Fecha de recepción: agosto 2026
Fecha de aceptación: noviembre 2026

El Art Déco como lenguaje de modernidad en la prensa ilustrada mexicana

Carolina Magaña Fajardo (*)

Resumen: Este capítulo propone analizar cómo revistas ilustradas y periódicos de circulación nacional e internacional - *El Universal ilustrado, y revistas como Cemento, Tolteca, Revista de Revistas*- actuaron como vehículos de difusión del lenguaje del hoy llamado Art Déco en México. A través de sus portadas, fotografías, anuncios publicitarios, ilustraciones y fotografías, estas publicaciones articularon una visualidad moderna que contribuyó a consolidar nuevos imaginarios de nación, género, progreso y consumo. Más allá de las nuevas colonias, edificios, y los objetos que se anunciaban, las revistas ilustradas constituyeron una forma esencial de cultura material que nos permite observar cómo se manifestó la vida cotidiana mexicana en torno a este estilo de diseño.

Palabras clave: cultura material posrevolucionaria – Art Deco en México – diseño y publicidad – tecnología y consumo deco.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 201]

(*) Ver CV de Carolina Magaña Fajardo en página 202

Introducción

A un siglo de la celebración de la feria llamada *Decoratifs et Industriels Modernes en Paris en* 1925 (Fig. 1) aún nos sigue maravillando el impacto que generó en el diseño, desde el urbano hasta el objetual, pues se gestó en un momento histórico crucial en varios países de todo el mundo y México no fue la excepción. Si partimos de la idea que el diseño y la arquitectura son reflejo de una sociedad, solo asi podemos comprender que el lenguaje que lo representó, reflejó a una modernidad ansiada por Europa, Estados Unidos y latinoamérica.

Figura 1.
Noticia de la Exposición de Artes Decorativas.



Nota. Imagen obtenida de Revista de Revistas, 1925, Hemeroteca Nacional de México (HNM).

A esta distancia, podemos ver que para algunos países el Art Deco fue una moda pasajera, que rompió con los cánones estéticos anteriores como el Art Nouveau o Modernismo japonista; mientras que en otros se convirtió en un movimiento arquitectónico y diseño de artes aplicadas, como lo fue en el caso de México. Fue así que el Art Déco no solo fue una moda importada, sino que se convirtió en un lenguaje arquitectónico y de diseño que encontró eco en un momento clave cuando el país buscaba definir su identidad nacional tras la Revolución Mexicana (1910-1921). La coincidencia entre el auge internacional del Déco y las aspiraciones nacionales de modernización propició su apropiación local, con formas, símbolos y materiales que dialogaban con una tradición en transformación.

Entre las propuestas de ese momento crucial, estaba encontrar un estilo de diseño con un cánon estético definido que representara al **nacionalismo mexicano**. Un diseño que pudiera ser identificado desde el extranjero; que fuera aceptado por la academia; que utilizara diseños, materiales y tecnología innovadores importados y, con el que la sociedad pudiera identificarse desde su pasado y presumir en su vida cotidiana presente. Pero hay que tener cuidado, pues al estilo de diseño al que nos referimos - Art Déco - no se bautizó con este nombre hasta 1966. Es por eso que entre 1925 y 1966 este diseño "sin nombre" pudo identificarse como un estilo que brotó en cada país con diferentes resultados pero en todos connotó como símbolo de modernidad y lujo (Magaña, 2023).

Es así como podemos ahora entender, desde la cultura material que desde diferentes medios publicitarios como la radio, la fotografía, la prensa y los nuevos centros comerciales como El Palacio de Hierro, el Puerto de Liverpool dirigidos a toda la población de clase alta, la información se enfocó en "enseñar" una nueva forma de vivir. Los temas que más prevalecieron fueron los nuevos descubrimientos higienistas enfocados en el cuidado de la salud de la familia; los nuevos descubrimientos tecnológicos útiles para el día día; las innovaciones constructivas y las nuevas reglamentaciones; en cómo habitar, cómo decorar y amueblar sus espacios de ocio y de vivienda (Cruz González-Franco, L. 2013). En síntesis, cómo vivir mejor en los años 30 y 40 bajo una nueva propuesta de diseño con una identidad nacional.

A continuación se expondrán los elementos más frecuentes que se publicaban en las revistas y periódicos del momento, por lo que el texto se estructura en cuatro apartados principales. El cánon estético nacionalista reflejado en la prensa ilustrada, ¿cómo vivir mejor en la modernidad?, progreso tecnológico: electrodomésticos, automóviles, concreto y elevadores y por último, de "la india bonita" a la mujer moderna.

El cánon estético nacionalista

Después de la lucha armada, se le encomendó a José Vasconcelos que llevara a cabo tres campañas que al unísono - salud, higiene y educación - mejoraran las condiciones en las

que estaba el país. La línea a la que nos vamos a enfocar en este apartado es en la promoción de las artes como parte fundamental el proyecto de identidad nacional apoyado en el programa educativo propuesto desde el Departamento de Educación. A partir de él, se puso atención en la enseñanza del dibujo - desde los niveles básicos hasta el universitario - para que fuera usado como un medio para crear un cánon estético que representara al nacionalismo mexicano y sobre todo, alineado a los ideales del gobierno.

Si bien México había participado con pabellones de caracter nacionalista en exposiciones internacionales -Exposición en Paris de 1900- fue a raiz de la celebración del Centenario de la Independencia en 1921 cuando, según Azuela de la Cueva (2009), la exposición de Arte Popular expuso por primera vez propuestas con imagenes nacionalistas más estructurado. A través murales, y el método de dibujo de Adolfo Best Maugard, se buscó que el diseño estuviera cargado de motivos del arte prehispánico y del popular, abstraídos morfológicamente de la artesanía, de los bailes regionales, de los colores y de las texturas de varias ciudades del país. Algunos de estos elementos - como la talavera, la representación de la flora y elementos gráficos - se vieron plasmados en edificios, diseño interior e ilustraciones como se verá más adelante.

Esta exposición propició a que los artistas, intelectuales y arquitectos desarrollaran propuestas de diseños inspirados en esta exposición, de tal suerte que el resultado permeó en las aulas. El arte y la arquitectura resultante fue un estilo ecléctico. Una opción fue la mezcla indígena, otra proveniente de España, otra estadounidense y otra francesa, es decir, neoindigenista, neo colonial, colonial californiana y el Art Deco respectivamente. Esto no exime que haya existido entonces un eclecticismo en su camino. Por el contrario, reafirma esta búsqueda de elementos morfológicos identitarios basados en formas geométricas y escalonadas, el énfasis en la verticalización o en el diseño elementos decorativos con formas geométricas básicas, en zig-zag, círculos y curvas estilizadas. Por tanto, este primer acercamiento a las formas nacionalistas se fueron plasmando desde cuatro años antes que se sucitara la Exposición de Artes Decorativas, dejando asi, un terreno fértil de aceptación al ahora llamado Art Deco, concretando en un sincretismo morfológico entre la propuesta que Best Maugard y la nueva propuesta estilística.

En lo que concierne a las revistas, en 1966 Ernesto García Cabral, destacado ilustrador y caricaturista mexicano, concedió su última entrevista en la cual narró su evolución en sus diseños desde 1909 hasta sus últimos días. Comentó que en sus inicios se consideró un aprendiz del art nouveau y el *shining realism* (estadounidense), el cual definió como el diseño de "la buena prensa". Más tarde has 1913 se acercó a la figuración cubista, fauvismo pero con "una conversación abierta y sincera con el muralismo inicial de los años veinte, pues quería encontrar la gramática del color y las posturas del "cuerpo mexicano", para más tarde consolidarse en Revista de Revistas hacia 1925 con los pasos preliminares del Art Deco (Matabuena & Ayala, 2024, p.72).

La *Revistas de Revistas*, considerada una de las principales revistas promotoras de la cul-

tura mexicana y cuyas temáticas versaban en temas de arte, entretenimiento e información del momento, se puede apreciar que en sus portadas, Cabral desarrolla el Deco en la conjunción del cubismo de Picasso y la moda de Coco Chanel de 1914, convirtiéndolo no solo en un estilo, sino en un cánon estético. Esto se reafirma en 1925 en el Congreso Feminista de la Raza, documentado en Revista de Revistas, con la publicidad de la "moderna madre mexicana"que se ilustra con motivos, grecas y glifos como se puede ver en la imagen 2a. Hacia fines de los veinte es visto incluso como un síndrome de nacionalización de los objetos que trasfigura. Lo mismo sucedió con sus diseños en portadas con charros, en donde la figura masculina como míticos héroes, o dos figuras indígenas sin rostro.

Y no sólo fue Cabral, sino también Diego Rivera, Roberto Montenegro, Victor M. Reyes quienes ilustraron entorno al pasado indígena mexicano, como el que se muestra en el número especial (Fig. 2b) dedicado a Yucatán, en el que la geometrización se ve presente en los detalles del vestido de la mestiza, y en la ergonomía del mujer "enclavado en los procesos plásticos de la época con un nacionalismo aunado a un cosmopolitismo, lo que evidencia una evolución en las artes" (Matabuena & Ayala, 2024, p.83). Con esto, se reafirma que "el ilustrador es sólo un autor en la medida en que cumple con la función de mensajero y el mensaje radica en la estética circundante. En la prensa, el arte es una creación en tanto que recrea no una forma, sino un formato (Matabuena & Ayala, 2024, p. 72).

Figura 2.
Portadas de revistas con el cánon nacionalista mexicano.

Figura 2a. Portada del Semanario Nacional, cuyo autor es Ernesto García Cabral, Revista de Revistasde 1925.



Figura 2b. Semanario Nacional, edición extraordinaria de Yucatán, por Víctor Reyes, Revistade Revistas de 1925.

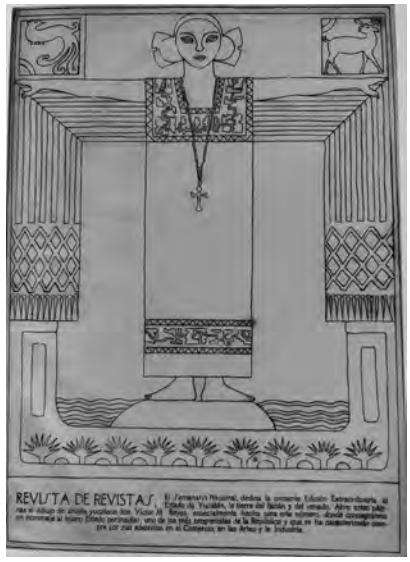


Figura 2c. Portada de la revista El Maestro, Revista de Cultura Nacional, febrero de 1922. Hemeroteca Nacional de México. (HNM)



Así como existía *Revista de Revistas*, también encontramos a *El Maestro* (1921) una revista que formó parte del proyecto formativo de Vasconcelos y cuya función fue darle impulso a la educación pública, dirigida a los obreros y campesinos. Fue una revista con temas varios, literatura, conocimientos prácticos con el objetivo de promover la cultura nacional. En la portada mostrada en la fig. 2c podemos ver una máscara de la cultura prehispánica y la tipografía mayúscula con rasgos geométricos realizados de forma artesanal y manual, y típico de las revistas mexicanas de los veintes que pudieran ser el antecedente de la tipografía Deco con letras construidas con círculos y triángulos, generalmente en mayúsculas y emulando a la arquitectura de ese estilo. Más tarde se diseñaron las tipografías Broadway (1927), Metropolis (1920), Bifur (1929) o Peignot (1937), comunes en revistas europeas y estadounidenses.

Con esto, se busca demostrar que el diseño es reflejo de las necesidades y gustos del público de un momento histórico, y que su función es comunicarnos a través de sus formas y lenguajes visuales. A partir de 1929, este estilo, - hoy Art Deco - se convirtió en un cánon estético: un arte al servicio de la vida cotidiana definida por la arquitectura, el diseño de coches, de utensilios de cocina, mobiliario, y otros objetos de uso común (Matabuena & Ayala, 2024, p.76).

¿Cómo vivir mejor en la modernidad?

Tras el incremento poblacional posterior a la Revolución Mexicana, surgió una creciente demanda de vivienda y, con ella, la necesidad de nuevos servicios públicos capaces de responder a las exigencias de higiene y modernidad, expresadas a través de la tecnología constructiva (industrialización del concreto y del acero) y de la moda en los modos de habitar. La incorporación de la electricidad, el gas y las redes hidrosanitarias en las nuevas colonias, facilitó la inclusión del baño dentro de la vivienda, al tiempo que impulsó nuevas formas de ocio vinculadas al cine y al uso de aparatos electrodomésticos.

Los cambios en la indumentaria promovieron la aparición del clóset como un nuevo espacio doméstico; mientras que, en consonancia con los ideales higienistas, se fomentó la práctica del deporte y el ejercicio al aire libre, especialmente en las escuelas. Estas actividades marcaron una frontera muy sutil entre deporte, ocio y espectáculo. Finalmente, los monumentos y el mobiliario urbano se convirtieron en expresiones materiales de una ideología nacionalista que buscaba representar la identidad del México moderno.

Todas estas transformaciones se reflejaron en la arquitectura, dando lugar - por primera vez en la historia del país- a una gran diversidad tipológica de edificaciones destinadas a satisfacer las necesidades cotidianas de la población. En una primera escala, los edificios públicos, las viviendas unifamiliares y plurifamiliares, así como los espacios dedicados al ocio y al deporte; en una segunda, los monumentos; y en una tercera, los

objetos domésticos y decorativos.

Cada una de estas propuestas tuvo también un eco en las publicaciones de la época. En periódicos y revistas especializadas en arquitectura se difundieron textos y anuncios publicitarios que promueven el crecimiento urbano, los nuevos tipos de edificios y las tendencias del diseño interior. Estos materiales no solo mostraban objetos decorativos, sino que también explicaban cómo debía comportarse y vivir una familia moderna dentro de los parámetros de la modernidad mexicana (Magaña, 2023).

Edificios Públicos y Privados

La prioridad por parte del gobierno fue la construcción de edificios y monumentos emblemáticos que representaran el nuevo y propositivo nacionalismo mexicano. Estos debían simbolizar la nueva modernidad a partir del uso de nuevos sistemas constructivos como el concreto armado, el vidrio y el elevador para lograr una mayor altura en sus edificaciones. Hubo varias propuestas desde el neocolonial hasta el hoy llamado Art Deco e incluso algunos eclecticismos. Se pueden mencionar el edificio de Salubridad (1925); el edificio de la Alianza de Ferrocarrileros de México (1926); el orfanato de San Antonio y Santa Isabel (1927); la Estación de Policía y bomberos (1928); las Oficinas de la Fundación de Mier y Pesado (1934) y el Edificio Guardiola (1938 y 1941), principalmente.

Vivienda Uni y Plurifamiliar

Esta nueva forma de habitar implicaba la necesidad de vivir en una vivienda digna, ventilada y limpia. Tales conceptos fueron adoptados del extranjero, principalmente de Europa, y se orientaron a mejorar las condiciones de salubridad y a reducir el hacinamiento de la población, con el propósito de prevenir posibles epidemias e infecciones.

Los higienistas promovieron diversas estrategias para mejorar el entorno urbano, comenzando por la infraestructura básica. En las nuevas colonias y fraccionamientos se incorporaron redes hidrosanitarias, suministro eléctrico y gas doméstico, configurando un modelo de modernidad sustentado en la higiene y el confort. De este modo, las principales ciudades del país, especialmente la Ciudad de México, pusieron especial atención en las obras de saneamiento por lo que se implementó el drenaje profundo y se diseñaron camellones, parques y bulevares como parte de una planificación urbana orientada a la construcción de nuevos fraccionamientos.

De esta manera, la nueva vivienda incorporó la infraestructura necesaria para ofrecer a sus habitantes un mejor funcionamiento interior. Se propusieron espacios como el hall o vestíbulo, el cuarto de baño integrado, el clóset, el antecomedor y la cochera para automóviles, además del suministro eléctrico para el uso de electrodomésticos y la instalación de gas en la cocina.

Asimismo, se produjo una transición en la organización espacial: del esquema de crujía, donde era necesario atravesar un recinto para acceder a otro, se pasó a una distribución que distinguía claramente entre los espacios públicos y privados, una tipología que sigue siendo predominante en la vivienda contemporánea.

Fue así como los nuevos fraccionamientos se convirtieron en referentes de modernidad, con viviendas que respondían al canon estético nacionalista, pero incorporaban también influencias internacionales. Se construyeron diversas viviendas unifamiliares y plurifamiliares que materializaron los ideales de cómo debía vivirse de manera moderna. Entre los ejemplos más representativos se encuentran el edificio para la Compañía de Casas Jardín (1928), el edificio Picadilly (1930), el edificio Martí (1931), el edificio Ermita (1930-1931), que incluía una sala de cine; el edificio Chilpancingo (1932), el edificio Anáhuac (1932) y el edificio del Parque (1935), todos ubicados en las principales colonias de la Ciudad de México.

Figura 3.
Edificio San Martín.



Edificios para el Deporte

Como parte de las ideas innovadoras y nuevas propuestas en temas de tecnología e higiene, México no tardó en incorporar como asuntos de salud pública la práctica del baño, la respiración y la alimentación. Como resultado, surge un tipo de edificación deportiva. Este tema tuvo promoción estatal de la salud, incentivó a la publicidad de eventos deportivos y por ende, a la construcción de deportivos, parques en lugares estratégicos de las colonias y patios centrales en las escuelas primarias de gimnasia y deporte como una actividad obligatoria (Arechiga Córdova, 2007).

Figura 4
Publicidad y edificio para el deporte.





Figura 4a. El cultivo del músculo en México y la próxima olimpiada, Revista de Revistas, 2025. Hemeroteca Nacional de México (HNM).
Figura 4b. El Frontón México, también llamado El Palacio de Pelota (1929), ubicado en la Colonia Tabacalera en la Ciudad de México.

El primer deporte que las escuelas incluyeron fue la gimnasia con la técnica sueca y alemana y posteriormente la natación y equitación tal y como puede verse en la Figura 3, donde la publicidad muestra a la gente participando en diferentes actividades deportivas grupales. Gracias a ello, surge la construcción del Gimnasio de la Asociación de Jóvenes Cristianos (YMCA), el Frontón México también llamado El Palacio de Pelota y el edificio de La Asociación Cristiana Femenina (YMCA) (INBA, 1997). También el deportivo Venustiano Carranza y el Parque México o también llamado San Martín. Todos ellos con elementos Art Deco o nacionalistas, en donde identifican frisos decorativos y detalles escultóricos geométricos en sus fachadas (Magaña, 2024).

Edificios para el ocio

Y ni qué hablar de la radio, en el cual se podían sintonizar música como el el *fox trot, one step, el tango, free happy, rag time, charleston, el jazz o swing*, danzones, pasodobles, valses, boleros y piezas mexicanas; radionovelas, noticias e incluso cuentos infantiles y todo transmitido desde un edificio Art Deco para la radio de la XEW o también llamada "La catedral de la radio (Magaña, 2023)".

Y por último, el cine. Si bien su función primaria fue ser útil para las campañas educativas, higiénicas y culturales del gobierno, al final, la gente asistía para ver las novedades de las películas estadounidenses, ya que éstas a su vez le enseñaban a la gente como vivir y habitar los espacios a través de los escenarios de las películas, pues se mostraban la decoración que la gente debía de tener para vivir mejor, cómo vestir y decorar su hogar.

Este mensaje se retroalimentaba con los productos que se podían adquirir en almacenes comerciales de prestigio (González Franco, 2013).

Este tipo de edificación fue el principal exponente de la modernidad Deco, pues el diseño se podía ver en las películas a través de la escenografía como en los propios edificios como en el cine Cine Roxy, el cine Máximo (1934) en la Lagunilla; cine Granat o cine Rialto (1923), cine Palacio (1924); cine Hipódromo (1936); cine Encanto (1937); cine Orfeón (1938) y el cine Teresa (1942) (Haroldo y Ochoa, 1999).

Las películas que se mostraron en el cine, varias de ellas pertenecen al cine de la Época de Oro mexicano, especialmente entre 1926 y 1940. Cabe mencionar que no hubo y género fílmico del Art Déco, pero se pueden identificar varias películas que se realizaron en este periodo por la escenografía utilizada y por los temas abordados que se identifican con la modernidad.

Entre las películas que se pueden mencionar, está la *Distinto amanecer* (1943), dirigida por Julio Bracho. Narra de forma cómica cómo un vendedor entra a un hogar tradicional a ofrecerle una aspiradora, vendiendo los beneficios de la higiene y salud que ofrece. Otra película es La diosa arrodillada (1947), dirigida por Roberto Gavaldón y protagonizada por María Félix y Arturo de Córdova. Varias escenas se filman en la colonia Hipódromo Condesa, símbolo de elegancia urbana y en donde se muestra la arquitectura de moda, o sea el Art Deco.

Después de realizar este análisis se puede identificar que el diseño Art Deco en México satisfizo mediante la arquitectura las actividades más prevalecientes de este momento, pues se construyeron cuatro géneros arquitectónicos: edificios de vivienda uni y plurifamiliar, para el deporte y para el ocio (iglesias, deportivos, parques, radiofónicas y cines), monumentos y elementos urbanos (Magaña, 2023).

Progreso tecnológico: electrodomésticos, automóviles y elevadores

La modernidad en México se consolidó gracias a los descubrimientos científicos internacionales, la industrialización, ferroviaria, farmacéutica, automotriz, construcción y eléctrica, así como la instalación de tecnología y manufactura en el país. Todo ello transformó, poco a poco, al cliente tradicional en un consumidor de marcas y servicios.

El Ferrocarril y electricidad

Se puede decir que la construcción de la red ferroviaria fue un parteaguas que distinguió al México decimonónico del moderno. Los primeros "caminos de hierro" comenzaron en 1837 y, paulatinamente, unieron al país con el objetivo de sustituir las viejas carrete-

ras y el transporte de caballos o mulas. Hacia 1880, inversionistas estadounidenses como Atchison, Topeka y Kansas impulsaron el Ferrocarril Central Mexicano, cuya primera línea conectó Ciudad Juárez con la Ciudad de México (Matabuena & Ayala, 2024, p. 102). Este desarrollo reforzó el lema de "orden y progreso", que alcanzó su auge entre 1880 y 1898. Durante y después de la Revolución Mexicana, aunque la red ferroviaria se deterioró, siguió siendo esencial para el transporte interno.

Poco tiempo después, la electricidad llegó a la Ciudad de México en 1881 y se convirtió en una de las inversiones en infraestructura más determinantes para la modernidad. Transformó la vida cotidiana al iluminar calles, plazas, viviendas y centros de ocio, además de poner en marcha motores y elevadores. Empresas como la Compañía Mexicana de Gas y Luz Eléctrica, Siemens y Halske, y la Mexican Light and Power Company diseñaron y extendieron la red hacia la industria, las oficinas de gobierno y las residencias urbanas.

Sin duda, ambas industrias permitieron que el diseño pudiera extenderse y capturar mucha más población.

Electrodomésticos y publicidad

El consumo masivo estuvo estrechamente ligado a la publicidad y a la distribución de marcas extranjeras. Refrigeradores Crosley, Frigidaire, Westinghouse, Philco y General Electric; procesadores de la firma Braun; relojes Haste o los suizos Steelco, formaron parte de un mercado en expansión (Bárcenas Sánchez, 2014).
Los electrodomésticos como el teléfono, la aspiradora, la licuadora y la lavadora se popularizaron gracias tanto a la publicidad como a la oferta de grandes almacenes. Para el ocio, aparecieron radios, fonógrafos, gramolas, jukeboxes y el mueble-bar, muchos de ellos diseñados con un marcado estilo Art Déco. La gramola como se observa en la figura 4c, antecedente directo del tocadiscos, se convirtió en un objeto de lujo: un mueble elaborado con detalles geométricos y maderas finas, como caoba, pino, roble u otate. La compañía Victor lanzó el modelo Victrola, referente de esta tendencia. Los muebles Art Déco combinaban procedimientos semi-industriales con acabados a mano, reforzando la idea de modernidad y sofisticación.

Automóviles: modernidad sobre ruedas

También el automóvil se convirtió en uno de los símbolos más visibles de la modernidad, ampliamente publicitado en revistas y periódicos como se ilustra en la figura 4a. En México, la industria automotriz inició en 1925 con la instalación de las líneas de ensamble de Ford. En 1935 se sumó General Motors y, en 1938, Automex, que más tarde se transformaría en Chrysler (Miranda, 2007).

Junto a estas compañías estadounidenses, circularon también automóviles europeos, como Renault y Citroën, además de los británicos de la British Motor Corporation. Desde

Japón llegó la marca Datsun, que años después se convertiría en Nissan. Muchos de los modelos de la época incorporaban rasgos característicos del Art Déco: cofres, cajuelas y salpicaderas con líneas geométricas, así como interiores decorados con molduras cromadas brillantes en tableros y asientos (Ramos, 2014).

Cemento y Elevadores

Una de las revistas que más influyó en la industria de la construcción, fue la revista *Cemento* (1925 - 1930), editada por la industria cementera *La Tolteca*. La revista versaba en mostrar todas las construcciones que se realizaban con cemento en el país. Enfatizaba en que el concreto ofrecía la modernidad en cuestión de "higiene, economía, rapidez, dureza, impermeabilidad, ligereza y resistencia, además de ser fresca en verano y caliente en invierno" (González-Franco, 2016, p. 105). Cabe afirmar que el estilo Art Deco fue el que legitimó el uso del concreto como símbolo de vanguardia, de tal forma que varias portadas de revistas fueron ilustradas con formas de este estilo.
Caso similar sucedió con el primer elevador que se construyó en Estados Unidos en 1857, y en 1890 llegó a México instalado por Otis Elevator Company en el Castillo de Chapultepec. Posteriormente, la marca Westinghouse popularizó su uso, con una fuerte presencia en la publicidad. Estos aparatos estuvieron asociados a edificios emblemáticos del Art Déco, como el Edificio La Nacional, tal y como se ve en la imagen 5b.

Figura 5.
Electrodomésticos, automóviles y elevadores

Figura 5a. Automóvil Willys Knight, El Universal Ilustrado, 06 de noviembre de 1925, Hemeroteca Nacional de México. (HNM)



Figura 5b. Elevadores Westinghouse. Revista Arquitectura y urbanismo, diciembre 1941, Hemeroteca Nacional de México. (HNM)



Figura 5c. Gramola en la exposición de "El glamoroso Art Deco" en el Palacio de Hierro, CDMX. El Museo del Objeto del Objeto (MODO), julio 2022.



De la "India bonita" a la mujer moderna

Para hablar de moda e identidad femenina en este periodo, es importante tener en cuenta el contexto histórico internacional. Durante el auge del diseño Art Deco en Europa y Estados Unidos, la transformación de la moda estuvo íntimamente vinculada con el cambio en el rol de la mujer. No solo se trató de imitar lo que se publicaba en las revistas, sino que las mujeres tuvieron mayor presencia en la vida cotidiana, el trabajo, los eventos sociales y las actividades deportivas.

El periodo entre guerras marcó un parteaguas en la moda. La moda para fiestas y la élite femenina abandonó por completo el uso del corset y la crinolina para dar paso a vestidos más cortos y ajustados a la cintura y vaporosos en las costuras. Los textiles de lujo como el chiffon, encaje, satin, taffeta y seda en colores negros y dorados, se acompañaban de abrigos de pieles exóticos. A ello se sumaron accesorios y joyerías diseñados con figuras geométricas y angulares en diversos metales combinados con diamantes y cristales. Por otra parte, Coco Chanel introdujo prendas más versátiles y fáciles de usar diariamente, con combinaciones monocromáticas e inspiradas en el guardarropa masculino.

En México, la moda femenina reflejó un eclecticismo que acompañó procesos sociales en transformación. Por un lado, el discurso oficial de la construcción de una identidad nacional, en el marco de las celebraciones del centenario de la independencia, promovió la imagen de la mujer indígena como arquetipo de la feminidad. Este ideal se repitió en la literatura, el cine, la pintura y la fotografía. Un ejemplo de ello fue el concurso de "La India más bonita Bonita de México" organizada en 1921 por el periodico *El Universal*. Sin embargo, este fenotipo resultaba contradictoria con la aspiración de la mayoría de las mujeres que anhelaban pertenecer a una modernidad internacional (Museo de Arte Moderno, 2022).

Mientras los primeros movimientos feministas abrían camino en la lucha por los derechos políticos y sociales, esa búsqueda de visibilidad también se hacía notar en el arreglo personal de las mujeres. Su forma de vestir y presentarse ante el mundo se convirtió en un gesto político, una manera de reclamar espacio. Paralelamente, el gobierno posrevolucionario veía en la pobreza y la insalubridad dos grandes amenazas, y decidió confiar a las mujeres la misión de proteger la salud de sus familias y de vigilar la moral sexual. Así, muchas de ellas comenzaron a trabajar como enfermeras, visitadoras, maestras, voluntarias o trabajadoras sociales, sobre todo en los sectores medios de las ciudades. Se decía que su "naturaleza femenina" las hacía especialmente aptas para esas tareas, y con ello se reafirmaron valores de obediencia, disciplina y respeto a las instituciones. La moda no permaneció ajena a estos cambios: las prendas se volvieron más prácticas, pensadas para facilitar sus nuevas funciones sin dejar de marcar, al mismo tiempo, su lugar en la vida pública.
Y en tercer lugar la mujer de clase alta. Mujeres que viajaban al extranjero e importaban ideas internacionales, e imitaban lo que se vendía y mostraba en las películas, enfatizando

los ideales de confort y libertad como se ilustra en la fig. 6a.

Un elemento común en esta transición fue el corte de cabello, que dio origen al apodo de *"las pelonas"*como se ve en la figura 6d. Con este gesto, las mujeres desafiaban la estética tradicional y adoptan una imagen moderna, aunque ello les acarreó críticas, ataques en espacios públicos e incluso divorcios (Museo de Arte Moderno, 2022). Y esto se suscitó porque las revistas reforzaban "entre líneas" que la mujer debía ser abnegada y virtuosa, en donde también afirmaba que debía ser "esbelta, seductora y complaciente" para su esposo, a semejanza de las actrices y fotografías de las revistas y el cine.

Junto a esta transformación estética, comenzó a normalizarse el uso de ropa interior (figura. 5b), de pijamas, de medias, de maquillaje, así como un mayor cuidado de la salud y la belleza. También se autorizó fumar, salir sola de casa, pintarse las uñas. Todo ello se representó repetidamente en las revistas, incentivando el uso de marcas de cremas, lociones y despigmentantes para el rostro.

Figura 6
Moda posrevolucionaria Art Déco.



Figura 6a. La Moda al Día. Abrigos de Seda, Revista de Revistas, 1925. Hemeroteca Nacional de México. (HNM)
Figura. 6b. Kayse, ropa interior, El Universal Ilustrado Hemeroteca Nacional de México (HNM)
Figura 6c. Moda Art Deco en México, en la exposición de "El glamoroso Art Deco" en el Palacio de Hierro, CDMX. El Museo del Objeto del Objeto (MODO), julio 2022.
Figura 6d. "Las pelonas". Portada del Semanario Nacional, Revista de Revistas, 1924. Museo Arte Moderno, 1922.

Del mismo modo, las revistas y periódicos se convirtieron en difusores de la moda internacional. Además de mostrar tendencias, muchos de estos impresos incluían patrones de confección que podían reproducirse con la ayuda de los sastres. Esta práctica fue común

hasta que las prendas comenzaron a venderse en los grandes almacenes de mayoreo, que marcaron el inicio de una nueva etapa en el consumo de moda en México.

Reflexiones finales

La revisión hemerográfica de revistas y periódicos mexicanos durante el apogeo del hoy llamado Art Déco permite comprender que este diseño no solo fue adoptado, sino que se encarnó en la cultura material en un momento decisivo para la historia del país. El estilo se filtró en la vida cotidiana a través de imágenes, tipografías y relatos visuales que acompañaron la construcción de una modernidad compartida.

Revistas y periódicos que circularon ampliamente entre la población actuaron como mediadores de esta modernidad, pues difundieron modelos de cómo habitar, cómo vestir y cómo vivir mejor en un entorno atravesado por la higiene, la salud y el confort como símbolos de progreso. En ellos, la tecnología y el consumo se integraron a las aspiraciones de la vida urbana, marcando pautas de comportamiento y de gusto que trascendía lo meramente estético.

De esta manera, el Art Déco se convirtió en un referente aspiracional donde convergieron la tradición mexicana, la modernidad cosmopolita y el consumo internacional. Este proceso, compartido con otros países latinoamericanos aunque con matices locales, confirma que el Art Déco fue más que un estilo decorativo: fue un lenguaje de modernización y un espejo de las transformaciones sociales y culturales de la primera mitad del siglo XX.

Agradecimientos

Museo del Objeto del Objeto (MODO)
Hemeroteca Nacional de México (HNM)

Referencias

Aréchiga Córdoba, E. (2007). Educación, propaganda o dictadura sanitaria. Estrategia discursiva de higiene y salubridad públicas en el México posrevolucionario, 1917-1945. Estudios de historia moderna y contemporánea de México (33)

Azuela, Alicia (2009). Las artes plásticas en las conmemoraciones de los centenarios de la Independencia 1910-1921.» En Asedios a los centenarios (1910-1921), de Virginia Guedea"(México: Fondo de Cultura Económica/ UNAM).

Bárcenas Sánchez, V. M. (2014). Antecedentes para formular los componentes o principios teórico-filosóficos que constituyen un sistema de objetos de diseño (arquitectónicos, industriales y gráficos) en la vida cotidiana de la Ciudad de México durante la década de 1950-1959. En *Colección Un encuentro con el futuro hoy. Avances de investigación. La revolución silenciosa: El diseño en la vida cotidiana de la Ciudad de México durante la segunda mitad del siglo XX. Análisis y prospectiva. El impulso industrializador mexicano (1950-1959)* (pp. xx–xx). Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco.

Cruz González-Franco, L. (2013). Habitar la casa en la Ciudad de México. 1925-1945. Ideas, reflexiones y testimonios. *Academia XXII, 3*(5). https://doi.org/10.22201/fa.2007252Xp.2012.5.36107

López, A. L. (2018). *La industria manufacturera en el México posrevolucionario, 1917-1924. Empresas, empresarios y trabajadores*. El Colegio de México.

Haroldo, A. S. F., & Alejandro, O. V. (1999). Espacios Distantes aún vivos. Las salas cinematográficas de la Ciudad de México.

Magaña Fajardo, C. (2023). Tipología arquitectónica y cultura material del Art Déco en Ciudad de México. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, (192)*. https://doi.org/10.18682/cdc.vi192.9576

Magaña Fajardo, C. (2023). El Art Deco. Identidad cultural y diseño mexicano en la etapa posrevolucionaria (1925-1950). *Estudios sobre Arte Actual, (11)*, 75–89. https://estudiossobrearteactual.com/wp-content/uploads/2023/12/6.-CAROLINA-MAGANA.pdf

Magaña Fajardo, C. (2024). La moda y la arquitectura del deporte posrevolucionario. El frontón México y la Asociación Cristiana Femenina (1925-1945). En M. García Casillas & A. Jiménez Vaca (Coords.), *Arquitectura y vida cotidiana en México como dimensión cultural* (pp. 95–114). Ediciones Navarra.

Matabuena Paláez, T., & Ayala Banuet, M. G. (Coords.). (2024). *Un vistazo al México de 1925 a través de Revista de Revistas*. Universidad Iberoamericana; Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

Miranda, A. V. (2007). La industria automotriz en México: Antecedentes, situación actual y perspectivas. *Contaduría y administración, (221)*, 209–246. Recuperado el 23 de agosto de 2025 de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422007000100010&lng=es&tlng=es

Ramos Watanave, E. (2014). Análisis de los productos de uso cotidiano en la Ciudad de México. El impulso industrializador mexicano en 1950-1959. En *Colección Un encuentro con el futuro hoy. Avances de investigación. La revolución silenciosa: El diseño en la vida cotidiana de la Ciudad de México durante la segunda mitad del siglo XX. Análisis y*

prospectiva. El impulso industrializador mexicano (1950-1959) (pp. xx–xx). Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco.

Hemerográficas

Exposición de "El glamoroso Art Deco" en el Palacio de Hierro, CDMX. El Museo del Objeto del Objeto (MODO), julio 2022.
Hemeroteca Nacional de México (HNM)
Museo de Arte Moderno. (2022, julio). *100 años del muralismo en México*.

Abstract. This chapter proposes to analyze how illustrated magazines and newspapers with national and international circulation —El Universal Ilustrado, as well as magazines such as Cemento, Tolteca, and Revista de Revistas— acted as vehicles for the dissemination of the visual language now known as Art Deco in Mexico. Through their covers, typography, advertisements, illustrations, and photographs, these publications articulated a modern visuality that contributed to the consolidation of new imaginaries of nation, gender, progress, and consumption. Beyond the new neighborhoods, buildings, and objects that were advertised, illustrated magazines constituted an essential form of material culture that allows us to observe how Mexican everyday life manifested itself around this design style.

Keywords: post-revolutionary material culture – art deco in mexico – design and advertising – deco technology and consumption.

Resumo Este capítulo propõe analisar como revistas ilustradas e jornais de circulação nacional e internacional —El Universal Ilustrado, bem como revistas como Cemento, Tolteca e Revista de Revistas— atuaram como veículos de difusão da linguagem visual hoje conhecida como Art Déco no México. Por meio de suas capas, tipografias, anúncios publicitários, ilustrações e fotografias, essas publicações articularam uma visualidade moderna que contribuiu para consolidar novos imaginários de nação, gênero, progresso e consumo. Para além das novas colônias, dos edifícios e dos objetos anunciados, as revistas ilustradas constituíram uma forma essencial de cultura material que nos permite observar como a vida cotidiana mexicana se manifestou em torno desse estilo de design.

Palavras-chave: cultura material pós-revolucionária – Art Déco no México – design e publicidade – tecnologia e consumo déco.

Carolina Magaña Fajardo: Profesora - investigadora de la Facultad de Diseño de la Universidad Anáhuac México profesora de asignatura "A" definitivo en la Facultad de Arquitectura, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) del Secihti, nivel 1. Doctora, maestra con mención honorífica y licenciada en Arquitectura de la UNAM. Ha realizado dos estancias posdoctorales, una en el Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM y otra en la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco. Es especialista en temas de la historia de la arquitectura y del diseño del siglo XX, vivienda e higiene. Publicó el libro El art déco en la Ciudad de México. Retrospectiva de un movimiento arquitectónico. Co-coordinadora del Seminario Permanente, Sociedad, Cultura y Vida cotidiana en México. carolina.maganaf@anahuac.mx; carolina.mf@fa.unam.mx