

# "¿A qué le Tira Cuando Sueña el Mexicano...?" <sup>1</sup>

*Significados contextuales del matrimonio en el siglo XX*



Gabriela De la Riva y David Carballo

*De la Riva*

**D**urante los últimos 80 años la sociedad mexicana ha tenido grandes y extensos cambios, que se ven reflejados no sólo políticamente sino también en uno de los aspectos más ricos y diversos que tenemos en nuestro país, el cultural.

Es en éste, donde reflejamos lo que somos, lo que hemos crecido y también lo que nos identifica del resto del mundo. Como es normal, el mexicano ha ido cambiando a través del tiempo la forma en que ve al mundo, modificando sus prioridades, sus intereses y sueños para adaptarse a un nuevo tiempo y a una nueva realidad.

Por eso, cuando uno decide hacer un alto y echar una vista al pasado puede encontrar en cosas al parecer tan simples como la forma de casarse, todo un baúl repleto de recuerdos y nostalgias, pero también de sorpresas ante costumbres que ahora nos resultan impensables; y que sin embargo, son costumbres y formas de vida que nos han hecho como sociedad.

El matrimonio como institución, finca su unión en los lazos afectivos que establecen en su mayoría, oficial y religiosamente, los contrayentes. Alrededor de dicha alianza giran una serie de normas y compromisos que ambos tendrán que acatar, por lo menos teóricamente, a lo largo del matrimonio. La fidelidad, el amor y el respeto son los valores esenciales que históricamente han regido las uniones. Sin embargo, los significados, las valoraciones y los rituales se han ido modificando a lo largo del tiempo.

Los cambios políticos, económicos y socioculturales han repercutido sistemáticamente en las cosmovisiones de las generaciones contemporáneas, las nuevas formas de ver y vivir el mundo permean en el ámbito matrimonial, ya que desde los motivadores inmediatos, hasta las prácticas y significados posteriores a la unión, se han visto modificados, o por lo menos reconfigurados en los valores esenciales que llevan a dos personas a compartir sus vidas.

El presente artículo surge a raíz del IX seminario de la AMAI en donde con la ponencia ¿"A qué le tira cuando sueña el mexicano"?, nos adentramos desde una perspectiva visual y descriptiva en un recorrido hemerográfico, en donde las bodas y la publicidad de la época fueron el hilo conductor. En el presente artículo retomamos el tópico de las bodas, desde una perspectiva analítica, en el cual se abarcan desde aspectos pragmáticos, hasta las repercusiones actuales en sus formas de consumo, en sus dinámicas internas y estilos de vida.

En el siglo antepasado las uniones matrimoniales cobraron fuerza en la Nueva España gracias a la creciente comunicación con la península Ibérica. Entre las familias residentes en México era muy importante anunciar sus enlaces matrimoniales a sus parientes lejanos, y que a su vez quedara claro en el ámbito social nacional su origen, ya que éste era símbolo de "buena cuna".

Para los años 20 la población nacional ascendía a 14 millones 334 mil 780 habitantes, de los cuales sólo 906 mil residían en la ciudad de México<sup>4</sup>. Con la creciente circulación de periódicos como el Universal y Excelsior, los anuncios de las bodas de la élite mexicana, conformada por ex-generales porfiristas y aristócratas de "rancio abolengo", comenzaron a incluirse en la sección de sociales en donde compartían encabezados con accidentes, muertes y viajes.

Para ese entonces y por algunas décadas más, el matrimonio en sí era un valor aspiracional, en el cual las jóvenes parejas veían realizadas o en vía de, todas sus metas. El matrimonio era símbolo de estatus, de madurez y, sobre todo, de desarrollo. Por ello, la edad era un indicador muy importante para diagnosticar la situación de la persona y sobretodo para la mujer, quien era educada casi exclusivamente para ser madre y esposa.

Los valores se centraban en el logro a través de la lente del matrimonio. A ellos les proporcionaba la



estabilidad necesaria para poder llevar a cabo empresas que requirieran su concentración y dedicación, ya sea laborales o académicas. Para ellas, el matrimonio les brindaba la estabilidad económica y emocional necesarias para poder desarrollarse como madres y esposas y tener un lugar dentro del crisol social de la época, en donde el apellido de origen, la posición, los logros del marido y la vida social eran altamente deseados por las élites y por la creciente clase media alta que lograba infiltrarse, a través del poder adquisitivo, a las esferas de la alta sociedad mexicana.

“Búsquese a la novia, nosotros le hacemos el traje”<sup>5</sup>, se leía en los periódicos y, en efecto, el matrimonio estaba situado como uno de los principales objetivos de la sociedad de la época. Todavía no había una sección de sociales como ahora la conocemos, pero la prensa dedicaba una columna, de entre las 10 páginas que conformaban un periódico, para dar a conocer los enlaces del día, anunciar las uniones maritales con varios días de anticipación, y publicar las notas de petición de mano. Curiosamente, este pequeño espacio también era ocupado para avisar de las muertes, viajes y enfermedades de la élite. Una mezcla extraña, pero que fungía como sección de entretenimiento y chismes para la sociedad.

Aunque el apellido era suficiente para darle significado al evento, no se desaprovechaba la oportunidad, si el novio además podía presumir algún otro título como el de “abogado” o “distinguido comerciante”. Ahora que, en el caso de no contar con ninguna de las dos cosas, entonces se pasaba al reconocimiento de los títulos del padre de la novia: “hija de rico hacendado español”<sup>6</sup>. Lo importante era dejar bien claro quien se casaba con quien, aunque esta boda no se realizara precisamente en el país. De hecho, había veces que, de casarse un o una joven de sociedad fuera de México se enviaba un telegrama para hacer oficial la unión dentro de su círculo social.

No se hacía mucha algarabía descriptiva. Las notas se resumían a decir el nombre de los novios, el cuándo y dónde de la boda, y por supuesto el nombre de los padres de la pareja, que se anunciaban como padrinos de manos y velación.

Sin embargo, era común que el padre se encontrara ausente, ya que después de una década de violen-

cia y armas, eran ellos los que habían dejado su vida en la batalla. Lo importante era dejar bien clara esa situación, no fuera que empezaran a pensar mal, así que la razón quedaba a la luz con la frase “viuda de”.

Detalles como estos, había que cuidarlos mucho, ya que la apariencia hablaba de la familia. Por ejemplo, como muestra de holgura y clase, la tela del vestido tenía que ser importada, así como muestra de buena alimentación y salud lo era casarse con una mujer, digamos, “rellenita”, por no decir gordita.

Una vez pasado este tipo de pruebas en la Iglesia, la boda civil no era considerada muy en cuenta por las notas, y a veces ni siquiera la mencionaban, aunque éstas se llevaran a cabo por la noche en casa de la novia, o en el futuro hogar de la pareja. Lo más importante para la sociedad era estar casado ante Dios, y fue así que 330 de cada mil habitantes de ese año se convirtieron en amas de casa. Una situación normal, ya que la mujer de la época no era preparada para otra cosa sino para el matrimonio y las labores domésticas; eso sí, sin descuidar su apariencia física. Cosa que era imposible de olvidar ya que constantemente se les recordaba que “la mujer débil inspira compasión, pero la admiración masculina va siempre para la mujer viva, llena de animación y robustez”.<sup>7</sup>

Anuncios como el anterior inundaban las páginas de los periódicos, junto con un sin fin de publicidad de remedios contra dolores cotidianos, y medicinas novedosas para la época como la aspirina que promovía alivio contra enfermedades más graves como el dengue y la influenza.

La preocupación e incluso obsesión por mantener la salud, fue consecuencia del recuerdo de las epidemias, los estragos del hambre y la parálisis del incipiente sistema sanitario implantado durante el Porfiriato. Y que se sumaba, a la falta de agua potable, higiene alimenticia y atención hospitalaria.

La moda no se quedaba atrás, y el periódico Excelsior ofrecía opciones para todo tipo de bolsillos. Por un lado había recuadros para las élites de la sociedad, donde grandes almacenes como El Centro Mercantil o tiendas exclusivas, ofrecían trajes de importación y con frases como “viste a personas de alta significación social”<sup>8</sup>, apelaban al sentimiento de exclusividad que estos grupos deseaban. Por otro lado, para

aquellas mujeres de clase media, con virtudes inculcadas de la época, se publicaban diariamente patrones para que ellas mismas pudieran confeccionar su vestimenta diaria.

Con el inicio de los años cincuenta, la población del Distrito Federal se vio incrementada en un 300 %, y la ciudad contaba ya con 3 millones de habitantes<sup>9</sup>.

La alta sociedad que conocemos, aparece en escena gracias a un grupo de periodistas que irrumpen para deificar lo que se conoció entonces como “*mexican jet set*” o “*beautiful people*”, y nombrando sus columnas con términos como *Mundo popoff* y *Los de la high life*.

En los años 50, el aparente florecimiento económico que inundó los centros comerciales, trajo consigo que los índices de pobreza iniciaran lo que hasta la fecha ha sido una carrera sin final, este aparente florecimiento económico venía acompañado del “sueño americano” que se importaba del vecino del norte. Mientras que por un lado, esta década de confort de las clases de medias a altas era evidente con su estilo de vida “moderno”, por otro, las desigualdades gestaban uno de los cambios más radicales que viviría la sociedad mexicana en la siguiente década: la revolución femenina y el florecimiento de la izquierda como corriente política y de pensamiento.

Pero mientras esto acontecía, los ricos se lucían en grandes bailes “de fantasía” y “blanco y negro”, y ponían de moda las Lomas de Chapultepec, el Country Club, los tés de caridad, el Hipódromo de las Américas, el Restaurante Ambassadeurs, el whisky y los abrigos de visón.

Las bodas ocupaban el primer lugar en los principales periódicos, y se dedicaban más líneas al modelo del vestido de la novia, que casi siempre era importado, por el cosmopolitismo que estaba adoptando la ciudad gracias a la guerra mundial. También se hacía mención de la ubicación y decoración de la Iglesia, a algunos detalles del banquete y a la boda civil y al destino del viaje de luna de miel: Acapulco, el lugar de moda.

En este momento las mujeres todavía no cabían dentro de este último apartado ya que, aunque los derechos políticos de las mujeres fueron concedidos y a partir de ese momento podrían votar, era claro que la mayoría seguía teniendo inclinaciones por la vida

familiar, y se contentaban con su foto en la prensa anunciando o describiendo su boda con algún joven de apellido extranjero.

La publicidad ayudaba a este tipo de aspiraciones, y se acercaban a ellas haciéndolas sentir con derechos, aunque estos se limitaran a portar un bello vestido del Puerto de Liverpool o el Palacio de Hierro y exigir una lavadora automática para dejar de lado el lavadero.

La liberación femenina cobró fuerza, pero en realidad lo más difícil era para aquéllas que albergaban inquietudes profesionales, ya que desde niñas tenían que estudiar una primaria separadas de los niños, como el Colegio Williams que anunciaba dos direcciones diferentes según el sexo.

Y después se enfrentaban con un medio desalentador, que a través de slogans de películas o radionovelas como: “Yo quiero ser hombre... una enseñanza para la mujer que en su hogar quiere llevar los pantalones”<sup>10</sup>, eran advertidas de los peligros del cambio de orden social.

Ya se pueden ver, los sorteos de casas, las invitaciones para el ahorro en algún banco, las cirugías plásticas de las arrugas y nariz, y las promociones de refresqueras, muy conocidas en la actualidad, de canje de premios por corcholatas. Todo ello acompañado por dibujos, ya que la fotografía publicitaria todavía no se acostumbraba, así que el producto original quedaba sólo en la imaginación de los lectores.

La época se caracterizó por tener una atmósfera moral, con prejuicios y convenciones sociales inexpugnables. Y aunque el *Manual de urbanidad y buenas costumbres* de Manuel Antonio Carreño, cumplía 100 años definiendo a la urbanidad como “la intención de integrarse positivamente en la vida ciudadana convertida en hechos”<sup>11</sup>, el periódico Novedades continuaba con la publicación semanal del *Manual Gráfico de la Urbanidad*.

Pero llegaron los años setentas, y con ellos más crecimiento demográfico. La población tanto nacional como capitalina se duplicó<sup>12</sup>, y las diferencias de consumo entre las clases se hacían mayores; sin embargo, aún con la incipiente libertad o “libertinaje”, como algunos lo llamaban, el matrimonio seguía firme como institución de reconocimiento social. Los matrimonios registrados al inicio de la década ascen-



dían a 358 mil, y las edades promedio oscilaban en: 23 años para ellos y 20 para ellas.

En esta década la liberación femenina tenía más fuerza que nunca, al igual que el florecimiento de la izquierda en cada vez más grupos sociales. México estaba viviendo un periodo de cambio acelerado en donde los roles y normas establecidas se cuestionaban a profundidad. En esta época el consumo de bienes se polarizaba cada vez más, ocasionando que la brecha socioeconómica y cultural se acentuara, repercutiendo en las formas concretas de consumo.

Mientras tanto las páginas de sociales no disminuyeron su extensión, y al contrario introducen a los sectores intelectuales y culturales en sus notas, aprovechando el lado chic del fenómeno de contracultura que México estaba viviendo. Ahora lo *in* consistía no sólo en tener una fotografía totalmente a color en la primera plana, sino aparecer junto a las notas de la exposición de un pintor, o del coctél de alguna presentación literaria.

Las crónicas trataban de ser más exactas y el nombre del sacerdote que oficiaba la misa tomó relevancia, sobretodo si a través de éste se recibía la bendición y felicitación directa del Vaticano. Lo curioso es que, al contrario de este fenómeno, la descripción de la Iglesia empezó a perder importancia, y se sustituyó por la mención de la cantidad de invitados y su posición social, resaltando a aquéllos que contaban con algún cargo político o directivo en alguna empresa extranjera.

México se convertía en un modelo urbano y moderno, y los “hijos de la clase media gestada en las tres últimas décadas [estaban] destinadas a culminar el tránsito y asumir las riendas del México industrial y cosmopolita...”<sup>13</sup>. En ese año, la línea dos del metro se inauguraba, el país era sede del mundial y por la ciudad los automóviles deportivos como el Falcon Maverick y la nueva línea de VW, eran admirados.

La juventud de la llamada *onda*, era más crítica, intensa ante las experiencias musicales y literarias, y abierta a un nuevo orden social; sin embargo, le abrió paso sin querer a un nuevo renglón industrial, ya que el mercantilismo tomó las mejores ofertas del *underground* y abarrotó con ellas los grandes almacenes con camisetas de *peace and love*, pósters gigantes y ropa mezclillera.

Por su parte, la mujer empezaba a tomar fuerza mundial, y con actos como la igualdad de derechos laborales en Estados Unidos, las mexicanas se preparaban para adaptarse a los nuevos tiempos, aunque sólo ciertos grupos lo disfrutaron de manera evidente. Por un lado, entre las clases más favorecidas, más jóvenes se preparaban y terminaban carreras universitarias, otras más se organizaban en grupos feministas, con los que a mitad de la década lograrían derogar viejas disposiciones discriminatorias que databan de 1928.

Para 1990 en términos nacionales, el número de matrimonios creció proporcionalmente a la población<sup>14</sup>, y la edad promedio del contrayente se mantuvo alrededor de los 23, mientras que la de ellas sólo logró pasar de los 20 a los 21 en dos décadas.

Sin embargo las crónicas de boda disminuyeron, y su publicación se empezó a limitar a los fines de semana, mientras que los eventos culturales y de moda siguieron acaparando las primeras planas de las secciones de sociales y en algunas ocasiones (El Sol de México) ya estaban fusionadas con la sección cultural.

Aunque pocas, las notas que se publicaban resaltaban por el lujo de detalles que proporcionaban, y el incremento de fotos en la sección. Los párrafos se extendían entre las frases hechas que se repetían en cada crónica, la descripción del vestido de novia, el número de invitados, la música del banquete que ahora se combina con música popular como la salsa. Sin embargo, un elemento nuevo en la revisión, es la mención del menú completo de la cena. La comida, en este momento se ha convertido en un distintivo de buen gusto e internacionalización, muy *ad hoc* con la globalización que el mundo empezaba a vivir. Situación que se refleja también en los viajes de boda, ya que los que se realizan dentro del país se vuelven casi inexistentes, siendo el estándar de las parejas un viaje, por lo menos, a Europa.

La modernidad de fin de siglo se veía por las calles de la capital, y se reflejaba en la publicidad de la prensa. La era tecnológica era una realidad, y las computadoras personales empezaron a comercializarse masivamente en decenas de anuncios que, por ejemplo, ofertaban lo nuevo de IBM con procesador 80/86 y pago a plazos. En este mismo sentido, las clases más favorecidas ya gozaban de los teléfonos celula-

res y de automóviles digitales con slogans como “Phantom, el automóvil que se maneja con cerebro”<sup>15</sup>.

Pero la popularización tecnológica también se hizo presente en las familias de clase media, que por una renta mensual, tenían la posibilidad de acceder a la televisión por cable, generando una norteamericanización en la vida cotidiana de la ciudad junto con el cine y la música. Además de ropa, aparatos electrónicos, cosméticos y “chucherías” provenientes de Estados Unidos, que se comercializaron en los puestos de tianguis.

También para este momento, el feminismo ya tenía influencia decisiva en la política, las organizaciones sociales, la académica y medios de difusión. La mujer estaba más incorporada a las actividades laborales y culturales de la sociedad, aunque muchas de ellas se veían más que convencidas, obligadas a trabajar ya sea por apoyo a la pareja, viudez o abandono familiar. Afortunadamente, la ley empezaba a generar reformas de protección familiar, que por ejemplo, le dio en ese año la equiparación de derechos conyugales a las concubinas en lo que se refiere a la sucesión legítima y alimentación. La noticia sonaba paranoica cuando El Sol de México la publicó con la frase “Si usted tuvo, tiene o piensa tener una concubina, cuidado”.<sup>16</sup>

En nuestro año, el 2002<sup>17</sup> la institución del matrimonio sigue vigente en la actualidad, y aunque no hubo un descenso significativo, tampoco hubo un crecimiento proporcional a la población. Situación que se explica, gracias a que la edad promedio para casarse, sí se ha visto alterada, sobretodo en los hombres, que ahora esperan hasta pasados los 26 años, mientras que las mujeres lo hacen a los 24 o más tarde.

Además, el rito matrimonial cada vez tiene más variantes de acuerdo al gusto y estilo de vida. Los hay quienes se casan por la Iglesia, pero en una ceremonia al aire libre y una cruz al frente, aquéllos que sólo se casan por el civil, y algunos más que ni siquiera se casan y prefieren vivir en unión libre.

Y como se veía venir desde hace 10 años, las páginas de sociales reflejan esta situación comprimiendo cada día más las notas dedicadas a este tipo de celebraciones. Parece como si hubiéramos regresado a donde empezamos en esta investigación, sólo que

con menos solemnidad. Las crónicas tratan de ser concisas, prácticas. Como también lo son las bodas de la actualidad.

En muchas notas no les interesa mencionar en qué salón se llevó a cabo el banquete, quiénes estuvieron en la boda o cómo era exactamente el vestido, ya que las fotos hablan por sí mismas, y los periódicos hacen más crónica fotográfica.

Ahora el anuncio de alguna boda, sale hasta con 2 semanas de atraso, y este espacio ya no está reservado a las parejas de familias acomodadas. Si paga su espacio, cualquiera lo puede hacer.

Todos estos efectos tienen una, o varias causas. Pero es importante darse cuenta que la mujer ocupa cada día más espacios que hace 100 años eran impensables: ejecutivas, profesionistas, madres solteras, políticas, directoras, etcétera. Todavía hay mucho camino por recorrer; sin embargo, el matrimonio en la actualidad no se ve como la única opción de futuro. Por el contrario, ahora la publicidad en los periódicos está enfocada al desarrollo profesional, tanto para hombres como para mujeres. Más de la mitad de estos espacios están dedicados a anuncios de diplomados, carreras universitarias y posgrados, y con frases como “el pasado te puede atrapar... no caduques... Actualízate. Tec de Monterrey”<sup>18</sup>, refuerzan el principal miedo de la actualidad: no encontrar un empleo y no tener los recursos para satisfacer otras necesidades como un automóvil, el enganche de un departamento, poder salir a un restaurante con buena comida tailandesa, tener una G4 de Mac o comprar el nuevo DVD multiregión.

La sociedad capitalina ha soñado de diferentes formas y en diferentes tiempos, pero siempre ha prevalecido la idea de ser mejor para ser y estar con alguien. ¿Qué es lo mejor? Eso se va definiendo según la época, pero lo cierto es que la idea de la pertenencia a un grupo y la necesidad de compartir la vida con una pareja son comportamientos naturales e intrínsecos del ser humano en general.

Sin embargo, hay cambios muy notorios después de tantos años, y malo sería si no. De desear un remedio para la calvicie, ahora se busca una buena universidad, y conforme ha pasado el tiempo los sueños de los mexicanos se vuelven más materiales, por el avance tecnológico y las exigencias de nuestra



actualidad, pero también se camina por un tramo que ofrece más oportunidades de decisión y movilidad que hace 50 años ni se hubieran imaginado. Sobretudo para la mujer que ahora cuenta con mayor reconocimiento profesional y humano, sin despojar al hombre del que le corresponde. Y eso hace que nuestro tiempo, nuestra década y nuestro año, contribuyan a la historia de a qué le tira cuando sueña el mexicano.

## Notas

<sup>1</sup> Artículo realizado con base en la Ponencia para el "IX Seminario de Actualización Profesional" de la AMAI. Estudio Hemerográfico, seguimiento dividido por épocas en los periódicos: Excélsior, El Universal, Novedades, El Heraldo de México, El Sol de México y Reforma. Agradecemos a las autoridades de la Hemeroteca de la UNAM por las facilidades prestadas. Se agradece a Eduardo de León y a Gabriela Montes de Oca su colaboración para la realización del presente artículo.

<sup>2</sup> Director del Área de Estudios Antropológicos DE LA RIVA INVESTIGACIÓN y Profesor-investigador UIA.

<sup>3</sup> Presidenta General, DE LA RIVA INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA, S.C.

<sup>4</sup> Jalisco contaba con 1,191,957; Nuevo León con 336,412 y Yucatán con 358, 221; todos datos del censo poblacional de ese año.

<sup>5</sup> Excélsior. N° 1167. 28 de mayo de 1920. Año IV Tomo II. P. 10.

<sup>6</sup> Excélsior. N° 1328. 4 de noviembre de 1920. Año IV Tomo V. P.3

<sup>7</sup> El Universal. N° 1421. 8 de septiembre de 1920. Año V Tomo XVI. P. 2

<sup>8</sup> Excélsior. N° 1149. 19 de mayo de 1920. Año IV Tomo II. P. 3.

<sup>9</sup> La población mexicana era de 25,791,017; Jalisco 1,746,777; Nuevo León 740,191 y Yucatán 516,899.

<sup>10</sup> Excélsior. N° 11990. 23 de junio de 1950. Año XXXIV Tomo III. P. 22.

<sup>11</sup> [www.universalia.usb.ve/articulos](http://www.universalia.usb.ve/articulos)

<sup>12</sup> Población mexicana: 48,225,238; Distrito Federal: 6,874,165; Jalisco: 3,296,586; Nuevo León: 1,694, 689 y Yucatán: 758,355.

<sup>13</sup> Aguilar Camín, H. y Meyer, L. (1997). *A la sombra de la Revolución Mexicana*. Editorial Cal y Arena, México, p. 241.

<sup>14</sup> Población mexicana: 81,249,645; Distrito Federal: 8,235,744; Jalisco: 5,302,689; Nuevo León: 3, 098, 736 y Yucatán: 1,362,940.

<sup>15</sup> Excélsior. N° 26 604. 22 de abril de 1990. Año LXXIV Tomo II. P. 4A.

<sup>16</sup> El Sol de México. N° 8976. 26 de septiembre de 1990. Año XXV. p. 10 D.

<sup>17</sup> Población mexicana: 97,483,412; Distrito Federal: 8,605,239; Jalisco: 6,322,002; Nuevo León: 3, 834, 141 y Yucatán: 1,658, 210. INEGI. Censo poblacional 2000.

<sup>18</sup> Reforma. N° 3064. 5 de mayo de 2002. Año 9. P.7A.

Comunicación  
a su Medida  
y Alcance

Recrear con intención, experiencia,  
vocación e  
imaginación

CONJUNCIÓN S.C.  
COMUNICACIÓN  
& DISEÑO