

Las máquinas de coser y sus aportes en la sociedad mexicana de la segunda mitad del siglo XIX y de la primera del XX: un estudio de cultura material industrial

[...] el objeto es la última oportunidad, la certeza definitiva sobre la que descansa todo discurso del pasado para poder ser en última instancia verificado.¹

La máquina de coser es uno de los muchos adelantos tecnológicos que llegaron a nuestro país en la segunda mitad del siglo XIX, fruto de la carrera tecnológica que se experimentó en diversas partes del mundo, y que contribuyó a abonar los terrenos para el arribo de una de las transformaciones más importantes que cimbró a todo el territorio nacional: la Revolución industrial. Sus evidencias más maduras las hallamos en el Porfiriato (1876-1910). Este invento, fruto del desarrollo tecnológico que se experimentó en nuestra nación, modificó sensiblemente las técnicas de elaboración de las prendas, función que se había desarrollado básicamente de forma manual, lo que trastocó la organización interna familiar y la transmisión de los conocimientos en cuanto a la producción del vestuario se refiere; de la misma manera, la introducción de este tipo de maquinarias favoreció la inserción de nuevos códigos simbólicos implícitos en el acto del vestir, situación que se reforzó con el apoyo del desarrollo de las técnicas de la publicidad que se venían implementando. Así, el estudio de este tipo de bienes de consumo nos permite tener un mejor acercamiento a la comprensión de los fenómenos sociales y tecnológicos que dieron pie a la industrialización en México.

Palabras clave: máquina de coser, Revolución industrial, prendas, códigos simbólicos.

La máquina de coser es uno de los muchos adelantos tecnológicos que llegaron a nuestro país en la segunda mitad del siglo XIX, fruto de la carrera tecnológica que se experimentó en diversas partes del mundo, y que contribuyó a abonar los terrenos para el arribo de una de las transformaciones más importantes que cimbró a todo el territorio nacional: la Revolución industrial. Sus evidencias más maduras las hallamos en el Porfiriato (1876-1910), por

* Museo Numismático Nacional.

¹ Josep Ballart, *El patrimonio histórico y arqueológico, valor y uso*, Madrid, Ariel, 2002, p. 89.



Figura 1. Publicidad de la compañía Singer en México, 1895. Colección de Sinhúe Lucas Landgrave.

lo que el estudio de este tipo de bienes de consumo permite tener un mejor acercamiento a la comprensión de los fenómenos sociales y tecnológicos que dieron pie a la industrialización en México. El arranque de la industrialización de nuestro país estuvo lleno de tropiezos y fue sólo durante el gobierno de Porfirio Díaz cuando se vio cristalizado dicho esfuerzo industrializador. En consecuencia, hacen su aparición o adquieren gran auge los medios de comunicación modernos, como el ferrocarril mexicano, la electricidad y los primeros teléfonos, entre otros. Junto a estos grandes adelantos llegan a nuestro país las primeras máquinas de coser, gracias a convenios comerciales con otras naciones que se encontraban en una situación industrial más avanzada que la nuestra o mediante la adquisición directa.

Así, las máquinas de coser fueron introducidas en nuestro país por vez primera por los mismos usuarios, cuando éstos regresaban a México de los viajes que realizaban al extranjero. Sin embargo, una vez establecidas en nuestra nación las diversas casas importadoras para finales del siglo XIX, el proceso de adquisición fue de concesionario a usuario, haciendo la obtención de estos bienes de consumo un producto más asequible a los estratos sociales que no tenían la capacidad económica para traer del extranjero estas novedades tecnológicas aplicadas a la confección de prendas. Amén de que

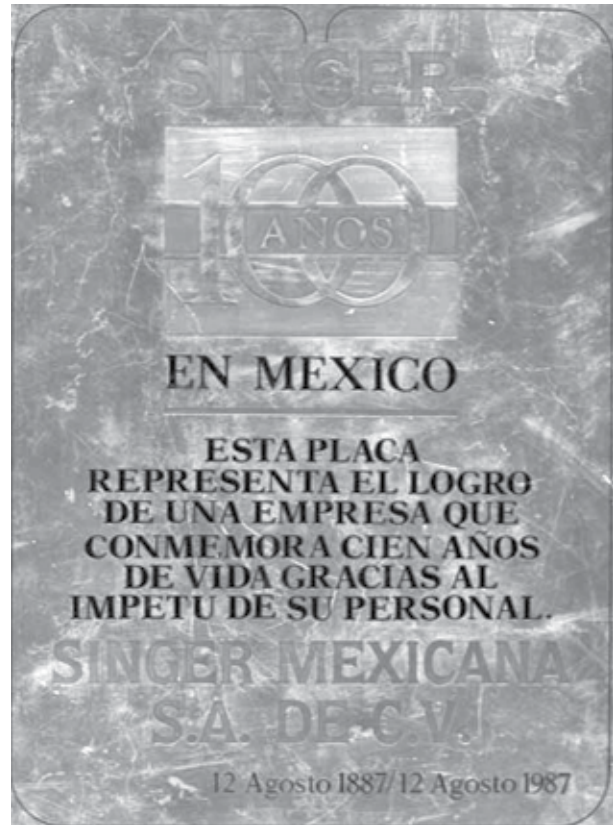


Figura 2. Placa conmemorativa de los 100 años de la compañía Singer en México, 12 de agosto de 1887-12 de agosto de 1987. Colección de Sinhúe Lucas Landgrave.

al abatir los tiempos de producción y acceder a los bienes de consumo que estas máquinas prometían, incentivó al poco tiempo su inserción en el gusto de la gente de aquellas épocas.

La aparición de la máquina de coser y la evolución de los procesos en el ramo textil, promovieron cambios sustanciales que se reflejan en la vida cotidiana de los habitantes del México de ambos siglos. A la par de este innovador invento, encontramos el nombre de Singer, una de las muchas marcas de la época y quizá la más importante de máquinas de coser de los siglos XIX y XX. Estas máquinas dieron la vuelta al mundo y esto, en el caso particular de nuestro país, coadyuvó a transformar entre otras cosas la forma de confeccionar las prendas, que hasta entonces había sido un proceso meramente manual. La evolución de este proceso terminó por



Figura 3. Uso de las máquinas de coser por los sectores populares. Jesús Galindo y Villa, *Geografía de la República Mexicana*, t. 2, *Geografía Biológica y geografía humana*, México, Sociedad de Edición y Librería Franco Americana, 1927, p. 437.

cambiar las relaciones sociales de producción que se habían mantenido prácticamente intactas desde el México prehispánico y durante la etapa colonial, suceso que desembocó en la conformación de las primeras tiendas departamentales, talleres de costura y casas de sastres.

La importancia de los cambios que se gestaron en el sistema productivo doméstico, que era la unidad productiva más elemental, y al mismo tiempo un mecanismo crucial en lo que se refiere a la continuidad de la cultura, y cuya dinámica hacía de las mujeres transmisoras de esta información como una forma de preservar sus valores y cultura de una generación a otra (lo que se podría considerar como una suerte de memoria social impresa en el textil), en muchos casos se vio gravemente alterado. El corte en la conducción de estos conocimientos representó un nuevo orden o esquema mental que tuvo su punto más álgido en las transformaciones acaecidas durante la segunda mitad del siglo XIX, a través de la llegada de la máquina de coser. Con ello no sólo se transformó la forma en que el hombre se relacionaba para producir, sino que fue la alteración de una naturaleza productiva cuya forma milenaria de confeccionar las prendas se amplió del ámbito de la

familia al industrial, y con ello aparecieron de nueva cuenta valores formales y simbólicos que nutrieron la conformación de la cultura de los habitantes de parte del siglo XIX y de la primera década del XX. Sin embargo, dicho proceso no contribuyó a la extinción de las manifestaciones populares de la elaboración de las prendas de innumerables culturas en nuestro país, debido a que la máquina de coser al poco tiempo tuvo un papel preponderante en las estrategias culturales del vestir para la transmisión de la cultura vía este medio.

En síntesis, el arribo de la máquina de coser, y en particular de la marca Singer, trajo consigo no sólo maquinaria y una lógica productiva distinta, ya que a su llegada nuevas formas de comercialización se dieron cita. Estos mecanismos de consumo encontraron eco no sólo en nuestro país, sino en todo el mundo, de ahí que las ventas por pagos de letras, entre otros, fueran estrategias de mercado que se incorporaban en cada país al que llegaban, con lo cual también se contribuyó a universalizar el modelo económico, es decir, el “capitalismo industrial”.

Para esos momentos la política del controvertido general Porfirio Díaz era incluir a México en el concierto de las naciones y de los países civilizados, por lo que la clase dominante mexicana encontró en parte de Europa, y posteriormente de Estados Unidos, elementos que pudieran satisfacer este tipo de aspiraciones, debido a que para el siglo XIX y principios del XX las reglas de urbanidad, de buenas costumbres y de los más altos desarrollos científicos, tecnológicos, artísticos, y por supuesto de la moda, estaban establecidos lejos de nuestras costas, lo que hacía ver a estos países como cuna de la alta civilización. A esto hay que sumar que dichas naciones industrializadas, mediante su publicidad y demás estrategias de mercado, extendían y universalizaban una nueva forma de organización social (el capitalismo), y todo un mundo de bienes de consumo, incluidas desde luego las máquinas de coser.

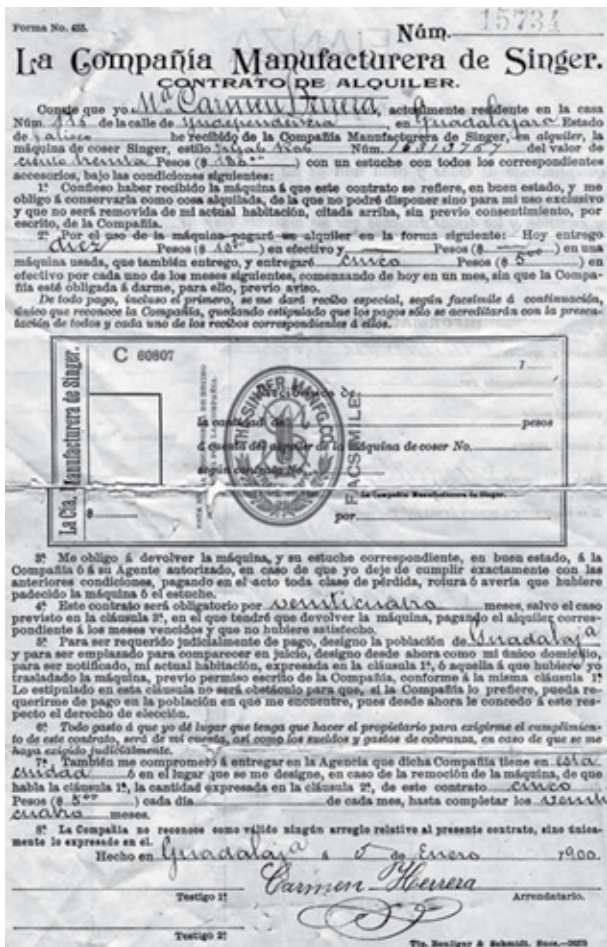


Figura 4. Contrato de pago de letras que realizó la compañía Singer en nuestro país para 1901. Gracias a este tipo de adquisiciones se estandarizó el uso de las máquinas de coser en sectores de la población de muy escasos recursos. Colección de Sinhúe Lucas Landgrave.

Esta necesidad de adquirir dichos bienes por los sectores dominantes de nuestra sociedad, da a suponer que importar costumbres y bienes de consumo daba la apariencia de que estas minorías sociales poderosas del país adquirirían, junto con los objetos, un nivel de vida similar a la de los grupos sociales exitosos europeos o estadounidenses, con el fin de satisfacer esta necesidad de pertenencia a una tradición cultural que ellos tenían en gran valía, incluso por encima de la propia. En otras palabras, el interés por pertenecer a un grupo cultural se llenaba con la adquisición de bienes de consumo que eran de uso común de otros países (la máquina de coser formó parte de ese universo de bienes de consumo



Figura 5. Personaje masculino de la alta sociedad, finales del siglo XIX. Colección particular.

de prestigio), lo que explica en buena medida esa necesidad de las clases poderosas y de la naciente clase media mexicana por mostrar similitudes a las sociedades acomodadas de otros países mediante el uso común de bienes de consumo y de costumbres. Occidente fue el origen no sólo de la Revolución industrial y del capitalismo, ya que al caso de Inglaterra y otros países de ese continente hay que sumarse el de Francia, que puede considerarse como el venero de la revolución intelectual con la Ilustración. Esta especie de encanto por la modernidad, el progreso y la imagen de gran mundo, se



Figura 6. Fotografía femenina a la moda y motivos *art nouveau*, 1905. Colección particular.

trata de adquirir y representar no sólo al interior del país sino fuera de éste, por lo que todos los medios visuales y escritos de la época se empeñan en mostrar de manera constante a México como parte de los países modernos y civilizados. De esta manera, se construyó todo un código visual, cuyo objetivo era precisamente exponer a estas minorías sociales como un rasgo común de nuestro país, aun cuando dichas minorías, que aunque poderosas social, económica y políticamente hablando, estaban lejos de reflejar las condiciones socioculturales y económicas de la reciente nación.

Todo este complejo código visual no nace de la nada, ya que para su elaboración se necesitó de una

base tecnológica que la pudiera realizar, así como de antecedentes ideológicos gestados por la misma sociedad. Si bien es cierto que las máquinas de coser son un invento relacionado con las faenas propias de la producción de prendas, es indudable que éstas participaron de forma directa en la construcción del intrincado lenguaje visual en donde no sólo se da forma a un ideal de progreso del país en su conjunto, sino que también favorecieron a darle cuerpo a la idea de lo femenino, y a confeccionar la imagen idealizada tanto del hombre como de la mujer. Éstas no sólo participaron en instaurar nuevos patrones de consumo. También coadyuvaron a la construcción de nuevos códigos simbólicos capaces de ser captados visualmente. En este sentido hay que subrayar su papel determinante en la elaboración de códigos visuales que hicieron evidentes símbolos implícitos en el vestir que definieron la posición social de sus usuarios, ya sea al interior del núcleo familiar o en la monolítica estructura social de por aquellos años. Lenguaje visual que, por cierto, termina por representar a la sociedad que lo reproduce.²

Este cúmulo simbólico se lleva del plano puramente ideológico propiciado por toda la literatura de consumo, al material, al plano de lo puramente concreto, es decir, a la confección final de las prendas, gracias al apoyo de la industria textil, pero sobre todo a las capacidades técnicas de las máquinas de coser, que aparte de unir telas unen y crean símbolos que serán explotados por uno u otros actores de la vida social. Esta propaganda era tan efectiva que movía las fibras más íntimas de la sociedad decimonónica y de principios del siglo xx: deseos, senti-

² “[...] el discurso publicitario refleja las aspiraciones de una burguesía urbana en auge y con solvencia económica. Los objetos, usos, modas y costumbres que se promovían hablaban de gustos refinados, marcadamente afrancesados, aunque la influencia estadounidense se hacía presente a través de estos bienes de consumo, de manera paulatina y ascendente a medida que avanzaba el siglo xx”, Julieta Ortiz, *Imágenes del deseo. Arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)*, México, UNAM, 2003, p. 69.



Figura 7. Catálogo de El Palacio de Hierro, invierno de 1913. Colección de Sinhúe Lucas Landgrave.

mientos y necesidades se creaban y transformaban en dichos medios mecánicos de la imagen; las paredes de la ciudad se encontraban repletas de esta información que el observador codificaba prácticamente a cada esquina, algo que en la actualidad es común, pero que era innovador para el momento.³

En este sentido, las imágenes publicitarias son fundamentales para entender cómo se construye esta intrincada red de símbolos que, por supuesto, imprimen sentido y orientación a los diversos actores sociales y que se formó gracias al apoyo tecnológico de las máquinas de coser.⁴

³ “Las imágenes estaban destinadas a todas las clases sociales y perseguían todos los fines imaginables [...] se habían convertido en algo corriente tanto en los libros como en las revistas y periódicos. Su empleo se extendió a las fachadas de los edificios para publicidad y propaganda, y a las paredes interiores para decoración [...]. Cuando la comunidad se vio sumergida en ese mar de imágenes impresas, buscó en ellas la mayor parte de su información visual”, W. M. Ivins Jr., en Julieta Ortiz, *op. cit.*, p. 27.

⁴ “Las figuras simbólicas no son creaciones arbitrarias del ‘alma’

Existe un efecto de complicidad entre las imágenes publicitarias de periódicos, revistas y demás representaciones visuales con las máquinas de coser. Digamos que mientras la publicidad creaba estas necesidades del vestir en el imaginario colectivo, las máquinas de coser transformaban los bosquejos de las prendas tomaban formas en artículos de uso diario, dándoles el aspecto que necesitaban y deseaban los usuarios, y sólo mediante el uso de esta particular maquinaria se pudo llevar a la práctica lo que la publicidad, en términos de imagen, vendía a la gente.

Sólo con las máquinas de coser se transformaron los bosquejos en prendas, por lo que la evolución de esta maquinaria dio la pauta a nuevos y complejos diseños del vestir que ayudaron a su vez a la creación de nuevos códigos. Este tipo de comportamiento impulsó una suerte de realimentación que se desarrollaba entre las capacidades tecnológicas de las máquinas de coser y la literatura de consumo, la cual presentaba innovadores diseños en las prendas, que en muchos casos iban más allá de las capacidades tecnológicas del momento, de tal suerte que se crearon máquinas que llenaron estas necesidades. Asimismo, la presencia de tan distintas maquinarias para las más diversas funciones despertó la imaginación en el campo del vestir, lo que inspiró a su vez nuevos bosquejos: guantes, sombreros, trajes, zapatos, vestidos, calcetines, sombrillas y todo tipo de prendas bordadas se pudieron realizar gracias a la máquina de coser. La deuda que tiene la humanidad con este invento es mayúscula, ya que sólo gracias a ella la imagen del hombre de los siglos XIX y XX se pudo construir (por lo menos la de las grandes urbes, y de los sectores de la sociedad que se acoplaron rápidamente a los nuevos procesos

humana, sino los puntos de referencia necesarios, los valores que dan sentido y significado a las acciones sociales [...]”, Joan-Carles Melich, *Antropología simbólica y acción educativa*, México, Paidós, 1996, p. 12.



Figura 8. *El mayor orgullo*, cuadro de Paul Wagner, en el semanario *El Mundo*, 2 de febrero de 1896. En esta imagen se observa, desde luego, una máquina de coser.

productivos y a la adopción de su imponente carga de símbolos).

Los dueños de las casas editoriales y los productores de máquinas de coser ayudaron, sin querer o en algunos casos conscientes de ello, a la creación de un complejo universo simbólico mediante un lenguaje publicitario; este era un tipo de expresión gráfica de la más alta calidad, que desde sus inicios contó con expertos dibujantes y grabadores egresados de las escuelas de arte de la época.

Incluso existió un intenso tráfico de publicaciones extranjeras que arribaban a nuestro país; revistas de ciencia y tecnología, así como literarias, entre otros temas que, en su mayoría, estaban vinculados a cuestiones de modas y de eventos sociales, así como a contenidos relacionados con la confección de prendas y bordados, los cuales eran adquiridos

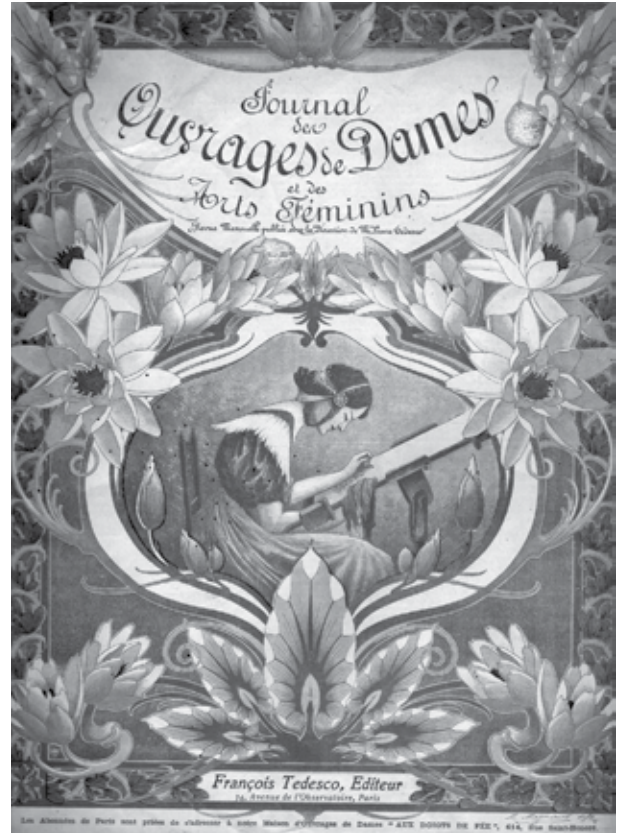


Figura 9. Portada de *Journal des Ouvrages de Dames et des Arts Feminins*, principios del siglo xx. Colección de Sinhúe Lucas Landgrave.

con la mayor asiduidad y traídos desde puntos tan apartados como Francia, Inglaterra, España y Alemania. Ejemplo de dichas publicaciones son *The Theatre*, *Journal des Ouvrages de Dames et des Arts Feminins*, *La Ilustración Española y Americana*, *El Mundo Ilustrado*, *El Correo de Ultramar*, *Nuevo Mundo* y *El Mundo Científico*, entre muchas otras.

Estas publicaciones promovían una moda a todas luces urbana, que hacía lo posible por apartarse de las tradiciones del vestir rural. Sin embargo, la máquina de coser no sólo favoreció a estas creaciones de la elite y de la creciente clase media ciudadana, sino que también se adaptó rápidamente a las necesidades del vestir de grupos culturales menos favorecidos social y económicamente hablando, por lo que las expresiones populares del vestir no se mantenían al margen de estos adelantos tecnológicos,

ya que la máquina de coser se adecuó en muchos casos a las creaciones del espíritu de cada tradición cultural, a su forma de confeccionar la tela y sus teñidos, y a las representaciones o motivos decorativos de cada expresión social, salvo aquellas culturas que han conservado su tradicional proceso productivo, prácticamente intacto desde antes de la llegada de los españoles.⁵

Las máquinas de coser apoyaron a la transformación de la mentalidad del siglo XIX y parte del XX, por lo que su presencia ayudó a conformar todo un modo de vida. Todos estos cambios en la base productiva de la confección de las prendas de aquellos momentos en nuestro país, no se encuentran al margen de los intrincados códigos visuales que sólo se pudieron construir con estas máquinas. De hecho, podríamos concluir que la llegada de cambios profundos en los modelos preestablecidos de los modos y relaciones sociales de producción, trajo aparejados cambios en la estructura simbólica. Hasta que llegó un momento en que pensar en una casa sin máquina de coser era como privarse de cualquier artículo de primera necesidad dentro del hogar, ya que la presencia de éstas aseguraba la confección y arreglo de las prendas y permitía a sus poseedoras acceder a todo ese universo de mensajes implícitos en el vestir que sólo se podía construir con dichas maquinarias.

Hombres, mujeres y niños participaron de manera activa en la creación y refuerzo de los mensa-

⁵ Los grupos indígenas han enriquecido su trabajo textil asimilando materiales nuevos como la chaquira, la lentejuela, los encajes, las telas, los listones, y también el acrilán, el poliéster y las anilinas. Siguen practicando con destreza y excelencia las técnicas del bordado y deshilado, que en realidad fueron enseñanza de los españoles; entre ellas se encuentran el bordado en punto de cruz, la puntada mexicana, el hilo contado, el pepenado y el bordado con chaquira. Con nuevas tecnologías, como la máquina de coser, realizan bordados extraordinarios (como los ternos yucatecos y tehuanos). Lydia Lavin y Gisela Balassa, *Museo del traje mexicano*, vol. 4, *El Siglo de las Luces*; vol. 5, *El Siglo del Imperio y la República*, México, Clío, 2001.



Figura 10. Infante con ropón para recuerdo familiar, 1908. Colección de Sinhúe Lucas Landgrave.

jes visuales que aplicaban a la vida cotidiana, pero que provenían de los medios impresos que en buena parte eran extranjeros, así como de fotografías y demás artículos publicitarios: trajes de bodas, primeras comuniones, bautizos, vestidos de luto, disfraces para carnavales, ropa para los diversos eventos sociales o para las diversas actividades u horas en que esta sociedad se juntaba para sus sesiones de trabajo o momentos de esparcimiento son testimonio de estos mensajes implícitos en el vestir, a los cuales hay que sumarles los símbolos propios de cada género, ya que tanto hombres como mujeres participaban de estos códigos.⁶

⁶ “[...] la elaboración de un nuevo lenguaje que crea imágenes de fácil aprehensión, con ciertas dosis de fantasía, humor y, en ocasiones, de una belleza tipificada y en ambientes idealizados. Lo popular radica en una aceptación casi siempre inmediata de la imagen por la fascinación que ejerce su contenido ya que, además de las promesas de bienestar implícitas, reflejan aspi-

Existe todo un acervo simbólico que se transmite al momento de socializar y que es adquirido desde las etapas más tempranas del ser humano. No es una condición biológica, sino más bien su origen debe buscarse en el ámbito de lo cultural. Este tipo de conocimiento, en su mayoría, es socialmente adquirido, y el vínculo de éste con el infante puede ser mediante los padres en primera instancia, así como a través de los maestros.

Así, desde la niñez los individuos aprenden a relacionarse con los símbolos, y en el caso del vestir éstos adquieren una gran relevancia en eventos como bautizos, primeras comuniones y fiestas en general, por lo que era común la elaboración de trajes especiales para los distintos eventos sociales en los que participaban. Por tal motivo, la máquina de coser no sólo hacía uniones de tela, sino que dotó de prendas específicas a los actos simbólicos de esta sociedad; en otras palabras, sin las prendas que confeccionaron estas máquinas, no se hubiera dado ni extendido de la manera en que lo hizo aquel sistema de símbolos.⁷

De igual forma, existía todo un código visual fomentado por las clases privilegiadas en el que los niños también estaban a la moda portando trajes que sólo se podían adquirir si se pertenecía a estos elevados grupos sociales, moda que en muchos casos también venía de Europa o Estados Unidos. Tal es el ejemplo de los famosos trajes de marinerito que tanto usaron los niños de esta época.

Algunos ritos de paso infantiles —como los bautizos, confirmaciones o los 15 años, aunque más recientes— representan, al igual que los anteriores, una etapa crucial en la vida de las personas, al introducirlos y valores subyacentes en el inconsciente colectivo”, Julieta Ortiz, *op. cit.*, p. 85.

⁷ “Lo significativo del símbolo es su función: es una ‘cosa’ que no hace referencia a sí misma sino que remite a otra. No importa que ‘cosa’ sea símbolo. Puede ser un objeto material, una palabra, un sueño, una imagen, una narración [...]. De ahí que comprender el símbolo implique siempre percibir dos elementos: el símbolo y aquello que el símbolo significa”, Joan-Carles Melich, *op. cit.*, p. 63.



Figura 11. Niño con vestuario para primera comunión, 8 de marzo de 1899. Colección de Sinhúe Lucas Landgrave.

ducirlas en diversos actos simbólicos de la sociedad que los establece, los pone en marcha y los preserva en cada nueva generación, de suerte que no es difícil encontrar a los impúberes en ritos que los preparan para su futura inserción en la sociedad. En este sentido, la máquina de coser siempre estuvo presente en los eventos de mayor trascendencia de estas sociedades, y asistió con sus propios símbolos a eventos que también contaban con su propia carga simbólica.⁸

⁸ “El hombre, desde niño, vive inmerso en un universo simbóli-

Todas las sociedades humanas, sean pasadas o presentes, dan sentido a su existencia a través de una construcción global del mundo. Esta búsqueda de sentido mediante esquemas conceptuales, los cuales por supuesto son simbólicos, hace que cada actor social cumpla un rol determinado en su estructura social, por lo que incluso existe un lenguaje simbólico a partir de las características propias de cada género. Gracias a él, y como mecanismo de reproducción del mismo, la publicidad echó mano de tal código difundiendo imágenes simbólicas, tanto de hombres como de mujeres, o creando otras.

Existe un intrincado código visual en el siglo XIX que explota de manera reiterativa la imagen de la mujer. Para el caso femenino son interesantes, e incluso de llamar la atención, algunas vertientes de dicha estructura publicitaria, ya que para la moral de la época existe una construcción simbólica que echa mano de la imagen literaria y fantástica de la mujer, en la cual se le emplaza a mundos irreales donde se busca resaltar la sensualidad femenina. En muchos casos dichas imágenes se encuentran acompañadas de ninfas, ángeles, hadas, duendes y demás seres de la naturaleza terrena así como fantástica, o mezclando las formas humanas femeninas a las de seres de una enorme fantasía... pueden aparecer en ropa interior, semidesnudas o mostrando parte o completamente el busto.

Las escenas bien podrían ser escandalosas para los códigos de moralidad que imperaban en la época; sin embargo, es en los medios publicitarios donde se dan estas licencias. Dichos medios son los responsables en buena medida de que las máquinas de coser, aparte de coser todos estos diseños, buscaran desarrollar nuevas capacidades tecnológicas para confeccionar toda esta suerte de sueños de mujeres exóticas y tratar de transformar a las féminas en verdaderas musas. En este sentido podríamos apuntar, porque el símbolo es esencial al modo de ser de la realidad humana", *ibidem*, p. 68.



Figura 12. Imágenes de carnaval, adolescentes vestidas de árbol y hada, respectivamente; finales del siglo XIX. Colección de Sinhúe Lucas Landgrave.

tar que la mujer por lo general estuvo relacionada a exóticos códigos simbólicos que fueron la fuente de inspiración de innumerables escenas de ensueño. Es así como la mujer de esa época se ubica simbólicamente hablando en el terreno de lo fantástico, de lo sobrenatural, nada que ver con la mujer-objeto que actualmente impera en los modelos publicitarios, pero que indiscutiblemente dicha concepción presente del bello sexo derivó de la publicidad de la época que nos ocupa. En otras palabras, es en la época que nos atañe, con sus estrategias publicitarias, que la imagen femenina de musa del siglo XIX y principios del XX se transfigura a la de mujer-objeto que impera en la actualidad.

Este tipo de publicidad, podríamos decir de corte fantástico, se vincula directamente con los movimientos artísticos de la época: baste recordar al romanticismo y al *art nouveau*. Este último es un estilo artístico que surge en Francia a finales del siglo XIX y culmina aproximadamente en 1910, el cual se carac-



Figura 13. Publicidad de la compañía New Home. En la imagen se ve cómo a la máquina de coser se le atribuye la realización de sueños y fantasías desde la edad más temprana. St. Anne's Virtual Sewing Machine Gallery, 2005. Disponible en [http://www.sewitgoes.net/Vict/victsmc.html].

terizaba, entre otras cosas, por emplazar a la mujer a mundos fantásticos con una gran movilidad plástica, la cual se acentúa gracias al uso de novedosos diseños que van a privilegiar la curva sobre la línea recta, con una gran explosión de motivos vegetales acompañados por insectos y demás organismos de la naturaleza. La máquina de coser no se mantuvo ajena a estos movimientos artísticos, ya que también echó mano de estos nuevos valores estéticos.⁹

En el campo de la publicidad en muchos casos verdaderamente se trata de alejar a la mujer del plano de lo terrenal, aunque los productos y necesidades a que se haga alusión en los anuncios sean netamente terrenos.

También existe otra vertiente que recurre a la imagen femenina de forma más dramática y violenta con fuertes alusiones a su efecto mortífero en los hombres. Esta particular imagen del sexo (débil) terminó por darle forma a lo que después se conocería como la *feme fatal*. Es así como aparecen viñetas donde el sexo (débil) termina por ser el dominante, sin apartarse de sus, por demás explorados, atributos de pureza, ingenuidad y belleza.¹⁰

⁹ “[...] la mujer de la época era de movimientos estudiados y precisos y su figura llena de adornos simbolizaba el romanticismo”, Víctor Ruiz, “Ropa y clase en los festejos del Centenario”, en *México en el tiempo, Memoria de lo cotidiano*, México, Jilguero, 2000, p. 48.

¹⁰ El lado oscuro de la vida femenina, enfrentada a los rigores

Como fácilmente se podrá deducir, esta es la misma construcción simbólica con que la sociedad actual (por lo menos la de los grandes centros urbanos) se contempla a sí misma; sólo es necesario echar una ojeada a la publicidad del momento para cerciorarnos de que la vejez es una imagen que hay que erradicar en nuestras sociedades modernas, o por lo menos mantener oculta.

El discurso publicitario femenino contrasta con la imagen masculina que se trató de explotar, ya que, por el contrario, al hombre por lo general se le ubica en el plano de lo real y aparece en imágenes que reflejan un aire de distinción, solemnidad, poder, e incluso de control sobre las potencias de la naturaleza. La máquina de coser procuró a estos hombres de diversos atuendos. Dichos atavíos eran una especie de emblemas que llevaba el portador, ya sea para hacer referencia al nivel que ocupaban éstos en la estructura social, o para denotar oficios, o cierto tipo de filiaciones, entre otros.¹¹

Estas imágenes masculinas dan claras muestras de reflejar una gran seguridad de los personajes y de retratar individuos de una toma de decisión siempre certera, e incluso de irradiar hasta un cierto dejo de sabiduría y, por supuesto, de hacer patente la elegancia y buen gusto que caracterizaba a los hombres de la elite.

de la supervivencia, casi siempre sin preparación y sin medios, es descrito de modo implacable por los escritores naturalistas de fin de siglo. La trágica Santa de Federico Gamboa representa la fatalidad de un entorno social hostil y degradado, donde la miseria, la enfermedad y la ignorancia cobran como víctima a la joven heroína. Esta mujer lleva en su nombre —Santa— toda la ambigüedad del modernismo finisecular: la mujer ángel/demonio, impregnada de una fascinación equívoca de inocencia y perversión que suscitó el surgimiento de una rica iconografía. Julietta Ortiz, *op. cit.*, p. 336.

¹¹ “La representación de hombres, jóvenes, niños y ancianos, por el contrario, está más sujeta a esquemas convencionales en los que haya poca injerencia de una especulación de carácter sexual o de connotaciones fetichistas. Al hombre se le emplaza en ámbitos sobrios, sin demasiado énfasis en la moda masculina y con alguna breve alusión a artículos de su preferencia. Se le relaciona con tareas profesionales y de productividad [...], *ibidem*, p. 344.



Figura 14. Tarjeta de la compañía Singer con niñas, 1895. Colección de Sinhúe Lucas Landgrave.

Existe una diferencia más o menos evidente en cuanto a la publicidad que se desprende de ambos géneros, ya que si bien es cierto los hombres representados son a todas luces bien parecidos, o como comúnmente se dice: de buen ver, también es cierto que no es el poder seductor del hombre lo que interesa explotar de las imágenes a nivel de publicidad, como así ocurre con otros de sus atributos. Para el caso femenino, sí existe una marcada inclinación a resaltar sus encantos físicos tanto como el producto que anuncian. Dichos efectos de la publicidad también alcanzaron a las máquinas de coser, por lo que las técnicas de mercadotecnia retacaron el mercado de imágenes de estos bienes de consumo relacionados a las actividades femeninas, o simplemente estas maquinarias aparecían asociadas al bello sexo.¹²

Es indiscutible que en la publicidad era común la presencia de faunos, centauros, querubines y mil y una diversas representaciones de seres mitológicos o de deidades de género masculino. Sin embargo, éstos no dejan de representar lo que son, es

¹² “En este sentido, el discurso publicitario, a partir del siglo xx, creó un espacio que, [...] permite ciertas transgresiones al representar a una mujer que se muestra, que asiente pasivamente ante el voyeurismo consumista, esto genera una cosificación femenina que trasmuta su imagen en un objeto más de consumo. Se produce así la ilusión de que al adquirir tal o cual producto se posee también a la persona que lo ofrece”, *ibidem*, p. 330.

decir, las relaciones conceptuales que identifican a los hombres están perfectamente separadas del mundo fantástico y exótico al cual sí pertenecen las mujeres. Al parecer sólo el caricaturismo dio rienda suelta a estos esbozos masculinos que trataban de ridiculizar a los representados.

La vida pública para el siglo xix y principios del xx en México, como se ha mencionado, estaba repleta de simbolismos en el vestir; al traje de uso diario se sumaban los correspondientes al día de campo, trajes de gala o los rigurosos atavíos de luto, comidas, cenas, bailes y demás eventos sociales, como lo era practicar algún deporte o desarrollar alguna actividad, lo que significó no sólo la creación de prendas adecuadas a tales eventos o actividades, sino de todo un minucioso sistema de mensajes cuya disposición presentaba una lógica interna para la estructuración de configuraciones simbólicas.

Incluso las tonalidades de dichas prendas se usaron para remarcar o reforzar dichos mensajes. Es así como en las ceremonias religiosas más comunes —bautizos, comuniones, confirmaciones y bodas, entre otros— se tenía al blanco como el color de la pureza y al negro para las escenas de duelo.¹³

En el ámbito de las configuraciones simbólicas, el iniciar o introducir a las lozanas generaciones de aquel tiempo en los códigos implícitos en el vestir, involucró el uso de diversos recursos para hacer llegar a los jóvenes educandos los heterogéneos mensajes contenidos en el acto del vestir, asociados a cada uno de los episodios sociales de la existencia mundana. Es así como a la instrucción o formación

¹³ Las sociedades humanas, aparte del lenguaje verbal y del lenguaje corporal utilizan para comunicarse un lenguaje social formado por signos y símbolos que se vehicula por medio de los objetos. La ropa y los adornos personales son una de las formas más universales de este lenguaje social que los individuos utilizan para expresar cómo son, cómo viven, cómo se sienten o cómo quieren que los demás interpreten el lugar que ocupan dentro del grupo. Josep Ballart, *op. cit.*, p. 83.

femenina siempre fue imprescindible enseñar a coser (incluso hoy en día en muchas secundarias públicas se sigue impartiendo, como desde hace muchos años, la materia de corte y confección), y para aquellas mujeres que tenían (como se decía antaño) “la fortuna de nacer en buena cuna”, ya en edad mayor ocupaban una gran parte de su tiempo al lado de una máquina de coser.¹⁴

Respecto a lo anterior, el papel del juego fue fundamental, debido a que dicha actividad trajo consigo la elaboración de juguetes vinculados con la confección de prendas en donde las niñas aprendían, mediante juegos, la manufactura de los distintos tipos de ropa, y a través de las muñecas los códigos y símbolos propios del vestir.

En este punto es necesario advertir que incluso la máquina de coser en su formato infantil de juguete cumplió con un papel netamente didáctico, por lo que podemos aseverar que desde las etapas más tempranas de la vida dichos bienes de consumo han sido uno de los objetos más valiosos con que contó la sociedad decimonónica y de principios del siglo xx, por lo que hay que recalcar que la máquina de coser fue tan importante porque las lozanas generaciones de antaño se relacionaban con éstas desde la más tierna infancia, y mediante el papel didáctico del juego los infantes se ponían en contacto no sólo con el objeto en cuestión, sino con un sistema productivo al que tarde o temprano se incorporarían y con todo un universo simbólico por descubrir y posteriormente por reproducir.¹⁵

¹⁴ Entre los pasatiempos más frecuentes estaba la pintura, el bordado, la costura a mano, y luego en la máquina de coser. Cristina Barros y Marco Buenrostro, *Vida cotidiana ciudad de México. 1850-1910*, México, Conaculta, 2003, p. 66.

¹⁵ Muy pronto el niño comienza a formar parte de un universo simbólico y signico. La mayoría de los cuentos y narraciones infantiles ponen en contacto al niño con el imaginario simbólico, con el conjunto de mitos que constituyen su mundo de la vida. Otro tanto podríamos decir de los juegos. Éstos también remiten a los pequeños al mundo simbólico arcaico. El niño necesita del universo simbólico (mítico) para poder orientarse dentro del



Figura 15. Juguetes para recortar, conocidas como Cucas, década de 1950. Colección de Sinhúe Lucas Landgrave.

Al percatarse de las posibilidades educativas, es decir del valor didáctico que guardaban los juguetes, la compañía Singer desplegó una serie de productos, o bienes de consumo, paralelos a los de las máquinas en cuestión, creando muñecas y pequeñas imitaciones de máquinas de coser. Por ejemplo, las famosas Cucas de la década de los cincuenta, las cuales contaban con diversos aditamentos, todos de cartón, que enseñaron a los niños la importancia de las máquinas de coser, relacionándolos con este tipo de maquinaria a través de formatos de juguete que en su vida adulta cambiaran por los modelos mayores u originales. Además de familiarizarse desde temprana edad con la marca (esta situación creó una especie de fidelidad a la misma), y con diversos tipos de prendas que el infante o educando aprendía a reconocer para determinadas ocasiones, este aprendizaje se daba a través del orden que guardaba la ropa no sólo en el juguete, sino en su propio cuerpo, aprendiendo además los códigos en el vestir de cada sexo, para después extender esta asociación en primera instancia con sus familiares, y lo que es más importante, con los demás miembros

grupo social, para conocer las distintas maneras de vestirse, de comportarse, para saber lo que está bien o lo que está mal, lo que posee valor y lo que no lo tiene. Joan-Carles Mélich, *op. cit.*, p. 75.

bros de la sociedad, haciendo de una experiencia netamente lúdica, una instrucción social que facilitaba la aprehensión de estos códigos o redes simbólicas.

Tal importancia respecto al uso de las prendas no es gratuita. Al fenómeno del vestir se suman, como hemos visto, las más heterogéneas manifestaciones de la vida cotidiana palpables desde el nacimiento, la niñez, juventud, adultez, hasta concluir con la propia muerte. Repercusiones to-

das que, en el campo del lenguaje simbólico, permitió la construcción de innumerables formas y matices.

Testimonio mudo de este amplio repertorio de símbolos, la máquina de coser más que hilvanar recortes de seda, lana, casimir o demás textiles, unió redes conceptuales que hicieron posible la creación de un vasto repertorio de mensajes cuyos códigos, con las adaptaciones propias a las necesidades actuales, son prácticamente las mismas.

