DOI del capítulo: https://doi.org/10.24275/uama.9008.11631

Luis Alberto Alvarado Jaureguiberri
ORCID Id: 0000-0003-2401-7002

Capítulo 4. Primer cuarto del siglo XX y México post-revolucionario.

1919 año de cambios, año de estilos

Páginas 182-187

En:

Sánchez Ruiz, Gerardo G. … [et al.]. 1919, a un siglo en el arte, la historia y el diseño / editor responsable, Luis Carlos Herrera Gutiérrez de Velasco. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, División de Ciencias y Artes para el Diseño, 2022.

ISBN: 978-607-28-2574-1 (versión digital)
Es parte de: https://doi.org/10.24275/uama.352.11573

Universidad Autónoma Metropolitana
Casa abierta al tiempo Azcapotzalco

Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Azcapotzalco

https://www.azc.uam.mx/

CyAD Ciencias y Artes para el Diseño

División de Ciencias y Artes para el Diseño

https://www.cyad.online/

evaluación del diseño en el tiempo

Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo

https://evaluacion.azc.uam.mx

historia del diseño

Historia del Diseño
Área de investigación

https://hdl.handle.net/11191/5799

Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como Atribución-NoComercial-SinDerivadas
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

1919
Año de cambios, año de estilos.

LUIS ALBERTO ALVARADO JAUREGUIBERRI

UAM AZCAPOTZALCO | CYAD

Visto desde el diseño, la década del 20, está inserta en una constante búsqueda por definir un estilo. Se discutía si era importante inyectar arte a la industria, argumento que se había probado con éxito en el primer estilo internacional, el *Art Nouveau*, pero el paso de la guerra, las revoluciones, las crisis económicas, los nuevos materiales y tecnologías, el torbellino de vanguardias artísticas, definirían un camino inédito, el inicio de una nueva estética, la de la máquina, más simple y geométrica, que dominó el diseño y las artes durante las primeras décadas del siglo XX.

1919 es un año muy importante para la historia del diseño, es la entrada al mundo moderno, son los años del charleston, del jazz y de los estilos . Repasaremos estas vertientes, hablaremos de moda y entrenimiento, temas muchas veces asociados a la frivolidad, sólo para reflexionar, sobre lo importante y profundo que fue ese camino.

Así, el cine aparece como la expresión mediática que determina al siglo XX, y su triunfo inicial no ha sido superado siquiera por la televisión, la cual aun en sus mejores logros no hace sino apropiarse de ese lenguaje heredado. Y son las imágenes cinematográficas las que han contribuido extensa y poderosamente no sólo a extender y circular historias, hechos y acontecimientos, sino que también han influido en la formación de valores, modas y comportamientos a escala mundial. Por lo demás, a pesar de que su primer gran impacto pareciera circunscrito a la primera mitad del siglo XX, es innegable que su influjo persiste y persistirá al menos durante algunas centurias del nuevo milenio. Síntesis de la cosmovisión del siglo XX, el cine trasciende porque no se concibe en oposición a otros medios como la televisión, los videojuegos o el Internet, sino que al contrario, se amalgama con ellos produciendo interacciones que lo enriquecen.

Pero la otra vertiente de construcción de leyendas, estrellas, mitos de la pantalla, divos y divas corre asimismo aparejada con las nuevas estrategias de publicidad, engranaje principal (alma y destino) y soporte primordial del propio sistema. Posteriormente, encontramos en la radio, y luego en la televisión, actores y actrices comienzan a patrocinar y/o mejor dicho a patrocinarse. En su vertiente más glamorosa, la publicidad promociona productos de belleza, y para aumentar el consumo comienza a promoverse el concepto de "personalidad". Así ya no sólo se trata de que en la pantalla aparezcan sujetos frente al micrófono, sino de que estos productos sean utilizados por "imágenes públicas" con las cuales los consumidores puedan identificarse, ya mediante la fascinación o a partir de la afinidad.

La mercadotecnia, pues, comienza a dirigirse hacia el narcisismo e inclusive aparece el término "autoimagen", lo cual quiere decir que el consumidor no solo adquiere un determinado producto, sino que, más bien, compra con él su propio espectáculo, Asimismo, como se proyecta en el celuloide o sobre la pantalla chica, ahora el individuo común puede proyectar seguridad, optimismo, éxito y sobre todo, autoafirmación, todo lo cual introduce modificaciones en el lenguaje: el mundo del espectador se puebla de proporciones y expectativas *ad hoc*.

Ya mediante la producción en masa, la frivolidad, de pronto, se convierte en industria. Una industria alentada por el afán de la novedad que produce objetos útiles o inútiles para el deleite de los cinco sentidos: lo mismo vestidos y aromas, que ungüentos, sonidos y gastronomía sofisticada. Sin embargo, no todo en ella es frivolidad. Se puede reconocer en ella una creatividad

de fondo y una complejidad que se enlaza con la vida relacional, conceptual, individual y colectiva del sujeto.

Pese a ello, en repetidas ocasiones dentro de la historia de la moda se han "puesto de moda" cosas incómodas, extrañas, ajenas al concepto clásico de belleza, como si esta moda tratara así de expresar su poder extremo ante la docilidad de los individuos.

Los inicios del siglo veinte, están marcados por los ritmos, los nuevos bailes, el *glamour*, la fantasía, siempre de la mano del cine. En películas "soñadoras", como las de Fred Astaire y Ginger Rogers, reproducidas en cines de todas las ciudades del mundo, cuya arquitectura también tenía que ver con la ilusión. A su vez los actores publicitaban todo tipo de artículos a través de revistas del corazón.

Nuevos ritmos salen rápidamente a la luz, el swing, foxtrot, el charleston es rápidamente aceptado en Europa a través de la *vedette* americana Josephine Baker, sucede lo mismo con el tango promocionado por el actor Rudolph Valentino.

Las actrices de Hollywood encarnan las fantasias del espectador; las *femme fatal* expresión francesa que refiere a un tipo de mujer, que utiliza la sexualidad para obtener lo que quiere. Se la representa como insaciable, malvada, bella, exótica, erótica, seductora, sensual, destructora e independiente. En idioma español también se la conoce como vampiresa, aunque es una variación ya que el término viene del ingles *vamp*, relacionado con el vampirismo, que aparece y tienen mayor desarrollo con el cine. Una de las primeras *vamp* fue Theda Bara, actriz que protagonizó más de treinta películas, en la que personifica a una mujer que maneja el destino de los hombres a su antojo, los títulos de algunas de sus películas nos acercan a esta representación: *Carmen*(1915) *Cleopatra* (1917), *Madame Du Barry* (1917) *Salomé*(1918) *Madame mystery* (1926).

Moda, Estados Unidos década del 1920.

Con abundante *khol* en los párpados (cosmético muy antiguo usado en oriente medio, que se utilizaba para ensombrecer los ojos) la actriz conseguía dar ese aspecto enigmático que la caracterizaba, este personaje generó una enorme cantidad de seguidores y dejó paso a las *vamps* más actuales; como Mae West en *No soy un ángel*, Vivien Leigh, en *Lo que el viento se llevó*, Rita Haywoort en *Gilda*, también en *La dama de Shangai*, Greta Garbo, en *El demonio y la carne*, Anne Baxter, en *Eva al desnudo*, Marlene Dietrich, en *El ángel azu*l, Veronica Lake en *El cuervo*, Elizabeth Taylor en *Cleopatra*, Sharon Stone en *Instinto Básico*, Michelle Pfeiffer en *Batman returns*, Brigitte Bardot, en *Y dios creó a la mujer*, María Félix en *Doña Diabla* y otras.

En cuanto al término *camp* este tiene sus raíces en el idioma francés, se *camper*, que significa *posar de una manera exagerada*. Dicho término tiene que ver con la pose, la ironía, la exageración y

Joséphine Baker, actriz, bailarina, cantante, vedette. Estados Unidos, nacionalizada francesa,1906-1975.

Rudolph Valentino, actor, 1895-1926, nacido en Italia, nacionalizado estadounidense.

sobre todo el humor, no es casualidad que se asocia con las representaciones en el colectivo LGBT que son las siglas que designan colectivamente a lesbianas gay bisexuales y transexuales, ya que usualmente se satiriza la cuestión de género.

Susan Sontang ,en su ensayo, *Sobre lo camp* lo define como una sensibilidad teatral sobrecargada de gestualización , nos explica que la esencia del término es su amor por lo no natural por el artificio y la exageración. En el cine, el *camp* está representado por películas cómicas y con humor negro, que crearon un estilo propio, cabe mencionar los films de John Waters: *Pink flamingos* y Female Trouble. Otros clásicos del estilo lo constituyen *Victor/ Victoria*, de Blake Edwards de 1982, también *The Rocky Horror Picture Show* de Jim Sharman en el año 1975., el film francés *La Cage aux Folles*, de 1978, la australiana *The Adventures of Priscilla, Queen of the Desert*, de 1994. El director Pedro Almodóvar, en sus primeros films, *La ley del deseo*, *Laberinto de pasiones, Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón, Kïka*, hace uso del melodrama, la exageración, sus películas están protagonizadas por personajes poco convencionales, criticando a una sociedad conservadora como la española de los años 70, Almodóvar usa el principio del *camp* para defender la imperfección de sus primeras films al proclamar que "cuando una película tiene uno o dos defectos, es una película defectuosa, pero cuando tiene tantos, esos defectos constituyen un estilo".

La década de los 20´s, fué una importante etapa para la historia del diseño, la moda, el cine y la música. Estos temas, muchas veces asociamos a la frivolidad, constituyeron la entrada al mundo moderno.•

Bibliografía

Aanger Kenneth. (1986). *Hollywood Babilonia*, Madrid: Tusquets.

Bauza, Hugo F. (1983). *El mito del héroe, morfología y semántica de la figura heroica*, México: FCE.

Bourdieu, Pierre. (1999). *La identidad de la representación*, Madrid.

Brunetta, Gian Piero. (1999). *Historia mundial del cine*, Madrid: Akal.

Calabrese, Omar. (1994). *La era neobarroca*, Madrid: Cátedra.

Graves, Robert. (1998). *La diosa blanca*, Madrid: Alianza.

Lipovetsky, Gilles. (1990). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, Madrid: Anagrama,.

Monsiváis, Carlos. (1981). *Escenas de pudor y liviandad*, México: Grijalbo.

_____ (1999). *Rostros del cine mexicano*, México: Américo Arte Editores

Morín, Edgar. (1973). *Las estrellas de cine*. Buenos Aires: Editorial Universitaria.

Munari, Bruno. (1993) *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*, México: Gustavo Gili.

Paquet, Dominique. (1990). *La historia de la belleza*, Barcelona: Grupo Zeta.

Pérez Cortés, Francisco (2001). *Francisco, El diseño de la femineidad. Crónica de la mujer del siglo XX narrada desde su apariencia femenina*, México: UAM-Xochimilco.

Pérez Turrent, Tomás (Coord.) (1985) *La fábrica de sueños. Estudios Churubusco 1945-1985*. México: Instituto Mexicano de Cinematografía / Estudios Churubusco Azteca.

Puig, Manuel. (1982). *La traición de Rita Hayworth*, Barcelona: Seix Barral.

Riviere, Margarita. (1998). *Crónicas virtuales*, Madrid: Anagrama, 1998.

Romano, Néstor. (1999). *Desnudando divas,* Buenos Aires: Ziur.

Notas sobre "CAMP" (1964) Susan Sontang. ("Notes on 'Camp'") Originalmente publicado en la revista *Partisan Review*, Vol. 31, Núm. 4 (otoño 1964), p. 515-530.

Imágenes

Pág.182: *Moda, Estados Unidos década del 1920*.
https://recallaudiovision.com /

Pág 183: (Derecha) *Joséphine Baker, actriz,* bailarina, cantante, vedette. Estados Unidos, nacionalizada francesa,1906-1975. https://lasoga.org/josephine-baker-nuevo-mundo/

(Izquierda) *Rudolph Valentino, actor, 1895-1926*. https://elpais.com/elpais/2020/06/16/icon/1592298530_820317.html