

La publicidad de los ámbitos de la vida privada

Representaciones de la modernización del hogar en la prensa de los años cuarenta y cincuenta en México

ANAHÍ BALLENT*

Introducción

Este trabajo forma parte de una investigación más amplia centrada en la relación entre las transformaciones de las formas del habitar doméstico, los cambios urbanos y las políticas estatales en la ciudad de México entre los años de 1945 y 1960, que en el plano internacional correspondieron a la segunda posguerra.¹

En cuanto a la política y las políticas estatales en México, el concepto de *modernización* fue una clave del periodo.² Significó esencialmente la industrialización del país, proceso acelerado por la Segunda Guerra Mundial y transformado luego en ideología de gobierno en la posguerra, pero también abarcó propuestas de cambios sociales y culturales, en la época que Monsiváis ha caracterizado como el “primer gozo del desarrollismo” (1977: 268).³ El proceso de industrialización se encontró acompañado por la intensificación de la concentración de población en las grandes ciudades, mismo que se había iniciado previamente (Perlo Cohen, 1981).⁴ La población urbana, que representaba en 1940 el 35 por ciento del total, ascendió al 58.6 por ciento en 1970. A su vez, se redujo la población ocupada en el sector primario en beneficio de los sectores secundario y terciario. Este último fue el que en mayor medida incorporó a la población que abandonaba la vida rural, ya que su crecimiento (en cuanto a mano de obra ocupada) superó al del sector secundario. Como consecuencia de estos procesos se registró una consolidación de las clases medias urbanas, que

en 1970 llegaron a estimarse en un 20 o 25 por ciento de la población nacional (De Navarrete, 1970: 41).

Dentro de este contexto pueden ser ubicadas las nuevas políticas estatales referidas a vivienda masiva, uno de los sectores donde el Estado intervino en la modernización de las formas de habitar, proponiendo nuevos modelos de habitar como los conjuntos multifamiliares de alta densidad para empleados públicos, que posteriormente se difundirían también en obras privadas.⁵ Estas iniciativas públicas fueron particularmente emblemáticas del periodo, ya que se propusieron articular tres planos de modernización: las formas del habitar doméstico, la relación vivienda-ciudad y la industria de la construcción. Pero la modernización del habitar doméstico no se limitó a estas intervenciones públicas ni al apoyo estatal a las industrias vinculadas a la vivienda, sino que incluyó la difusión de nuevas representaciones sobre el habitar.

Nuestro análisis hará especial énfasis en el sexenio alemanista (1946-1952), como el momento inicial de impacto de las representaciones del habitar moderno a nivel masivo. No se trató tanto de un momento de *creación* de representaciones (muchas de ellas ya registraban cierta difusión en décadas anteriores), sino de un momento de *difusión masiva* de las mismas. En tal sentido, cabe indicar que el periodo de estudio es sólo uno de los momentos de modernización del habitar doméstico y urbano de la ciudad de México, que se encontró precedido por otros, a los que indudablemente se vinculaba.⁶

Lo que interesa fundamentalmente a este trabajo son los cambios culturales producidos por el nuevo contexto internacional emergente de la guerra, donde se instala la hegemonía, en palabras de Octavio Paz

* CONICET-FADU, Universidad de Buenos Aires; Programa de Cultura Urbana, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.

(1950: 187) de “una civilización que ya no (tiene) rivales y que confunde su futuro con el del mundo”. La hegemonía norteamericana en el plano internacional, la acentuación de la dependencia mexicana frente a Estados Unidos en cuanto a las relaciones bilaterales, y la ideología del desarrollismo y la modernización en el plano interno, crearon un nuevo contexto para la cultura y para la vida cotidiana. Procesos que ya contaban con una o dos décadas de desarrollo (aunque éste fuera lento y se dirigiera solamente a ciertos sectores de la población), como la tecnificación del hogar, la importancia creciente de los medios masivos de comunicación (cine, radio y, a partir de 1950, televisión), la atracción despertada por los servicios y las formas de vida urbanas, y los consecuentes procesos de homogeneización cultural que estos elementos generaban, encontraron un nuevo contexto de desarrollo, que los estimulaba y aceleraba. De esta forma, la categoría de *lo masivo* terminaba de instalarse definitivamente como un elemento constitutivo de nuevos procesos culturales, a través de la difusión mediática de imágenes, conductas o estéticas.

Objeto de estudio. La publicidad de los ámbitos de la vida privada

En este trabajo se presentará un aspecto parcial de estas problemáticas: la difusión de insistentes apelaciones a la modernización de las formas de habitar en la prensa de la época (diarios, revistas femeninas, de decoración y arquitectura). Los ámbitos privados adquirirían en ese entonces una particular resonancia pública, característica de los momentos de cambio, donde la industria y el comercio tratan de imponer sus nuevas creaciones o productos en el mercado, pero en los que también los potenciales usuarios prestan una peculiar atención a una oferta nueva y, en algunos casos, casi desconocida.

Examinaremos una trama de publicaciones de distinto tipo, dirigidas a: 1) un público amplio (diarios o revistas femeninas como *Hortensia*, *Femenil*, *Orquídea* o *La Familia*); 2) sectores altos no especialistas (*Decoración*); y 3) a un público de profesionales, sobre todo arquitectos (*Espacios*). Trataremos de encontrar los elementos comunes que informen sobre el clima cultural específico de ese momento de grandes transformaciones en la sociedad mexicana, pero también de observar a los productores culturales (en este caso, los arquitectos) reflexionando y creando en relación con tales transformaciones.

El proceso de difusión en medios masivos se apoyaba en una consigna que se extendía a partir de mediados

de los años cuarenta: la de “vivir bien”. En otras palabras, se observa una exhortación al aprendizaje del “arte de vivir bien”, de “saber vivir”, o de “vivir mejor”, para introducir distintos términos empleados por los medios de comunicación con los que se designaba una misma idea en tal momento.

La consigna de “vivir bien”, como una expectativa esencial de la sociedad de consumo, no se resumía en el habitar doméstico, sino que condensaba una actitud global frente a los objetos y servicios producidos por la sociedad. Sin embargo, la vida doméstica ocupaba un lugar fundamental en esta consigna. Así lo planteaba la revista femenina *Orquídea*: “...recuerde que vivimos como queremos. Y todos queremos vivir bien, pero hay que empezar por tener un hogar confortable y bello” (febrero, 1959: 40). El hogar se ubicaba así en el centro de una serie de transformaciones culturales cuyo objetivo era vivir de manera “moderna”. Este término se asociaba a una vida saludable, confortable, urbana, que incorporara la técnica, nuevas pautas estéticas, y un uso de los locales diferente de los tradicionales.

Como se observará en el análisis, las apelaciones se refirieron más a la tecnificación del hogar y a la introducción de una decoración modernista, que a la transformación estructural de la casa. Con este último término (*transformación estructural de la casa*) nos referimos a los elementos y dispositivos que desde fines del siglo XIX habían incidido en la disposición y tipologías de vivienda, modificando su conformación, sus usos, y con ellos, las pautas culturales del habitar doméstico: introducción de servicios proveídos por red, especificación de locales sanitarios (cocina y baño) e incorporación de los mismos al interior de la vivienda, distinción entre áreas públicas y privadas de la casa, y diferenciación de esta última por roles familiares, sexos y edades. Con esta distinción estamos aplicando a las formas de habitar una sugerencia de Marshall Berman (1982), quien, dentro de la modernidad entendida como etapa cultural, distingue entre *modernización* (procesos estructurales) y *modernismos* (respuestas culturales a ellos).

A través de esta contraposición (que trataremos de probar en la última sección), pretendemos formular preguntas sobre las condiciones particulares en que se produjo la modernización de las formas masivas urbanas de habitar en México y las consecuencias que ella puede haber tenido sobre la formación de una cultura del habitar moderno. Observaremos también que en el plano simbólico, a través de la arquitectura modernista de los años cuarenta y cincuenta, los arquitectos, como productores culturales, elaboraron respuestas a las profundas tensiones que animaban la cultura del habitar del momento, tensiones que no

lograron resolverse satisfactoriamente en la realidad urbana y habitacional.

“El futuro inmediato está lleno de sorpresas”

La modernidad llegará a todos, parece ser la ilusión que desde distintos sectores informa este momento. Como es sabido, la difusión de los avances de la modernidad no era una novedad a fines de los años de 1940: la arquitectura moderna se difundía en México a través de sus referencias europeas y norteamericanas desde mediados de los años veinte y se proyectaba o construía desde los inicios de la década siguiente (de Anda Alanís, 1990). En los años treinta revistas populares como *La Familia* aconsejaban al público sobre la construcción de interiores “modernos” y sobre las nuevas formas de utilización de los espacios del habitar, ante la manifiesta reducción de sus dimensiones con respecto a las viviendas tradicionales. También los electrodomésticos, el teléfono y la radio tenían una fuerte presencia en la prensa desde mediados de los años veinte.⁷

Considerando estos antecedentes, el momento de la posguerra parece tener dos características: 1) la apuesta a la generalización de los beneficios de la modernidad; 2) el énfasis en la velocidad del cambio tecnológico, en un avance que se observaba como abierto e indefinido. Un aviso de la emisora XEW, “La Voz de América desde México”, condensa estos elementos y es ilustrativa del momento cultural de fines de los años cuarenta: festeja sus 17 años de emisiones radiofónicas y promete la pronta incorporación de la modulación de frecuencia, la televisión y el facsímil:

Estamos apenas en el comienzo de una nueva época (...) El futuro inmediato está lleno de sorpresas. Frente al magnífico y asombroso desarrollo de la ciencia electrónica, la radiodifusión que hasta hace poco nos parecía una maravilla, resulta un proceso relativamente sencillo (*Excelsior* 18 de septiembre, 1947: 7).

Se depositaban enormes expectativas en el futuro, pero no se pensaba en el futuro lejano (o intemporal) de la utopía, sino en el “futuro inmediato”: *el futuro es*

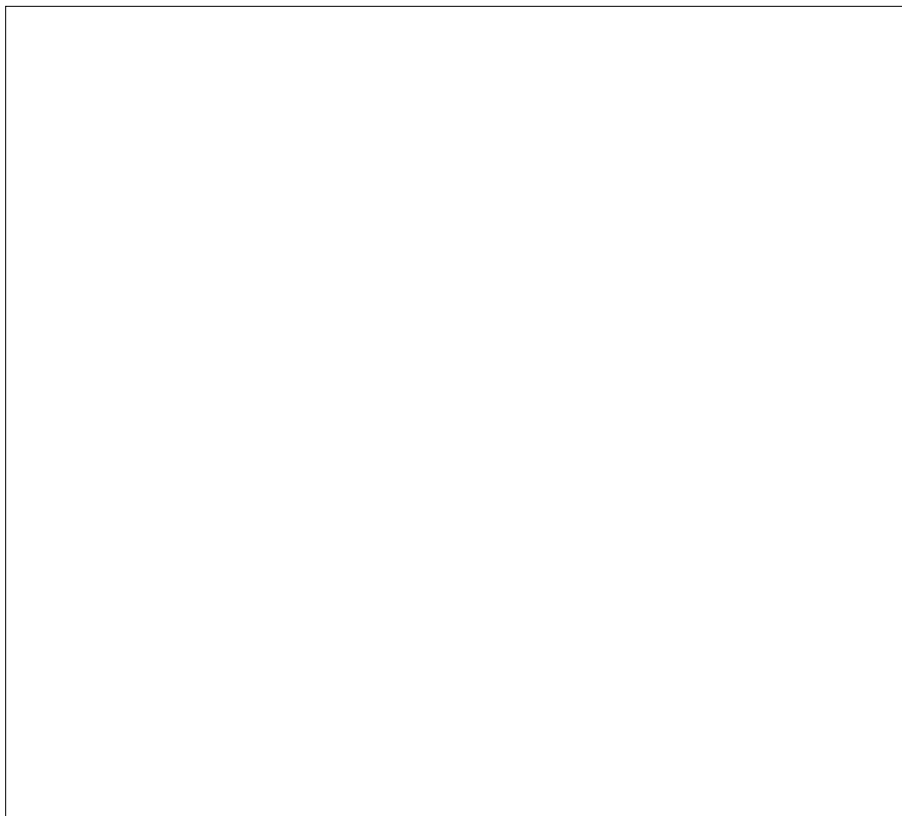


Fig. 1. Interiores dominados por el confort y la electrificación. Aviso de Industrias Eléctricas de México (1949)

hoy, parecía ser el mensaje de estos avisos. Eran éstas las concepciones que fundamentaban y brindaban verosimilitud a las expectativas de “vivir mejor” y de elegir como vivir.

“Ya nadie prescindía de una licuadora”

(Aviso, *La Nueva Revista*, no. 2, septiembre, 1949)

Este clima de confianza en la tecnología y el avance de la producción industrial producían consecuencias en el habitar y sus representaciones. En tal sentido, un elemento central lo constituye la tecnificación del hogar. Así, por ejemplo, observamos que en los diarios de fines de los años cuarenta aumenta la cantidad de avisos relativos a la venta de electrodomésticos y artículos de confort del hogar, avalados por la consigna “HECHO EN MÉXICO”, con su correspondiente —recientemente creado— logotipo del águila. El Palacio de Hierro, por ejemplo, publicitaba sus modernas cocinas, planteando: “México también produce artículos de lujo... pero al alcance de todos” (*Excelsior*, 5 de septiembre, 1947: 10). La Industria Eléctrica de México, S.A. (IEM), por su parte, proponía “una vida mejor en los hogares mexicanos con productos mexicanos” (*Excelsior*, 1o. de agosto, 1949: 9) (fig. 1).⁸

Cabe destacar que en muchos casos se trataba de empresas subsidiarias de las centrales norteamericanas (como General Motors, que fabricaba en México los refrigeradores Frigidaire) o de empresas concesionarias (como IEM, concesionaria de Westinghouse). Por otra parte, la importación de electrodomésticos producidos en Estados Unidos, pese a los intentos del gobierno mexicano, no logró ser controlada. De esta forma, en la publicidad del momento se observa una verdadera guerra entre productores locales, comerciantes importadores, subsidiarias o concesionarias por ganar el mercado de las clases medias urbanas dispuestas a modernizar su hogar (y con medios para hacerlo).

Además, más allá del lugar en el cual se fabricaran los productos, la imagen de Estados Unidos estaba siempre detrás de ellos: eran el símbolo de la manera americana de vivir.⁹

Es innegable que las imágenes reiteradas de una oferta de tecnología y confort cotidianos en diarios y revistas influían en la transformación de los imaginarios sobre el habitar, ya sea a través de su incorporación o consumo concretos, como expectativa, o como novedad inquietante y poco comprensible (formas de consumo en el plano simbólico).

Si los avisos eran capaces de encender la imaginación, pretendiendo que quienes no podían o no querían transformar su hogar en el de una familia ideal de los años cuarenta o cincuenta, reunida en su sala junto al televisor y la consola de radio y tocadiscos (fig. 2) eran inexplicables símbolos de atraso, los precios

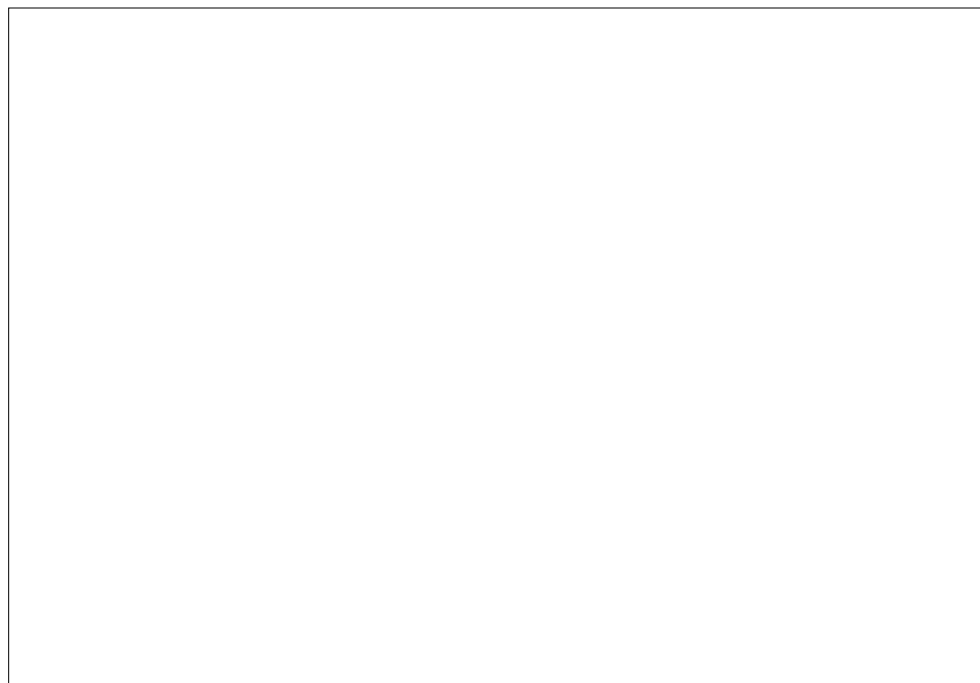
de los electrodomésticos eran capaces de enfriar toda fantasía. En efecto, pese a que la venta a plazos se encontraba ya generalizada, los electrodomésticos más importantes exigían el pago de cuotas superiores a los 100 pesos (datos de 1952).¹⁰

Naturalmente, los artefactos pequeños se ofrecían por cuotas mucho más bajas.¹¹ Pero presentaban el problema de que en muchos casos no eran esenciales: ¿convendría cargar con la cuota de una licuadora, por pequeña que fuera, cuando era necesario ahorrar para llegar a adquirir un refrigerador? La modernización del hogar exigía múltiples reflexiones —sobre todo en el caso de una sociedad que apenas se estaba incorporando al moderno consumo de artículos del hogar— y planteaba una pregunta crucial: ¿por dónde empezar?

Dos aparatos habían proporcionado tempranamente una relación costo-beneficio atractiva para los sectores populares: la máquina de coser (no siempre eléctrica, pero que podía adaptarse fácilmente a la electricidad) y el radio. Estos son los dos aparatos domésticos que, casualmente, registró el *Censo de edificios* de 1939, que mostró la previsible y notable diferencia entre los promedios del país y los valores del Distrito Federal: mientras que en el país existían 5 máquinas de coser por cada 100 habitantes, en el Distrito Federal se registraban 8 por cada 100 habitantes. En cuanto a radios, el promedio nacional era de 1.6 receptores por cada 100 habitantes, mientras que en el Distrito Federal se registraban 8 por cada 100. Esto significa aproximadamente, que de cada 10 familias del D.F. 4 contaban con radio en 1939, antes de que se iniciara el proceso de industrialización acelerada.

Para 1960, el 74 por ciento de la población del D.F. contaba con radio, cifra que se elevó al 91 por ciento en 1970, y el 42 por ciento contaba con TV, ascendiendo al 73 por ciento en 1970 (dentro de estos valores, en 1960 el 28 por ciento contaba con los dos tipos de artefactos, mientras que tal categoría era del 69 por ciento en 1970) (Secretaría de Programación y Presupuesto, 1963 y 1978).¹²

Fig. 2. Familia tipo de fines de los años cincuenta, según la revista *Orquídea*, y su escenario natural: una estancia con muebles modernos, tocadiscos y televisión



Estamos haciendo referencia a los aparatos que han registrado los censos, aunque otros valores pueden dar indirectamente una idea de la extensión de estos procesos: la producción de aparatos domésticos creció aceleradamente entre 1960 y 1970: la de refrigeradores (1970) superó en más de tres veces a la de 1960; la de televisores se quintuplicó; la de planchas se duplicó, etcétera.¹³

Este proceso ocurrió en un periodo en el que, según coinciden los estudios, pese al crecimiento de la economía, los salarios perdieron poder adquisitivo y las condiciones de vida populares empeoraron (De Navarrete 1970, Hewitt de Alcántara, 1977: 25). Sin duda, los precios de los artículos del hogar se abarataron con base en los aumentos de la producción industrial y en la creación de modelos más sencillos o portátiles en ciertos artefactos, y la aparición de un mercado de artefactos usados. También la venta a plazos jugó un papel fundamental para permitir el avance de la tecnificación del hogar.

¿Podremos concluir entonces que, al menos en este campo, la modernidad cumplió sus promesas? En parte, posiblemente, aunque con un retraso de algo más de veinte años. Pero no es aventurado suponer que una gran cantidad del 71 por ciento de los pobladores del D.F. que para 1970 había comprado su televisor, lo había hecho con esfuerzo. Y de lo que no queda ninguna duda es que los consumidores cumplieron sus “obligaciones” con la industria y la publicidad. La tecnificación del hogar (aunque parcial), impulsada por el deseo de ser modernos, cambió prioridades de consumo familiar.

Con frecuencia se considera al televisor como el electrodoméstico característico del periodo de estudio. En efecto, en el caso de México las emisiones televisivas se iniciaron en 1950, ampliando el campo de acción de los medios masivos de comunicación. En 1965, ante el aumento de producción y ventas de televisores, la revista *Claudia de México* consideraba su obligación aconsejar a las lectoras sobre calidades, marcas y precios, en la adquisición de “su fiel amigo el televisor” dentro de una oferta amplia que desconcertaba a los consumidores: “Usted debe saber escogerlo y después cuidarlo como a otro miembro de la familia.” (1o. de octubre, 1965: 68-70).

Sin embargo, desde otro punto de vista referido a la tecnificación del hogar, el de la mecanización de las tareas domésticas, podríamos considerar a la licuadora como el símbolo de los electrodomésticos de la posguerra (y por lo tanto, símbolo de la tecnificación del hogar en tal periodo). Efectivamente, para países como Estados Unidos, que ya contaban con cierto nivel de tecnificación antes de la guerra, la licuadora

señala la difusión del pequeño electrodoméstico, especializado y ya no imprescindible: sugiere que detrás de ella vendrán muchos más, cada vez más precisos y minuciosos.

En cambio, para los países como México, que en la posguerra iniciaban la tecnificación masiva con base en ingresos familiares que indicaban que podría ser un proceso lento y dificultoso, la licuadora era un artefacto económico, que podía incorporarse por su bajo costo.

Además, en relación con los beneficios de la tecnificación del hogar, su propiedad de ahorrar trabajo humano es evidente. No en todos los casos es así, pero en el de la licuadora, tal carácter sustitutivo del trabajo humano, entendido en su sentido más lato, es decir como ahorro de esfuerzo físico, es claro, ya que permite procesar alimentos sin esfuerzo y en forma mucho más eficaz que el brazo humano.

Observemos una contraportada de la revista *El Arte de Cocinar* (mayo, 1950, fig. 3), donde la licuadora Birtman, (junto al libro *Como cocinar con los aparatos modernos*) es presentada como “el mejor regalo para su Mamacita el Día 10 de mayo”; en las imágenes, la nieta obsequia un pastel a su abuela, mientras que el marido regala una licuadora a su esposa. Según

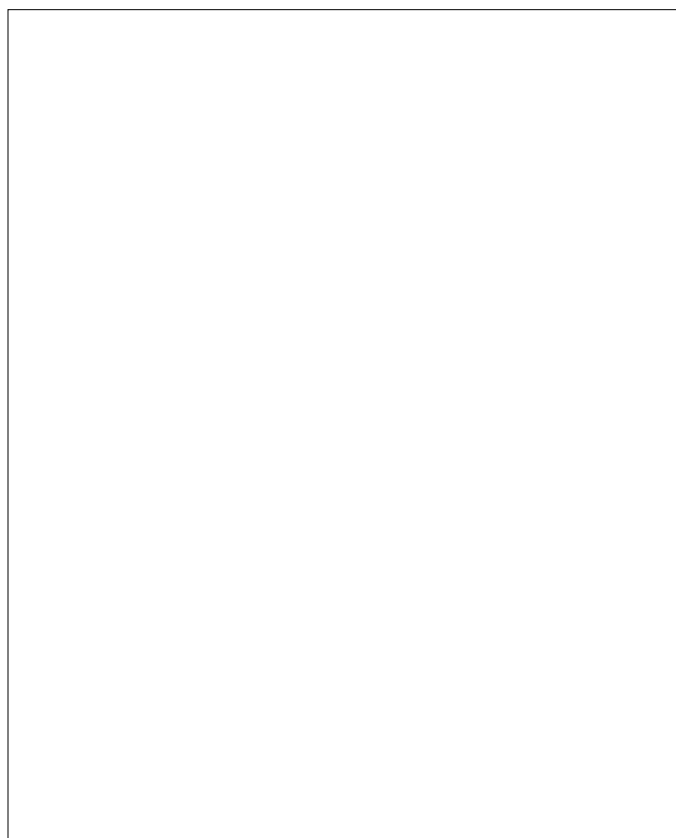


Fig. 3. Día de la Madre en 1950. La licuadora era el mejor regalo según la revista *El Arte de Cocinar*.

propone la revista, “estaba casi perdiéndose nuestra Buena Cocina Mexicana pues por falta de servidumbre y utensilios adecuados el Ama de Casa, al planear sus Menús, descartaba las buenas fórmulas como las que ofrecemos hoy” (p. 12). Gracias a la licuadora, entonces, el ama de casa mexicana podría preparar con menos esfuerzo “tamales y atoles”, “mole” o “postres de frijol y nuez”: modernización mediante, ella podría ser más “ama de casa” y más “mexicana” que antes. Volveremos sobre la licuadora más adelante, ahora trataremos de abordar, tal como lo anticipa la imagen de *El Arte de Cocinar*, la relación que se observa en la prensa entre las representaciones familiares y las de los electrodomésticos.

En familia: madre electromecánica y padres sin barba

A mediados de los años cincuenta, los comerciantes e industriales de artículos para el hogar, muebles y electrodomésticos, comenzaron a realizar anualmente las “Ferias del hogar”, para la exhibición y venta de productos, mismas que contaban con gran afluencia de público. Las ferias indicaban el impulso que la industria quería imprimir a este ramo y presentaban la producción como un signo de progreso del país (nuestro conocido “Hecho en México”). En estas ferias asistimos a la puesta en escena del espacio doméstico como un mercado nuevo y privilegiado. Como tradicional “reina” del espacio doméstico, la mujer se transformó en el centro de las apelaciones de la publicidad, ya que la venta de infinidad de productos dependía de su elección.

Detengámonos en el cartel de la 3a. Feria (1959) (fig. 4). En él, líneas de rígido trazado geométrico diseñan el cuerpo de una mujer con los brazos y las piernas extendidas. La posición corporal guarda una curiosa semejanza con el célebre hombre de Leonardo de Vinci, símbolo del humanismo renacentista, semejanza que es poco probable que haya pasado desapercibida para el diseñador. Pero la mujer que nos ocupa sólo en parte es humana, como el rostro y las piernas se ocupan de recordar. En cambio, sus brazos se han convertido en metal, transformados en cuchara y tenedor; en su amplio regazo, sobre su delantal de ama de casa, acoge los componentes del hogar moderno: televisor, cocina, plancha, entre otros; en su pecho luce una licuadora.

El nuevo símbolo del objetivo de “vivir mejor”, que se transformaba en una obsesión masiva de la posguerra, era una mujer mitad humana, mitad electromecánica: una mujer-niña cuyo cuerpo se confundía con los artefactos de una cocina tecnificada.

Pero en el contexto de los años cincuenta, el mensaje del cartel era seguramente bastante menos siniestro del que podemos percibir desde la perspectiva actual. La imagen aludía a un argumento de venta utilizado con mucha frecuencia y que ya hemos mencionado: la reducción del trabajo doméstico que implicaba la tecnificación del hogar, y que beneficiaba sobre todo y directamente a la mujer.

Ver, al respecto el aviso de lavadoras de IEM, que reitera un mensaje extendido en los años cincuenta (fig. 5): “Deje que Laviem trabaje por usted”; en las imágenes, el ama de casa abandona el espantoso y pesado fuentón lleno de ropa, el delantal y los huachaches —Laviem mediante— para pasear elegantemente vestida por la ciudad.

Pese a que este último aviso tiene un aspecto “liberador”, la imagen ominosa de nuestra pequeña Frankenstein vernácula nos recuerda que el papel tradicional de la mujer y el hogar como su espacio natural estaban siempre presentes detrás de estos avisos. La mujer del hogar moderno era fundamentalmente esposa y madre, aunque realizara con menos esfuerzo físico las tareas domésticas. La tecnificación del hogar matizaba, producía inflexiones en los roles tradicionalmente femeninos pero no los transformaba.

Más aún, todo el cambio del habitar doméstico propuesto y difundido en la posguerra (y no sólo la tecnificación del hogar) recaía sobre la mujer, con base en su rol tradicional como organizadora de la vida familiar. Como veremos en el punto siguiente, ella será la encargada de sugerir, proponer, y, en muchos casos, llevar a la práctica transformaciones del espacio doméstico.

Continuaremos con este tema más adelante. Ahora quisiéramos puntualizar, de la misma forma en que lo hemos tratado de hacer en el caso de la mujer, qué imágenes de los restantes integrantes de la familia aparecen en esta transformación del habitar.

Para ello no encontramos tanto apoyo en las fuentes que se refieren a la tecnificación del hogar, como en las referidas a arquitectura y decoración. Así, con respecto a los niños, se observa una gran insistencia en el tema de la “recámara del niño”: el niño debía tener su propio espacio, para dormir, jugar y estudiar, con muebles “a su escala”. “Los muebles tendrán que ir agrandándose al tiempo que ellos crezcan”, aconsejaba la revista *Orquídea* (enero, 1949: 45). “Ofrecemos seis recámaras tipo para las diferentes edades de sus hijos, ya que cada etapa de su vida requiere un amueblado distinto funcionalmente hablando” (*Orquídea*, diciembre, 1959: 35).

Éste es un tema que tiene una historia bastante larga (como mínimo todo este siglo), aunque limitada

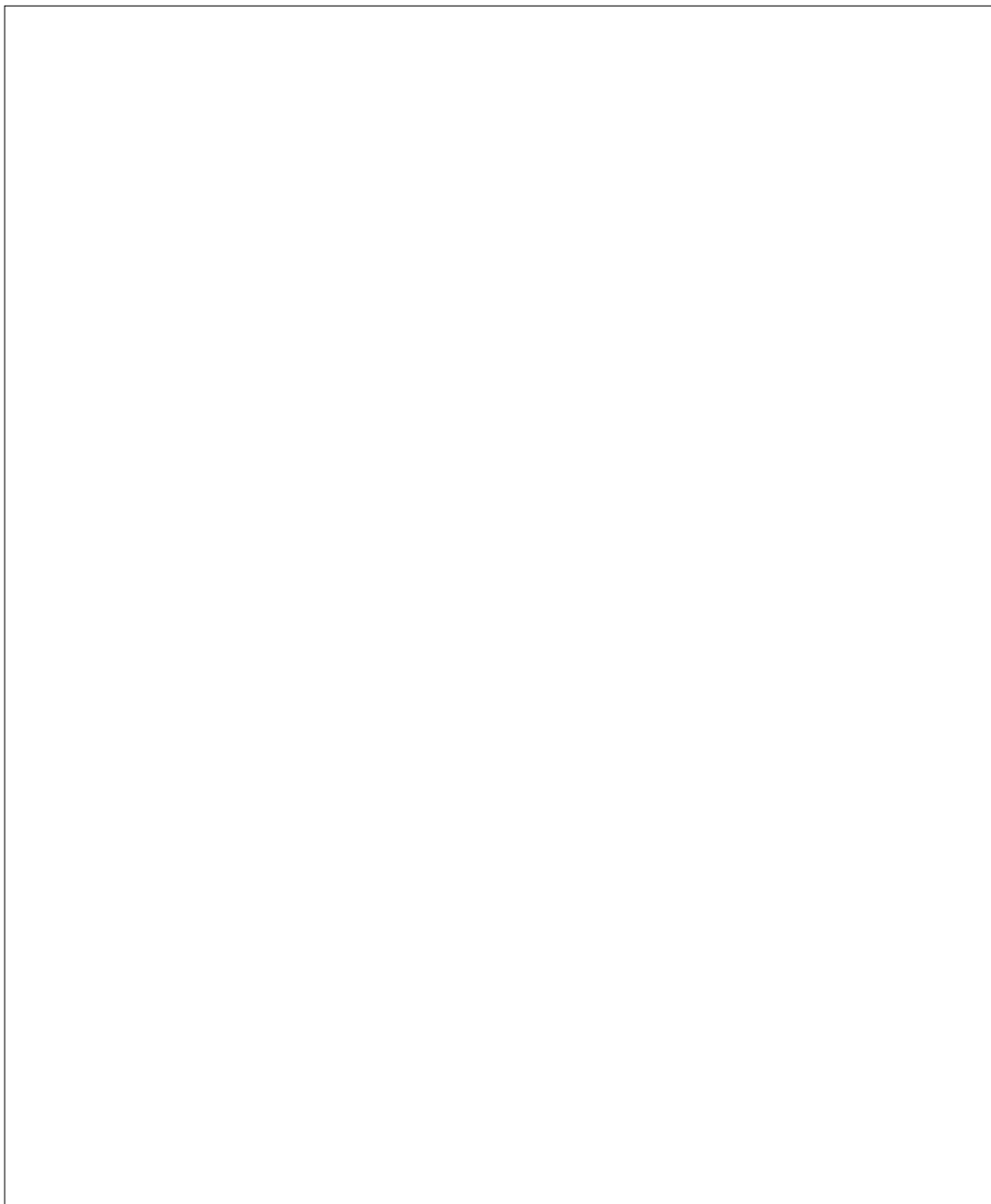


Fig. 4. Tercera Feria del Hogar, Cartel. El ama de casa se tecnifica (o aspira a hacerlo)

a los sectores altos, y se relaciona con la moderna construcción de la idea de infancia. En todo caso, lo que vemos en los años cincuenta, es su difusión a nivel masivo.

Las distintas etapas o edades que marcaban cortes en el equipamiento infantil, según *Orquídea*, eran las siguientes: el bebé, la primera infancia, la edad escolar y, finalmente, la etapa juvenil. Entre ellas, el tema que sí es nuevo y que comienza a construirse en ese momento, es el del adolescente: la “recámara juvenil” (en versión femenina o masculina) era un nuevo tema de decoración y equipamiento, que comenzaba a plan-

tearse a fines de los años cincuenta, cuando también comenzaba a preocupar a las revistas femeninas el tema de los “rebeldes sin causa” (*Orquídea*, septiembre, 1959: 3) Tendríamos que agregar también que en tal momento emergía un mercado específicamente dirigido a los adolescentes (indumentaria, alimentación, esparcimiento, etcétera) y comenzaba a definirse el estrato juvenil con características culturales particulares (en la música por ejemplo).

Según los consejos de los decoradores en la prensa, el adolescente, más aún que el niño, necesitaba su propio espacio privado, donde dormir, estudiar, recibir

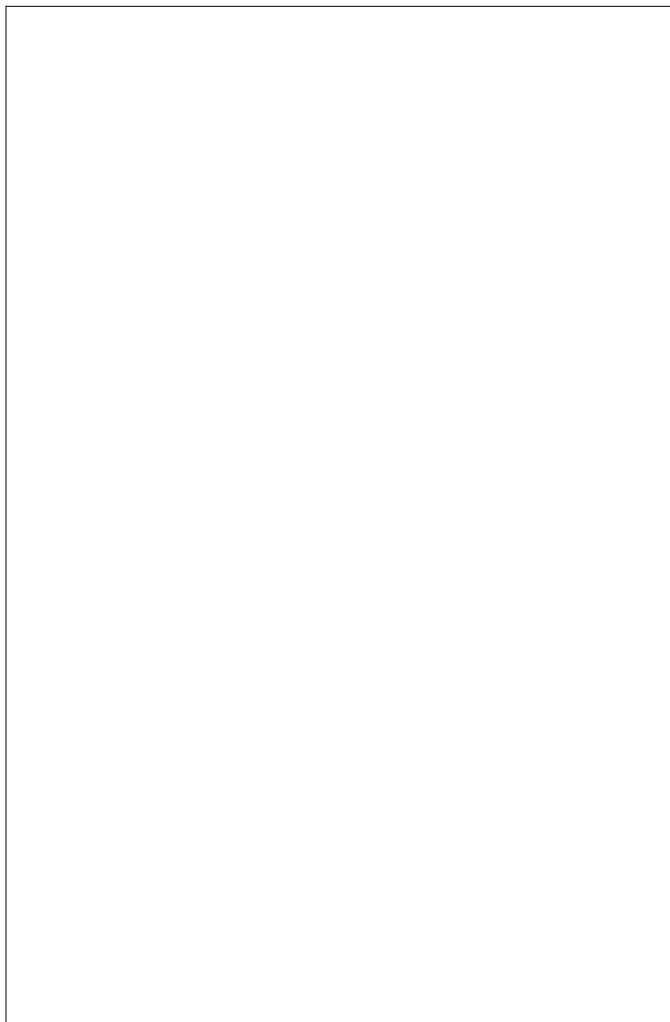


Fig. 5. Aviso de lavarropas Laviem: la tecnología doméstica como liberación para el ama de casa

amistades (de su mismo sexo) y actuar con una limitada libertad de la tutela familiar.¹⁴

En estos textos de difusión del habitar moderno tanto la mujer como el niño aparecen definidos con claridad; el joven o adolescente comienza a perfilarse; la figura más desdibujada y menos presente es el hombre. A diferencia de los restantes miembros de la familia, el hombre sólo en parte pertenece a la vida doméstica: su verdadero lugar es el mundo exterior, la calle y el trabajo.

De todas formas, también existen indicios de la aparición de ciertos matices o inflexiones en el tradicional rol del padre. Por ejemplo, la revista *Femenil* proponía modernizar el comedor (lugar de encuentro tradicional de la familia) y en su propuesta articulaba hábitos, relaciones e imágenes familiares y espacio doméstico:

Ya no se colocan frisos ni empanelados de madera oscuros y arriba damascos o piedras pintadas, ni se da un

carácter impresionante al benéfico interior que mejor congrega a la familia (...) Ya no se empañan con tintas oscuras esos comedores de nuestras casas, que siempre al llegar un mañana serán el fondo de nuestros mejores recuerdos paternos (...) Ya los padres de ahora no pueden estar excesivamente serios y graves frente a sus hijos, al compartir el pan sobre sencillos y alegres manteles. No caben allí escenas de melodrama, la vida ríe, y si no ríe, forzoso es hacer que ría.

¡Fuera de allí los cuadros de asuntos terribles... Fuera de allí los muebles de refectorio... Fuera de allí los tonos sombríos, las cortinas con olor a polilla, las lámparas de comedor tristes y cursis, y fuera de allí los anacrónicos papás con barba! (enero, 1951: 49)

Pérdida de solemnidad en las relaciones familiares, desdramatización de la vida cotidiana, e imágenes tradicionales de padres con barba que debían ser abandonadas junto con todas las anticuallas que habían constituido en el pasado sus escenarios naturales. Es interesante remarcar que la revista que proponía esta modernización era una revista conservadora y católica. La inflexión de los roles tradicionales que proponía tenía un trasfondo conservador: flexibilizar, “ablandar”, roles para que la familia pudiera adaptarse a nuevos tiempos. Madres tecnificadas, padres sin barba, adolescentes a quienes había que comprender y niños —“diablillos”— a los que sería obligación tolerar y complacer. Todo esto necesitaba de nuevos ámbitos donde desarrollarse: los espacios del habitar doméstico debían cambiar.

Es evidente que el modelo que proponían las revistas debía mucho a la expansión del “*american dream*” registrada en la posguerra. En la práctica, seguramente los padres mantenían el autoritarismo tradicional, las madres con gran esfuerzo lograban pertrecharse de refrigerador y TV, y los adolescentes se rebelarían ostensiblemente pocos años más tarde (con recámara propia o sin ella).

Pese a que pueda relativizarse su eficacia para incidir en las prácticas familiares y sus representaciones, en la posguerra se construyó socialmente un nuevo y gran intento por controlar la desintegración de valores tradicionales en la vida social, manteniendo la unidad familiar y los definidos roles de sus miembros. En este intento, los espacios domésticos y la tecnología al servicio del hogar adquirirían un papel central:

En estos tiempos modernos, mucha de la felicidad hogareña depende de la pantalla mágica de un televisor (...) (que) es lo único capaz de reunir a papá, mamá y los niños al final del día (*Claudia de México*, octubre, 1965: 68).

Más allá de las consecuencias prácticas que estos modelos hayan tenido en la sociedad, dejaron una profunda huella en el imaginario del habitar.

El modernismo se impone: el “arte de vivir mejor” encuentra su estética

En los años 40 y 50 se observan diversos signos que indican la extensión de un “gusto modernista” en el campo de la estética del habitar y los objetos de uso cotidiano. La revista *Femenil*, en una “Breve historia de la decoración interior en México”, explicaba porqué era necesaria la incorporación del gusto modernista en el presente, pese a que había sido rechazado en el pasado:

Con elementos morbosos, antisociales, áridos y desnudos de sensibilidad, producto del desdoblamiento de pasiones y libertades, vino asociado el arte moderno al introducirse en México. En un principio no tuvo muchos simpatizantes, pero en los últimos años por razones económicas y sociales que han venido afectando las costumbres y la manera de vivir de las familias mexicanas, ha conquistado terreno en casi todos los órdenes. Diariamente se demuelen las mansiones del siglo pasado, para dejar lugar a la construcción de casas y de edificios de apartamentos al estilo moderno y las que aún quedan en pie han sido vendidas o rentadas a personas que en algunos casos las amueblan con accesorios de estilo moderno (julio, 1949: 10).

Los elementos “morbosos, antisociales, áridos y desnudos de sensibilidad” y el “desdoblamiento de pasiones y libertades” asociados a la introducción del arte moderno en México, a que se refiere el anónimo redactor de *Femenil*, eran los hechos políticos revolucionarios. La relación entre *revolución* y arte moderno, el momento en que los artistas y productores culturales trataban de vincularse con el nuevo ideario político, y no pocas veces llevarlo más allá, como en el caso de los “arquitectos socialistas” de la década de 1930, había pasado. El arte moderno había perdido su carácter corrosivo (en lo político y en lo social); ya no era sinónimo de izquierda ni de radicalismo político (como lo había sido, por ejemplo, durante el gobierno de Lázaro Cárdenas). Más aún, una modernización que no apelaba ya a los conflictos de clase se encontraba en el centro de la política de gobierno y era la nueva ideología del Estado mexicano. En ese momento, cuando ya no lo consideraron un mensaje potencialmente peligroso en el plano político, los sectores conservadores adoptaron el arte moderno e impulsaron su extensión al mundo de los sectores populares.

En la difusión de una nueva estética hubo tres figuras claves: el arquitecto, el decorador y la mujer (de clase media o alta). Los arquitectos del momento crearon obras que se transformaron en paradigmas de nuevas formas de habitar: por ejemplo los multifamiliares de Pani, o las nuevas casas del Pedregal. Las mujeres buscaron referencias para integrarse a la moda de un nuevo estilo de vida que los medios difundían. Según sus posibilidades económicas, se acercaron a arquitectos, a decoradores o a los consejos sobre decoración proporcionados por las revistas femeninas o populares.

La decoración se ponía de moda a fines de los años cuarenta, lo cual es un indicador de que era un momento en que existía, como requerimiento social, la idea de que había que transformar los interiores. Existían estudios de renombre, que actuaban ya en los años treinta, como Elite o Arturo Pani (cuyas perspectivas de trabajo se encontraban muy próximas a las de los arquitectos), y no pocos improvisados que aprovechaban un nuevo mercado de trabajo creado por la disponibilidad de recursos y la avidez de modernismos de los sectores medios-altos y altos.¹⁵ Ninguna revista femenina y prácticamente ningún periódico se privaban de su página de decoración, y posiblemente la prensa haya sido el medio a través del cual más hayan influido los decoradores en el imaginario social del habitar.

Es necesario recalcar el papel jugado por los decoradores y los periodistas de decoración como un eslabón intermedio entre arquitectos y público: ellos, en este espacio intermedio, fueron los verdaderos transmisores de las bases de un nueva estética (sin entrar en un juicio de valor sobre los contenidos que transmitían).

En efecto, estas figuras manejaban los códigos de comunicación de las revistas populares (sobre todo las femeninas, ya que la decoración era un tema considerado de interés femenino), y con base en ellos tenían grandes posibilidades de ser fácilmente comprendidos por el público; los arquitectos, en cambio, siempre habían encontrado grandes dificultades en hacer comprensibles sus ideas, aun entre sus propios clientes.

Veamos como operaban los decoradores desde las revistas femeninas. Podemos observar en ellas un modelo de artículo sobre decoración, extenso, poco ilustrado, explicativo y didáctico, que puede encontrarse en algunas publicaciones de los años treinta (aunque no todas incluían decoración, pero por ejemplo, *La Familia* lo hacía) y de los años cuarenta (ver el tipo de texto que se ha citado anteriormente proveniente de *Femenil*).

Pero este modelo se sustituyó en los cincuenta por otro que proponía una comunicación mucho más directa: el de imágenes acompañadas por epígrafes explicativos. Esta nueva técnica de presentación de los temas del habitar encontraba su modelo en la forma en que se mostraba la moda en la indumentaria: un código que las mujeres conocían y manejaban perfectamente desde hacía décadas. Hasta el tipo de lenguaje estaba emparentado con el del “prêt-à-porter”: de la misma forma en que se presentaba la ropa (expresiones típicas: “elegante *tailleur* en tonos pastel, con falda évasée...” etcétera), se mostraban las nuevas imágenes del hogar:

Un precioso comedor de mesa redonda un tanto rústica. En las rinconeras una planta y las cortinas en gajos de diferentes colores. Luce precioso (*Orquídea*).

Nada más confortable ni elegante que esta cama matrimonial de línea modernista, con cubrecama de lana a cuadros y patas tubulares. (...) Note la armonía existente entre el estampado de las cortinas y el resto del mobiliario (*Orquídea*).

“Elegante”, “precioso”, “armonioso”, “sobrio”, “sencillo”, “fino”, “delicado”, “de buen gusto”, son adjetivos que se aplican indistintamente a los dos campos: en rigor es muy difícil definir qué significa cada uno de ellos, pero toda persona acostumbrada a los códigos de las revistas femeninas, y a la consistencia con que emplean estos términos, estará convencida de que sabe precisamente a que aluden.¹⁶

Los epígrafes eran esenciales en esta nueva forma de aproximación a la difusión del habitar. Ellos enseñaban a “ver”: indicaban qué era lo que se debía mirar en la fotografía; proporcionaban su clave de lectura. Es frecuente en ellos el uso de expresiones como: “nótese...”, “se destaca...”, “observe...”, “lo importante es...”, etcétera. La modalidad anterior a esta (véanse los artículos citados de *Femenil*), se basaba en la argumentación, es decir, en la exposición de las razones por las cuales un ambiente debía organizarse de una manera o de otra. En los años cincuenta, en cambio, la prioridad recaía sobre la imagen, pero una imagen que contenía instrucciones para su comprensión y que se reforzaba con el uso de los epígrafes.

Esta forma de comunicación fue eficaz y contribuyó a la creación de una nueva sensibilidad estética. Basada en la imagen —en el reconocimiento visual de las formas— y en la incorporación de ciertos temas básicos como fundamento del reconocimiento visual, difícilmente formaría un público reflexivo o “crítico” del habitar, de la misma forma en que la difusión de la moda no forma críticos de la indumentaria.

Veamos ahora cuales eran los tópicos que se reiteraban en cuanto a la nueva estética y los nuevos espacios del habitar:

a) La belleza creada por la técnica. Éste era un tema muy difundido ya en los años cuarenta. En los avisos, por ejemplo, los electrodomésticos siempre eran “bellos” o “preciosos”. Tales calificativos se aplicaban a gran cantidad de objetos de fuerte impronta técnica. Así, por ejemplo, las máquinas de calcular “Madas”, eran comparadas por la publicidad con “obras artísticas de la antigüedad”. Como se recordará, la nueva belleza de la técnica, considerada como superior a los cánones tradicionales de belleza (emblematizados en el arte griego), había sido un tema de las vanguardias estéticas de las primeras décadas del siglo (por ejemplo en Marinetti y Le Corbusier). Para los años cuarenta, el asunto había perdido su radicalidad y su carácter revolucionario con respecto a la cultura tradicional, al punto de ser utilizado por una publicidad bastante poco sofisticada. Su presentación en la prensa

cotidiana indica que la afirmación no generaba indignación ni asombro. Por el contrario, parece aludir a un lugar común del imaginario social. La banalización de este tema de las vanguardias puede ser interpretada como un índice de su generalización.¹⁷

b) Los atributos de la nueva belleza: simplicidad, sencillez, practicidad y comodidad. En relación con el nuevo concepto de belleza, se desarrollaban sus características distintivas:

La simplicidad —característica de la elegancia— es la nota típica del decorado modernista. La línea es práctica y recta para dar mayor amplitud y luz al (...) salón (...). Los muebles son pocos y siempre en sobrio y acogedor acomodo (*Hortensia*, febrero, 1949: 2).

Sencillez en el hogar mexicano: Conjunto de una simplicidad rústica y confortable; comedor sobrio con acertados contrastes (*Paquita*, 12 de septiembre, 1949: 49).¹⁸

c) Instrumentos y objetivos de la nueva belleza: colores claros, ambientes alegres y acogedores.

Hogar vestido de claro: sigue predominando en el decorado moderno del hogar la tonalidad alegre de los tonos claros (*Paquita*, 19 de septiembre, 1949: 51).

Tonos claros para el hogar: Muebles sobrios y cómodos, muros bien aprovechados, mesillas con flores frescas, etc. Todo claro, acogedor y moderno (*Paquita*, 1o. de agosto, 1949: 48).

Los muebles claros, las telas alegres, las formas puras caracterizan a estos comedores modernos, propios de los hogares sencillos. Una comodidad fundamental y una placentera entonación de colores son suficientes. Un comedor de una vivienda de tipo medio no puede ser mucho más (*Femenil*, febrero, 1951: 49).

d) Reducción de espacios. Este asunto se presenta reiteradamente, de distintas formas: desde cómo proyectar y organizar una “casa pequeña”; la vida en departamentos o en ambientes únicos; artificios para que el espacio se perciba como más amplio de lo que realmente es; el uso de muebles plegables o portátiles, hasta la aparición de un nuevo tipo de equipamiento.¹⁹

Estos eran los principales motivos discursivos que se ofrecían como claves de interpretación de las imágenes, y posiblemente los elementos básicos que cambiaban la sensibilidad del público en su aproximación al equipamiento y los objetos de uso cotidiano.

En cuanto a las imágenes y formas concretas presentadas eran muy diversas, y existía una gama de gustos “modernistas” muy amplia; tan amplia como la variedad de profesionales y aficionados que habían decidido abocarse al nuevo mercado de la decoración.

Ante esta situación, los arquitectos y los estudios de decoración más sofisticados, que consideraban que la “decoración era una rama de la arquitectura” y no un problema de “buen gusto” reaccionaron comenzando a publicar en 1952 la revista *Decoración*, dirigida a un público de sectores medios-altos y altos. Según sus redactores, la publicación se proponía realizar una llamada al orden, frente al avance laboral de decoradores recibidos por correspondencia, de “modistos” para las casas, y de señoras ricas atrapadas por revistas americanas como *House and Garden*. Frente a la difusión banal del modernismo, ellos llamaban al orden a través de su propia propuesta.

La operación realizada por los arquitectos articulaba al menos dos aspectos. Por un lado, frente a la extensión en la sociedad de ciertos códigos estéticos, creaban elementos de distinción social. Consideraban necesario deslindar campos y jerarquizar un proceso de difusión que creían anárquico: no era posible que diera lo mismo construirse una casa proyectada por Max Cetto que copiar un interior de *House and Garden*, o arreglarse con las pobres instrucciones de *Hortensia*. De esta forma ofrecían a sus lectores códigos de gusto e instrumentos de apreciación estética más sofisticados que los elementales comentarios de las revistas populares, y una propuesta de estética modernista distinta del difundido gusto americano (*House and Garden*), “que era tan poco personal y tan poco tenía de mexicano”.

Por otro lado, reaccionando contra un campo “masivizado”, “hecho en serie”, y que contenía fuertes componentes de transculturación (sobre todo de Estados Unidos), definían la identidad de su profesión como únicos intérpretes de la cultura mexicana. Un saber tan particular como sofisticado, *rara avis* que no se encontraba en las revistas populares ni en las americanas, y que, como veremos en el punto siguiente, tampoco podían ofrecer otras profesiones.

“Productos mexicanos para admiración del mundo”: los arquitectos en los años cincuenta, entre los clientes ricos y el Estado

La revista *Decoración* reproducía en 1953 el siguiente diálogo entre un prestigioso arquitecto y su clienta adinerada:



Fig. 7. Interiores modernos. Revista *Orquídea*, 1959

- ¿No cree usted, ingeniero, que ese closet...?
- Arquitecto, señora.
- ¿Y no le parecería mejor que cambiáramos esa puerta, ingeniero?
- Arquitecto, señora.
- Bueno ingeniero, ¿y el piso de qué va a ser?
- Arquitecto, señora.
- ¡Ay ingeniero, no sea usted modesto! (mayo, 1953: 32).

Esta broma, basada en la tradicional incompreensión del público sobre las diferencias entre ambas profesiones —incompreensión curiosamente montada sobre la certeza de que el ingeniero era un profesional mucho más serio y eficaz que el arquitecto— había perdido actualidad en el momento en que era publicada. Un año antes, en 1952, se había inaugurado la Ciudad Universitaria: ella era el punto culminante de un proceso gestado en los años cuarenta, por el cual los arquitectos lograban afirmar su identidad (y con ella su distancia de los ingenieros), a través de su aporte en el plano de la cultura.

Los arquitectos cosecharon grandes éxitos en los años de las décadas de 1940 y 1950; se transformaron en auténticos “productos mexicanos para admira-

ción del mundo”, como rezaba el *slogan* con el cual una fábrica de muebles promocionaba su oferta.

Recordemos que el interés por la arquitectura latinoamericana se encontraba difundido en el plano internacional desde fines de la década de los treinta, cuando el pabellón de Brasil de Lucio Costa y Oscar Niemeyer deslumbraba a las multitudes en la Feria Mundial de Nueva York (1939). Éste había sido un hecho sintomático del interés del modernismo a nivel internacional por las propuestas “regionalistas”. Dentro de la misma línea serían observadas con gran interés la producción escandinava, por ejemplo, y las propuestas mexicanas de los años cuarenta y cincuenta.

Fundamentalmente eran tres las obras que concentraban la admiración del debate internacional: los multifamiliares de Pani, el Pedregal y la Ciudad Universitaria. En las tres se desarrollaban aspectos diversos de la relación arquitectura-cultura.

Esta noción puede desarrollarse a través de tres aspectos. El primero es que, entre los años cuarenta y cincuenta, la arquitectura mexicana creaba una serie de obras que se convertirían en paradigmas de las nuevas formas de habitar. Los multifamiliares de Pani son un ejemplo de esta vocación modernizadora y modernista que se presenta a fines de los años cuarenta. Pero ella no era la única opción de tal tipo, ya que se trataba de una interpretación particular de estos procesos. Paralelamente a la elaboración del proyecto de los multifamiliares se inicia en México otro desarrollo inmobiliario de envergadura: el fraccionamiento residencial Jardines del Pedregal de San Angel, planificado por Luis Barragán (1948-50). El Pedregal podría ser pensado como la otra cara de las operaciones de Pani, aunque compartiría con ellas una voluntad modernizadora del habitar, llevada adelante a través de otros mecanismos. En efecto, se trató de una operación privada, destinada a sectores altos y basada en la vivienda unifamiliar. Pero apelaba también a imágenes de viviendas modernas: el estilo de Richard Neutra, las obras de Max Cetto y Luis Barragán marcaron el “sello” de las nuevas acciones. La publicidad sobre el desarrollo inmobiliario que aparecía en los diarios utilizaba imágenes en las que se reconoce sin dificultad la “Casa de la Cascada” (*Falling-water* o Casa Kauffman) de Frank LL. Wright (c. 1938), uno de los puntos más altos de la arquitectura doméstica modernista en los Estados Unidos, y una de las apuestas más interesantes y exitosas de articulación entre técnica moderna y naturaleza (*Excelsior*, 4 de septiembre, 1949: 7-8). En la prensa del momento abunda la publicidad referida a los Jardines del Pedregal, por lo que puede pensarse que éste fue un desarrollo inmobiliario muy comentado y que fue



Fig. 8. Interiores modernos. Revista *Orquídea*, 1959

considerado tan innovador como los multifamiliares de Pani. Estos son los dos modelos más altos con que los arquitectos presentaban a la sociedad paradigmas del habitar moderno.

La segunda articulación consciente propuesta por los arquitectos mexicanos entre arquitectura y cultura está constituida por la búsqueda de una inflexión local, mexicana, para la arquitectura moderna. Es decir, por la inmersión de la arquitectura dentro de la temática de la identidad y de las relaciones entre tradición y modernidad. Si en México esta articulación entre modernidad y tradición parece ser una constante (al menos como tema de debate) desde los años veinte, en los cuarenta se transforma en programa prácticamente indiscutido de arquitectura. Por otra parte, en tal momento adquiere una validación más amplia ya que en el debate internacional se produce una refundación del modernismo, e inclusive de las tradiciones, extendida después de la Segunda Guerra, (Ballent, 1995a). En cierta forma éste es un modernismo menos “agresivo” que el “maquinismo” de los años veinte y treinta. Este modernismo, más abierto y tolerante, es el que logra generalizarse como gusto estético en vastos sectores de la población.

Veamos los efectos estéticos de este “modernismo regionalista” en el habitar. La revista *Decoración* ironizaba sobre las propuestas de *House and Garden* (ver fig. 9): la revista americana decoraba tomando un tema, un color o una forma y repitiéndolo *ad nauseam*: todo debía “combinar” de una manera directa y clara. Frente a esta propuesta homogeneizadora, los arquitectos mexicanos apostaban a un juego mucho más sutil, basado en el contraste: .

Una sala con elementos tradicionales. En la casa de los señores Ramos se han unido una serie de factores favorables: amplio espacio, simplicidad de líneas, atinado buen gusto para mezclar el concepto moderno con elementos empapados de tradición. (...) Sobre la piedra oscura que la arquitectura de nuestros días ha impuesto como buen elemento decorativo, destaca un conjunto de muebles que es un vivo recuerdo del artesanado mexicano (*Decoración*, julio, 1953: 41-42).

Ya en 1937, el estudio Elite decoraba viviendas proyectadas por Luis Barragán con combinaciones de “yute de Atoyac”, “telas tejidas a mano en Guadalajara”, con “chintz ingleses”, “servicios de vajilla blanco-marfil de Jean Luce de París” (*Arquitectura y Decoración*, no. 1, agosto, 1937: 15-18). Es indudable que la duración de la Segunda Guerra, como se plantea en la cita siguiente, impulsó esta tendencia a la incorporación de materiales locales:

La escasez de telas, de materiales, de los elementos que en general se traían de Europa, como consecuencia de la guerra (...) ha hecho a nuestros decoradores y entre ellos a Don Arturo Pani Jr., el más distinguido de todos a nuestro juicio, volver los ojos y ocuparse de cosas nuestras logrando así una decoración mexicana de influencias mundiales. Las telas, las alfarerías, los dibujos, los bordados, los colores brillantes, las maderas de los trópicos, todo ello ha sido empleado con resultados verdaderamente prodigiosos (...) Por otra parte, los estilos tradicionales se usan adaptándolos a la vida moderna, conservando las líneas y proporcionando los tamaños a las cosas de ahora (*Fémima*, junio, 1946: s/n).

La tradición, entonces, no estaba ausente de la modernización del habitar; en todo caso, lo que tal modernización proponía era una operación de recorte sobre la tradición, seleccionando los elementos que no entraban en contradicción con los valores estéticos y espaciales modernistas.

Además, como también plantea la cita anterior, las operaciones de transformación que se realizaban sobre la tradición eran múltiples: por ejemplo, se la adaptaba

a los requerimientos del presente. Otra característica de esta tradición consistía en encontrarse liberada de todo “historicismo”, de toda nostalgia y de todo “gusto de anticuario” no proponía disfrutar del sabor de lo antiguo, sino del placer de lo artesanal.

La artesanía (recortada de las formas anteriormente indicadas) se presentaba así como una tradición intemporal, que, como el modernismo, contenía verdades esenciales. Por lo tanto, el contraste que se proponía entre tradición y modernidad era uno de tipo estético, que se refería a formas, texturas, materiales y colores, pero en cuanto a los conceptos y valores que se manejaban en cada uno de los campos se consideraba que existía una coincidencia profunda. Ésta era una aproximación modernista a la tradición.

Pese a que definamos de esta manera la relación entre modernidad-tradición, reconociendo las características y límites que tuvo tal aproximación a la tradición, es necesario señalar que no en todos los países la artesanía ocupó el lugar privilegiado que se le asignó en México en relación con el modernismo.²⁰ Por el contrario, el hecho habla de ciertas particularidades de este momento en México. En tal sentido es innegable que México tenía una tradición artesanal rica y densa (cosa que no ocurría en muchos países), pero también la tenían Francia o Alemania en 1920 cuando los arquitectos modernistas se apartaban deliberadamente de ella en sus propuestas. La existencia objetiva de la tradición no es un dato suficiente para que los artistas o los productores culturales la consideren en sus obras, ya que es necesario, además, que existan condiciones culturales de visualización y valoración de la misma. Tales condiciones culturales fueron de diversa índole. Por un lado, como ya se ha señalado, los propios derroteros de los modernismos en el plano internacional, que desde fines de los años treinta valorizaron los enfoques regionalistas. Por otro, la vinculación de la labor de los diseñadores con los planes y propuestas estatales —industrialización del país— ya que la sustitución de importaciones logró imponerse en el plano del mobiliario (no así en el de electrodomésticos) a partir de 1948. Pero, en este campo, en el que se pensaba en desarrollar una producción local como indicaba Clara Porset, “la producción artesanal (tenía) un volumen de un 70 por ciento y la industrial, el 30 por ciento restante” (Porset, 1953: s/n). Por lo tanto, dentro de esta propuesta apoyada por el Estado, la artesanía debía ser contemplada como la base más sólida a partir de la cual avanzar en la producción del sector local, considerando, además, que la reafirmación de la artesanía como condensador de la cultura nacional era un asunto ideológico que había recorrido las acciones de los distintos gobiernos a partir de la

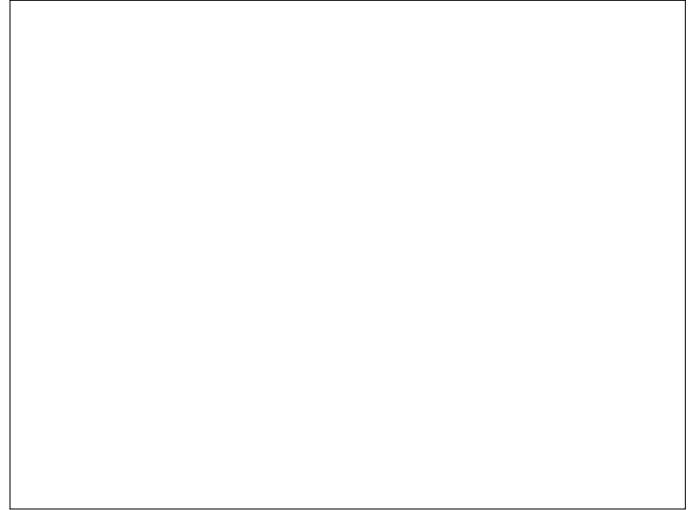


Fig. 9. Ironía sobre *House and Garden*.
Revista de decoración, 1952

Revolución Mexicana. En consecuencia, éste era un sector que, a diferencia del de los electrodomésticos, podía ser controlado nacionalmente y que, por ello, se prestaba a transformarse en escenario de las inquietudes culturales locales, planteando alternativas propias sobre las formas que debían asumir los procesos de modernización de la vida cotidiana. El mobiliario, en tal sentido, en el plano de la creación cultural aplicada al mundo doméstico, funcionaba como la otra cara del campo de los electrodomésticos, aunque se vinculara con este último. Algo similar ocurriría en la arquitectura, un sector que por su propia naturaleza y constitución se encontraba protegido en México de las “importaciones” (al menos de las importaciones directas e involuntarias).

La integración de las artes y la Escuela Mexicana de Arquitectura

Esta articulación modernista entre tradición y modernidad que hemos observado en la decoración interior y en el equipamiento doméstico se transformó en una característica distintiva de la arquitectura mexicana en la llamada “integración de las artes”, cuyos ejemplos más sonados se encontraron en la Ciudad Universitaria (1950-1952),²¹ que constituyó posiblemente la más grande expresión de la obra pública alemanista en la ciudad, y una obra fundamental para la difusión del modernismo.²² Esta sería la tercera forma de articulación entre arquitectura y cultura que proponían los arquitectos mexicanos en los años cuarenta y cincuenta: la más “alta” y compleja.

El nuevo arte de integración resumía “en una coordinación arquitectónico-plástica todos los valores

contemporáneos dentro de una unidad". Aunque recogía la tradición muralista mexicana (Siqueiros, Rivera, Orozco, etcétera) se consideraba su superación, ya que eliminaba el "divorcio entre sus resultados y los edificios públicos en que (habían sido) ejecutados" (*Decoración*, diciembre, 1953: 2-4). Si, por un lado, se proponía superar también las nociones tradicionales de las distintas artes, por otro, intentaba incorporar elementos de la cultura nacional a los edificios, creando un modernismo mexicano.

El tema de la "integración", lejos de ser una cuestión sencilla fue sumamente discutido y expresaba las inquietudes culturales del momento. Pensemos, por ejemplo, en Diego Rivera pintando murales en una de las obras más importantes de infraestructura urbana construida por el alemanismo: la provisión de agua para la ciudad, proveniente del valle del Lerma. ¿Por qué vincular al arte con una obra de ingeniería, de servicios, que no requiere necesariamente de él? La "integración" llegaba a puntos a los que no había llegado el muralismo. Ya no se trataba estrictamente de visibilidad, de apelar a la educación o al placer de un público, se asemejaba a una suerte de exorcismo producido por la cultura y dirigido a la técnica. La integración plástica, tal como se discutía en los años cuarenta y cincuenta obedecía a imperativos culturales profundos.

Para observar algunas problemáticas que planteaba el tema de la integración *Espacios* (1948-1958) es una revista que se presta admirablemente, ya que se crea en 1948 con la idea de impulsar tal concepto, y en su consejo directivo reunía a arquitectos y pintores.²³ *Espacios* no sólo intentaba vincular plásticamente arquitectura, escultura y pintura: su concepto de "integración" era mucho más amplio e informaba sobre las inquietudes culturales del momento:

Deseamos formar un grupo de trabajo que no pierda el tiempo inutilmente en discusiones interesadas (...), sino que aborde problemas que tengan proyecciones prácticas experimentales de inmediata realización. México ya ha dado muestras de organización en distintos aspectos. Cuenta con técnicos capaces de colocarlo a la vanguardia de los países que aspiran a una industrialización. Pintores como Siqueiros que en su preocupación de encontrar formas de expresión que vayan de acuerdo con el ritmo actual, ha fundado laboratorios en busca de nuevos materiales que proporcionan al artista un horizonte de posibilidades infinitas. Los trabajos realizados por la compañía CyR y la ICA, que han llegado a innovar sistemas constructivos, Domus en el diseño de muebles y Lanás Mexicanas como industria textil, pueden citarse como ejemplos de brillante labor (*Espacios*, 1949, núm. 2: s/n).

Lo que aquí se estaba proponiendo era la integración arte-industria. Otros ejes temáticos sobre el mismo concepto serían la articulación entre arquitectura y planeamiento, la vinculación entre tradición y modernidad, y, por supuesto, la integración plástica. En este programa ambicioso se trataba de "reconstruir" la "unidad orgánica" "que (había imperado) en todas las grandes culturas": éste era el propósito de fondo del proyecto cultural. *Espacios* planteaba la utopía de vincular "todo" con "todo". La imposibilidad de tal proyecto se refleja en los contenidos de la revista: el eclecticismo de las elecciones temáticas y la ausencia de opiniones únicas sobre las distintas propuestas.

En parte, esta propuesta era un eco de la "unidad nacional" que ya Ávila Camacho había propuesto a la sociedad y que se prolongaría como ideología del alemanismo. En palabras de Chávez Morado:

Hoy parece que se inicia uno de esos periodos de acercamiento entre los distintos y aparentemente disímbolos (*sic*) sectores del país. Frecuentemente son las declaraciones de obreros y patronos que coinciden en el empeño de crear una industria nacional; se han establecido relaciones fructíferas y muy prometedoras entre algunas industrias avanzadas y hombres de arte y de cultura. Pero más satisfactorias que las promesas son ciertos hechos que, aunque pequeños y aislados, confirman la idea expuesta de que se avizora una época de integración nacional (septiembre, 1948).

El programa ideológico también tenía componentes de una reacción nacionalista, nuevamente, según Chávez Morado:

A estos pasos les atribuyo el valor de una instintiva movilización cívica de nuestra nacionalidad amenazada por intereses imperialistas (...) En cualquier lugar del país se encuentra el círculo rojo de la Coca Cola estampado en el flanco del paisaje con los sellos que se marcan en la carne destazada de los mataderos. Este sello es para mí el símbolo de una nueva agresión, y así tenemos cine y música Coca Cola, arquitectura Coca Cola, gráfica y plástica Coca Cola (...) Los arquitectos y los otros artistas se necesitan. Debemos proyectar en común, debemos desentrañar unidos qué es lo verdaderamente nacional y por lo tanto universal de nuestro arte. Debemos utilizar las aportaciones de las ciencias y técnicas modernas para dar a nuestro pueblo una plástica realmente nueva, bella y sobre todo humana (*ibid.*).

Aunque la posición reactiva y militante frente al "imperialismo" de Chávez Morado no fuera compartida (la revista era escenario de polémicas encendidas

sobre todos estos temas), el avance de Estados Unidos en la posguerra, la veloz modernización de la vida urbana y doméstica producían reacciones en el plano de la cultura.

En la práctica, el tema de la integración produjo distintas respuestas, entre las cuales destaca el debate entre las tendencias figurativas (el llamado “arte social”), emblematizado en el momento por la biblioteca de O’Gorman y el estadio trabajado por Rivera en la Ciudad Universitaria, y las abstractas, como la colaboración entre Mérida y Pani en el multifamiliar Juárez.²⁴ Así, la “integración” (en tal expresión) era más defendida por los partidarios del arte figurativo que por las tendencias abstractas. Sin embargo, aunque estas últimas se mostraban renuentes a hablar de “integración” a propósito de sus propias obras, porque asociaban tal expresión al “populismo” e “izquierdismo” de la primera tendencia, de hecho también incorporaban pinturas y esculturas en su producción arquitectónica.

Lo importante para nuestro análisis no es entonces la uniformidad de posiciones sino el tema que recorre el debate, que indica la forma en que los productores culturales se habían hecho cargo de las dificultades del momento.

Estos intentos de articulación entre tradición y modernidad, entre arquitectura y cultura fueron una respuesta apaciguadora en un momento de intensas transformaciones urbanas y sociales. Que el lenguaje formal ponga en evidencia sus contradicciones no impide que su discurso explícito haya sido aceptado socialmente, en un momento ávido de respuestas a sus conflictos culturales: la utopía propuesta por la arquitectura estaba expresando una utopía de la sociedad.

Como se observará en la siguiente sección, no en todos los planos los conflictos generados por la modernización pudieron resolverse con el éxito alcanzado por el modernismo de los arquitectos mexicanos en el plano simbólico.

“Explica este chisme”

La frase que encabeza este subtítulo corresponde a la novela de Carlos Fuentes, *La región más transparente* (1958), cuya acción transcurre durante el sexenio alemán. Es parte de un diálogo que tiene por escenario una vivienda popular en alguna colonia del noreste de la ciudad, entre Gabriel, bracero mexicano que trabaja en California y su madre, sorprendida por el regalo que su hijo que le ha traído de Estados Unidos

- Mira: el frasquito lo pones encima de la cosa blanca; luego metes ahí los frijoles, o las zanahorias, o lo que

quieras y al rato está todo bien molido, solito en vez de que lo hagas tú.

- A ver, a ver.
- No viejecita, hay que enchufarlo, en la electricidad.
- Pero si aquí no tenemos luz eléctrica, hijo.
- Ah caray. Pues ni modo viejecita, así como metate. Úsalo así. Que remedio (52-53).

Reaparece en escena la licuadora aunque en circunstancias menos favorables que las observadas en la sección anterior. La historia de Fuentes no es inverosímil. En efecto, en pleno auge de la oferta de los electrodomésticos sectores populares de la ciudad carecían de electricidad. Según datos del BNHUOP, en 1947 el 30 por ciento de las construcciones carecían de tal servicio (BNHUOP, 1949). Este tema seguía preocupando a las autoridades municipales en 1961 (González Navarro, 1974: 159), ya que se agravaba con el crecimiento de la ciudad en las colonias que se habían formado por invasión de terrenos y en 1970 (según los datos censales), apenas el 95 por ciento de las viviendas contaba con electricidad, valor que se elevaría al 97 por ciento en 1980. Estos datos nos llevan a reflexionar sobre las bases en que México estaba fundando su modernización urbana en los años cuarenta, examinando los niveles de provisión de servicios públicos, que constituyen un factor fundamental para la modernización de la vivienda urbana.²⁵

Recordemos antes el estado del parque habitacional de la ciudad que es también un dato ilustrativo de las bases de las que partía la ciudad para pensar su modernización. En el *Censo de edificios* de 1939 un 15 por ciento de los edificios destinados a vivienda fueron catalogados como “jacales, barracas y chozas”, mientras que un 17 por ciento correspondía a “departamentos y vecindades”, a los que no es aventurado suponer un grado importante de precariedad. Es decir que casi un 30 por ciento del parque habitacional de la ciudad era prácticamente desechable o exigía fuertes inversiones para transformarlo en habitable.

En el mismo año, el suministro público de agua potable no alcanzaba a proveer a la mitad de los edificios existentes (48 por ciento); el 21 por ciento de los edificios carecía por completo de agua potable, mientras que el 32 por ciento restante obtenía agua potable individualmente (aljibe, pozo artesiano, hidrante, manantial, etcétera). Los edificios que contaban con albañiles eran el 53 por ciento del total.²⁶

Estos valores eran débiles para iniciar un proceso de modernización de los espacios domésticos. Aunque el Estado realizó grandes inversiones en servicios públicos en las décadas siguientes, se trató siempre de una carrera contra el crecimiento poblacional. Aún en

1960, sólo el 45 por ciento de las viviendas contaba con gas o electricidad en la cocina, mientras que el 55 por ciento restante cocinaba con leña, carbón o petróleo (Secretaría de Programación y Presupuesto, 1963). En este rubro ocurre algo similar a lo indicado para la electricidad: en 1970 apenas el 80 por ciento de la población contaría con gas o electricidad en la cocina.

Con respecto al agua, en 1960 el 24 por ciento de las viviendas carecía de servicio de agua; el 55 por ciento disponía de servicio de agua entubada dentro de la vivienda y el 21 por ciento del mismo servicio, pero fuera de la vivienda. Si recordamos las características que indicamos en la introducción para la casa moderna, observaremos que, para 1960, sólo la mitad de las unidades tenía posibilidad de disponer de un baño en el interior de la vivienda (53 por ciento de la población). Según los datos censales, el 54 por ciento de las viviendas tenía cuarto de baño con agua corriente. En 1970, el porcentaje de viviendas con cuarto de baño con agua corriente se elevó a un 60 por ciento; y para 1980, el 70 por ciento de las viviendas contaban con agua entubada dentro de la vivienda. Es decir que aún en 1980 había un 30 por ciento de viviendas deficitarias en este aspecto.

Tales datos pueden utilizarse para caracterizar el proceso de modernización de la ciudad. Al respecto, reiteramos ante todo, que el proceso de difusión de nuevas formas de habitar masivo partió, en los años cuarenta de una base infraestructural débil. Por lo tanto, relacionando estos datos con los de la sección anterior de este trabajo, verificamos que la difusión de nuevas imágenes del habitar, aunque sin duda se incorporaban al imaginario social, no tenían posibilidades de ser llevadas a la práctica por la totalidad de la población, sino en forma muy parcial o incompleta.

En segundo lugar, y pese a los esfuerzos e inversiones estatales, la ampliación de la infraestructura fue lenta y hasta los años 80 estuvo muy alejada de cumplir con los requerimientos de la población.

No es nuestra intención esbozar una hipótesis del tipo de la reiterada “modernismo sin modernización”, que han sido ampliamente debatidas (García Canclini, 1992: 65-93). En todo caso se trata de poner de manifiesto las particulares condiciones con que se relacionan ambos términos en México, donde observamos que la oferta masiva de tecnificación del hogar y de imágenes modernistas se da al mismo tiempo que la ampliación de las bases de infraestructura.

Esta situación tiene consecuencias para la transformación del habitar popular. Por ejemplo, la adquisición de electrodomésticos se convirtió en un elemento de distinción social, aun entre los sectores populares (urbanos). Tomemos ejemplos extraídos de *Los Hijos*

de Sánchez (década de los cincuenta), que se refieren a habitantes de vecindades:

Entonces él empezó a subir económicamente. Los hermanos de Rufelia asistieron a la secundaria y los papás comenzaron a arreglar la casa. Primero una estufa de gas, luego el comedor, la tele, literas para que durmieran los muchachos... hasta que se volvieron los Rockefeller del barrio. Y conforme fueron subiendo fueron dejando de hablar a las demás gentes (210).

Y cuando tienen alguna cosa nueva, algún aparato nuevo, haga de cuenta que ascendieron un escalón; se les sube, se ponen muy pedantes, se dan un paquete que, válgame Dios! (...) Allí los que tenían cama, colchón y ropero ya eran alguien. Cuando yo viví allí Ana era de las “de la alta” porque era la portera y las dos hijas estaban trabajando. (...) Ahora los de la “alta” son Julia y Guillermo porque ya tienen televisión (316).

Poseer estos elementos era muy importante, posiblemente más de lo que lo son en el presente. Aunque no siempre funcionaran: durante el sexenio de Alemán los apagones eran muy frecuentes, y los electrodomésticos marcados con la consigna “Hecho en México” eran en muchos casos de mala calidad. No eran datos de la vida cotidiana, sino que tenían el “aura” de los productos escasos.

Además, estos testimonios se refieren a personas que, mejorando sus condiciones económicas, no cambiaban su vivienda por otra de mejores condiciones infraestructurales, sino que actualizaban su mobiliario o incorporaban confort al hogar, a través de la adquisición de muebles y electrodomésticos. Elegían una alternativa de mejoramiento de sus condiciones de vida. Y en un medio de bajos salarios, rentas congeladas —en muchos casos— y una oferta amplia en cuanto a mobiliario y electrodomésticos, la elección era racional. Una nueva casa —conseguida sin apoyo estatal— es siempre un bien lejano, mientras que la posibilidad de acceder a un televisor generalmente se encuentra próxima (a través de cuotas, créditos, etcétera).

En todo caso, el problema radica en el momento histórico en que se planteó la modernización del habitar a nivel masivo, que marcó las coordenadas culturales que la definirían. En México, tal proceso se produjo en relación con las pautas de la sociedad de consumo y, dentro de ellas, ¿quién puede privarse de ciertas condiciones de confort o de consumo —aunque en última instancia, sean “prescindibles”— para construir una casa “moderna”? La consigna del momento, como se observó en la sección anterior,

—y que aún hoy funciona— es “vivir bien” y cada uno la interpreta de acuerdo a sus recursos y posibilidades.

Con respecto al Estado puede seguirse un razonamiento parecido. Observando el caso de los multifamiliares en la década de los cuarenta, un observador del presente se encuentra tentado de preguntarse por qué, en lugar de construir conjuntos habitacionales gigantescos, el Estado no se dedicó a la provisión de servicios básicos, que presentaban niveles a todas luces deficitarios. La pregunta, en realidad, es anacrónica y en tal momento no se formulaba en esos términos. Por las circunstancias particulares del desarrollo histórico de México, la modernización urbana más radical se produjo en un momento en que la ideología del estado —no sólo en México, sino a nivel generalizado—, era la intervención directa en múltiples aspectos de la ciudad: servicios, vivienda, planes reguladores, etcétera. Los desajustes y contradicciones que se observan en México eran producto del clima ideológico en que se realizaban (o al menos estaban fuertemente condicionadas por él). Tal clima hacía muy difícil jerarquizar prioridades, porque planteaba que el Estado tenía que resolver buena parte de los problemas urbanos.²⁷

Éste es un tema que el trabajo deja abierto, ya que no puede avanzar más que sobre hipótesis cuya verificación exigiría de una historia de mayor duración.²⁸ En todo caso, la imposibilidad de fijar prioridades claras dentro de las pautas de la sociedad de consumo, nos ayuda a imaginar ese momento vertiginoso, fascinante y terrible, en el que llegaban a la vez, la edificación de alta densidad, la licuadora, la luz eléctrica y la decoración moderna.

Notas

- ¹ Anahi Ballent (1995b). Por problemas de extensión, en esta ponencia no se ha incorporado gran parte de la bibliografía secundaria utilizada en la investigación, que puede consultarse en el trabajo completo.
- ² Sobre el contexto político y social, ver, entre otros Medina (1979), Zabludovsky (1985), Loyola (1986) y Medin (1990).
- ³ Sobre el desarrollo del proceso de industrialización ver: Torres (1984) y Garza (1985).
- ⁴ La concentración se observó especialmente en la ciudad de México, cuya población creció entre 1940 y 1950 a la tasa más alta de su historia —5.7 por ciento anual— y en valores absolutos pasó de 1.7 a 3 millones de habitantes.
- ⁵ Aunque no faltaron antecedentes de intervención estatal en vivienda durante el cardenismo (Perló Cohen, 1979 y 1981), y existieron también acciones más modestas en

periodos anteriores, concordamos con Garza y Schteingart (1978) que el inicio de la intervención del Estado en el sector vivienda, de manera sistemática, sostenida y significativa a nivel cuantitativo, puede ubicarse entre fines de la década de los cuarenta y principios de la de los cincuenta. Los autores (1978: 67-68) distinguían (hasta 1978) tres etapas fundamentales dentro de los planes de vivienda en el país. La primera correspondía al periodo 1950-1963, con el predominio del ISSSTE y del IMSS, centrado en la construcción de vivienda para empleados públicos y una producción media de 3,400 viviendas anuales.

- ⁶ Esquemáticamente, el primero fue el porfiriato (periodo en que se incorporaban a la ciudad nuevas tipologías de vivienda destinadas a los sectores altos —chalets, casas de departamentos, etcétera—, con la consecuente creación de nuevos espacios urbanos —colonias Juárez, Roma...), y el segundo se desarrolló entre los años veinte y treinta (caracterizado por la incorporación de lenguajes arquitectónicos modernizadores, como el *Art Déco*, y luego la arquitectura moderna, produciendo importantes inflexiones en las tipologías de vivienda y de edificios públicos, introduciendo el planeamiento urbano, etcétera).
- ⁷ De Anda Alanís (1990: 86-87) ubica a mediados de los años veinte los inicios de la difusión en la prensa diaria de “aparatos y enseres eléctricos de uso doméstico que pudieron transformar la habitación de la familia mexicana en ‘una confortable vivienda al modo americano’”, según señalaban los avisos de la época. Sobre algunos aspectos de difusión de la tecnificación del hogar, ver también AA.VV. (1992).
- ⁸ En el mismo sentido, Sanitarios Monterrey transformaba el consumo de artefactos del hogar en una empresa patriótica, afirmando que “proteger a la industria nacional es hacer patria” (*Hoy*, 22 de octubre, 1949: 82).
- ⁹ Así recrea esta situación José Emilio Pacheco en *Las batallas en el desierto* (1981), novela ambientada a fines de los años cuarenta. Allí, el niño protagonista, acostumbrado a su dieta tradicional de “pozole, birria, tostadas de pata”, etcétera, prueba por primera vez los sandwiches “flying saucers”, invento culinario norteamericano preparado en un aparato *ad hoc*, en casa de Jim, su amigo norteamericano-mexicano:
“Un millón de gracias, señora. Todo estuvo muy rico de veras. Voy a decirle a mi mamá que compre el asador y me haga platos voladores. No hay en México, intervino por primera vez Jim. Si quieres te lo traigo ahora que vaya a los Estados Unidos” (1981: 30)
El “Hecho en México”, entonces, producía consecuencias ambiguas: por un lado acercaba el universo de la producción industrial, pero por otro ponía en evidencia todos los productos incluidos en ese universo que no llegaban a él y que en cambio eran moneda corriente en Estados Unidos.

- ¹⁰ Ejemplos: precios de agosto de 1952, según avisos en la prensa: refrigerador Frigidaire: \$2,495.00, cuotas de \$117.10; televisor Admiral de mesa: \$2,900.00, cuotas de \$246.56; lavadoras Easy: \$2,465.00, cuotas de \$147.00; consola de TV y tocadiscos Philco: \$10,500.00, cuotas de \$787.00.
- ¹¹ Ejemplos (1952): aspiradora Lewyt: \$975.00, cuotas de \$83.75; licuadora Regal: \$295.00, cuotas de \$23.00; radio Packard Bell \$295.00, cuotas de \$23.00; plancha Molbor \$23.95; tostador de pan: \$35.90; estufa Acros \$525.00, cuotas de \$46.00.
- ¹² La diferencia en la forma de presentación de los datos de 1939 (número de receptores por familia) y los de 1960-70 (porcentaje de población que cuenta con radio o TV) se debe a las distintas formas en que fueron recabados por las fuentes (*Censo de edificios* y censos generales de población), que no resultan compatibles.

A título ilustrativo ofrecemos algunos valores de radio y TV en países americanos (nivel nacional)

Cantidad de receptores de radio por cada 100 habitantes

	EEUU	México	Argen- tina	Brasil	Chile	Cuba	Vene- zuela	Uru- guay
1955	28 ⁵³	7 ⁵⁴	14 ⁵³	6 ⁵⁴	10 ⁵⁴	15 ⁵³	4 ⁵²	17 ⁵¹
1960	38	9	17	7	14 ⁶¹	16	17 ⁶³	35 ⁶³
1970	31	29	38	6	16	15	17 ⁷¹	54 ⁷⁵
1980	36	28	43	29	30 ⁸²	31 ⁸¹	40 ⁸¹	61 ⁸⁵

Cantidad de aparatos de TV por cada 100 habitantes

	EEUU	México	Argen- tina	Brasil	Chile	Cuba	Vene- zuela	Uru- guay
1960	26	2	2	2	0.05	7	3	6
1970	29	6	15	7	6	7	8 ⁷¹	13 ⁷⁵
1980	35	11	18	12	12 ⁸²	15 ⁸¹	12 ⁸¹	17 ⁸⁵

Fuente: Mitchell (1993).

- ¹³ Ofrecemos algunos valores ilustrativos (unidades):

Unidades	1960	1970
Refrigeradores	45,108	175,000
Lavadoras de ropa	45,706	133,000
Licuadoras	119,345	263,000
Planchas	270,715	705,000
Radios (transistores)	245,600	698,981
Televisores	80,332	403,189

Fuente: Nacional Financiera (1972: 153)

Nota: los valores de 1960 corresponden a producción y los de 1970 a ventas.

- ¹⁴ Con respecto al último aspecto, para evitar que el excesivo celo materno desvirtuara los objetivos de la recámara del joven, *Orquídea* sabiamente recomendaba: “no escoja Ud. los cuadros que adornen su cuarto, eso déjelo al gusto de ellos” (enero, 1959: 45).
- ¹⁵ En las crónicas de Salvador Novo de esa época (recopiladas como los periodos presidenciales de Avila Camacho y Alemán), el tema de la decoración es destacado. Su decorador predilecto, hecho sintomático entre los sectores altos, es Arturo Pani. En sus crónicas abundan descripciones de este tipo: “(...) Jorge (Rubio) construyó una casa de piedra de la mayor originalidad, a la vez rústica y refinada, en que juegan los materiales más auténticos —la piedra, la losa, las vigas— con gusto y confort, con el mejor aprovechamiento del paisaje, y que Arturo Pani ha decorado y amueblado con su reconocida, sobria y original elegancia, acudiendo él también a las telas y los colores más auténticos” (Novo, 1994: 587).
- ¹⁶ El redactor de la sección “Decoración” de *Mujeres del Hogar*, llevaba al extremo esta asimilación de moda femenina y habitar, al proponer tres ambientes decorados que armonizaran con el color de cabello de la dueña de la casa: “colores cálidos para una morena”; “contraste oscuro para una rubia”, “colores regios para el pelo plateado”: “En este cuarto hemos combinado los tonos más modernos de rosa, verde y café y pueden contemplarse aquí en un plan de decoración animado y bien equilibrado, el cual subraya el colorido delicado de una rubia y ofrece un marco adecuado para su rara belleza.” (23 de septiembre, 1951: 12-13) Esta propuesta banal, en realidad está exasperando un reiterado tema del momento. Ver también la fig. 6: allí “Hi-fi” significaba tanto la perfección en reproducción musical, como la perfección del maquillaje femenino.
- ¹⁷ “Belleza es cosa de perfección”, se planteaba a propósito de las persianas de aluminio Flexalum, perfección que era producto de los métodos de fabricación mecánica, pero que se aproximaba a la “perfección de la figura clásica de porcelana que la hace el tesoro del conocedor” (*La Familia*, núm. 1, 15 de agosto, 1949: 3). Dentro de estos códigos de construcción de un nuevo concepto de belleza, el metal ingresa en los hogares, no sólo en los aparatos domésticos, sino en muebles, puertas, cortinas y todo tipo de accesorios: la madera comenzaba a perder su antigua hegemonía, en favor de materiales no tradicionales. A partir del metal, en décadas posteriores, llegarían los plásticos, el caucho, el vidrio —en usos diferentes de los tradicionales— y otros materiales.
- ¹⁸ Otros ejemplos: “Simplicidad en la línea: para una recámara pequeña, esta moderna cama de hierro y alambro, luce en toda su magnificencia adosada contra el cortinaje de la ventana.” (*Orquídea*, agosto, 1959: 56).

“La comodidad en el hogar moderno: las reglas decorativas modernas tienen por norma reunir lo que es agradable

- a la vista con la comodidad indispensable en el mobiliario estrictamente funcional. (...) Los muebles modernos, casi todos de líneas sencillas, se ofrecen para el verdadero reposo que requiere la vida cada vez más agitada de nuestra generación.” (*Orquídea*, octubre, 1959: 57).
- ¹⁹ Como ejemplos indicamos algunos artículos que se refieren a estos temas, pero su extensión es muy amplia:
- Casa pequeña: “La casa pequeña” (*Femenil*, enero, 1959: 21).
 - Departamentos o ambientes únicos: “La decoración ideal de un departamento unitario” (*Orquídea*, octubre, 1959: 54-55).
 - Artificios: “La ilusión del espacio” (*Femenil*, abril, 1951: 57-58).
 - Muebles plegables: “Ideas para su hogar” (*Orquídea*, enero, 1959: 45 y 49).
 - Nuevo equipamiento: “El desayunador como objeto práctico y decorativo” (*Orquídea*, noviembre, 1959: 36); “Closet expansible” (*Mujeres del Hogar*, noviembre, 1952: 6-7); “Haga más moderna e higiénica su cocina” (*La Nueva Revista*, abril, 1951: 15).
- ²⁰ La relación entre artesanía y modernismos es un tema recurrente y básico del modernismo arquitectónico, cuyo desarrollo es complejo y ambiguo (piénsese en Adolf Loos y en Le Corbusier). Sin embargo, no todas las tendencias modernistas llevaron tal relación en forma directa al campo de sus obras, como hizo el modernismo mexicano. Le Corbusier fue un gran admirador de la artesanía e incluyó, con moderación, productos artesanales en su obra. Sin embargo, consideraba que la producción moderna de objetos acabaría inexorablemente con la artesanía, y por lo tanto no se trataba de un camino a alentar a la manera mexicana. El objeto artesanal dentro de los espacios creados por Le Corbusier era un *objet-trouvé*, un objeto sacado de su contexto e insertado en uno nuevo a la manera de las técnicas del *collage*. Él no proponía una pacificación entre artesanía y producción industrial como la que se registra en México. Otro caso para comparar es el de Walter Gropius y la Bauhaus, un proyecto en muchos aspectos embebido de la mística asociada al trabajo manual y a la artesanía; sin embargo el objetivo último de la Bauhaus era la reforma de la producción industrial, y no la reivindicación de la artesanía.
- ²¹ Nos referimos al Estadio Universitario —Augusto Pérez Palacios, Jorge Bravo y Raúl Salinas— con relieves de Diego Rivera, y a la Biblioteca —Juan O’Gorman, Gustavo M. Saavedra y Juan Martínez de Velasco—, con recubrimiento de mosaicos de O’Gorman.
- ²² Sobre este periodo de la arquitectura mexicana ver, entre otros, Katzman (1963), Pinoncelly (1982) y Boils (1986).
- ²³ Con anterioridad, la revista se llamaba *Revista San Carlos*. El director de *Espacios* era Guillermo Rossell de la Lama y su consejo directivo estaba integrado inicialmente por: Raúl Cacho, Enrique del Moral, Alberto Arai, José Villagrán García, Juan O’Gorman (arquitectos); José Chávez Morado, David A. Siqueiros, Roberto Berdecio, Raúl Anguiano (pintores), Carlos Alvarado Lang (maestro) y Lola Álvarez Bravo (fotógrafa).
- ²⁴ Ejemplos de esta discusión pueden verse en: del Moral (1954) y Goeritz (1952). También en 1953 la revista *Espacios* dedicó varias entrevistas a recabar posiciones con respecto a la integración.
- ²⁵ La evolución de la provisión de servicios públicos en el D.F. puede verse en: Garza (1985 y 1987).
- ²⁶ De todas formas es necesario recordar que los valores de provisión de servicios eran altos con respecto a los promedios del país. Por ejemplo, en cuanto a teléfonos, en 1939 existían en el D.F. 4 suscriptores por cada 100 habitantes, y de 5 a 6 aparatos por cada 100 habitantes, pero el D.F. concentraba el 52 por ciento de los suscriptores y el 55 por ciento de los aparatos existentes en el país (Dirección General de Estadística, 1943).
- ²⁷ No pretendemos con esto justificar las acciones de los actores del momento sino entender las condiciones de posibilidad de tales acciones. En términos generales, podríamos decir que siempre es posible (aunque la experiencia indica sus dificultades) discutir los presupuestos ideológicos dominantes con base en su inadecuación a los desarrollos locales, pero no fue ello lo que se realizó en México en los aspectos urbanos que desarrollamos.
- ²⁸ La forma en que el momento histórico de modernización construye pautas culturales sobre el habitar podría abordarse a través de estudios comparativos con otros países latinoamericanos. Por falta de información suficiente este trabajo no desarrolla tales aspectos, aunque ofrecemos, a título ilustrativo, algunos datos sobre Buenos Aires que difieren notablemente de los de México. En Buenos Aires, la modernización de los servicios y espacios del habitar fue más temprana. Según el censo de 1936 contaba con una población de aproximadamente 2,540,000 habitantes y con un parque habitacional sólido (90 por ciento de las viviendas construidas en mampostería. Según el censo de 1947, el 82 por ciento de las viviendas contaba con radio, el 73 por ciento con plancha eléctrica, el 51 por ciento con máquina de coser y el 41 por ciento con heladera (aunque sólo el 7 por ciento de las viviendas tenían heladera eléctrica). Según el censo de 1960, el 99.83 por ciento de las viviendas tenían agua provista por servicio público (el 96 por ciento dentro de la vivienda) y el 97 por ciento contaba con retrete con inodoro con descarga de agua (siendo el 88 por ciento de uso exclusivo de la vivienda); el 99.4 por ciento tenía iluminación eléctrica.
- La actuación del Estado en las primeras tres décadas del siglo en materia de provisión de servicios fue notable. Este hecho, unido a la constitución de las clases medias en términos sociales, permitió un proceso más temprano

de modernización de la vivienda. El incremento de la tecnificación del hogar es un proceso que, como en el caso de México, se intensificó notablemente en la posguerra, pero se produjo sobre bases infraestructurales construidas previamente. El peronismo (1946-1955) terminó de consolidar estos procesos y, a diferencia del alemanismo, sus políticas tuvieron efectos redistributivos (en cuanto a ingresos y capacidad de consumo de la población).

Bibliografía

AA.VV.

- 1992 *Asamblea de Ciudades. Años 20s-50s. Ciudad de México*, México, INBA.

BALLENT, ANAHÍ

- 1995a *El diálogo de los antípodas: los CIAM (Congrès Internationaux d'Architecture Moderne) y América Latina. Refundación de lo moderno y nuevo internacionalismo en la posguerra*, Buenos Aires, Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires.
- 1995b *El arte de saber vivir. Modernización del habitar doméstico y cambio urbano en la ciudad de México 1940-1970*. Beca UAM/Rockefeller, febrero-octubre 1995, Programa de Cultura Urbana, Departamento de Antropología, UAM-Iztapalapa, inédito.

BANCO NACIONAL HIPOTECARIO URBANO Y DE OBRAS PÚBLICAS (BNHUOP)

- 1949 "El problema de la habitación", en *Espacios* núm. 2, enero.

BERMAN, MARSHALL

- 1988 *Todo lo sólido se desvanece en el aire: la experiencia de la modernidad*, Madrid, Siglo XXI.

BOILS, GUILLERMO

- 1990 "Arquitectura y producción del espacio social", en Loyola, Rafael, *Entre la guerra y la estabilidad política. El México de los 40*, México, Grijalbo, pp. 321-338.

DE ANDA ALANÍS, ENRIQUE X.

- 1990 *La arquitectura de la Revolución Mexicana. Corrientes y estilos de la década de los veinte*, México, Universidad Nacional Autónoma de México.

DE NAVARRETE, IFIGENIA M.

- 1970 "La distribución del ingreso en México: tendencias y perspectivas", en Ibarra, David et al., *El perfil de México en 1980*, vol. 1, México, Siglo XXI.

DEL MORAL, ENRIQUE

- 1954 "Modernidad vs. tradición. Integración?", en *Arquitectura- México*, núm. 45, marzo, pp. 5-24.

DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL

- 1942 *Memoria del Distrito Federal del 1o. de septiembre de 1941 al 31 de agosto de 1942*, México.

DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA

- 1943 *Anuario estadístico de los Estados Unidos Mexicanos 1942*, México.
- 1954 *Anuario estadístico de los Estados Unidos Mexicanos 1953*, México.

FUENTES, CARLOS

- 1993 *La región más transparente*, México, Fondo de Cultura Económica [1958].

GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR

- 1992 *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Buenos Aires, Sudamericana.
- 1995 *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo.

GARZA, GUSTAVO

- 1985 *El proceso de industrialización en la ciudad de México 1821-1970*, México, El Colegio de México.

GARZA, GUSTAVO (COMP.)

- 1987 *Atlas de la ciudad de México*, México, El Colegio de México.

GARZA, GUSTAVO Y MARTHA SCHEINGART

- 1978 *La acción habitacional del Estado en México*, México, El Colegio de México.

GOERITZ, MATHIAS

- 1952 "La integración plástica en el C.U. 'Presidente Juárez'", en *Arquitectura-México*, núm. 40/1, pp. 419-425.

GONZÁLEZ NAVARRO, MOISÉS

- 1974 *Población y sociedad en México (1900-1970)*, 2 vols., México, Universidad Nacional Autónoma de México.

HEWITT DE, ALCÁNTARA, CYNTHIA

- 1977 *Satisfacción de necesidades básicas del pueblo mexicano entre 1940 y 1970*, México, El Colegio de México, Cuadernos del CES núm. 2.

KATZMAN, ISRAEL

- 1963 *Arquitectura Contemporánea Mexicana*, México, Instituto Nacional de Antropología e Historia.

LEWIS, OSCAR

- 1964 *Los hijos de Sánchez*, México, Fondo de Cultura Económica.

LOYOLA, RAFAEL

- 1990 *Entre la guerra y la estabilidad política. El México de los 40*, México, Grijalbo.

MEDINA, LUIS

- 1979 *Historia de la Revolución Mexicana 1940-1952 (t.20) Civilismo y modernización del autoritarismo*, México, El Colegio de México.

MEDIN, TZVI

- 1990 *El sexenio alemanista*, México, Era.

MITCHELL, BRIAN R.

- 1993 *International Historical Statistics. The Americas 1750-1988*, Nueva York, Stockton Press.

- MONSIVÁIS, CARLOS
1994 *Amor perdido*, México, ERA.
- NACIONAL FINANCIERA, S.A.
1972 *La economía mexicana en cifras 1970*, México, Nuevo Mundo.
- NOVO, SALVADOR
1994 *La vida en México en el periodo presidencial de Manuel Avila Camacho*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- PACHECO, JOSÉ EMILIO
1994 *Las batallas en el desierto*, México, Era.
- PAZ, OCTAVIO
1993 *El laberinto de la soledad*, México, Fondo de Cultura Económica.
- PERLÓ COHEN, MANUEL
1979 "Política y vivienda en México 1910-1952", en *Revista Mexicana de Sociología*, núm. 3, julio-septiembre, pp. 769-835.
1981 *Estado, vivienda y estructura urbana en el cardenismo*, México, UNAM.
- PINONCELLY, SALVADOR
1982 "La Arquitectura en México 1940-1960", en *Apuntes para la historia y crítica de la arquitectura mexicana del siglo XX: 1900-1980*, vol. 2, Cuadernos de Arquitectura y Conservación del Patrimonio Artístico, núms. 22-23, México: Dirección de Arquitectura y Conservación del Patrimonio Nacional, pp. 117-128.
- PORSET, CLARA
1950 "El centro urbano presidente Alemán y el espacio interior para vivir", en *Arquitectura-México*, núm. 32, pp. 117-120.
1953 "Diseño viviente: hacia una expresión propia en el mueble", en *Espacios* núm. 16.
- SECRETARÍA DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO
1963 *Anuario estadístico de los Estados Unidos Mexicanos*, México, Talleres Generales de la Nación.
1978 *Anuario estadístico de los Estados Unidos Mexicanos*, México, Talleres Generales de la Nación.
- TORRES, BLANCA
1984 *Historia de la Revolución Mexicana 1940-1952* (t. 21). *Hacia la Utopía Industrial*, México, El Colegio de México.
- ZABLUDOVSKY, GINA (COORD.)
1985 *El sexenio de Miguel Alemán*, México, Centro de Estudios Sociológicos, Universidad Nacional Autónoma de México.