Universal*, 20 de mayo de 1928, Ciudad de México, p. 7.

dependiendo las personas que los ejecutan o provocan, porque heredamos de y compartimos con otros los esquemas de diferenciación y apreciación que experimentamos como gustos. Desde esta perspectiva, la distinción entre buen y mal gusto manifiesta el conocimiento práctico de la distribución de los bienes materiales y simbólicos de una sociedad, que experimentamos como sensaciones de adecuación o inadecuación entre las personas, las cosas y los comportamientos. En otras palabras, la clasificación que distingue el buen del mal gusto marca una jerarquía que establece fronteras entre conductas y cuerpos. En resumidas cuentas, la distinción de buen y mal gusto devela una clasificación que distingue de manera práctica a las personas a partir de sus elecciones y sus comportamientos.<sup>804</sup>

Leídas con estos lentes, las declaraciones de organizadores, de participantes y los resultados de este concurso son vestigios de los esquemas de clasificación con los que las mujeres y los hombres de distintos grupos sociales ordenaron el mundo surgido de la Revolución mexicana. Es decir, a partir de estas declaraciones es posible observar cómo nociones de clase y género forjaron nuevas normas de conducta y de sensibilidad que orientaron los comportamientos de empleadas, obreras y estudiantes mientras incursionaban en la vida pública de la Ciudad de México durante la década de 1920. Esbozaré estas normas de sensibilidad.

Según las declaraciones de las participantes, el buen gusto se manifestaba a través de la discreción y la elegancia. Una mujer con buen gusto era inteligente porque no gastaba grandes cantidades de dinero para vestirse con elegancia. Sabía que esa elegancia descansaba en la confección, la discreción y, sobre todo, en el decoro. En este sentido, Amparo Morales, empleada de la Secretaría de Educación Pública, afirmó que la elegancia no consistía en usar “telas ricas” sino en la confección, el buen gusto y la discreción.<sup>805</sup>

La asociación entre la elegancia y la discreción fue constante entre las entrevistadas. Una estudiante de corte y confección dijo que la elegancia nacía de la

---

<sup>804</sup> Para este análisis de los gustos hecho mano de la herencia conceptual producida en la sociología. En particular, retomo la propuesta de Pierre Bourdieu elaborada en *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto* y de otros sociólogos como Norbert Elias, Levin Schücking, Georg Simmel y Thorstein Veblen.

<sup>805</sup> “El Concurso del Vestido...”, *El Universal*, 29 de abril de 1928, Ciudad de México, México, p. 4.

discreción y por esa razón las concursantes debían evitar las estridencias.<sup>806</sup> Lucía Díaz González, obrera de El Buen Tono, pensaba lo mismo que la estudiante y la empleada, pero la cigarrera ofreció un ejemplo muy concreto de lo que debía evitarse. Díaz González advirtió, en tono de broma, que las concursantes no debían confundirse y ponerse a economizar tela porque entonces se vestirían como bailarinas de Bataclán y, todos lo sabían, las bataclanas y sus vestidos eran los máximos representantes del mal gusto: dejaban descubierta mucha carne y eso iba en contra de todas las reglas del decoro.<sup>807</sup>

Esta coincidencia de juicios no es casual. La discreción era para las mujeres, más allá de la clase social, un elemento que no podía ignorarse, pues de ella dependía su honor y su posición en la jerarquía social. Es decir, y como han señalado Susie S. Porter y otras historiadoras de las mujeres, la participación de las mujeres en el espacio público y sus hábitos de consumo estuvieron mediadas por cuestiones de género.<sup>808</sup>

Ahora bien, si lo discreto era decoroso, entonces los vestidos decorosos eran de buen gusto, pero no necesariamente elegantes. La elegancia, además de discreta, debía ser *chic*, epítome de buen gusto. El problema, como bien apuntó otra estudiante, era que por más cursos de corte y confección que se tomaran, por más conocimientos que se tuvieran sobre cómo cortar vestidos, en ninguna escuela enseñaban a *lucirlos* con elegancia. En otras palabras, la escuela no era el lugar en donde se aprendía de elegancias y de buen gusto. Entonces, ¿dónde se aprendía?, ¿quiénes sí lucían los trajes con elegancia?, ¿quiénes sí eran *chic*?, ¿por qué?

Según las obreras y empleadas entrevistadas, quienes sabían de elegancia y buen gusto eran las damas de sociedad (o la “gente bien”) y los modistos. Una empleada sostuvo, por ejemplo, que “el buen gusto se aprende lentamente a fuerza de usar modelos de París y vestir creaciones de los modistos célebres”.<sup>809</sup> En este mismo sentido, una obrera de la tienda de disfraces La Maja de Goya creía que de tantos trajes

---

<sup>806</sup> “El Concurso del Vestido Barato tiene gran éxito”, *El Universal*, 25 de abril de 1928, Ciudad de México, México, p. 5.

<sup>807</sup> “Opiniones sobre el importante torneo”, *El Universal*, 4 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, p. 4.

<sup>808</sup> Porter, *Angel*, 2018; Enstad, *Ladies*, 1999.

<sup>809</sup> “El concurso del vestido barato tiene gran éxito”, *El Universal*, 25 de abril de 1928, Ciudad de México, México, p.

para teatro y disfraces que había confeccionado seguro algo del “buen gusto de la gente bien” ya se le había pegado.<sup>810</sup> Una estudiante opinó que los modistos como Jean Pateau sí podían hacer vestidos lindos con quince pesos, pero no alguien que carecía de buen gusto.<sup>811</sup> ¿Quiénes carecían de gusto?, ¿por qué?

El mal gusto o la falta de gusto se manifestaba en el exceso de lujo, la vanidad y la ignorancia de las reglas del decoro. Pero de todas las palabras que utilizaron los entrevistados, hay una que parece condensarlo y encarnarlo: *cursi*. Los orígenes de la palabra *cursi* son inciertos. Unos dicen que es apócope de *cursiva*,<sup>812</sup> otros sostienen que es anagrama del apellido de los protagonistas de la zarzuela titulada *La familia de Sicur*.<sup>813</sup>

Más allá de su genealogía, lo relevante es que los términos *cursi* y *cursilería* se popularizaron entre el último cuarto del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX en los territorios de habla hispana. Durante este periodo, algunas mentes eruditas escribieron tratados para explicar tal fenómeno. En 1916, por ejemplo, el editor Carlos Díaz Dufoó (hijo) lo definió como “un éxito que fracasa”. Trece años después, el escritor Bernardo Ortiz de Montellanos afirmó que era “la estética del pobre con aspiraciones”. A estos significados se añadió otro más hacia la década de 1930: desde entonces comenzó a asumirse que la *cursilería* era un riesgo estético en la búsqueda de lo sublime, riesgo al que no sólo la clase media estaba expuesta. En un reciente análisis filológico, el escritor Álvaro Enrigue señala que la palabra *cursi* era un arma de clase usada contra los que se instalaban en un lugar que no les correspondía, y que la *cursilería* se entendía como una enfermedad que atacaba a la clase media. En pocas palabras, la *cursilería* era el estigma del arribismo y, al mismo tiempo, los *cursis* eran los “caídos en la carrera rumbo a lo sublime”.<sup>814</sup>

Las participantes de este concurso no elaboraron tan afiladas definiciones de lo *cursi*, pero lo reconocían. Alguien afirmó que la *cursilería* era una plaga femenina que debía rechazarse y que el Concurso del Vestido Económico sería un espacio idóneo para

<sup>810</sup> “Gran éxito del torneo de...”, *El Universal*, 9 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, p. 8.

<sup>811</sup> Respuesta de estudiante, “El concurso del vestido barato tiene gran éxito”, *El Universal*, 25 de abril de 1928, Ciudad de México, México, p. 5.

<sup>812</sup> Valis, *Culture*, 2002, pp. 77-82.

<sup>813</sup> Enrigue, *Valiente*, 2013, p. 21.

<sup>814</sup> Enrigue, *Valiente*, 2013, pp. 22-32.

combatirla.<sup>815</sup> Otras dieron santo y seña de las cursis: eran esas mujeres que podían llegar a la oficina ataviadas con vestidos de noche –algunas “con generosos descotes”– combinados con unos “mantones mal pintados” o iban a las funciones de teatro vestidas con un “simple” traje sastre.<sup>816</sup> Si se sintetizan los rasgos particulares que las entrevistadas dieron sobre las mujeres cursis con las disquisiciones sobre lo cursi de los escritores, es posible afirmar que la estética de las pobres con aspiraciones encarnaba en esas oficinistas y estudiantes que querían lucir refinadas, pero que nomás hacían el ridículo en su intento.

La cusilería incomodaba porque expresaba el desconocimiento del arte de la adecuación, es decir, era la ignorancia del orden de las apariencias y de la jerarquía que regulaba ese orden. Esta jerarquía descansaba en saber qué tipo de vestimenta se utilizaba según la ocasión, según el lugar y las personas con las que se interactuara. El delito de las cursis era, entonces, que sus prácticas de vestimenta expresaban el desconocimiento de las jerarquías de clase social y género que regulan los encuentros entre las personas. Este desconocimiento implicaba no reconocer la propia posición y la que ocupaban las personas con las que se convivía.

Ahora bien, es importante resaltar que las elecciones de vestimenta estaban reguladas por una moral sexual que imponía a las mujeres, más allá de la clase social (si eran obreras, amas de casa, estudiantes o empleadas) conductas apegadas al decoro y al recato: mostrar piel de cualquier parte del cuerpo era problemático para cualquier mujer. Desde esta óptica que resalta las diferencias de clase y género, los resultados del concurso son reveladores.

---

<sup>815</sup> “El concurso del vestido barato, tiene gran éxito. Inscripción de numerosas colegialas de la capital”, *El Universal*, 25 de abril de 1928, Ciudad de México, México, p. 5.

<sup>816</sup> Una de las entrevistadas dijo: “muchachas que ostentan en su crasa ignorancia, vestidos de soirés con generosos descotes a las once de la mañana, o frecuentan los teatros y las reuniones simplificadas con sus trajes sastres...”. Respuesta de una taquimecanógrafa de la Secretaría de Hacienda, “El concurso del traje barato organizado por *El Universal* ha despertado inusitado entusiasmo entre el elemento femenino” en *El Universal*, 21 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, p. 4; y Delfina Jiménez, “El Concurso del Vestido”, *El Universal*, 29 de abril de 1928, Ciudad de México, México, p. 4.

*Indumentaria, arma de clase en las batallas simbólicas*

Al llamado del Concurso del Vestido Económico acudió un total de 286 mujeres. 105 de ellas eran estudiantes, 95 eran obreras y 86 empleadas y “damas de casa”. Si hubo casi igual porcentaje entre las convocadas de cada grupo, la mayoría de las galardonadas formaban parte de uno sólo. Entre las diez premiadas hubo seis empleadas y damas de casa, el contingente más pequeño del concurso; tres eran estudiantes, entre ellas la ganadora del concurso; sólo una obrera se coló entre las laureadas. En resumidas cuentas, el buen gusto estaba, según el veredicto de los jueces, desigualmente distribuido.

Los resultados fueron polémicos, pero no porque, como dicta el refrán, en gustos no haya nada escrito. Al contrario. Como deseo demostrar, detrás de las elecciones de gusto hay diferencias sociales vinculadas a las desiguales distribuciones de los bienes materiales y simbólicos que permiten a los individuos moverse –si los poseen– en el espacio social y/o dominar a otros. Tomaré como referencia los atuendos de las ganadoras de cada categoría y las declaraciones del jurado y las participantes para bosquejar las relaciones de dominación entre los integrantes de distintos grupos sociales que convivían en el México posrevolucionario (Ilustración 8.1). Se verá cómo, las telas de los vestidos, los adornos y el corte de los vestidos fueron usados como armas para enclasar a otros y enclasararse.

La Reina de la Economía y Emperatriz del Buen Gusto fue Armantina Núñez Andrade,<sup>817</sup> alumna de la Escuela Doméstica. Su vestido era de seda color lila azulino (pérvica), con vivos blancos en los puños y cinturón. Los jueces eligieron este vestido como ganador porque era un corte moderno con adornos “sobrios” y “finos”, es decir, con pliegues (alforzas) que daban textura y quizá forma al vestido pero, sobre todo, que requieren de más tela y de conocimientos técnicos o pericia para hacerlos. Además, según el jurado, el vestido podía usarse en la oficina, en la calle y aún para ir de visita, es decir, “para toda ocasión en que una mujer que trabaja y la mujer de hogar ha de

---

<sup>817</sup> Armantina Lesbia Núñez Andrade nació el 8 de febrero de 1908 en Huejutla, Hidalgo. Su padre, Francisco Núñez, era empleado y su madre, Eva Andrade Melo, ama de casa. Se casó en 1931 con Luis Arcaraz Gordon, empleado también, quien vivía en la colonia Santa María la Ribera. “México, Hidalgo, registros parroquiales, 1546-1971”, database with images, *FamilySearch* <https://familysearch.org/ark:/61903/1:1:QKZ8-FVLK> (consultado el 29 de julio de 2015).

presentarse correctamente ataviada, sin pretensiones pero segura de que se ve bien”. El costo total del vestido fue de 14.50 pesos.<sup>818</sup>

Esther Fernández, ama de casa de origen veracruzano que también asistía al Centro de Obreras núm. 2, fue la vencedora del grupo B. Fernández confeccionó, también con 14.50 pesos, un vestido azul marino de *charmeuse* (tela ligera y satinada, posiblemente de seda) con adornos color café en tela *georgette* (mate, semitransparente y muy ligera), que daba movimiento a las mangas tipo pagoda y a la chorrera doble.<sup>819</sup> Este vestido fue descrito por los jueces como bonito “sin que por ello deje de ser discreto” y de corte como muchos de los que podían mirarse en los escaparates.<sup>820</sup>

En el grupo de las obreras triunfó Amparo Romero, oficiala de un taller de modas. Su vestido, también de color azul marino y adornado con pechera y cinturón blancos, fue alabado por su bajo costo y descrito como un traje sobrio, discreto y correcto. La tela que usó Romero fue algodón muy barato conocido como Cabeza de Indio. El costo total del vestido fue de 4.85 pesos.<sup>821</sup>

Los costos de los vestidos fueron motivo de discordia. Según la crónica del último desfile, el público aplaudía entusiasmado cada que aparecía en la pasarela un vestido de bajo costo; pero el jurado determinó que el poco gasto no era una razón suficiente para elegir a las ganadoras. Y no lo fue al elegir los atuendos de las categorías de estudiantes, y de empleadas y damas de sociedad, pues los vestidos ganadores del grupo A y B estuvieron casi al límite del presupuesto acordado (15 pesos). Pero llama la atención que, a diferencia de estos, el jurado considerara el costo y la tela del vestido para seleccionar a la ganadora del grupo de las obreras (vestido de 4.85 confeccionado en algodón Cabeza de Indio).

Si la distinción entre económico y barato guió el criterio del jurado, esta distinción no era terreno neutral: los esquemas de percepción y apreciación se manifiestan en clasificaciones que ordenan el mundo social y refuerzan las jerarquías sociales que

---

<sup>818</sup> “Las razones que el jurado tuvo para dar sus fallos”, *El Universal*, 4 de junio de 1928, Ciudad de México, p. 1.

<sup>819</sup> La chorrera es un adorno de tela confeccionado a modo de volante sobre el pecho que oculta los ojales del vestido o la camisa.

<sup>820</sup> “Las razones que el jurado tuvo para dar sus fallos”, *El Universal*, 4 de junio de 1928, Ciudad de México, p. 1.

<sup>821</sup> Este algodón es un tejido plano, sin textura, y es de los más baratos. Los uniformes de médicos cirujano y batas de hospital que se utilizan hoy en día son confeccionados con esta tela.

existen. La distinción entre barato y económico no era evidente ni significaba lo mismo para concursantes, organizadores, jueces y espectadores.

"MAGAZINE FILMICO" Y "EL ESFUERZO DE LA PROVINCIA" EN "ROTOGRAFICO" el Miércoles

**ROTOGRAFICO**  
EL GRAN DIARIO DE MEXICO  
SEGUNDA SECCION

EL UNIVERSAL  
EL GRAN DIARIO DE MEXICO  
SEGUNDA SECCION

EL Universal Ilustrado  
El Mejor Semanario de México

AÑO XII—TOMO XLVII LIC. MIGUEL LÁZAR DUBET MEXICO, D. F., LUNES 4 DE JUNIO DE 1928 JOSE BOMEZ USARTE NUM. 4,239

**MODELOS PREMIADOS EN EL TORNEO DEL TRAJE ECONOMICO**  
**EL CONCURSO ORIENTA A LA MUJER EN UN NUEVO DERROTERO**

**PRIMER PREMIO (Grupo B)-Señorita Ester Fernández, Alumna del Centro de Obreras Número 2**

**OPINIONES DE LAS SEÑORITAS QUE GANARON LOS PREMIOS**

**GRAN PREMIO-Señorita Armaritina Núñez, de la Escuela de Enseñanza Doméstica**

**LAS RAZONES QUE EL JURADO TUVO PARA DAR SUS FALLOS**

**PRIMER PREMIO (Grupo C)-Señorita Amparo Romero, Obrera de un Taller de Modas de las Calles del Ciprés**

**PRIMER PREMIO (Grupo B)-Señorita Ester Fernández**  
Anasar la originalidad, la distinción y la economía, dice Armaritina Núñez, y poner la peca de elegancia, para vencer.  
Cruzada de buen gusto que gana mujeres orgullosas.—La primera vez que se da deferencia a la mujer.  
Por CARMEN BARRAL.

**GRAN PREMIO (Grupo C)-Señorita Amparo Romero**  
El traje de la señora Ester Fernández obtuvo el Primer Premio del grupo de señoras "B", como un modelo de buen gusto, de distinción y elegancia, y por su sencillez. Llama la atención de la misma sencillez, la elegancia en la combinación de los colores, azul marino y café "grape". El equilibrio en el adorno del busto de las mangas es armonioso.  
Este vestido es de su casa, visto en la calle, como desde luego le sucede a la mujer, como vestido hecho a su medida, que se adapta a su cuerpo. Con un gusto de señora joven y distinguida, sencilla, la señora Ester Fernández logró un modelo de los que exhiben sencillez y distinción, haciendo armonía siempre y quitando al espectador por el traje elegante.  
La descripción completa de este traje, así como de los otros que concursaron en el concurso se encuentran en la oficina de los modelos que se halla en esta misma página.

**OPINIONES DE LAS SEÑORITAS QUE GANARON LOS PREMIOS**  
Anasar la originalidad, la distinción y la economía, dice Armaritina Núñez, y poner la peca de elegancia, para vencer.  
Cruzada de buen gusto que gana mujeres orgullosas.—La primera vez que se da deferencia a la mujer.  
Por CARMEN BARRAL.

**GRAN PREMIO (Grupo C)-Señorita Amparo Romero**  
El traje de la señora Ester Fernández obtuvo el Primer Premio del grupo de señoras "B", como un modelo de buen gusto, de distinción y elegancia, y por su sencillez. Llama la atención de la misma sencillez, la elegancia en la combinación de los colores, azul marino y café "grape". El equilibrio en el adorno del busto de las mangas es armonioso.  
Este vestido es de su casa, visto en la calle, como desde luego le sucede a la mujer, como vestido hecho a su medida, que se adapta a su cuerpo. Con un gusto de señora joven y distinguida, sencilla, la señora Ester Fernández logró un modelo de los que exhiben sencillez y distinción, haciendo armonía siempre y quitando al espectador por el traje elegante.  
La descripción completa de este traje, así como de los otros que concursaron en el concurso se encuentran en la oficina de los modelos que se halla en esta misma página.

**LAS RAZONES QUE EL JURADO TUVO PARA DAR SUS FALLOS**  
El buen gusto, el equilibrio y el adorno para el recambio de la obra, son los que el grupo "C" en la selección.  
La gran obra que se ve en esta edición es "El Universal".—Se premió el traje económico y no el vestido más barato.  
Por VICTORIA DE JESUS BARRAL.

**PRIMER PREMIO (Grupo C)-Señorita Amparo Romero**  
El traje de la señora Ester Fernández obtuvo el Primer Premio del grupo de señoras "B", como un modelo de buen gusto, de distinción y elegancia, y por su sencillez. Llama la atención de la misma sencillez, la elegancia en la combinación de los colores, azul marino y café "grape". El equilibrio en el adorno del busto de las mangas es armonioso.  
Este vestido es de su casa, visto en la calle, como desde luego le sucede a la mujer, como vestido hecho a su medida, que se adapta a su cuerpo. Con un gusto de señora joven y distinguida, sencilla, la señora Ester Fernández logró un modelo de los que exhiben sencillez y distinción, haciendo armonía siempre y quitando al espectador por el traje elegante.  
La descripción completa de este traje, así como de los otros que concursaron en el concurso se encuentran en la oficina de los modelos que se halla en esta misma página.

**FRAJOL COLORES**  
Bañiles Petacas

**Hoy Circula "Toros y Deportes". Adquiera su Ejemplar Temprano**

Ilustración 8.1 Ganadoras del concurso del Vestido Económico. Al centro la ganadora del concurso. El Universal, 4 de junio de 1928.

Durante las primeras semanas de difusión de las bases del concurso hubo notas de *El Universal* que lo anunciaron de manera indistinta como Del Traje Barato o del Vestido Económico, es decir, los mismos editores del diario no diferenciaban entre un vestido “barato” y uno “económico” en esas primeras semanas. Como ellos, hubo participantes de todas las categorías que apostaron su triunfo al confeccionar vestidos de bajísimo costo, es decir, baratos. Pero para los jueces –y también para algunas competidoras– económico no era lo mismo que barato.

María Luisa Cordero, empleada de la Secretaría de Hacienda, días antes de la final del certamen, sentenció que ningún vestido de quince pesos podía ser económico porque “los materiales serían corrientes”.<sup>822</sup> Por su parte, Virginia Huerta Jones, redactora de *El Universal* y juez del concurso, insistió en la diferencia entre barato y económico al dar las razones de la elección de las ganadoras. Huerta Jones afirmó que el jurado había descalificado vestidos elegantes que mostraban una gran mano de obra, lo mismo que trajes que eran muy vistosos o baratos porque ninguno de ellos era *práctico*.

Lo práctico era un elemento indispensable del vestido moderno. De manera particular, la redactora del diario insistió en que los vestidos de cinco centavos o menos estaban confeccionados con telas tan baratas que no podían usarse en distintas situaciones ni durarían mucho y, por lo tanto, no eran prácticos. Entonces, un vestido económico era práctico porque podía utilizarse lo mismo para una visita que en la oficina o en la calle –tal como dijeron del vestido de Armantina Núñez, la ganadora del certamen– y también era duradero; los vestidos baratos, por su parte, eran “corrientes” porque estaban confeccionados con telas de mala calidad, se usaban solo en ciertas ocasiones y duraban poco. ¿Cuáles telas eran económicas (“prácticas”) y cuáles baratas (“corrientes”)?

Entre las telas baratas, y quizá corrientes, estaba el algodón Cabeza de Indio, tela elegida por la ganadora del grupo C para su vestido. Podría suponerse que el jurado no reparó en la tela y el costo del vestido ganador de esta categoría porque el gasto era adecuado para lo que se pensaba que ganaban las obreras, aunque se ha demostrado

---

<sup>822</sup> “El concurso del traje barato organizado por *El Universal* ha despertado inusitado entusiasmo entre el elemento femenino” en *El Universal*, 21 de abril de 1928, Ciudad de México, México, p. 4.

que la diferencia salarial entre éstas y algunas empleadas de gobierno no era sustantiva. En este sentido, Susie Porter ha mostrado que algunas empleadas de gobierno, sobre todo las de más baja categoría, tenían ingresos similares a las obreras de algunas fábricas.<sup>823</sup>

Guadalupe Carranza Barnils,<sup>824</sup> empleada de la Secretaría de Educación Pública (SEP), fue finalista del grupo B, pero no ganó.<sup>825</sup> Su vestido, confeccionado con algodón Cabeza de Indio, la misma tela del vestido de la obrera ganadora y que era considerada como una tela “corriente”, costó siete pesos, y era de color azul con adornos “chinescos”. Cuando Carranza supo el resultado del certamen, expresó su desilusión: “¡todavía ganó la seda!”.<sup>826</sup> Pero el jurado del concurso valoró al viejo y satinado textil animal, pues los vestidos ganadores de los grupos A y B eran de seda.

Huerta Jones afirmó que se vendían algunas sedas muy baratas —en La Sedanita Mexicana, por ejemplo— y que esta tela se ajustaba mejor a las actividades de las trabajadoras que lidiaban con el clima de la ciudad de México. La seda abrigaba sin sofocar y cubría del frío de la mañana y las noches, pero su delgadez la hacía adecuada para el calor del mediodía y la tarde. Y por si quedaban dudas, la seda, como el algodón, era lavable, pero un vestido de seda aventajaba al de algodón porque no se encogería a la primera lavada.<sup>827</sup> Los argumentos de Huerta Jones justificaban el triunfo de la seda apuntando que ésta resultaba adecuada a la vida práctica y, por tanto, era más económica.

Pero la desilusión de la señorita Carranza también tenía sentido. En aquellos años la seda tenía el monopolio de la elegancia y la moda. Quizá esta empleada de la SEP

---

<sup>823</sup> Porter, *From Angel*, p. 68.

<sup>824</sup> Nació en Ciudad del Carmen, Campeche, el 15 de diciembre de 1905 y murió en la ciudad de México el 9 de octubre de 1991. "México bautismos, 1560-1950," database, *FamilySearch* (<https://familysearch.org/ark:/61903/1:1:NFHN-4NL> : 2 January 2015), María Guadalupe Carranza, 03 Mar 1906; citing , reference 264 17 P 54 & 55; FHL microfilm 1,523,364 "México, Distrito Federal, Registro Civil, 1832-2005," database with images, *FamilySearch* (<https://familysearch.org/ark:/61903/1:1:23L1-WB3> : 4 December 2014), Guadalupe Carranza Barnils, 09 Oct 1991; citing Death, Alvaro Obregón, Distrito Federal, Mexico, Archivo de Registro Civil de Distrito Federal (Distrito Federal Civil Registry Archives); FHL microfilm 2,275,741. [consulta: 27 de diciembre de 2016]

<sup>825</sup> "Bella fiesta de la mujer y de la flor" en *El Universal*, 4 de junio de 1928, Ciudad de México, México, p.

<sup>826</sup> Carlos Leblanc, "Opiniones de las señoritas que ganaron los premios", *El Universal*, 4 de junio de 1928, Ciudad de México, México, p. 1.

<sup>827</sup> Virginia Huerta Jones, "Las razones que tuvo el jurado para dar sus fallos", *El Universal*, 4 de junio de 1928, Ciudad de México, México, p. 1.

decidió confeccionar su vestido con algodón Cabeza de Indio pensando que el enemigo a vencer era el exceso de lujo, y la seda, tela favorita de los cortesanos franceses, de los emperadores romanos y de muchas modistas, era sinónimo de lujo.<sup>828</sup> Carranza no fue la única que actuó bajo esta lógica. Margot, una “obrero” de un taller de costura de quien no dieron más referencia para no “romper el encanto de su nombre con su apellido vulgar” (¡!),<sup>829</sup> pensaba que las telas estampadas eran más lucidoras que las sedas francesas.

Contrario al juicio de la obrera de “apellido vulgar”, ninguno de los vestidos galardonados era estampado. De hecho, en una de las crónicas de los desfiles escribieron sobre una participante que se había presentado al concurso con un vestido de organdí “con llamativos estampados de gusto problemático.”<sup>830</sup> En pocas palabras, los adornos de los vestidos considerados elegantes tenían que ser resultado de la costura, no del tejido o la estampa del textil.

Esta estética sartorial que rechazó las telas estampadas, al ubicarlas dentro del mal gusto, encarna cuando se observan los vestidos de las participantes del concurso que se publicaron en las páginas de *El Universal*: son las obreras quienes aparecen ataviadas con telas estampadas (Ilustraciones 8.2 y 8.3). Aún más. Que Romero, la obrera galardonada, haya elegido una tela lisa para su vestido muestra cómo las identidades de clase suelen ser más flexibles y porosas de lo que suele suponerse; y cómo algunos de los miembros de los grupos subordinados suelen compartir, es decir, validan y hacen suyos los gustos de los grupos dominantes.

De esta manera, si a la ausencia de telas estampadas entre las ganadoras del concurso se suma el hecho de que el vestido de la (única) obrera ganadora fue el único de algodón Cabeza de Indio, empieza a volverse clara la jerarquía social manifiesta en las apariencias. El algodón, textil plebeyo, era adecuado para las mujeres más pobres o que parecían ser más pobres, como las obreras, quienes solían elegir telas estampadas para adornar sus atuendos. Las estudiantes y las empleadas, por su parte, elegían la

---

<sup>828</sup> Toussaint-Samat, *Historia*, 1994, pp. 155-210.

<sup>829</sup> Margot, “El concurso del traje barato organizado por *El Universal* ha despertado inusitado entusiasmo entre el elemento femenino” en *El Universal*, 21 de abril de 1928, Ciudad de México, México, p. 4.

<sup>830</sup> “Concurso del Vestido...” en *El Universal*, 21 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, p. 9.

seda reina y cosían sobre superficies lisas adornos como las alforzas o los pliegues del vestido ganador.

**PRIMER CONTINGENTE DE OBRERAS PARA EL CONCURSO DEL «VESTIDO ECONOMICO», ABIERTO POR «EL UNIVERSAL»:**

**MANOS LIMPIAS Y UÑAS IMPECABLES**  
Los cobradores de camiones o usan "manicure" o tendrán que ser multados  
Por conducto de los Agentes e Inspectores de Tráfico, se está llevando a cabo, con toda energía, una medida que ha sido recibida por el público con grandes muestras de aprobación y que consiste en obligar a los cobradores de los camiones a que tienen las manos limpias lo mismo que las uñas. En las diversas estaciones y paradas que tienen las líneas de camiones

**UN ACUSADO ATACADO DE DELIRIO DE PERSECUCION**  
Por esa circunstancia no pudo hacerse la reconstrucción de un crimen  
Ayer debió haberse llevado a cabo, por la mañana, una reconstrucción de hechos en la tragedia registrada hace unos cuantos meses en el interior del Ministerio de Gobernación, en la que el Agente de los Servicios Confidenciales, Navarro Hernández, dio muerte a balazos al compañero, coronel Porfirio Rodríguez, en circunstancias bien conocidas, pues el ocaso lo había ame-

Señoritas obreras de "El Buen Tono": Margarita Arslanga, Lucía D. González, Leonor Bonilla, Victoria Arzaga, Concepción de la Torre, Carmen Ramírez, Socorro López y Soledad Tenorio.  
Gran entusiasmo reina entre las obreras de la Fábrica de Cigarrillos con organizando nuevos grupos en los talleres a fin de que el lunes

Ilustración 8.2 Retratos de algunas obreras que participaron en el Concurso del Vestido Económico. Nótese la forma de delineado de cejas y el uso de labial en la mayoría de las retratadas.



Regresaré al problemático vestido estampado, finalmente, pues la tela con figuras no fue el único elemento problemático para los esquemas de percepción del jurado. El vestido estaba confeccionado con organdí y Huerta Jones escribió que los vestidos de organdí eran flor de una hora e inadecuados para ir las oficinas o andar por las calles. Además, expresó la redactora, el Concurso del Vestido Económico no había premiado un “lindo merengue, lleno de transparencias que exigiera mucho gasto en ropa interior y un clima o una ocasión apropiada para vestir debidamente.”<sup>831</sup> Así, no importaba que la tela fuera barata siempre y cuando el vestido fuera decoroso. Y el vestido de Romero lo era: de mangas largas, ningún escote y de color neutro (marino), lejos de cualquier estridencia que mostrara mucha piel o atrajera las miradas de otros.

El vestido de organdí era *inadecuado* para andar en la calle y las oficinas, pero no sólo porque requería de mucha ropa interior (por las transparencias), sino también porque parecía un merengue. Si lo “inadecuado” remite a la distinción entre buen y mal gusto, pues señala que el organdí está fuera de lugar, de “su” lugar, lo *amerengado* lo pega a lo *cursi*, pues ambos adjetivos indican *pretensión*. Entonces, además de telas plebeyas como el algodón y telas nobles como la seda, había textiles cursis.

Al coser su vestido con organdí estampado, la concursante con vestido amerengado de organdí cometió dos errores: las telas estampadas podían utilizarse si se alejaban de las estridencias, pero el organdí estaba lejos de ser sobrio, era una tela que pretendía mucha delicadeza, mucho refinamiento, sin poder conseguirlo (además de que no podía usarse en cualquier circunstancia). Aunque no hay fotografías de este vestido, con los elementos expuestos hasta aquí, es posible imaginar a esas señoritas que al desear lucir elegantes rechazaron el algodón y eligieron el organdí. Pero esta tela rígida y ligera las llevó lejos de sus propósitos: ante los ojos de otros lucían siluetas pomposas, frágiles, *cursis*, pretensiosas. Y por su elección, por su afán de elegancia, fueron abatidas en su camino a lo sublime.

---

<sup>831</sup> Virginia Huerta Jones, “Las razones que tuvo el jurado para dar sus fallos”, *El Universal*, 4 de junio de 1928, Ciudad de México, México, p. 1.

### *La clase encarnada*

En las listas de participantes del concurso hay cientos de nombres entre los que destacan algunos que hoy suenan familiares. Por ejemplo, en el grupo B (empleadas) se inscribió sin presentarse al desfile una tal María Izquierdo, quizás la futura pintora. También en este grupo concursó Aída Lombardo Toledano, la hermana más pequeña de la escritora María Lombardo y del líder sindical Vicente Lombardo. Entre los nombres de la lista de la categoría obreras –el grupo C– está el de Adelina Zendejas Gómez, quien sesenta años después, en 1988, ganaría el Premio Nacional de Periodismo.

Compararé a grandes rasgos, las trayectorias familiares de Aída Lombardo (1908-1987) y Adelina Zendejas (1909-1993), que entonces tenían 19 y 18 años. Una de ellas no pasó a la final y la otra estuvo entre las 10 ganadoras del Concurso del Vestido Económico. Como se verá, ambas podrían ser consideradas como integrantes de clase media bajo los criterios de ocupación y escolaridad: Zendejas, como las hermanas mayores de Aída, era de las pocas egresadas de la Escuela Preparatoria Nacional, ambas practicaban algún tipo de deporte,<sup>832</sup> sabían coser y trabajaban. Sin embargo, al comparar sus trayectorias de vida se hace evidente cómo las experiencias de desclasamiento y enclasamiento están ligadas a cuestiones de género, es decir, si las diferencias de clase se manifiestan a partir de las elecciones estéticas, también es cierto que el género transforma las identidades clase.

Aída Lombardo Toledano fue una de las cinco ganadoras de 50 pesos en el certamen del Vestido Económico. La señorita Lombardo trabajaba como empleada en un juzgado de paz y pertenecía a una de esas familias decentes atribuladas por la revolución. La raíz de la fortuna de los Lombardo Toledano era una mina de cobre llamada La Aurora, que comenzó a ser explotada por la Teziutlan Copper Mining and Smelting Company y a dar grandes beneficios a inicios del siglo XX. Aída Lombardo tenía cuatro hermanas mayores y, según recuerdos de su hermano mayor Vicente, todas tenían fama de modernas: además, de tener una casa de verano, dos yates en Chapala

---

<sup>832</sup> En la entrevista que Margarita Robles le hizo para el primer número de *fem.*, Zedejas dijo haber sido de las primeras nadadoras en Toluca, y que también sabía patinar y andar en bicicleta. Las Lombardo Toledano, por su parte, eran conocidas por sus dotes basquetbolistas.

y ser pioneras jugadoras de básquetbol en el poblado de Teziutlán, eran de las pocas mujeres que habían asistido a la Escuela Nacional Preparatoria.

Pero la raíz de la riqueza familiar dejó de rendir los grandes beneficios conforme se desarrolló la fase armada de la revolución. La estocada final a la fortuna de esta familia, descendientes de un migrante italiano, la dieron las incautaciones bancarias decretadas por Venustiano Carranza en 1917. A partir de entonces se desvanecieron las casas, los cinco solares y las acciones petroleras de los Lombardo Toledano. El golpe fue certero: hacia 1920 la familia Lombardo Toledano vivía en un departamento de la colonia Roma en la Ciudad de México y el padre de familia, Vicente Lombardo Casio, era un empleado de gobierno de segunda categoría (burócrata) que les recordaba a sus hijas que no eran catrinas y que debían trabajar para ayudar al clan.<sup>833</sup>

Ahora bien, el desclasamiento de un grupo o un individuo en la jerarquía social no ocurre sin resistencia: los Lombardo Toledano echaron mano de todos los recursos con los que contaban para detener la caída rumbo a la pobreza. Aída y sus hermanos transformaron la fortuna amasada en La Aurora como pudieron, aunque apostaron por títulos escolares que rindieron frutos más o menos exitosos, es decir, transformaron el capital económico heredado en capital cultural institucionalizado y encarnado. Dicho con otras palabras, si la raíz de la posición social de los Lombardo Toledano había crecido gracias al capital económico (creado y acumulado en las ganancias de la explotación de una mina), mantuvieron cierta posición social luego de la revolución gracias a sus credenciales escolares, a sus gustos y vínculos sociales.

La transformación del capital que realizaron los Lombardo Toledano fue distinta según su sexo. Vicente, el hijo varón más grande de la familia, obtuvo un título de licenciatura en derecho y tuvo una carrera política sobresaliente. Las hijas también tuvieron un alto grado de escolaridad, pero en ellas es más evidente cómo la fortuna heredada, además de convertida en títulos escolares, fue encarnada en prácticas y comportamientos que les abrieron puertas en la sociedad posrevolucionaria. Muestra de ello son los lazos maritales de María e Isabel, quienes se casaron con los intelectuales Alfonso Caso y Pedro Enríquez Hureña, ambos colegas de su hermano mayor, Vicente.

---

<sup>833</sup> Krauze, *Caudillos*, 1985, pp. 21-40.

Ahora bien, aunque se sabe poco sobre las trayectorias de vida de las Lombardo Toledano, el hecho de que Aída, la menor de ellas, haya ganado uno de los galardones de este concurso que buscaba a la Reina del Buen Gusto, demuestra cómo los gustos y habilidades estéticas están vinculados a la clase social. Aída, entonces empleada del poder judicial, contaba con capital gestado generaciones atrás y desarrollado en casa, junto a sus hermanas y su madre, de manera casi imperceptible. La joven Lombardo empleó estos saberes “invisibles” para confeccionar su vestido, saberes que ella misma experimentó como mera manifestación de su gusto. Durante la gala, Lombardo declaró:

Confeccioné el vestido en dos días [...] creía que la presentación de los modelos se haría para más tarde, y cuando me di cuenta, el domingo estaba ya próximo. Violentamente, ¿saben ustedes?, pintura lavable y género por un total de nueve pesos, cincuenta centavos.<sup>834</sup>

Estos conocimientos encarnados son, precisamente por estar hechos cuerpo, reconocidos por otros como inherentes a la persona. Esto queda ilustrado en el comentario que el reportero del diario, Óscar Leblanc, escribió sobre Aída Lombardo (y sólo de ella) en su crónica: “estaba tan hermosa con su traje sobriamente cortado y confeccionado con tanta gracia que *parecía un figurín de [Charles Frederick] Worth* popularizado en la quinta avenida”.<sup>835</sup>

En contraste con el éxito de la más pequeña del clan de los Lombardo Toledano, Adelina Zendejas Gómez, precursora de la historiografía de las mujeres en México y militante comunista, ni siquiera pasó a la final del concurso.<sup>836</sup> No es posible saber cómo fue el vestido que Zendejas confeccionó para la justa, pues su nombre sólo figura entre las participantes de la categoría C. Pero algunos testimonios de quienes la conocieron pueden ayudarnos a realizar conjeturas sobre su fachada personal.

Cuando se llevó a cabo el concurso, Zendejas apenas había egresado de la Escuela Nacional Preparatoria, donde compartió banca con Frida Kahló y era conocida

---

<sup>834</sup> “El Concurso del Vestido Económico”, *El Universal*, 28 de mayo de 1928, Ciudad de México, México, p. 5.

<sup>835</sup> Carlos Leblanc, “Opiniones de las señoritas que ganaron los premios” en *El Universal*, 4 de junio de 1928, Ciudad de México, México, p. 2. [El énfasis es mío.]

<sup>836</sup>

como *La Potranca* por las trenzas que adornaban su cabeza y su actitud determinada.<sup>837</sup> Muchos años más tarde, una sobrina recordaba que, a pesar de haber convivido con ella pocas veces, a las reuniones familiares “llegaba con falda y botas [y] todo mundo se asustaba.”<sup>838</sup> Más allá de estos atisbos sobre la apariencia física de Zendejas que otros hicieron, una cosa es cierta: a diferencia de la joven Lombardo que despuntó por su “elegancia” —disposición encarnada— los gustos de Zendejas parecen no haber impresionado a nadie en el concurso de la Reina del Buen Gusto y la Emperatriz de la Economía.

La madre de Zendejas, Carmen Gómez, era una devota católica “de una familia de intelectuales, de la gran burguesía intelectual”, que escribió un libro de recetas de cocina y que le enseñó a su hija todos los conocimientos de las perfectas amas de casa: bordar, coser, cocinar y cuidar plantas y niños. Su padre, Manuel Zendejas, un obrero ferrocarrilero “ascendido a los puestos de administración por méritos”, murió en 1924, cuando Adelina tenía 13 años. De él recordaba, además de su afán por enseñarle todo, su consejo de dedicarse a lo que fuera menos a la mecanografía. En pocas palabras, Adelina fue educada como una señorita decente que sabía realizar todas las labores domésticas que se esperaba de los ángeles del hogar, pero también, con la franca expectativa de insertarse al mercado laboral.<sup>839</sup>

Tal como ocurrió con muchas otras mujeres en esos años, la muerte de su padre lanzó a la joven Zendejas al mercado laboral, pues tenía que apoyar a su madre a mantener a tres hermanos menores.<sup>840</sup> Recordaba haber llegado a la ciudad de México con 13 años y medio, es decir, hacia 1923, para estudiar en la preparatoria con una pensión de 45 pesos otorgada por Vasconcelos;<sup>841</sup> pero la pensión no era suficiente para sostener a una familia de cinco (era poco menos de lo que entonces ganaban un peón de mina).<sup>842</sup> Por eso, además de estudiar, Adelina buscó trabajo: impartió clases particulares, puso inyecciones, fue mesera, ayudante de cocina, lavaplatos y cosió.

---

<sup>837</sup> Hernández Tellez, p. 60

<sup>838</sup> Entrevista a María Esther Schumacher, 1999, citado en Hernández Tellez p. 64

<sup>839</sup> Porter, *From Angel*, cap. 1.

<sup>840</sup> Hernández, “Adelina”, 2001, pp. 51-55.

<sup>841</sup> Hernández Tellez, p. 59.

<sup>842</sup> Porter, *From Angel*

Recordaba que en sus primeros años en la Ciudad de México había andado de un lugar a otro antes de lograr establecerse. Habitó en una casa de huéspedes frente a la Alameda de Santa María La Ribera, en la pensión del convento de Jesús María, y con una tía en la calle de Guatemala, en el Centro Histórico.<sup>843</sup> Contaba que esa tía la había echado de su casa por el temor infundado a que ella terminara “como una perdida”: “Un día apareció un tío y comenzó a decirle que siendo yo una muchacha joven, atractiva, y su hijo ya mayor, era peligroso que nos tuviera viviendo juntos”.<sup>844</sup> De noche, con sólo su abrigo, un bolso sin dinero y su madre en Toluca, Adelina tuvo que buscar una salida: decidió buscar a José Vasconcelos para pedirle que fuera su tutor. Además de que la conocía por la pensión de estudios que tenía en la preparatoria nacional, él y su padre se habían conocido apoyando a Francisco Madero en 1909:

[...] aceptó de muy buena gana y allí mismo [...] escribió una carta declarándose mi tutor. Inmediatamente me mandó que hablara con Elena Landázuri [...] Ella me protegió mientras llegaba mi madre. Viví únicamente seis días con ella pero a nadie la dije que estaba completamente sola.<sup>845</sup>

La táctica de Zendejas dio resultados, pues obtuvo protección mientras su madre se enteraba de que no tenía casa y venía en su auxilio. Pero esta decisión también muestra la vulnerabilidad a la que estaban sujetas las mujeres que no contaban con una figura masculina como respaldo, y la frágil situación de Adelina durante sus años preparatorianos que debieron haber concluido hacia el año en el que *El Universal* lanzó el Concurso del Vestido Económico.

A pesar de los infortunios, Zendejas recordaba sus años de estudiante en San Ildefonso entre los mejores de su vida. Decía que su interés en las corrientes marxistas había comenzado a los 18 años, justo al terminar la preparatoria, y que ahí había tenido sus primeras experiencias de activismo político al asistir a mítines con obreros y

---

<sup>843</sup> Los años sobre su ingreso a la Escuela Nacional Preparatoria son confusos. Algunos dicen que inició en 1920, otros en 1928; lo cierto es que fue estudiante durante la década de 1920. Cano, “Adelina”, 1993, pp. 387-400; Hernández, “Adelina”, 2014, pp. 129-141; Lovera, “Adelina” <http://www.semmexico.org/adelina-zendejas-1909-1993/> (consultado el 26 de mayo de 2016).

<sup>844</sup> Cristina Pacheco, “Adelina Zendejas. Su nombre en letras de oro”, *El Día*, 21 de marzo de 1976, Ciudad de México, México, p. 8.

<sup>845</sup> *Ibidem*.

campesinos, ya en el patio de la escuela o en la CROM o la CGT (se sumaría a las filas del partido comunista en 1937 (y sería agente de la KGB hacia la década de 1940)).<sup>846</sup>

Quizá Zendejas se inscribió al Concurso del Vestido Económico en la categoría C, de obreras, por estas experiencias, pues aunque era de las pocas mujeres que contaba con estudios de preparatoria, en el momento en que se llevó a cabo el concurso había concluido o estaba por concluir sus estudios, no era estudiante, ni empleada de oficina ni “hija de familia”. Aunque ni sus memorias ni otros relatos indican que haya trabajado como obrera en una fábrica es muy probable que haya realizado esporádicamente trabajos de costura a destajo en su vivienda, como hacían y hacen mujeres hoy en día.<sup>847</sup>

Ahora bien, Adelina también comenzó a ejercitar su pluma en la prensa durante sus años de estudiante. Entre 1926 y 1929 cubrió la nota roja para *El Universal Gráfico* bajo el seudónimo de *Gerardo*.<sup>848</sup> Sin embargo, recibió su primer pago por publicar un texto en *Revista de Revistas* en diciembre de 1928, meses después de haberse llevado a cabo el concurso.<sup>849</sup> Un año después, *La Potranca* viajó a París donde se codeó con los intelectuales de izquierda y comenzó, de manera más firme, su militancia política de izquierda.<sup>850</sup> Así, a pesar de que ante ojos contemporáneos podía pasar por ser una mujer de clase media con un nivel educativo alto, ducha en las artes de la vida doméstica y de la escritura, la propia Zendejas decidió inscribirse en la categoría de obrera en este concurso. Aunque es tentador suponer que fue su activismo político lo que la llevó a tomar esta decisión, lo cierto es que también se sabe que la costura fue uno de los medios de los que echó mano para obtener dinero y quizá pensó que con algo de suerte podía ganar en el concurso.

Las experiencias de Adelina Zendejas y de Aída Lombardo ilustran de manera nítida cómo el género marca las experiencias de clase de las mujeres y cómo los gustos

---

<sup>846</sup> (Hernandez Tellez, 2014).

<sup>847</sup> Véase Lilia Estela Bayardo Rodríguez, “Las redes femeninas y su impacto en la supervivencia familiar a través del análisis de dos encuestas de gastos familiares entre costureras, años 1914 y 1921” en Lilia Bayardo y Gizelle Guadalupe Macías González (coords.), *Redes femeninas en la historia y en la actualidad, México*, El Colegio de Jalisco, 2021, pp. 63-101; Fernando Villali Ávila Campos, “Las trabajadoras del hilo y la aguja. Vida, taller y oficio de las costureras en la Ciudad de México durante el primer tercio del siglo XX”, tesis de maestría en historia moderna y contemporánea, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, México, 2020.

<sup>848</sup> Según el diccionario de Anagramas de Castañeda, p. 73.

<sup>849</sup> Hernandez Tellez, p. 72.

<sup>850</sup> Hernández Tellez, p.

manifiestan condiciones de clase. En 1928, cuando fue el Concurso del Vestido Económico, la joven Lombardo, la más joven de una familia venida a menos, a pesar de no haber gozado como sus hermanos de la fortuna familiar, a sus 19 años fue elogiada por su apariencia y galardonada con 50 pesos en un concurso que evaluaba los gustos; además trabajaba como secretaria en un juzgado, quizá porque su hermano Vicente, un abogado y político reconocido, había podido recomendarla para acceder al puesto. Adelina Zendejas, por su parte, había terminado la preparatoria pero en su condición de huérfana de padre y cabeza de familia que apoyaba a su madre a mantener a sus hermanos, no tenía todavía un trabajo que le diera ingresos fijos ni contaba con una figura masculina que la respaldara. En pocas palabras, la experiencia de Zendejas evidencia cómo las identidades de clase de las mujeres están mediadas por cuestiones de género pues, como dice Susie Porter “la movilidad social de las mujeres y sus identidades de clase son contingentes con circunstancias específicas de género que incluyen su estatus civil (casadas, viudas, solteras, divorciadas), si son propietarias, si tienen responsabilidades familiares y la posición que ocupan en la fuerza de trabajo”.<sup>851</sup>

### *Consideraciones finales*

El Concurso del Vestido Económico daba por sentado que las mujeres, por el sólo hecho de serlo, sabían coser y confeccionar la propia ropa. A lo largo de esta tesis se ha visto que las habilidades con la aguja eran desiguales entre las mujeres. Quizá algunas podían hacer las puntadas básicas, podían remendar, con mayor o menor pericia, caletines y ropa blanca, pero pocas sabían confeccionar vestidos. La distribución de este tipo de conocimientos se concentraba entre obreras especializadas y mujeres de clase media, por eso es posible suponer que el ideal de domesticidad que exaltaba las habilidades de las mujeres como productoras de la vestimenta de la familia fuera un arma de clase para mantener las distancias entre grupos sociales.

---

<sup>851</sup> Susie Porter, *From Angel*, p. 16.

## Conclusiones

En las páginas de esta investigación demostré que la moda y la indumentaria son territorios clave para estudiar la historia de las mujeres y de género, pues a lo largo de varios siglos floreció ahí una cultura femenina. Esta cultura femenina, tejida a partir de las múltiples experiencias de las mujeres y los significados atribuidos y asociados a esas experiencias, facilitó, al mismo tiempo que limitó, la participación de las mujeres en el mercado de trabajo; además, posibilitó su organización para lograr diversos objetivos en tiempos y lugares diferentes.

En esta tesis tracé algunos caminos que permiten imaginar cómo fue posible el dominio —nunca absoluto— de la producción y consumo de indumentaria realizada en ciudades como París, Nueva York o Londres más allá de las fronteras de sus países, durante el siglo XIX y la primera mitad XX. Mi principal apuesta fue explicar la vigencia del imperio de la moda en casi todo el mundo durante tanto tiempo a partir de sus portadoras sociales. Es decir, en este trabajo estudié la difusión de la moda siguiendo los rastros de quienes, con sus acciones y sus representaciones, hicieron posible la influencia y persistencia del sistema de la moda en distintos momentos y bajo diversas circunstancias y espacios.

Entre las portadoras sociales de la moda que identifiqué y localicé en esta investigación están las modistas, las costureras, las editoras de moda y las lectoras de revistas. Todas fueron piezas clave en la expansión mundial y en el mantenimiento del imperio de la moda occidental a lo largo de los siglos XIX y XX. De manera particular, en esta tesis busqué las pistas de estas mujeres en la república mexicana, de manera predominante en la Ciudad de México.

En la primera parte de este trabajo mostré cómo la crecida presencia de las mujeres en la producción y comercio de indumentaria en París —ocurrida a partir del siglo XVII— provocó la migración de costureras y modistas francesas a ciudades de

muchos países del mundo, incluida la Ciudad de México, desde finales del siglo XVIII. Estas mujeres reforzaron la representación de la moda como asunto femenino al trabajar ellas mismas como costureras o modistas en los negocios de otras personas o al abrir sus propias empresas allende los límites del país galo; las tiendas de estas mujeres también funcionaron como talleres de aprendizaje del oficio de costura para mujeres de las naciones a donde llegaban las francesas. Además, ya como propietarias o como asalariadas, estas modistas atendieron a una clientela mayoritariamente femenina.

Gracias a las pistas que emergieron de estas modistas, puedo argumentar que las fueron las primeras colonizadoras de lo que se convertiría en el imperio de la alta costura a mediados del siglo XIX, pues ellas fueron quienes expandieron el consumo de los estilos de vestimenta franceses en las capitales de varios países del mundo décadas antes de quedar legalmente registrada, en Francia en 1868, como *Chambre syndicale de la confection et de la couture pour dames et fillettes*, desde finales del siglo XVIII hasta la primera mitad del siglo XX. También desempeñaron un papel esencial en la consolidación de este imperio, pues con su trabajo actualizaron el monopolio de lo legítimamente francés. A través de su trabajo, lo francés se consideró como el símbolo del buen gusto, del más alto refinamiento y de lo “civilizado” de todo el mundo durante varias décadas. Esta fue una de las instancias en que la cultura de las apariencias —y la vestimenta de moda en particular— fue un instrumento importante para la inserción de las mujeres en espacios que se abrían en el mercado laboral.

Por otra parte, la constante presencia de mujeres en la producción y el comercio de indumentaria y modas forjó una cultura femenina alrededor de la vestimenta, es decir, una serie de asociaciones de significado entre ésta y las mujeres. Esta cultura femenina, a su vez, facilitó la entrada de mujeres no sólo a la producción y comercio de indumentaria sino también a las oficinas de redacción de empresas periodísticas como escritoras de textos sobre moda y encargadas de contestar la correspondencia de las lectoras. Dicho de otra manera, la cultura femenina que se formó con el tiempo en torno a la producción y comercio de moda, al mismo tiempo que reforzó la segregación del mercado laboral, abrió caminos para que algunas mujeres que participaban de la cultura escrita pudieran labrar una carrera profesional en el mundo de los impresos. Las

consecuencias de esta participación laboral vinculada a la cultura de las apariencias fueron relevantes para la historia de las mujeres en México.

En la segunda parte de esta tesis demostré que quienes se beneficiaron de manera más visible de la incursión en el mundo de los impresos a partir de la moda fueron algunas escritoras y pioneras del feminismo en México. Las secciones femeninas y contenidos sobre moda facilitaron el ingreso de algunas mujeres al mundo de la producción de textos como editoras o como escritoras. De hecho, esta tesis muestra que revistas “familiares” como *El Hogar* impulsaron la carrera de escritoras que no tenían respaldo institucional ni oportunidad de publicar en otro tipo de impresos. Algunas de estas escritoras, además, fueron precursoras en la producción de textos usados como guiones radiofónicos o de telenovelas; es decir, estas escritoras también fueron pioneras en la producción de contenidos para los medios de comunicación masiva, mismos que dieron forma a la cultura popular del siglo XX.

Los buzones de correspondencia con los lectores fueron parte fundamental en la consolidación de las secciones femeninas en las revistas. Estos buzones sirvieron como espacios de encuentro entre mujeres que habitaban en distintas partes de la república mexicana y que compartían sus experiencias en tanto mujeres. En esta investigación demostré que en estos buzones también participaron mujeres intelectuales que formaban parte de grupos feministas. Así, aunque visualmente se considera que la moda y las publicaciones “familiares” y sus secciones femeninas son distantes (o incluso antitéticas) de los movimientos feministas, esta tesis prueba cómo este tipo de publicaciones y secciones sirvieron como cuartel y espacio de encuentro para varias mujeres, y para la circulación de ideas feministas.

De manera particular, este trabajo señaló la relevancia que tuvo la revista *El Hogar* como punto de encuentro para mujeres que participaron de manera directa en instituciones de gobierno y organizaciones feministas en México durante las décadas de 1920 y 1930. Pero sobre todo demostró cómo estas mujeres buscaron influir en las prácticas de vestimenta de mujeres que no pertenecían a sus círculos sociales a través de la selección de ciertos modelos de vestidos y la venta de patrones para confeccionarlos, además de consejos sobre reglas de etiqueta, qué tipo de atuendos

utilizar en ciertas situaciones y cómo mantener fachadas personales adecuadas para insertarse el mercado laboral, por ejemplo.

Esta tesis también contribuye a los estudios de la moda y la indumentaria como fenómenos históricos y sociales en México. En primer lugar, demostré que los patrones de confección de vestidos fueron relevantes en la difusión y circulación de la moda en México, sobre todo a partir de la década de 1920, cuando la revista *El Hogar* comenzó a vender los patrones McCall, que se distinguían de otros por estar impresos. Esta diferencia técnica es relevante, pues convirtió a los patrones de confección en uno de los formatos impresos de la moda junto a las crónicas que se publicaban en las publicaciones periódicas, los libros de sastres, las litografías, los grabados, los figurines de moda y los filmes.

Los patrones que vendió *El Hogar* comprueban la existencia de un mercado de la moda en México, pues llegaron a toda la república mexicana. Además, la información de las lectoras y los pedidos de patrones para confeccionar vestidos con estilos de moda o de compras de otros elementos indumentarios en las primeras décadas del siglo XX, me permitieron esbozar algunos perfiles de quiénes participaban en ese mercado. Por ejemplo, la localización geográfica de estos pedidos muestra que, lejos de lo que se ha supuesto, la moda no era (ni es) necesariamente un asunto urbano. Hubo lectoras que compraron patrones para confeccionar vestidos con las últimas tendencias de la moda habitaban en pequeñas poblaciones rurales; este hecho permite suponer que pertenecían a familias de viejo cuño para quienes vestir con los últimos estilos era una práctica cotidiana. Pero también, entre esas cartas y pedidos están las huellas de mujeres que vivían en ciudades o en los lugares más urbanizados del país, quienes con posiblemente comenzaban a participar del juego de la moda para insertarse en sus lugares de trabajo. Así, estos datos demuestran que las mujeres interesadas en la moda no estaban concentradas en la Ciudad de México ni en las capitales estatales, sino que vivían por todo el territorio nacional y muchas de ellas pasaban sus días en pequeñas ciudades y poblaciones rurales. Al mismo tiempo, permiten saber que no todas pertenecían a familias adineradas o algún otro tipo de élite.

Este tipo de hallazgos hizo necesario conocer la distribución de ropa y accesorios entre grupos sociales específicos para poder tener una idea sobre cómo, cuándo, dónde

y por qué se logró imponer una fachada acorde al sistema de vestimenta de moda en un grupo social específico. En este sentido, identifiqué las diferencias de clase entre estas mujeres observando la desigual distribución de los elementos que conformaron las fachadas de moda, es decir, de las diferencias en los usos que hicieron de la indumentaria de moda. Los pedidos de compra realizados a través de la revista me sirvieron para identificar, por ejemplo, cuáles eran las prendas de vestir que se asociaban más con la moda y ciertas formas de mantenimiento de la ropa. Sobre esto último es importante anotar que el reuso era una parte importante en el mundo de la vestimenta en todas las clases sociales de aquella época (contrario a lo que pasa en el presente, donde predomina la compra y deshecho de ropa entre los grupos con más recursos económicos).

A partir del análisis de los usos de la indumentaria también pude comprender que la difusión de la moda fue casi simultánea entre mujeres de distintos grupos sociales y no, como suele afirmarse, de manera descendente, es decir, de las élites al resto de los grupos sociales. En la década de 1920, por ejemplo, cortarse el pelo y usar labial fueron elementos indumentarios al alcance de más mujeres, es decir, era más accesible usar melena corta y labial que portar un vestido con el último estilo de moda con unos zapatos y unas medias que coordinaran con el color del vestido.

Además de los pedidos realizados a través del servicio de compras de *El Hogar*, las fotografías y las crónicas de moda fueron otra rica fuente de información. Gracias a la combinación de las fotografías, las crónicas y los resultados del Concurso del Vestido Económico realizado en 1928 por *El Universal* identifiqué “códigos estéticos de indumentaria” que sirven como guías para reconocer el posible origen social de las personas que aparecen en fotografías. En este sentido, fue asombroso notar que las mujeres de orígenes humildes solían portar atuendos con telas estampadas, señaladas como problemáticas en las columnas de moda.

Finalmente deseo apuntar dos cuestiones. La primera es que busqué mitigar los prejuicios que se esconden tras el estudio de la moda como fenómeno aislado al abordarlo como un sistema de vestimenta dentro de la cultura de las apariencias, es decir, como una forma de producción, consumo y prácticas de vestimenta desligadas de otras. Las fuentes que nutrieron esta investigación tienen límites, por ello queda

pendiente la búsqueda en archivos notariales y otro tipo de repositorios que podrán dar una perspectiva más amplia de lo aquí anotado. Por otra parte, es importante anotar que algunos historiadores del consumo han señalado que el aumento del consumo de mercancías no puede explicarse como mera consecuencia de la revolución industrial y el desarrollo tecnológico que ésta acarreó; pero tampoco por cambios en las actitudes ante las cosas (vinculadas con transformaciones en las concepciones de género, por ejemplo), ni por el desarrollo de técnicas publicitarias para incentivar la demanda a lo largo del siglo XIX. La investigación de Marcello Carmagnani sobre la revolución comercial que comenzó en el siglo XVI brinda algunas pistas prometedoras para comprender las condiciones que posibilitaron el consumo de mercancías que no son de primera necesidad, entre las que puede colocarse a la indumentaria de moda.

Carmagnani señala que esta revolución comercial, situada sobre todo en Holanda, puede resumirse como la transformación sustancial en la forma de circulación mundial de productos europeos y no europeos que no eran de primera necesidad, entre ellos el algodón de la India.<sup>852</sup> Esta nueva circulación de mercancías fue crucial para el desarrollo del consumo moderno, pues posibilitó la expansión del significado del consumo de bienes de lujo, expansión que culminó en la diferenciación de la dimensión moral y la dimensión social del consumo a partir del siglo XVII.<sup>853</sup>

Esta ampliación de los significados del consumo de mercancías lujosas o no “necesarias” produjo una circulación de discursos y representaciones ambiguas o en franca contradicción sobre el consumo femenino de moda, contradicción que es evidente a partir del siglo XIX. Por un lado, se siguió condenando y señalando a las mujeres que gustaban de la moda como las causantes de la quiebra económica de sus familias y a su gusto por la moda como señal de su debilidad moral. Por otro lado, la publicidad puso a la figura femenina en el centro de sus discursos e igualó el bien vestir o la elegancia

---

<sup>852</sup> “La revolución comercial se debe a la nueva relación entre los comerciantes y los gobiernos, posible gracias a la creación de depósitos comerciales de propiedad estatal que pueden albergar los productos importados sin el pago de impuestos; ahí se almacenan las mercancías a la espera de que se destinen al consumo interno, tras el pago del arancel, o se exporten de nuevo exentas de gravámenes. Esta novedad en la organización fomentó la división del trabajo mercantil, a diferencias a los comerciantes genéricos de los mayoristas especializados y los comerciantes banqueros.”, Marcello Carmagnani, *Las islas del lujo. Productos exóticos, nuevos consumos y cultura económica europea, 1650-1800* (México: El Colegio de México-Marcial Pons, 2012), 35.

<sup>853</sup> Marcello Carmagnani, *Las islas del lujo*, pp. 19-49.

como signo o síntoma de “civilización” y señal de “progreso”. Además, en esa misma centuria, los estados impulsaron una serie de políticas públicas, implementadas en escuelas y servicios de salud, que buscaron transformar las fachadas personales de los miembros de grupos populares bajo la bandera de la higienización y la “civilización”, mismas que incluían principios estéticos. Pero el desarrollo de todo esto aún está por conocerse.



## FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

### Archivos

Archivo familiar Hoyos Dobarganes

Cartas

Fotografías familiares

Gladys Marcus Library, Fashion Institute of Technology

McCall Patterns

Pictorial Review Patterns

Butterick Patterns

Archivo General de la Nación

Archivo Histórico de la Ciudad de México

*The New York Times*

Hemeroteca Nacional Digital de México

*El Águila Mexicana*

*Álbum de Damas*

*El Álbum de la Mujer*

*La Camelia. Semanario de literatura, variedades, teatros, modas, etc.*

*Diario de México*

*Diario del Gobierno de la República Mexicana*

*Diario del Hogar*

*El Diario. Periódico Independiente*

*El Educador Práctico Ilustrado*

*El Federalista*

*Iberia*

*La Ilustración Mexicana*

*El Imparcial*

*La Independencia*

*La Moda Elegante*

*El Monitor Republicano*

*El Mundo Ilustrado*

*El Nacional*

*Partido Liberal*

*La Patria*

*El Renacimiento*

*Semanario de las Señoritas Mexicanas*

*La Sociedad*

Claudia Tania Rivera

*El Siglo Diez y Nueve*  
*El Tiempo*  
*El Tiempo Ilustrado*  
*L'Trait d'Union*  
*La Unidad Católica*  
*El Universal*  
*El Sol*

Hemeroteca Nacional de México

*El Demócrata*  
*Excélsior*  
*La Familia*  
*El Hogar*  
*Jueves de Excélsior*  
*Paquita*  
*Revista de Revistas*  
*El Universal Ilustrado*  
*El Universal*

Museo Nacional de Historia

Colección Rodrigo Flores

New York Public Library

*El Hogar*  
*McCall Quarterly*  
*Pictorial Review*

Special Collections, Regenstein Library, Universidad de Chicago

Robert Redfield Pappers

Almacenes del Palacio de Hierro. *Agenda para el año 1900.*

Ancestry.com

Amador, María Luisa y Jorge Ayala Blanco, *Cartelera Cinematográfica Digital, 1912-1989*, Ciudad de México: UNAM-CUEC, disco compacto.

Arróniz, Marcos, *Manual del Viajero en México o Compendio de la historia de la Ciudad de México*. París: Librería de Rosa y Bouret, 1858.

Galván Rivera, Mariano, *Guía de forasteros en la Ciudad de México para el año de 1854*, México: Imprenta de Santiago Pérez y Cía., 1854.

*Directorio del Comercio del Imperio Mexicano*, París: Imprenta Hispano Americana de Rouge frères, Dunon y Fresné, 1867.

*Los mexicanos pintados por sí mismos. Tipos y costumbres nacionales*, México: Imprenta de M. Murguía y Comp. 1854.

*The Fashion Group. Grupo regional de México. Veinticinco aniversario*, México, Advermex S.A., 1987.

#### Entrevistas y charlas

Hugo Fernández de Castro, Ciudad de México, 21 de febrero de 1917.

Cecilia Fernández Zayas, hija de Matilde Zayas y sobrina de Emilia Enríquez de Rivera. Ciudad de México, 2019.

#### **Bibliografía secundaria**

Abad-Zardoya, Carmen, “La dimensión cotidiana y social del buen gusto. Espacios y objetos de sociabilidad en el siglo de la civilización” en *Actas del Simposio Reflexiones sobre el gusto*, editado por Ernesto Arce, Alberto Castán, Concha Lomba, y Juan Carlos Lozano, Zaragoza; Institución Fernando El Católico, 2010, pp. 171-184.

Abad-Zardoya, Carmen, “El sistema de la moda. De sus orígenes a la postmodernidad”, *Emblemata*, núm. 17, 2011, pp. 37-59.

Amador, María Luisa y Jorge Ayala Blanco, *Cartelera Cinematográfica, 1912-1919*, Ciudad de México: UNAM-CUEC, 2009.

Martha Eugenia Alfaro Cuevas, “Revisión histórica del semanario *El Mundo Ilustrado* (1894-1914, en sus diez etapas, a partir del análisis de sus carátulas y portadas”, en *Diseño y Sociedad. Revista de investigación científica sobre los campos del diseño*, México, otoño 2013-primavera 2014, núm. 35-36, pp. 96-107.

Alonso Herrero, José Antonio, “Crisis, sismos y microindustria doméstica del vestido: estudio de caso en Nezahualcóyotl” en Vania Salles y Elsie Mc Phail, *Textos y pretextos. Once estudios sobre la mujer*, Ciudad de México: PIEM/Colmex, 1994, pp.261-308.

Alto Aguilar, María Amparo del, “*Revista de Revistas: El semanario más completo variado e interesante de la República (1910-1930)*”, tesis de licenciatura en ciencias de la comunicación, FCPyS-UNAM, 2004.

Alvarado, Lourdes, *Educación “superior” femenina en el México del siglo XIX, Demanda social y reto gubernamental*, Ciudad de México: UNAM/Plaza y Valdés Editores, 2004.

- Anderson, Benedict, *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 1993.
- Arechavala y Torrescano, María del Carmen de, “¿Cuánto costaba vestirse entre 1840 y 1870? Los placeres y tormentos de la moda”, en *Hilos de historia. Colección de indumentaria del Museo Nacional de Historia*, México, Secretaria de Cultura/ INAH/ Museo Nacional de Historia, Castillo de Chapultepec, 2017.
- Arechavala, María del Carmen de, “Los usos de la moda en las primeras décadas del México independiente a través de los testimonios de propios y extraños”, en *Nierika. Revista de estudios de arte*, año 5, núm. 11, enero-junio de 2017.
- Arechavala y Torrescano, María del Carmen de, “Moda y consumo en las altas clases sociales de la Ciudad de México: 1840-1870”, tesis de doctorado en historia, Facultad de Filosofía y Letras/UNAM, 2014.
- Arechavala y Torrescano, María del Carmen de, “Visión femenina y masculina de la indumentaria decimonónica a través de la literatura y las artes: Claudio Linati, Madame Calderón de la Barca y Manuel Payno”, tesis de maestría en historia del arte, UNAM, 2008.
- Armendáriz Romero, Dolores Gabriela, “La concepción de la moda en México durante el siglo XIX y principios del XX”, *Nierika. Revista de Estudios de Arte*, año 6, núm. 11. Indumentaria, moda y cultura escrita, enero-junio de 2017, pp. 26-38.
- Armendáriz Romero, Dolores Gabriela, “Mujeres de crema y pompa en la Ciudad de México, moda y prácticas de belleza: 1880-1910”, tesis doctoral de doctorado en historia moderna y contemporánea, Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 2016.
- Arrom, Silvia Marina, *Las mujeres de la Ciudad de México, 1790-1857*, Ciudad de México: Siglo XXI, 2011.
- Arrom, Silvia Marina, *La mujer mexicana ante el divorcio eclesiástico (1800-1857)*, México: SepSetentas, 1976.
- Ávila Campos, Fernando Vialli, “Las trabajadoras del hilo y la aguja. Vida, taller y oficio de las costureras en la Ciudad de México durante el primer tercio del siglo XX”, tesis de maestría en historia moderna y contemporánea, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, México, 2020.
- Bard, Christine, *Historia política del pantalón*, Ciudad de México: Tusquets, 2012.
- Bastarrica Mora, Beatriz, “‘Todos eran decentes pero la capa no aparece’. Guadalajara durante el Porfiriato. La ropa como bien de cambio” *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad* 148 bis, otoño 2016, pp. 57-88.
- Bayardo Rodríguez, Lilia Estela, “Las redes femeninas y su impacto en la supervivencia familiar a través del análisis de dos encuestas de gastos familiares entre costureras, años 1914 y 1921” en Lilia Bayardo y Gizelle Guadalupe Macías González (coords.), *Redes femeninas en la historia y en la actualidad, México*, El Colegio de Jalisco, 2021, pp. 63-101

- Bayardo Rodríguez, Lilia Esthela, "Historia del consumo moderno en la Ciudad de México durante los años 1909-1970 a través de las encuestas de gastos familiares y de la publicidad en la prensa", tesis de doctorado en historia, El Colegio de México, 2013.
- Bazant, Milada, "Lecturas del Porfiriato" publicadas en Seminario de Historia de la Educación en México, *Historia de la lectura en México*, Ciudad de México: El Colegio de México, 1999.
- Beetham, Margaret, *A Magazine of Her Own? Domesticity and desire in the woman's magazine, 1800-1914*, Londres, Routledge, 1996.
- Benhaumm, Reed, "Fashion in the Mercure: From Human Fobile to Female Failing" en *Eighteenth Century Studies*, vol. 31, núm.1, otoño 1997, pp. 27-43.
- Bliss, Katherine Elaine, *Compromised Positions. Prostitution, Public Health and Gender Politics in Revolutionary Mexico City*, Pennsylvania: Pennsylvania State University Press, 2001.
- Bretaña, Raissa, "Bloomerism in the Ballroom: Dress Reform and Evening Wear in 1851" en *The Journal of Dress History*, vol. 2, número 1, primavera de 2018, pp. 14-25.
- Breward, Christopher, *The Hidden Consumer: Masculinities, Fashion and City Life, 1860-1914*, Manchester, Manchester University Press, 1999.
- Bourdieu, Pierre, *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1998.
- Botello Arvizu, Jonathan Carlos, "Art Decó y moda en la Ciudad de México a través de la obra de Ernesto El Chango García Cabral, 1925-1932", tesis de licenciatura en historia, Facultad de Filosofía y Letras-UNAM, 2013.
- Bullock, William, *Six Months' Residence and Travels in Mexico. Containing Remarks on the Present State of New Spain, its Natural Productions, State of Society, Manufactures, Trade, Agriculture and Antiquities, & with Plates and Maps*, Londres: John Murray, 1824.
- Burdof, Robert, *México en 1825*, Ciudad de México: Olimpo, 1959.
- Burke, Peter, *Historia social del conocimiento. De Gutenberg a Diderot*, Paidós, Barcelona, 2002.
- Camacho Delgado, José M. y Fernando Díaz Ruiz, *Gabriel García Márquez, la modernidad de un clásico*, Madrid, Verdum editorial, 2009.
- Cano, Gabriela, *Amalia de Castillo Ledón: Mujer de letras, mujer de poder. Antología*, Ciudad de México, Consejo Nacional para la cultura y las artes, 2011.
- Cano, Gabriela, "Revolución, feminismo y ciudadanía en México, 1915-1940" en *Historia de las mujeres. El siglo XX*, vol. 5, Ciudad de México: Taurus Minor, 2005, pp. 749-762.
- Cano, Gabriela, "Las mujeres en el México del siglo XX. Una cronología mínima" en Marta Lamas, *Miradas feministas sobre las mexicanas del siglo XX*, Ciudad de México: FCE/Conaculta, 2007.

- Cano, Gabriela, "Ciudadanía y sufragio femenino: el discurso igualitario de Lázaro Cárdenas" en Marta Lamas, *Miradas feministas sobre las mexicanas del siglo XX*, Ciudad de México: FCE/Conaculta, 2007.
- Calderón de la Barca, Fanny, *La vida en México*, México, Porrúa, 1959.
- Caro Cocotle, Guadalupe, "De pelonas y fifis. Nuevas identidades de género en el México moderno de los años veinte" en Rodrigo Parrini Roses y Alejandro Brito (coords.), *La memoria y el deseo. Estudios gay y queer en México*, Ciudad de México: UNAM/PUEG, 2014, pp. 77-99.
- Casanova, Rosa, "De semanario artístico y popular a mexicano con espíritu" en *Alquimia*, vol. 11, mayo-agosto de 2008, pp. 12-23.
- Castillo Troncoso, Alberto del, "El surgimiento de la prensa moderna en México" en Elisa Speckman (Coord.), *La república de las letras. Asomos a la cultura escrita del México decimonónico, vol. II*, Ciudad de México: UNAM, 2005, pp. 105-118.
- Castro Medina, Miguel Ángel, "De gente y cosas nuevas. La crónica de Luis G. Urbina: teatro y música", *Actas del XVIII congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas*. Buenos Aires, 2013.
- Cavallo Guglielmo y Roger Chartier (dir.), *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Ciudad de México: Taurus, 2006.
- Cerrillo, Lourdes *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*, Madrid, Siruela, 2010
- Cervantes, Becerril, Freja I., "Le edición literaria en días agitados: la colección Cvltvra (1916-1923)" en Laura Suárez de la Torre (coord.), *Estantes para los impresos. Espacios para los lectores. Siglos XVIII-XIX*, México: Instituto Mora, 2017, pp. 178-212.
- Chartier, Roger, "Introducción a una historia de las prácticas de lectura en la era moderna (siglos XVI-XVIII)" en *El mundo como representación*, Barcelona, Gedisa, 2005.
- Coffin, Judith G., *The Politics of Women's Work. The Paris Garment Trades, 1750-1915*, Princeton: Princeton University Press, 1996.
- Collins, Randall, "Four Theories of Informalization and How to Test Them", en *Human Figurations. Long-term perspectives on the human condition*, vol. 3, núm. 2, junio de 2014, liga permanente: <http://hdl.handle.net/2027/spo.11217607.0003.207>
- Cott, Nancy F., *The bonds of Womanhood. "Woman's Sphere" in New England, 1780-1835*, New Heaven, Yale University Press, 1997.
- Corona Berkin, Sarah y María del Carmen de la Peza Casares, *Un siglo de educación sentimental. Los buzones amorosos en México*, México: Universidad de Guadalajara/Universidad Veracruzana/UAM-X, 2007.
- Covo, Jacqueline, "La prensa en la historiografía mexicana: problemas y perspectivas", *Historia Mexicana*, vol. XLII, núm. 3, enero-marzo de 1993.
- Craik, Jennifer, *The Face of Fashion. Cultural Studies in Fashion*, Londres: Routledge, 1993.

- Crowston, Clare Haru, *Fabricating Women. The Seamstresses of Old Regime France, 1675-1791*, Durham: Duke University Press, 2001.
- Cruz Soto, Rosalba, "El periódico, un documento historiográfico" en Celia del Palacio Montiel (comp.), *Historia de la prensa en Iberoamérica*, Ciudad de México: Alttexto, 2000, p 436.
- Cruz Soto, Rosalba, "Las publicaciones periódicas y la formación de una unidad nacional" en *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea*, vol. 20, documento 253, <http://www.historicas.unam.mx/moderna/ehmc/ehmc20/253.html#rnf33> [consulta en línea 12 de septiembre de 2013]
- Coudart, Laurence, "Función de la prensa en el México Independiente: el correo de lectores de El Sol (1823-1832)", *Revista Iberoamericana*, vol. 72, núm. 214, enero-marzo 2006, pp. 93-108.
- Cunningham, Patricia, *Reforming Women's Fashion, 1850-1920*, Ohio, Kent State University Press, 2003.
- Davis, E. Kathleen, *The Latest Styles. The Fashion Writing of Blanca Valmont and Economies of Domesticity*, Madrid: Vervuert/Iberoamericana, 2004.
- De Young, Justine Reneé, "Women in Black: Fashion, Modernity and Modernism in Paris, 1860-1890, PhD Philosophy Art History Dissertation, Northwestern University, 2009.
- Díaz Marcos, Ana María, "La mujer moderna" de Carmen Burgos: feminismo, moda y cultura femenina.", *Letras femeninas*, vol. XXXV, núm. 2, 2009, pp. 113-132.
- Díaz Marcos, Ana María, "El triunfo de lo efímero: visiones de la moda en la literatura peninsular moderna", tesis doctoral Universidad Massachusetts Amherst, 2002.
- Dickson, Carol Anne, "Patterns for Garments: A History of the Paper Garment Pattern Industry in America to 1976," tesis doctoral, Ohio State University, 1979.
- 18 novelas de "El Universal Ilustrado". 1922-1925*, Ciudad de México: Instituto Nacional de Bellas Artes, 1969.
- Elias, Norbert, *La sociedad cortesana*, México: Fondo de Cultura Económica, 1996.
- Elias, Norbert, "El cambiante equilibrio de poder entre los sexos", en *Conocimiento y poder*, Madrid: Las Ediciones de la Piqueta, 1994, pp. 121-166.
- Enstad, Nan, *Ladies of Labor, Girls for Adventure. Working Women, Popular Culture, and Labor Politics at the Turn of The Twentieth Century*, Nueva York: Columbia University Press, 1999.
- Enwistle, Joan, *El cuerpo y la moda*, Barelona: Paidós, 2002.
- Espinoza Damián, Gisela y Ana Lau (coords.), *Un fantasma recorre el siglo. Luchas feministas en México, 1910- 2010*, Ciudad de México: UAM-Xochimilco/El Colegio de la Frontera Sur/ Editorial Ítaca, 2011.
- Fernández Aceves, María Teresa, *Mujeres en el cambio social en el siglo XX mexicano*, Ciudad de México: CIESAS/Siglo XXI, 2014.
- Flügel, J. C., *Psicología del Vestido*, Tenerife: Melusina, 2015.

- François, Marie, "La lavandería, la producción cultural y la economía política de la Ciudad de México", en Susie Shannon Porter y María Teresa Fernández Aceves (eds.), *Género en la encrucijada de la historia social y cultural de México*, Ciudad de México: El Colegio de Michoacán/ Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, 2015, pp. 33-65.
- François, Marie, "Stitching Identities: Clothing production and Consumption in Mexico City", en John Sinclair y Anna Cristina Pertierra, *Consumer Culture in Latin America*, Nueva York: Palgrave MacMillan, 2012, pp. 107- 120.
- Fraser, Nancy, "Rethinking the Public Sphere: A contribution to the Critique of Actually Existing Democracy" en *Social Text*, núm. 25-26, 1990, pp. 56-80.
- Galí Boadella, Monserrat, *Historias del bello sexo: la introducción del romanticismo en México*, Instituto de Investigaciones Estéticas/UNAM, 2002.
- Gamber, Wendy, *The Female Economy. The Millinery and Dressmaking Trades, 1860-1930*, Chicago, Illinois University Press, 1997.
- Gamboa Ojeda, Leticia, Guadalupe Rodríguez y Estela Munguía (coords.), *Franceses. Del México colonial al contemporáneo*, Puebla, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, 2011.
- Gamboa Ojeda, Leticia (coord.), *Los Barcelonnettes en México, miradas regionales, siglos XIX-XX*, Puebla, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, 2008
- Gamboa, Leticia, "Los momentos de la actividad textil", en Aurora Gómez Galvarriato (coord.), *La industria textil en México*, Ciudad de México: Instituto Mora, 1999, pp. 224-265.
- Goffman, Erving, *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu, 1997.
- Goldgel, Víctor, *Cuando lo nuevo conquistó América. Prensa, moda y literatura en el siglo XIX*, Buenos Aires, Siglo XXI editores, 2013.
- Golia, Julia A., "Courting Women, Courting Advertisers: The Woman's Page and the Transformation of the American Newspaper, 1895-1935", *The Journal of American History*, diciembre 2016, pp. 606-628.
- Gómez Rivas, Armando, "El concurso de música popular mexicana de *El Universal*", en *Heterofonía. Revista de investigación musical*, núm. 132-133, enero-diciembre de 2005, pp.121-133.
- Gonzalbo Aizpuru, Pilar, *Los muros invisibles. Las mujeres novohispanas y la imposible igualdad*, México, El Colegio de Ciudad de México: 2016.
- González Angulo Gutiérrez, Jorge, *Artesanado y ciudad a finales del siglo XVIII*, Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 1983.
- González de Mendoza, J. M., "Carlos Noriega Hope y el Universal Ilustrado" en *Carlos Noriega Hope (1898-1934)*, México: Instituto Nacional de Bellas Artes/Secretaría de Educación Pública, 1959.

- Gordon, Sarah A., *Make It Yourself. Homesewing, Gender and Culture, 1890-1930*, Columbia-Hurst, 2007.
- Gortari Rabiela, Hira de, "La urbanización de la Ciudad de México de fines del siglo XIX y su catastro. Un estudio monográfico de varias manzanas del cuartel mayor IV" en Hira de Gortari Rabiela (coord.), *Morfología de la ciudad de México. El catastro de fines de siglo XIX y de 2000. Estudios de caso*, Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM, 2013, pp. 63-87.
- Granillo, Lilia, "Escribir como mujer entre hombres, poesía femenina mexicana del siglo XIX", tesis de doctorado, FFYL/UNAM, 2000.
- Gruzinski, Serge, *La ciudad de México. Una Historia*, Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2017.
- Haber, Stephen, "La industrialización de México: historiografía y análisis", *Historia Mexicana*, vol. 42, núm. 3, enero-marzo de 1993, pp. 649-688.
- Haber, Stephen, "Mercados financieros y desarrollo industrial en Brasil y en México, 1840-1930" en Aurora Gómez Galvarriato (coord.), *La industria textil en México*, Ciudad de México: Instituto Mora, 1999, pp. 183-223.
- Hellion, Denise, *Exposición permanente. Anuncios y anunciantes en El Mundo Ilustrado*, Ciudad de México: INAH-UAM-A, 2008.
- Hershfield, Joanne, *Imagining la Chica Moderna. Women, Nation and Visual Culture in Mexico, 1917-1936*, Durham: Duke University Press, 2008.
- Hollander, Anne, *Sex and Suits. The Evolution of Modern Dress*, Nueva York, Kodascha Globe, 1994, pp. 212.
- Hunt, Lynn, "Freedom of dress in revolutionary France", en Sara E. Melzer y Kathryn Norberg, *From the Royal to the Republic Body. Incorporating the Political in Seventeenth and Eighteenth Century France*, Berkeley, University of California Press, 1998, pp.224-248.
- Ibarra Chávez, Ignacio, "De la India Bonita a la Venus Maya. La belleza de la mujer indígena en la prensa posrevolucionaria (1920-1923)", en Marco Antonio Chavarín Hernández e Yliana Rodríguez González (coords.), *Literatura y prensa periódica mexicana, siglos XIX y XX. Afinidades, simpatías complicidades*, México: El Colegio de San Luis/ UNAM, 2017, pp. 297-320.
- Iglesias Cornejo, Isabel, "Liberar cuerpos, someter almas. Moda y representación femenina (Ciudad de México, c. 1890- c.1920)", tesis de licenciatura en historia, uam-Iztapalapa, 2004.
- Illades, Carlos, *Hacia la república del trabajo. La organización artesanal en la ciudad de México, 1853-1876*, México: El Colegio de México, 1996.
- Infante, Lucrecia, "De la escritura al margen a la dirección de empresas culturales: mujeres en la prensa literaria del siglo XIX (1805-1907)" tesis doctoral en historia, UNAM-FFyL, 2009.

- Infante, Lucrecia, "De lectoras y redactoras. Las publicaciones femeninas en México durante el siglo XIX", en Belem Clark de Lara y Elisa Speckman Guerra (eds.), *La república de las letras. Asomos a la cultura escrita del México decimonónico*, vol 2, México: unam, 2005, pp. 185-189.
- Jara Rabell, Rene, "Un desorden para verse: la revolución en la ciudad de México, 1914-1915", tesis de maestría en historia moderna y contemporánea, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 1993.
- Jean, Joan de, *The Essence of Style. How French invented High Fashion, Fine Food, Chic, Cafés, Style, Sophistication and Glamour*, Nueva York: Free Press, 2005.
- Jones, M. Jennifer, *Sexing La Mode. Gender, Fashion and Commercial Culture in Old Regime France*, Oxford: Berg, 2004.
- Keber, Linda K., "Separate Spheres, Female Worlds, Woman's Place: The Rhetoric of Women's History", en *The Journal of American History*, p. 9- 39.
- Keremitsis, *La industria textil mexicana en el siglo XIX*, Ciudad de México: SEP, 1973.
- Kidwell, Claudia B., *Cutting a Fashionable Fit. Dressmakers' Drafting Systems in the United States*, Washington, Smithsonian Institute Press, 1979.
- Knight, Alan, *Repensar la revolución mexicana*, 2 vols, Ciudad de México: Colegio de México, 2013.
- Lacy, Elaine C. "The 1921 Centennial Celebration of Mexico's Independence: State Building and Popular Negotiation" en William Beezley H y David E. Lorey, *¡Viva México! ¡Viva la independencia! Celebrations of September 16*, Wilmington, S. R. Books, 2001, pp. 199-248.
- Lau, Ana y Mercedes Zuñiga Elizalde (coords)., *Sufragio femenino en México. Voto en los estados, 1917-1965*, Hermosillo: Colegio de Sonora, 2013.
- López, Rick A., "The India Bonita Contest of 1921 and the Ethnicization of Mexican National Culture" en *Hispanic America Historical Review*, mayo de 2002, núm. 82.
- Loyo, Engracia, "La lectura en México, 1920-1940" en Seminario de Historia de la Educación en México, *Historia de la lectura en México*, Ciudad de México: El Colegio de México, 1999.
- Loyo, Engracia, "La educación del pueblo" en Seminario de Historia de la Educación en México, *La Educación en México*, Ciudad de México: El Colegio de México, 2011, pp. 160-162.
- Márquez Acevedo, Sergio, "Prologo" de *Crónica de la moda; 'La semana' de Oberón; traducciones para El Mundo Ilustrado*, de Amado Nervo, México: Instituto de Investigaciones Bibliográficas/UNAM, 1991.
- Márquez, Graciela, "La concentración industrial en México, 1925-1940" en María Eugenia Romero Sotelo, *La industria mexicana y su historia. Siglos XVIII, XIX y XX*, Ciudad de México: UNAM, 1997, pp. 309-366.

- Martínez Gutiérrez, Rocío Paulina, “Balcón a todos los vientos, representaciones de vida cotidiana desde Europa para México por Elena Poniatowska”, ponencia pronunciada en la Benemérita Universidad de Puebla, 25 de marzo de 2015
- Marx, Karl, *El Capital*, vo. 1. México, FCE, 1972.
- Middleton, James, “Reading Dress in New Spanish Portraiture. Clothing the Mexican Elite, circa 1695-1805” en *New England/New Spain: Portraiture in the Colonial Americas. 1492-1850. Papers from the 2014 Mayer Center Symposium at the Denver Art Museum*, Mayer Center of Pre-Columbian and Spanish Colonial Art at the Denver Art Museum, Denver, 2016.
- Medina Brener, Larisa, “Derechos y reverses en una comunidad femenina y emocional: de revoluciones, feminismos y tejidos en la revista El Hogar, 1920-1928”, tesis de maestría en historia, Universidad Iberoamericana, 2013.
- Miller, Marla R., “Gender, Artisanry and Craft Tradition in Early New England: The View through the Eye Needle”, *The William and Mary Quarterly*, vol. 60, num. 4., octubre de 2003, pp. 743-776.
- Miller, Marla R., “The Last Mantuamaker. Craft Tradition and Commercial Change in Boston, 1760-1845, *Early American Studies*, Otoño 2006, pp.372-424.
- Miquel, Ángel, “El nacimiento de una pasión. Luis G. Urbina: primer cronista mexicano de cine”, *Los cuadernos del acordeón*, núm. 8, Ciudad de México: Universidad Pedagógica Nacional, 1991.
- Ministerio de Fomento, *Censo General de la República Mexicana. Verificado el 20 de octubre de 1895*, México: Oficina Tipográfica de la Oficina de Fomento, 1898.
- Mitidieri, Gabriela, *Costureras, modistas, sastres y aprendices. Una aproximación al mundo del trabajo de la aguja: Buenos Aires, 1852-1862*, Mar de Plata: Editorial de la Universidad Nacional del Mar de Plata, 2021.
- Mitidieri, Gabriela, “Entre modistas de París y costureras del país. Espacios de labor, consumo y vida cotidiana de trabajadoras de la aguja. Buenos Aires, 1852-1862”, *Trashumante. Revista Americana de Historia Social*, núm. 12, 2018, pp. 8-29.
- Miquel, Ángel, Por las pantallas
- Monroy Nasr, Rebeca, “Identidades perdidas: Miss México 1928”, *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*, Vol. 34, núm. 104, 2014.
- Muñiz, Elsa, *Cuerpo, representación y poder*, Ciudad de México: UAM-I/ Miguel Ángel Porrúa, 2002.
- Nelson Best, Kate, *The History of Fashion Journalism*, Londres: Bloomsbury, 2017.
- Nevinson, John L., *Origin and Early History of Fashion Plate*, recurso disponible en línea: <https://archive.org/details/originandearlyhi34472gut>
- Norberg, Kathryn y Sandra Rosenbaum, *Fashion Prints in the Age of Louis XIV. Interpreting the Art of Elegance*, Lubbock: Texas Tech University Press, 2014.
- Olcott, Jocelyn, *Revolutionary Women in Postrevolutionary Mexico*, Durham: Duke University Press, 2005.

- Olgúin Hernández, Fabiola, "Una soprano irlandesa en México. Fanny Natali de Testa y la vida cultural aristocrática durante el porfiriato", tesina de licenciatura en ciencias de la comunicación, México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales/UNAM, 2016.
- Olivero Guidobono, Sandra y José Luis Caño Ortigosa, "Casas sin hombres, mujeres sin dueño: jefas de hogar en León (Nueva España) a principios del siglo XVIII", *Redescubriendo el nuevo mundo: estudios americanistas en homenaje a Carmen Gómez*, 2012.
- Ortiz Gaitán, Julieta, *Imágenes del deseo. Arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)*, México: Instituto de Investigaciones Estéticas/ UNAM, 2003.
- Palacio Montiel, Celia del, "La prensa como objeto de estudio. Panorama actual de las formas de hacer historia de la prensa en México", *Comunicación y Sociedad*, enero-junio de 2006, Nueva época, núm. 5, pp. 11-34.
- Pérez, Carmina, "Vida de una modista francesa en el mundo hispánico. Luisa de Dufresi, un caso de movilidad social en el siglo XVIII", *Estudios de historia novohispana*, núm. 57, 2017, pp. 61-78.
- Pérez Juárez, Carmina del Rosario, "Una falsa viuda en la Nueva España: el caso de Luisa de Dufresi", tesis de licenciatura en historia, FFyL-UNAM, 2015.
- Pérez Monroy, Julieta, "Antes de las secciones y revistas de moda... las modas en el Diario de México", *Nierika. Revista de Estudios de Arte*, año 5, núm. 11, enero-junio de 2017.
- Pérez Monroy, Julieta, "La moda en la indumentaria: del barroco a los inicios del Romanticismo en la Ciudad de México (1785-1826)", tesis de doctorado en historia del arte, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2001.
- Pérez Toledo, Sonia, *Los hijos del trabajo. Los artesanos de la ciudad de México, 1780-1853*, Ciudad de México: El Colegio de México-UAM-I, 2005.
- Pérez Toledo, Sonia, "El trabajo femenino en la Ciudad de México a mediados del siglo XIX" en *Signos Históricos*, julio-diciembre de 2003, núm. 10, pp. 81-114.
- Pérez Salas Cantú, María Esther, *Costumbrismo y litografía en México: un nuevo modo de ver*, Instituto de Investigaciones Estéticas/UNAM, 2005.
- Pérez Siller, Javier, *México-Francia. Memoria de una sensibilidad común, siglos XIX y XX*, vol. 1, México, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla/ El Colegio de San Luis/CEMCA, 1998.
- Perrot, Michelle, *Mi historia de las mujeres*, Ciudad de México: FCE, 2008,
- Porter, Susie S., *From Angel to Office Worker. Middle Class Identity and Female Consciousness in Mexico, 1890-1950*, Lincoln: University of Nebraska Press, 2018.
- Porter, Susie S., "De obreras y señoritas. Culturas de trabajo en la Ciudad de México en la compañía Ericsson en la década de 1920" en Susie Shannon Porter y María

- Teresa Fernández Aceves (eds.), *Género en la encrucijada de la historia social y cultural de México*, Ciudad de México: El Colegio de Michoacán/ Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, 2015, pp. 179-210.
- Porter, Susie S., “Empleadas públicas, normas de feminidad, espacios burocráticos e identidad de la clase media en México durante la década de 1930”, *Signos históricos*, núm. 11, enero-julio de 2004, pp. 41-63.
- Porter, Susie S., *Mujeres y trabajo en la ciudad de México. Condiciones materiales y discursos públicos (1979-1931)*, Ciudad de México: El Colegio de Michoacán, 2003.
- Prieto, Guillermo, *Memorias de mis tiempos. 1820 a 1840*, París, Librería de la vda. de C. Bouret, 1906.
- Ramos Escandón, Carmen, *Industrialización, género y trabajo femenino en el sector textil mexicano. El obraje, la fábrica y la compañía industrial*, Ciudad de México: CIESAS, 2004.
- Reyes, Aurelio de los, *Cine y Sociedad en México, 1896-1930*. Vol. II, *Bajo el Cielo de México (1920-1924)*, Ciudad de México: IIE-UNAM, 1993.
- Reyes, Aurelio de los, “De cine, de literatura y de otras cosas en el México de 1924 a 1928”, tesis de doctorado en letras, UNAM-FFyL, 2010.
- Rivera Castro, José, *La clase obrera en la historia de México. En la presidencia de Plutarco Elías Calles (1924-1928)*, tomo 8, Ciudad de México: UNAM, 1996, pp. 151-179.
- Rivera Mendoza, Claudia Tania, “Mercaderes de la moda con escaparates de papel. El trabajo editorial de la revista *El Hogar* en la venta de patrones McCall” en *Nierika 11. Revista de estudios de Arte*, Universidad Iberoamericana, enero-junio 2017, pp. 82-93.
- Roche, Daniel, *The Culture of Clothing. Drees and Fashion in the Ancien Regime*, Cambridge: Cambridge University Press, 1994.
- Rodríguez Breillard, Bertha, “Catálogo de la revista *El Hogar* (1913-1942)”, México, tesis de licenciatura en historia, UNAM-FFyL, 2012.
- Rodríguez Lenmann, Cecilia, “La política en el guardarropa. Las crónicas de moda de Francisco Zarco y el proyecto liberal”, *Revista Iberoamericana*, vol. LXXIV, núm. 222, enero-marzo 2008, pp. 1-11.
- Rodríguez, Nathaly, “Esas mujeres con corte a lo muchacho y con las piernas al aire. Las pelonas y la transformación de la feminidad en la Ciudad de México en la década de los veinte”, en Pilar Gonzalbo Aizupuru y Leticia Mayer Celis (eds.), *Conflicto y negociación en la historia*, Ciudad de México: El Colegio de México, 2016, pp. 295-333.
- Rubenstein, Anne “La Guerra contra ‘Las Pelonas’. Las mujeres modernas y sus enemigos, Ciudad de México, 1924” en Gabriela Cano, Mary Kay Vaughan y

- Jocelyn Olcott, *Género, poder y política en el México posrevolucionario*, México: Fondo de Cultura Económica, 2009.
- Ruiz Calderón, Ana Paola, "La indumentaria civil femenina en México durante el Porfiriato. Estilos, materiales, técnicas y significado. Las colecciones del Museo Nacional de Historia y del Museo Soumaya", México, tesis de maestría en estudios del arte, Universidad Iberoamericana, 2010.
- Ruiz Castañeda, María del Carmen, "Mujer y literatura en la hemerografía. Revistas literarias femeninas del siglo XIX" en *Fuentes Humanísticas*, pp. 81-89.
- Saborit, Antonio, *El Mundo Ilustrado de Rafael Reyes Spíndola*, Ciudad de México: Grupo Carso, 2003.
- Sánchez Parra, Cristina, "Novedad y tradición. Las tiendas por departamentos en la ciudad de México y su influencia en el consumo, 1891-1915" tesis de doctorado en historia por El Colegio de México, 2017.
- Sandoval Villegas, Martha, "Los caminos de la moda hacia Nueva España: comercio, personas, libros y papeles" en *Nierika 11. Revista de estudios de Arte*, Universidad Iberoamericana, pp. 7-25.
- Scott Wallach, Joan, "Work Identities for Men and Women. The Politics of Work and Family in the Parisian Garment Trades in 1848" en *Gender and the Politics of History*, Nueva York: Columbia University Press, 1999, pp. 93-112.
- Seminario de Historia de la Educación en México, *Historia de la lectura en México*, Ciudad de México: El Colegio de México, 1999, pp. 94-242.
- Serna, Ana María, "Prensa y sociedad en las décadas revolucionarias", *Secuencia*, 8 de abril de 2014, núm. 88.
- Serna, Laura Isabel, *Making Cinelandia. American Film Culture Before the Golden Age*, Durham: Duke University Press, 2014.
- Shell, Patience A., "Social Catholicism, Modern Consumption, and the Culture Wars in Postrevolutionary Mexico City", *History Compass*, 5, julio 2007.
- Sheridan, Guillermo, *Los contemporáneos ayer*, Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2003.
- Simmel, Georg, "La mujer y la moda" en *Cultura Femenina y otros ensayos*, Buenos Aires: Espasa-Calpe, 1939.
- Sluis, Ageeth, "Bataclanismo! Or How Female Deco Bodies Transformed Postrevolutionary Mexico City", *The Americas* 66.4 (2010): 469-499.
- Spanabel Emery, Joy, *A History of the Pattern Industry. The Home Dressmaking Fashion Revolution*, Nueva York, Bloomsbury Academic, 2014.
- Spanabel Emery, Joy, "Dreams in papper" en Barbara Burman (ed.), *The Culture of Sewing: Gender Consumption and Home Dressmaking*, Oxford, Berg, 1999.
- Steele, Valerie, *Paris Fashion. A Cultural History*, Nueva York, Oxford University Press, 1987.

- Suárez de la Torre, Laura, “La producción de libros, revistas, periódicos y folletos en el siglo XIX” en Elisa Speckman (Coord.), *La república de las letras. Asomos a la cultura escrita del México decimonónico, vol. II*, Ciudad de México: UNAM, 2005.
- Suárez de la Torre, Laura, *Constructores de un cambio cultural: impresores-editores y libreros en la ciudad de México, 1830-1855*, Ciudad de México: Instituto Mora, 2003.
- Tamayo, Jaime, *La clase obrera en la historia de México. En el interinato de Adolfo de la Huerta y el gobierno de Álvaro Obregón (1920-1924)*, tomo 7, Ciudad de México: UNAM, 1987, pp. 195-242.
- Trujillo Bolio, Mario, *Empresarios y manufactura textil en la Ciudad de México y su periferia. Siglo XIX*, Ciudad de México: Ciesas, 2000.
- Tuñón, Julia, *Historia Ilustrada de México. Mujeres. Entre la imagen y la acción*, Ciudad de México: Conaculta/Debate, 2015.
- Veblen, Thorstein, *Teoría de la clase ociosa*, Ciudad de México: FCE, 1995.
- Velasco, Ana María, *Moda y prensa femenina en la España del siglo XIX*, Madrid: Ediciones 19, 2016.
- Velázquez Gutiérrez, María Elisa, *Mujeres de origen africano en la capital novohispana, siglos XVII y XVIII*, Ciudad de México: INAH-UNAM, 2006.
- Verguez, José, *Recuerdos de México*, Barcelona, Ed. Henrich y Cía, 1873.
- Vigarello, Georges, *Historia de la belleza. El cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 2005.
- Walsh, Margaret, “The Democratization of Fashion: The Emergence of the Women's Dress Pattern Industry”, *Journal of American History*, 1979, núm. 66, pp. 299-313.
- Wilson, Elizabeth, “Feminism and Fashion” en Linda Welters and Abby Lillethun, *The Fashion Reader*, Oxford, Berg, 2011, pp. 323-331.
- Welters, Linda y Abby Lillethun, *Fashion History. A Global View*, Londres: Bloomsbury, 2018.
- Wolf, Naomi, *The Beauty Myth: How Images of Female Beauty Are Used Against Women*, Nueva York: William Morrow and Co, 1991.
- Zavala, Adriana, “De Santa a la India Bonita. Género, raza y modernidad en la Ciudad de México” en Teresa Fernández Aceves, Carmen Ramos Escandón y Susie Porter (coords.), *Orden social e identidad de género. México, siglos XIX y XX*, Guadalajara: CIESAS, 2006, p. 180

#### Memorias

- Rucar de Buñuel, Jean y Marisol Martín del Campo, *Memorias de una mujer sin piano*, Ciudad de México: Alianza editorial mexicana, 1991.