

CRISTINA SÁNCHEZ PARRA, *Novedad y tradición. Las tiendas por departamentos en la ciudad de México y su influencia en la cultura del consumo, 1891-1915*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 2022, 215 pp. ISBN 978-607-306-863-5

Este libro, sin duda, es una novedad como lo anuncia la primera palabra de su título. No me refiero a la experiencia de vivir los cambios en las prácticas de consumo en las tiendas por departamentos o departamentales que aparecieron en la última década del siglo XIX, sino hago referencia a la novedad historiográfica de una obra que abre caminos para seguir pensando varios problemas centrales de la historia social y urbana en las últimas décadas.

En cinco capítulos la autora analiza ámbitos diversos de la experiencia de las tiendas por departamentos en la ciudad de México desde la apertura de la primera de ellas en 1891 hasta los cambios y retos que tuvieron estos comercios con las conflagraciones de mediados de la década de 1910. Los cinco capítulos abordan temáticas relevantes para abordar el problema: la dimensión socioespacial de la experiencia urbana relacionada con el comercio de lujo, el mundo del trabajo en las tiendas y en los talleres de las mismas, la publicidad como motor del consumo, la moda y las representaciones sociales en el periodo de estudio, así como los altibajos vividos por este tipo de comercios por la primera Guerra Mundial y los acontecimientos de la revolución mexicana. Tiene una edición muy cuidada por parte del Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM. Además de un contenido novedoso, el libro incluye una serie de imágenes: planos, fotografías, avisos publicitarios, entre otras ilustraciones, que forman parte integral de la obra.

Más allá de reseñar su contenido, en adelante ubicaré esta obra en una historiografía social reciente que se ha preocupado por estudiar nuevos sujetos y la complejidad de las relaciones, desigualdades y jerarquías. Pareciera que la ciudad de México ha sido “sobrestudiada”, pero sin duda, investigaciones como la de Cristina Sánchez Parra abren nuevos caminos para pensar el estudio de otros sujetos sociales (vendedores de tiendas, costureras, compradores, trabajadores de

oficios varios en talleres), sus prácticas y experiencias, así como los procesos de construcción socioespacial. El libro muestra la diversidad de estos sujetos. Por una parte, observa a los dependientes, principalmente inmigrantes franceses, y por otra, a las mujeres y los hombres mexicanos dedicados a oficios artesanales (costureras, sastres, carpinteros, entre otros). También aparecen, aunque no de forma tan protagónica como los anteriores, empresarios, propietarios de estos negocios y aquellas personas dedicadas a innovar las formas de venta o a ofrecer las mercancías por medio de la publicidad. Al estudiar las interrelaciones de estos sujetos, la autora no sólo los observa como parte de una configuración relacionada con el consumo, sino como sujetos que interactúan en un mundo laboral relacionado con estas tiendas departamentales.

Conocer las prácticas sociales y de trabajo aporta a los estudios recientes que han ampliado el universo social de interés de la historia social: de los obreros industriales y los artesanos a otros sujetos que laboraban o sobrevivían con actividades diversas. Sin duda, el mundo de los vendedores de las tiendas, ese “ejército del buen gusto” como los denomina la autora, así como de quienes ejercían sus oficios en los talleres de estos grandes almacenes forma parte de la ampliación del estudio de los mundos del trabajo en plural en la historiografía latinoamericana.

Además de estudiar las condiciones laborales, los perfiles sociales de estos sujetos y las experiencias de resistencia (exploradas cuando se refiere a la huelga de las costureras del Palacio de Hierro en 1914 en contra de las difíciles condiciones laborales), también hay otros ámbitos que son de interés de Sánchez Parra. Es el caso de las jerarquías laborales y cómo aparecen procesos de especialización de las actividades laborales debido a las necesidades de un mercado creciente de artículos suntuosos o de moda, en este caso. Asimismo, es visible la inclusión de actividades productivas tradicionales como costureras u otros oficios artesanales a los que acudían los empresarios para atender la demanda de productos en estas tiendas. Si bien había mercancías importadas, también se requería del trabajo de mujeres y hombres para la elaboración o el ajuste de otros productos. El aporte de la autora en este campo se encuentra en el abordaje de estos problemas, tanto de las condiciones del trabajo y de las relaciones laborales como de la

especialización creciente que fue característica a partir del siglo XIX. Contribuye a la historia del trabajo al ampliar la pluralidad de sujetos considerados en la historia social reciente.

Por otra parte, la obra examina prácticas de distinción entre sectores sociales específicos. En este sentido, Sánchez Parra abreva de campos de investigación. Por un lado, es perceptible que inscribe su reflexión en los estudios sobre experiencias y subjetividades de los estudios recientes sobre clases medias, así como sobre la historia de la moda y de las representaciones del cuerpo con perspectiva de género.

En varios capítulos observa cómo cambiaron las prácticas y los hábitos de consumo y el uso de las formas de vestir de las élites y los sectores medios que podían comprar en las llamadas tiendas departamentales siguiendo parámetros del consumo europeo, en particular del francés. Analizar este tema requiere pensar en la circulación no sólo de mercancías, sino de ideas y de formas de distinción en las sociedades urbanas occidentales modernas. La moda es un campo de reflexión de la historia social para entender fenómenos transnacionales, así como las primeras manifestaciones de la influencia de los medios de comunicación (la prensa) y de las tecnologías para publicitarla (el cine, las luces callejeras de la publicidad, el fonógrafo). La novedad del título del libro está ahí justamente, en lo volátil del mundo moderno, así como en la construcción social de estereotipos urbanos relacionados con la moda.

El llamado “buen gusto”, según se demuestra en este libro, se constituye en un signo de distinción para las élites desde el siglo XIX, asumido paulatinamente, y con todas las reservas, por las clases medias. Con la diversificación de mercancías, con los cambios y actualizaciones frecuentes de las formas de vestir, principalmente, pero también con las modificaciones en otros tipos de consumos relacionados con el aprovisionamiento de muebles y con la decoración de las viviendas, habitaciones y otros espacios (por ejemplo, las oficinas de la creciente burocracia porfiriana). Corresponde a un conjunto de actividades que integran tanto la producción y venta como la promoción de la mercancía estandarizada, los nuevos productos y las transacciones de dinero o crédito y la publicidad.

Si bien el consumo privilegiado por Sánchez Parra tiene que ver con ropa y accesorios de vestir de mujeres que corresponden a la triada

elegancia, gracia y belleza, también toma en cuenta cómo se van constituyendo las representaciones masculinas. *Novedad y tradición* permite comprender cómo se constituyeron estas representaciones personales exteriores a partir de la moda en México. La novedad de lo moderno convive con ciertos elementos de la tradición y del nacionalismo, expresados por ejemplo en la incorporación de símbolos locales a estas tendencias que se expandían de manera acelerada en ámbitos internacionales respecto al uso de cierta indumentaria. Además, incorpora al análisis las reacciones críticas a estos tipos de consumos porque iban en contra de valores defendidos para las clases medias, tales como el ahorro, la moderación en los comportamientos o el vestuario, el recato, en fin, la moralidad que caracterizaba a la sociedad mexicana del porfiriato tardío y de la Revolución.

El libro forma parte de una historiografía que se ha preocupado por entender las diferencias y distinciones, así como la configuración de identidades sociales. Más allá del necesario estudio de los elementos estructurales de las actividades comerciales y de las condiciones materiales del trabajo —que habían sido característicos de las investigaciones sobre las clases sociales—, hay un interés por explorar otros ámbitos de las interrelaciones sociales construidas a partir del análisis de las prácticas y de las representaciones que constituyen elementos importantes para la construcción de las identidades de grupos sociales.

Por último, quisiera resaltar otro asunto que a mi modo de ver también constituye una contribución a la historiografía. Me refiero a cómo el espacio se construye a partir de las acciones y de las interrelaciones entre los sujetos que conviven, así como de las jerarquías y desigualdades. Sánchez Parra analiza las formas de construcción social del espacio a partir de la experiencia de estas tiendas desde fuera y dentro, tanto en las calles y las banquetas desde donde se observan estos palacios del consumo y sus vitrinas, hasta los pasillos de exhibición de los diversos departamentos de las tiendas. Sin duda, la elaboración de planos que muestran estos procesos no sólo sirve para la ubicación de lugares o como una ilustración más. Hay planos en donde se puede evidenciar la relación entre la ubicación de distintos tipos de comercio, las líneas de tranvía y el área urbana construida. Como la autora lo señala en la introducción, su interés por la construcción del espacio forma parte de los esfuerzos que se han hecho en las investigaciones sobre

la educación en la ciudad de María Eugenia Chaoul, los espacios de sociabilidad ética de Diego Pulido o el trabajo en las calles de quien escribe esta reseña.

Sin duda alguna, el libro de Cristina Sánchez Parra tiene gran valor al mostrarnos las aristas del consumo y abrirnos los ojos a la experiencia subjetiva de vivir una ciudad que iba cambiando desde finales del siglo XIX. Es una investigación documentada a partir de la revisión de una diversidad de fuentes provenientes de acervos nacionales y franceses. La revisión de estos últimos permite dar seguimiento a las vidas de los propietarios y los dependientes de origen francés que impulsaron la formación de estas tiendas.

De la mano de la autora recorreremos calles de la zona de comercio suntuario de la ciudad, pasillos de, al menos, 14 tiendas departamentales, así como los espacios de trabajo de los vendedores y de las costureras y los artesanos. Podemos comprender la pluralidad del mundo social y las distinciones crecientes entre las élites, las llamadas clases medias y los sectores populares. Además, tenemos la oportunidad de ver cómo la primera Guerra Mundial y la Revolución mexicana afectaron a los habitantes de la capital, a los trabajadores de estos almacenes y a los consumidores.

Mario Barbosa Cruz

*Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa*