

# Modernizándonos en casa. Productos modernos para el hogar y tecnificación del trabajo doméstico en Bogotá, 1940-1959

<https://doi.org/10.15446/achsc.v47n1.83149>

Modernizing the Household. Modern  
Products for the Home and Technification  
of Domestic Work in Bogotá, 1940-1959

*Modernizando-nos em casa. Produtos modernos para o lar  
e tecnificação do trabalho doméstico em Bogotá, 1940-1959*

**MARÍA ASTRID RÍOS DURÁN\***

Universidad Nacional Colombia

Bogotá, Colombia

\* mariosd@unal.edu.co

Artículo de investigación

Recepción: 20 de diciembre del 2018. Aprobación: 5 de abril del 2019.

Cómo citar este artículo

María Astrid Ríos Durán, “Modernizándonos en casa. Productos modernos para el hogar y trabajo doméstico en Bogotá, 1940-1959”, *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura* 47.1 (2020): 169-199.

[170]

**RESUMEN**

En este artículo trataremos el proceso de modernización del hogar bogotano a mediados del siglo xx, que se dio con la tecnificación del trabajo doméstico femenino tras la llegada de los productos modernos para la casa —como los electrodomésticos—, que buscaban la eficiencia y el confort en la ejecución de las tareas del hogar. Hablaremos sobre un estado incipiente de este proceso de modernización debido a las limitantes propias de las promesas de estos productos y a un uso relativo y primario de estos bienes. Lo anterior es válido si se tiene en cuenta que la llegada de dichos objetos tenía lugar en una ciudad y sociedad diferenciadas socialmente, y que se debatía entre el uso de energías tradicionales para la realización del trabajo doméstico —como la del carbón—, y la fuerza humana, representada en las amas de casa y las empleadas domésticas. Para la elaboración de este escrito se hizo uso de una diversidad de fuentes primarias y secundarias, especialmente del discurso publicitario de los productos modernos para el hogar, de artículos en publicaciones seriadas y de archivos de empresas públicas.

**Palabras clave:** Bogotá; cultura material; electrodoméstico; hogar; modernización; producto; siglo xx; tecnificación; trabajo doméstico.

**ABSTRACT**

The article addresses the process of modernization of households in Bogotá in the mid-twentieth century, which took place with the arrival of modern products for the home, such as electrical appliances, aimed at efficiency and comfort when carrying out household tasks, thus leading to the technification of female domestic work. We shall focus on the incipient stage of that modernization process, due to the limitations inherent to the promises of those products and to the relative and primary use of those goods. One must bear in mind that those products arrived to a socially differentiated city and society, which debated whether traditional energy sources, such as coal, and human labor, represented by housewives and maids, should continue to be used to carry out household tasks. Diverse primary and secondary sources were used for this study, especially the discourse used to advertise modern home products, articles in serial publications, and public company files.

[171]

**Keywords:** 20th century; Bogotá; domestic work; electrical appliances; household; material culture; modernization; product; technification.

**RESUMO**

Neste artigo, trataremos do processo de modernização do lar bogotano (Colômbia) a meados do século xx, que ocorreu com a tecnificação do trabalho doméstico feminino após a chegada dos produtos modernos para a casa — como os eletrodomésticos—, que buscavam a eficiência e o conforto na execução das tarefas do lar. Falaremos sobre um estado incipiente desse processo de modernização devido às limitações próprias das promessas desses produtos e a um uso relativo e primário desses bens. Isso é válido se for considerado que a chegada desses objetos acontecia em uma cidade e sociedade diferenciadas socialmente, e que se debatia entre o uso de energias tradicionais para realizar o trabalho doméstico —como a do carvão—, e a força humana, representada nas donas de casa e nas empregadas domésticas. Para elaborar este texto, utilizaram-se diversas fontes primárias e secundárias, especialmente do discurso publicitário dos produtos modernos para o lar, de artigos em publicações seriadas e de arquivos de empresas públicas.

**Palavras-chave:** Bogotá; cultura material; eletrodoméstico; lar; modernização; produto; século xx; tecnificação; trabalho doméstico.

Figura 1. Publicidad de General Electric a mediados del siglo xx.

[172]



Fuente: "A todas horas del día cuento con la ayuda de enseres General Electric", *Cromos* 1925 (1954): 48. Esta imagen permite observar el tipo de publicidad de productos modernos para el hogar a través de la cual se promovía su adquisición y uso.

### Presentación

El objetivo de este artículo es tratar algunas particularidades del proceso de modernización del hogar relacionado con la tecnificación del trabajo doméstico femenino mediante la difusión y uso de productos modernos para la casa. Este trabajo se elaboró a partir de un análisis más profundo, que

partió de observar un conjunto de publicidades de nuevos enseres para las tareas del hogar difundidas en Bogotá entre 1940 y 1959.<sup>1</sup> En este estudio se empezó a detectar el uso constante de máximas y palabras relacionadas con lo moderno, el confort, la eficiencia, la felicidad, la libertad, así como con la figura de la mujer. Por esta razón, y después de comprender la función de los objetos en cuestión, fue posible entender que se trataba de un proceso de modernización en un escenario doméstico y que estos productos lo simbolizaban en una relación directa con la ama de casa.

[173]

Este hecho se hizo más llamativo al descubrir que correspondía a un aspecto no estudiado en los trabajos sobre la modernización de la ciudad y de la casa en Bogotá. Al respecto, la tradición historiográfica se ha referido, por ejemplo, a la transformación urbanística, de transportes, de la vida urbana y de la vivienda en cuanto a nuevos sistemas constructivos y materiales, manejo de redes de servicios públicos y nuevas concepciones espaciales bajo los novedosos criterios de iluminación y ventilación.<sup>2</sup> La modernización del hogar de la cual trataremos en este escrito, aunque conectada con las otras desarrolladas en los estudios urbanos y de la vivienda, se distanciaba de estas al vincular a un sujeto diferente, la ama de casa; al estar relacionada con la cotidianidad del hogar y las tareas domésticas (cuidado de la ropa, preparación de los alimentos y el aseo de la casa); y debido al uso de una diversidad de productos para la realización de estas tareas, como fue el caso

1. Este artículo se deriva de una investigación más amplia, desarrollada especialmente durante la realización de mi doctorado. En este largo proceso, varios/as profesores/as y amigos/as me han alentado con sus invaluable comentarios. A ellos y ellas, y muy especialmente a Pablo Rodríguez, Gisela Cramer, Fabio Zambrano, Oscar Rodríguez, Nicolás Ballesteros Sánchez y Javier Quintero, expreso infinitas gracias.
2. Al respecto se puede ver: Juan Carlos Del Castillo Daza, *Bogotá. El tránsito a la ciudad moderna 1920-1950* (Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2003); Patricia Pecha Quimbay, “Programa de vivienda popular en Bogotá (1942-1959). El caso de la Caja de la Vivienda Popular”, tesis de maestría en Historia y Teoría del Arte (Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2011); María Margarita Roa, “La transformación del espacio doméstico y de los modos de vida en Bogotá, 1945-1959. Las casas de las firmas Herrera & Nieto Cano y Ricaurte, Carrizosa & Prieto”, tesis de doctorado en Historia y Teoría de la Arquitectura (Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2017); Adriana Suárez Mayorga, *La ciudad de los elegidos. Crecimiento urbano, jerarquización social y poder político. Bogotá: 1910-1950* (Bogotá: Editorial Guadalupe, 2006); Fabio Zambrano Pantoja, “De la Atenas suramericana a la Bogotá moderna. La construcción de la cultura ciudadana en Bogotá”, *Revista de Estudios Sociales* 11 (2002): 9-16.

de artículos de aseo, electrodomésticos y alimentos procesados de distintas marcas como Fab, General Electric, Westinghouse y Betty Crocker.

[174]

Algunos de estos productos no solo se promovieron publicitariamente, sino que alcanzaron a llegar hasta la capital colombiana. No obstante, su recepción y uso estuvieron alejados de lo prometido en los anuncios publicitarios, por lo cual la revolución del trabajo doméstico (su modernización) no se dio en los términos planteados por los publicistas. En primer lugar, debemos destacar que estos fueron bienes escasos y de difícil adquisición, de modo que su tenencia y posible uso quedó restringido al sector más acomodado de la sociedad. Aquí no hubo políticas sociales o gubernamentales que favorecieran su difusión en los otros sectores poblacionales y que pensarán en los aportes reales de estos productos al trabajo del cuidado de la casa.

Además, en experiencias como la de los electrodomésticos, cuyo funcionamiento requería de energía eléctrica, se observa cómo, pese a un ascenso en la difusión de este servicio en la ciudad, su uso era principalmente para fines de iluminación y no para la operación de las otras máquinas como neveras y lavadoras, o la transformación de las tareas vinculadas a ellas. Por lo anterior, si aceptáramos la contribución de estos productos a la realización del trabajo doméstico, podríamos plantear un aporte relativo y casi nulo, puesto que la adquisición y uso estuvieron sujetos a las posibilidades económicas de las personas y a las condiciones de los servicios de la ciudad, como el de la electricidad.

Asimismo, en la práctica estos bienes se encontraron con el peso de la tradición, gracias a la cual se mantuvo una preferencia por la realización manual del trabajo doméstico por las mujeres, amas de casa. Adicionalmente, en los hogares pudientes en donde pudieron tener mayor cabida estos enseres, este trabajo era ejecutado especialmente por las empleadas domésticas. Todo lo cual estaba en contravía de la anunciada sustitución del servicio doméstico y de la liberación femenina, como expondremos más adelante.

El análisis realizado es principalmente cualitativo y en buena parte llega a ser descriptivo. Esto como un recurso que nos ayuda a ilustrar la modernización de la cual queremos hablar, para diferenciarla de las otras, en especial por la inexistencia de otros trabajos que lo hayan realizado. Aunque es un ejercicio intertextual, la principal fuente de estudio fueron los productos modernos y muy especialmente el discurso publicitario en torno a estos.

Todas las fuentes empleadas correspondieron a voces mediadas. Y es allí donde radica la principal dificultad de esta investigación: en establecer el diálogo con sus principales actrices, las amas de casa y las empleadas domés-

ticas. Conocer más de ellas ha sido una labor casi imposible, porque no se ha podido encontrar registro escrito ni acceder a entrevistas con mujeres de esta época o sus descendientes. Algunas de las mujeres escritoras del periodo, como novelistas y feministas, no dan muchas luces al respecto, exceptuando algunas notas sobre las ventajas de las tecnologías en el hogar para ganar tiempo y poder destinarlo al estudio y a la participación en política.<sup>3</sup> Es de advertir, además, que la prensa feminista tiende a ser más tradicionalista que disruptiva, en lo que concierne al cuidado del hogar. De manera que por ahora seguimos intentando ver a la ama de casa y a sus ayudantes a través de uno de los medios que nos es más accesible, la publicidad de productos para la vivienda. La comprensión que podemos hacer desde este recurso corresponde, no obstante, a un ideal, a un imaginario, quizá la primera y en ocasiones la única manera que tuvieron algunos de relacionarse con esta transformación de la vida en el hogar.

[175]

Hasta el momento no ha sido posible determinar a quién interesó este cambio en el hogar o quién lo promovió, pues en principio no se encuentran acciones desde el gobierno. Parece ser, más bien, una rueda suelta del proceso en manos de los distribuidores. No obstante, poco o nada conocemos de ellos en Bogotá y de sus posibles vínculos con el gobierno.<sup>4</sup> Las usuarias, es decir, las amas de casa, son el punto final del proceso. No participaron en la configuración del mismo, solo llegaron a usar los productos y fueron las delegadas, por los otros, para la transformación del hogar en el sentido señalado.

Reconocer a la ama de casa en la representación femenina también fue fundamental porque ayudó, por un lado, a delimitar dentro del grupo de las mujeres a unas que tenían la responsabilidad del cuidado del hogar —y por consiguiente esta modernización—, y, por otro, a enmarcar el tipo de objetos relacionados con este cambio. Esta última aclaración es importante porque el conjunto de bienes modernos es mucho más amplio. Algunos de ellos, aunque están vinculados con otras actividades que se llevan a cabo intramuros, no necesariamente corresponden a la modernización del trabajo doméstico femenino, ni de la ama de casa. Este fue el caso de los enseres para el entretenimiento, como el radio y la televisión, y de los productos de aseo, embellecimiento y

3. Se pueden consultar las revistas femeninas *Agitación Femenina* y *Mireya*.

4. Al respecto, y para el caso de Cali, ver Jaime E. Londoño M., “La cámara de comercio de Cali: una institución en el marco de una economía regional, 1910-1948”, *Poder y ciudad en Cali. Hacia la construcción de un orden urbano. 1910-1950*, eds. Enrique Rodríguez Caporalli y Antonio José Echeverry Pérez (Cali: Icesi / Universidad del Valle, 2018) 95-140.

cuidado personal, como las prestobarbas, que buscaban la configuración del hombre moderno.<sup>5</sup> Esta investigación parte, entonces, del entendimiento de que los enseres para la transformación del trabajo doméstico fueron apenas una parte dentro del gran conjunto de productos modernos para el hogar.

[176]

Estos bienes constituyen una de nuestras grandes fuentes de estudio, sin embargo, es preciso hacer una advertencia a propósito del carácter de la fuente objetual. Se trata del hecho de que cada objeto, según su naturaleza, requiere procesos particulares de análisis, unas fuentes y metodologías propias. Por esta razón, en este estudio tomamos a los electrodomésticos como un referente dentro del conjunto de productos para comprender, desde la práctica, la modernización del hogar. Otros bienes, como los alimentos procesados o los artículos de aseo para la casa, requerirían de otros recursos para la comprensión de su incidencia en la realización del trabajo doméstico.

También es importante destacar que los artículos de los cuales hablaremos se caracterizan por su procedencia estadounidense. Es decir, la modernización aquí planteada es de carácter norteamericano, razón por la cual traeremos a colación datos de la experiencia estadounidense para ver sus cercanías y diferencias con la bogotana. Asimismo, estudiar los productos modernos para el hogar sugiere múltiples análisis, todos igual de interesantes —como aquellos enmarcados en los estudios de género, del trabajo doméstico y del consumo—, sin embargo, ninguno de ellos se abordará en esta ocasión. Nuestro principal interés es mostrar la existencia de un fenómeno que no se ha enseñado hasta el momento en nuestro medio y ayudar a caracterizarlo. Lo anterior no desmerita la validez, importancia o riqueza que puedan llegar a brindar estas otras perspectivas para la comprensión de la modernización en el hogar bogotano de mediados del siglo xx, ni invalida la realización de trabajos investigativos de ese orden en el futuro.

El análisis que aquí se presenta bien puede ser considerado el primero de esta naturaleza en nuestro medio. Solo dos obras hacen alguna alusión sobre el tema, la tesis de maestría en Historia del Arte y de la Arquitectura de Luz Mariela Gómez,<sup>6</sup> en la cual se destaca la llegada de los artículos para la configuración del hogar moderno y su vínculo con las amas de casa; y

---

5. Anahí Ballent, “La publicidad de los ámbitos de la vida privada. Representaciones de la modernización del hogar en la prensa de los años cuarenta y cincuenta en México”, *Alteridades* 6.11 (1996): 53-74.

6. Luz Mariela Gómez, *Tres ideas de lo moderno en la concepción del hogar*. Bogotá, años cincuenta (Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2008).

la tesis de pregrado en Diseño Gráfico de Antonio Sánchez,<sup>7</sup> quien a través de entrevistas con trabajadoras domésticas de las últimas décadas del siglo xx pone en evidencia la difícil relación entre estas mujeres y las máquinas para el hogar en términos de su uso. Sus entrevistadas, no obstante, no logran dar cuenta del fenómeno en su estado primigenio, puesto que lo tratan a partir de la década de 1970.

La experiencia latinoamericana sobre este tipo de estudios es un poco distinta a la bogotana. Allí encontramos algunos autores que dan cuenta de esta temática, como es el caso de los trabajos de Inés Pérez en Argentina, el de Anahí Ballent para ciudad de México, el de Vania Carvalho en Sao Paulo y el de Pedro Álvarez Caselli en Santiago de Chile.<sup>8</sup> Lo anterior no deja de ser interesante si tiene en cuenta que el tema ha sido ampliamente tratado en los Estados Unidos. En este país los estudios se pueden ubicar desde el momento mismo en que comenzó la revolución en la elaboración del trabajo doméstico tras la introducción de los nuevos productos para el hogar. Obras como *La mecanización toma el mando* y *Técnica y civilización* datan de esta época, y en algunos de sus apartados intentan describir lo que estaba aconteciendo en el interior de los hogares respecto a la realización del trabajo doméstico con la revolución tecnológica y la introducción de los nuevos productos.<sup>9</sup>

En Estados Unidos se gestó el trabajo de Betty Friedan,<sup>10</sup> el cual se sustentó en la experiencia de las mujeres que, como ella, fueron partícipes

[177]

7. Antonio Sánchez Gómez, “Las cosas tienen vida propia”, tesis de grado en Diseño Gráfico (Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2005).
8. Inés Pérez, “De sirvientas y eléctricos servidores. Imágenes del servicio doméstico en las estrategias de promoción del consumo de artículos para el hogar (Argentina, 1940-1960)”, *Revista de Estudios Sociales* 45 (2013): 42-53. Otras obras de esta autora son: “Comfort for the People and Liberation for the Housewife: Gender, Consumption and Refrigerators in Argentina (1930-1960)”, *Journal of Consumer Culture* 12.2 (2012): 156-174; “Un ‘sistema luminoso’ para el ama de casa. La racionalización del trabajo doméstico en Argentina, 1930-1960”, *Revista Páginas* 3.5 (2011): 119-137; y *El hogar tecnificado. Familias, género y vida cotidiana 1940-1970* (Buenos Aires: Biblos, 2012). Ver también Ballent, “La publicidad”; Vania Carneiro de Cavalho, *Genero e artefato. O sistema doméstico na perspectiva da cultura material-Sao Paulo, 1870-1920* (São Paulo: Universidad de São Paulo, 2008); Pedro Álvarez Caselli, *Mécanica doméstica. Publicidad, modernización de la mujer y tecnologías para el hogar, 1945-1970* (Santiago: Ediciones UC, 2011).
9. Sigfried Giedion, *La mecanización toma el mando* (Barcelona: Gustavo Gili, 1978); Lewis Mumford, *Técnica y civilización* (Madrid: Alianza, 2002).
10. Betty Friedan, *Feminine Mystique* (Nueva York: w. w. Norton & Company Inc., 1963).

[178]

de la nueva vida del hogar de las décadas de 1940 y 1950, tras la introducción de las nuevas tecnologías y la difusión del estilo de vida americano. Su obra fue de una trascendencia tal que se le consideró como marco de referencia al inicio de la tercera ola de los estudios feministas en ese país. Desde el campo de la historia, la academia estadounidense ha sido prolífica en artículos y libros que tratan o bordean la temática. Dentro de ese conjunto de trabajos son destacables los de Ruth Swartz —en especial *More Work for Mother*— y los de Victoria de Grazia.<sup>11</sup>

Este artículo busca entonces hablar de la modernización de la casa vinculada con la transformación en la realización del trabajo doméstico y el cuidado del hogar tras la difusión y llegada de los productos americanos para este fin. Inicialmente haremos una breve alusión a las modernizaciones estudiadas en la ciudad de Bogotá, para ayudar a comprender la que es objeto de este estudio.<sup>12</sup> Luego ilustraremos esta modernización, en particular a partir de lo relatado en la publicidad de los productos modernos y de sus promesas de confort y eficiencia en la realización del trabajo del hogar. Enseguida nos enfocaremos en los electrodomésticos, como un caso de referencia dentro de la muestra de productos modernos que nos permite demostrar el carácter relativo del proceso de modernización intramuros. Esto, a su vez, refleja las características de la experiencia modernizadora de la ciudad, es decir, en concordancia con las diferencias sociales y conectada con la tradición.

### Modernización en Bogotá a mediados del siglo xx

La modernización ha sido un proceso estudiado para la ciudad de Bogotá desde lo urbano y lo arquitectónico.<sup>13</sup> En las distintas investigaciones se han destacado las transformaciones de la ciudad, por ejemplo, en cuanto a sus

- 
11. Ruth Schwartz Cowan, *More Work for Mother. The Ironies of Household Technology from the Open Hearth to the Microwave* (Nueva York: Basic Books, 1983); Victoria de Grazia, *Irresistible Empire. America's Advance through Twentieth-Century Europe* (Cambridge: Harvard University Press, 2005).
  12. Nos referimos a varias modernizaciones porque los estudios dan a pensar en procesos independientes los unos de los otros. Sin embargo, es posible que se trate de un mismo proceso de carácter transversal y que esta sea una de sus características. Es decir, un fenómeno con afectación en todos los campos de la existencia humana, tanto en lo urbano como en lo doméstico.
  13. Las notas sobre este tema se inspiran en los ya citados: Zambrano, “De la Atenas”; Del Castillo, *Bogotá*; Suárez, *La ciudad*. Acerca de la modernización del hogar, los siguientes trabajos constituyen unos primeros referentes: Gómez, *Tres ideas*; Sánchez, “Las cosas”; y Roa, “La transformación”.

rutinas diarias, los movimientos, los tiempos, el crecimiento poblacional, los cambios en el transporte, los servicios públicos, las nuevas edificaciones con principios novedosos para la configuración espacial y el manejo de la iluminación y la ventilación.

La modernización de la ciudad fue un proceso de largo alcance que mostró un repunte significativo hacia mediados del siglo xx, cuando esta había crecido en todas las direcciones. Para entonces, Bogotá era una ciudad más poblada, más extensa, con nuevos sistemas de transporte —como el de los buses—; un mayor parque automotriz; otras distancias por recorrer y lugares para llegar; nuevas y amplias avenidas que daban paso a los nuevos vehículos; nuevas rutinas caracterizadas por la vida en los cafés, el teatro y el cine; con nuevos grupos poblacionales como la clase media, representada por empleados y trabajadores del sector terciario de la economía; con algunas industrias y empresas; con mayor extensión y cobertura en los servicios públicos, como los de acueducto, alcantarillado y luz eléctrica; nuevos sistemas de distribución y venta de bienes, como los supermercados y los almacenes de distribuidores de nuevos artículos para la vida doméstica que eran auxiliados por medios masivos de comunicación, como las revistas, en las cuales se encontraban novedosos recursos de difusión de productos como la publicidad. Podría decirse, entonces, que la capital era muy diferente a la de las primeras décadas del siglo xx, estaba en cambio constante, era más moderna, aun cuando algunos contemporáneos la seguían viendo como provinciana, especialmente al compararla con otras ciudades de América como Nueva York. Y puede sugerirse también que todos estos cambios fueron experimentados de formas distintas por los habitantes de la ciudad, en concordancia con los estilos de vida de los diferentes grupos sociales puesto que no todos tenían acceso a estas novedades y transformaciones urbanas, o por lo menos no de la misma manera.

En lo concerniente a la vivienda, también se observaban cambios en las construcciones de la ciudad.<sup>14</sup> Sobre el suelo capitalino, las nuevas edificaciones daban cuenta de transformaciones en la altura y las configuraciones espaciales, nuevos usos y manejos de la iluminación y ventilación, así como

[179]

14. La fuente que mejor permite verlo es la revista *Proa*. Aunque no hay un debate al respecto, al concentrarse en la arquitectura y los temas urbanos, presenta fotos de interiores, planos de viviendas y descripciones de estas que ayudan a ilustrar los cambios y diferencias en las construcciones de la ciudad. Es destacable al respecto el trabajo de Roa, “La transformación”. Con relación a la transformación del hogar, las primeras aproximaciones describen el cambio desde la forma.

[180]

de nuevos materiales y sistemas constructivos, utilizados en las llamadas casas modernas, viviendas higiénicas, edificios y apartamentos. En estas edificaciones era posible ver áreas diferenciadas para los servicios, las actividades sociales y la vida íntima. En algunas ya se destacaba la cocina moderna, inspirada en los puestos de trabajo industrial. Es decir, estaba desarrollada a partir de una superficie de apoyo con anaqueles organizadores en la parte inferior y superior, con las demarcaciones de las áreas para el lavado, la cocción y la conservación-refrigeración de los alimentos, y con los nuevos utensilios, como la nevera y la estufa, para auxiliar las tareas domésticas que allí acontecían.

Esto sucedía en las viviendas modernas de la élite, sin embargo, en las otras, como en las casas de empleados, se veía por lo menos la demarcación de un área pequeña para una cocina de inspiración moderna. Con ello se insinuaba un espacio para una estufa, la cual ya no correspondía a la de carbón, y otro para el lavado, solo que sin el menaje distintivo como las estufas eléctricas y neveras. Dentro de los sistemas constructivos y materiales se destacaba el uso del hormigón armado, el concreto y el vidrio. Este último bastante acorde para los nuevos tiempos y las búsquedas en cuanto a la iluminación.

Todos los aspectos mencionados se convirtieron, de algún modo, en los principios rectores de las nuevas construcciones. No obstante, se marcaron diferencias a través del tamaño de las edificaciones, el menaje, el consumo, el estilo de vida de sus residentes, la ubicación dentro de la ciudad y el acceso a los nuevos recursos, y pese a que se desarrollaron políticas de vivienda para la población vulnerable —como la de empleados y obreros—, estas políticas no consideraron lo referido al menaje, el consumo doméstico y la transformación de la vida en casa con el uso de los productos modernos. La modernización del hogar que ocupó al gobierno fue la relacionada con la higiene, entendida solo en términos de la edificación, mas no con la tecnificación del trabajo doméstico, excepto en lo referido a la iluminación, la obtención del agua y el manejo de aguas sucias.<sup>15</sup>

En general, los estudios en torno a la modernización de la ciudad y de la vivienda urbana han obviado el proceso al interior de la casa, aquel relacionado con el trabajo y cuidado del hogar realizado por las mujeres mediante la intervención de productos modernos y de tecnologías que contribuirían a la reducción del esfuerzo físico y a la optimización del tiempo (confort

---

15. Se pueden consultar: la revista *Proa*; Suárez, *La ciudad*; Pecha, “Programa de vivienda”.

y eficiencia), como fue el caso de los productos de origen estadounidense publicitados a mediados del siglo xx en el contexto bogotano.<sup>16</sup>

Esta modernización se conecta con —aunque también se distancia de— las otras modernizaciones estudiadas en torno a la ciudad y a la casa. Por su correspondencia con el trabajo doméstico, estuvo vinculada con una figura femenina, la ama de casa. Sin embargo, este cambio en el hogar también es urbano, porque tuvo lugar en la casa de ciudad, no en la rural. Además, tuvo que ver con la transformación de la ciudad: al ser un fenómeno urbano, estuvo vinculado con las redes de distribución de servicios de energía, con personajes como los distribuidores y situaciones propias de la ciudad como el consumo urbano, con los canales de distribución ciudadanos, como las tiendas, almacenes y la publicidad, siendo esta última quizá la primera y única manera que algunos tuvieron de conectarse con esta transformación doméstica, en especial si se tiene en cuenta que el consumo de artículos fue muy restringido a un grupo de la ciudad, el de la élite.

La mayoría de autores coinciden en comprender los cambios de la ciudad moderna según los planteamientos de Marshall Berman,<sup>17</sup> destacando especialmente su carácter “mundial” y su vínculo con la tradición y con la élite. Al respecto es interesante el análisis realizado por la historiadora Adriana Suárez,<sup>18</sup> quien tiene en cuenta los dos últimos aspectos para caracterizar la modernización de la ciudad, porque nos permite plantear una resonancia de estos planteamientos con la acontecida en casa. Este proceso de transformación del trabajo doméstico también se vinculó inicialmente con el sector pudiente de la sociedad y con la tradición. Aquí no se promovió el consumo

[181]

16. En la publicidad de los productos modernos para el hogar se encuentran otras premisas como el orden, la felicidad, el bienestar, la salud y la higiene. Incluso es posible hallar la interrelación entre todos ellos. Por ejemplo, la organización de las cosas ahorra tiempo en la ubicación de estas. No obstante, en este escrito solo nos concentraremos en el confort y la eficiencia.

17. De acuerdo con Marshall Berman, la modernización es un periodo ubicado principalmente a comienzos del siglo xx, pero correspondiente a un momento “culminante” de un periodo iniciado desde el siglo xvi, cuando se comenzó a experimentar la vida moderna. Es un concepto que empezó a emerger desde el siglo xviii, junto con el del modernismo, con la aparición del público moderno, tras el inicio de la “gran ola revolucionaria” marcada por la Revolución Francesa. Marshall Berman, *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad* (Madrid: Siglo XXI, 1988) 1-20.

18. Suárez, *La ciudad*.

de estos productos en todos los sectores sociales,<sup>19</sup> ya que no hubo una política gubernamental que la promoviera en los otros grupos poblacionales. Además, se interrelacionó con la tradición por la preferencia o permanencia de la realización manual del trabajo doméstico y por parte de las mujeres.

### **La comercialización de las promesas del confort, la eficiencia y la liberación de la ama de casa**

[182]

De acuerdo con la publicidad estudiada, el conjunto de los productos modernos es amplio y diverso. En la publicidad de estos artículos encontramos cláusulas adjetivadas<sup>20</sup> y palabras clave relacionadas con su contribución a la iluminación, al baño, al cuidado de la ropa, al aseo y a la alimentación en el hogar. Entre estos productos ubicamos algunos que sugerían “cumplir” con las promesas modernas mediante los materiales con que estaban hechos (así sucedió con el vidrio); otros, como los artículos de aseo, lo hacían aludiendo a sus componentes químicos; unos más, como los alimentos procesados, aportaban a este propósito porque involucraban procesos previos para agilizar la tarea a realizar en el hogar; y otros, como los electrodomésticos, se distinguían por el automatismo mediante el uso de energía externa.<sup>21</sup>

- 
19. Esta observación es llamativa porque contrasta con otras experiencias latinoamericanas, como la de Argentina, en donde el cambio y las características de vida de la clase media también promovían el consumo de bienes para el hogar. Ver, por ejemplo, Natalia Milanesio, “¿Cómo un basurero va a estar a nuestra altura? Las ansiedades de las clases media y alta frente al trabajador consumidor”, *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo* (Buenos Aires: Siglo XXI, 2014) 119-157.
  20. Este concepto se toma del artículo de María Victoria Romero Gualda, “Adjetivación sintáctica en textos publicitarios”, *Español Actual* 86 (2006): 139-151. Aceptamos el concepto de cláusula de acuerdo con su definición: “Conjunto de palabras que, formando sentido completo, encierran en una sola oración o varias íntimamente relacionadas entre sí”, tal y como acontece con las frases y palabras claves que encontramos en la publicidad de artículos para el hogar estudiadas. Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*. Disponible en: <https://www.rae.es>.
  21. Los siguientes párrafos se sustentan en un análisis de las palabras clave y cláusulas adjetivadas de publicidad de la revista *Cromos* de las décadas de 1940 y 1950. En este estudio se analizaron alrededor de 200 imágenes publicitarias de productos modernos para la casa. Sin embargo, para una mayor facilidad de lectura, solo se citarán excepcionalmente algunas de estas publicidades. Tomado de María Astrid Ríos Durán, “El Bello Sexo y el consumo doméstico en la modernización del hogar.

En el primer grupo hallamos algunos enseres publicitados de las marcas Pyrex y Glasbake, los cuales hacían referencia a su carácter moderno a través de cláusulas adjetivadas como “es liso y transparente y por lo tanto más fácil de limpiar”, “nunca se mancha” (por lo tanto, se ahorra tiempo de limpieza), y “ahorran tiempo [de cocción] porque absorben más calor”.<sup>22</sup> Dentro de los productos de la limpieza cuyos componentes permitían la acción rápida y eficaz en el aseo de la casa, encontramos desinfectantes, jabones, detergentes, lejías y enceradores como jabón Fab, detergente La Joya, Brasso limpia metales y la American Indian Head, de la cual se decía que era

[183]

útil para fregar pisos de madera sin pintura, pavimentos de cemento y pisos de mosaico, estantes, anaqueles y aparadores; para fregar lavabos, bañaderas y sumideros; para lavar ventanas y espejos; para el refrigerador, para lavar los platos antes de agregar el jabón, para las cazuelas y sartenes de la cocina, excepto los utensilios de aluminio que nunca deben ser lavados con lejía.<sup>23</sup>

También estaba el muy publicitado Bon Ami, en cuyos anuncios encontramos cláusulas como: “la limpieza de cuchillos y cubiertos niquelados es un juego de niños, usando Bon Ami. El pulimentar la batería de cocina es una de las centenares de tareas caseras que el Bon Ami ayuda a efectuar mejor y más fácilmente”.<sup>24</sup>

Los alimentos procesados sugerían la rapidez y facilidad en la alimentación doméstica porque requerían menos tiempo y procesos en la preparación. Entre ellos se encontraban, por ejemplo, los productos Hormel y Spam; las Sopas Betty Crocker; la leche en polvo Klim y Nestle (nuevos sustitutos de la leche líquida); Corn Flakes de Kellogs; Quaker Oats (que “se cocía en dos minutos y medio”); crema de trigo Cream of Wheat, un producto condensado que, tras su rápida preparación, alcanzaba para varias personas; y café Nescafé, entre muchos otros.

---

Mujeres, casa y productos en Bogotá, 1940-1959”, tesis de doctorado en Historia (Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2018).

22. Ríos Durán, “El Bello Sexo”.

23. Ríos Durán, “El Bello Sexo”.

24. Ríos Durán, “El Bello Sexo”.

[184]

En el grupo de los electrodomésticos,<sup>25</sup> —también denominados “sirvientes eléctricos” o “esclavos mudos”—,<sup>26</sup> que prometían contribuir a la mujer en la realización del trabajo doméstico, haciendo uso del automatismo mediante la inclusión de la nueva fuente de energía, la electricidad, hallamos una diversidad de enseres: lámparas, calentadores, lavadoras, estufas, refrigeradores, planchas, cafeteras, tostadoras y aspiradoras, entre otros. Por ejemplo, la lámpara eléctrica “sustituyó la ardua tarea de la iluminación con velas así como la limpieza de los residuos de estas”;<sup>27</sup> el calentador de agua permitía “obtener agua caliente con solo abrir una llave, a cualquier hora del día o de la noche, con él no había fuego que encender, ni humo desagradable”;<sup>28</sup> la lavadora, “lavaba más ropa en menos tiempo”, como la lavadora automática de nueve libras de la General Electric y la Apex de 1956, “más rápida que cualquiera otra” pues lavaba en 27 minutos.<sup>29</sup>

La estufa, el refrigerador y el lavaplatos contribuían a la eficiencia en la cocina. Con la estufa eléctrica había que invertir menos tiempo en limpiar ollas y paredes pues no se generaba humo, hollín o tizne. El cocinado era más rápido por el fuego constante, el cual, junto con el control de temperatura, contribuían a la minimización del tiempo de vigilancia durante la cocción de las comidas. El refrigerador, uno de los enseres más icónicos de este espacio, daba la posibilidad de conservar por más tiempo los alimentos y con ello reducir las idas y venidas al mercado. Por ejemplo, en el refrigerador de la Westinghouse, de acuerdo con “los promedios tomados de los resultados obtenidos en más de 110 hogares de distintos países, la carne se podía conservar fresca por 5 días, el tocino por 21 días, el pescado por 2 días y el queso por 30 días”.<sup>30</sup> En ese sentido, los refrigeradores más grandes eran óptimos por la posibilidad de guardar más alimentos. Así era el Admiral

---

25. Junto a los electrodomésticos estaban los gasodomésticos. Aunque se señalaban diferencias de estos frente a los electrodomésticos y a los carbodomésticos, como el bajo costo, la no generación de ruido, hollín, humo y la no dependencia del servicio constante de energía eléctrica, también se les promocionaba como enseres modernos y se les atribuían beneficios similares a los de los electrodomésticos, por ejemplo, la contribución a la limpieza, la comodidad y la economía.

26. Ver, por ejemplo, “Publicidad de la General Electric”, *Semana* 202 (1950), en la cual se hace referencia a los sirvientes eléctricos.

27. Ríos Durán, “El Bello Sexo”.

28. Ríos Durán, “El Bello Sexo”.

29. Ríos Durán, “El Bello Sexo”.

30. “Publicidad de un refrigerador de la Westinghouse”, *Letras y Encajes* 167 (1940).

de 1946, cuyo diseño, además, “no generaba espacios perdidos porque tenía entrepaños científicamente espaciados”.<sup>31</sup>

En el caso de la cafetera y la plancha eléctrica, gracias al automatismo, “solo” se debían realizar algunas operaciones y dejar a las máquinas trabajar para la culminación de tareas. Con la cafetera, “bastaba con poner la cantidad necesaria de café en el depósito de arriba y de agua en el de abajo, apretar un botón, para que todo lo demás se realizara automáticamente [...] el regulador automático mantendría el café caliente hasta el momento de servicio”.<sup>32</sup> Con la plancha, como la de General Electric, “bastaba colocar el regulador en el punto correspondiente a la clase de tela que se deseaba planchar, para que la temperatura debida se mantuviera constante y automáticamente”.<sup>33</sup> Ya no había necesidad de calentarla en la estufa ni de cuidarse del tizne para no manchar la ropa.

Por último, otros electrodomésticos, como la batidora portátil, la aspiradora, la brilladora de pisos y el lavaplatos, según la publicidad, lograban integrar varias tareas y con ello hacer óptimo y confortable el trabajo en el hogar. La batidora portátil General Electric mezclaba, amasaba, batía y extraía jugos; la aspiradora eléctrica de esta misma compañía barría, sacudía, aspiraba, limpiaba, lustraba, purificaba, fumigaba y cepillaba; la pulidora de piso de esta marca, lavaba, limpiaba, estregaba, lijaba, enceraba y brillaba; mientras que el lavaplatos Hotpoint lavaba, enjuagaba y secaba los platos higiénica y automáticamente.<sup>34</sup>

Como hemos observado, la característica fundamental de los electrodomésticos era el uso de una energía externa, en este caso, la electricidad, la cual podría considerarse la energía del momento, la energía de la modernización del trabajo doméstico. Esta fue la fuente energética que siguió a la carbonífera y que, según Lewis Mumford, dio comienzo a una nueva era tecnológica, la neotécnica.<sup>35</sup> Aunque tenemos noticias de esta energía desde la época griega,<sup>36</sup> su desarrollo y difusión se dieron especialmente en los siglos XIX y XX, por

[185]

31. Viñeta “Para el ama de casa”, *Cromos* 1735 (1950): 20.

32. Ríos Durán, “El Bello Sexo”.

33. Ríos Durán, “El Bello Sexo”.

34. Ríos Durán, “El Bello Sexo”.

35. Mumford, *Técnica y civilización* 233.

36. Mumford afirma que la magnetita y las propiedades del ámbar cuando se frota eran ambas conocidas por los griegos, pero el primer tratado moderno sobre electricidad se remonta al doctor John Gilbert, con su libro *De Magnete, Magneticisque Corporibus, et de Magno Magnete Tellure* de 1600. Mumford, *Técnica y civilización* 241.

lo cual podemos interconectarla o constituirla como una característica de la vida moderna. A diferencia del carbón, la energía a la cual sustituyó, la energía eléctrica era más fácil de transportar y de convertir por el uso del motor, pieza, por demás, fundamental en el caso de los electrodomésticos.<sup>37</sup>

[186]

En el contexto estadounidense, la acogida de la electricidad fue total y caracterizó el gran cambio en la vida doméstica a través del uso de los electrodomésticos después de la Segunda Guerra Mundial. De hecho, ya hacia 1941, cuando la depresión estaba cerrando y se abría paso la economía de producción de la guerra, se puede observar un uso significativo de estos enseres. Ruth Schwartz advierte cómo para esta fecha alrededor de la mitad de las familias tenían refrigeradores y lavadoras, y dos de cada tres hogares ya cocinaban con electricidad y gas.<sup>38</sup>

En el interior del hogar norteamericano estos cambios se vincularon con la eliminación —o tendencia a la sustitución— del servicio doméstico y la delegación de la responsabilidad de este trabajo a la señora madre, ama de casa. Así se puede percibir en la publicidad de estos productos. En esta se observa un vínculo directo de estos enseres con la ama de casa. Es a ella a quien le prometen la liberación del tiempo y el confort en la realización de las tareas del hogar. Advierten, además, que estas máquinas la auxiliarán en lugar del servicio doméstico, el cual estaba desapareciendo. En el hogar moderno de clase media norteamericano, la mujer, ama de casa, realizaría su labor de una manera cómoda, más rápida, sin más ayuda que la de los productos modernos y los electrodomésticos, quienes hacían las veces de sirvientes y esclavos, con la ventaja (señalada por los medios publicitarios) de que no eran parlantes.

El posicionamiento político, económico y cultural de los Estados Unidos a nivel mundial durante el siglo xx, especialmente después de la Segunda Guerra Mundial, y la actitud estadounidense de considerar su cultura material doméstica como extensible al resto del mundo,<sup>39</sup> ayuda a explicar el arribo de estos artículos a la ciudad de Bogotá, y de los medios, como la publicidad, con los cuales se promovió su distribución. De lo anterior, se podría deducir que estos productos modernos promovían la modernización

---

37. Mumford, *Técnica y civilización* 244.

38. Schwartz, *More Work for Mother* 195-196.

39. Emily S. Rosenberg, *Spreading the American Dream. American Economic and Cultural Expansion, 1890-1945* (Nueva York: Hill and Wang, 1982); Pasquale Villani, *La edad contemporánea, 1914-1945* (Barcelona: Ariel, 1997) 11.

del hogar estadounidense y traían consigo la carga cultural del país de origen. Sin embargo, intentaremos ver algunas particularidades de su llegada a Bogotá, una ciudad que a mediados del siglo xx contaba con características sociales y urbanas distintas a las del contexto de origen de estos enseres.

### **El caso de los electrodomésticos: entre lo publicitado y lo vivenciado**

[187]

Es importante destacar las particularidades de la modernización del hogar mediante la tecnificación del trabajo doméstico femenino, de su vínculo con los electrodomésticos, con la electricidad y con la experiencia norteamericana, porque esto nos permite reconocer algunas características de este proceso y observar cómo algunas quedan descontextualizadas en la experiencia bogotana de mediados del siglo xx. El cumplimiento de las promesas publicitarias modernas de los enseres estadounidenses para el hogar fue relativo en el caso bogotano, en especial si se tienen en cuenta aspectos como la electrificación parcial, el uso relativo de la energía eléctrica en la ciudad, el consumo diferenciado de productos según las condiciones socioeconómicas de las personas y el peso de la tradición en la realización del trabajo doméstico. Gracias a esta última, el uso de la energía tradicional, la carbonífera, junto con los enseres de carbón, y muy especialmente, el uso de la fuerza motriz humana, como la desarrollada por la ama de casa y el servicio doméstico, seguían teniendo cabida.

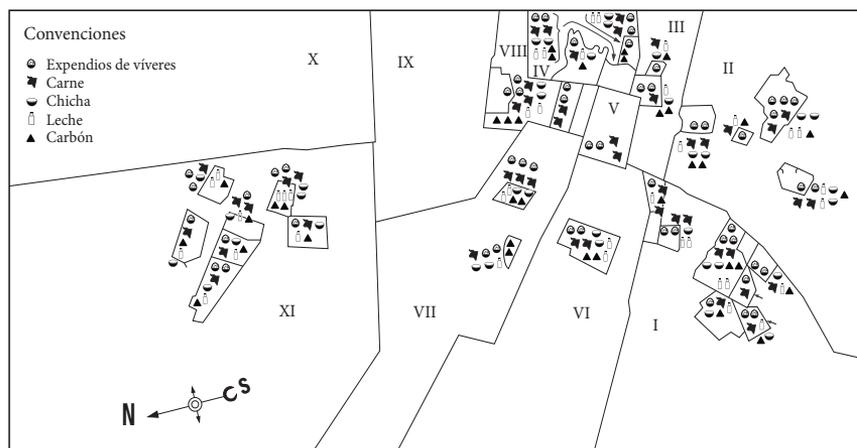
A mediados del siglo xx los hogares de Bogotá eran duales o “carbo-electrificados”: esto es, conforme se habría pasado la electrificación del hogar, se mantenía el uso del carbón. Si bien la capital contaba con una red de distribución eléctrica que cubría el 80 % de las edificaciones de la ciudad,<sup>40</sup> las tradicionales carboneras aún se encontraban en todo el suelo capitalino y en algunos hogares era común el uso del carbón para la cocción de los alimentos y el planchado de la ropa. De hecho, frente a la difusión de la electrificación, había en el país, y por ende en Bogotá, un debate abierto acerca de la posibilidad de mantener, e incluso incrementar, la explotación y uso del carbón para este tipo de tareas domésticas.<sup>41</sup>

40. Contraloría General de la República, “La electrificación del país en 1938”, *Primer Censo Nacional de Edificios* (Bogotá: Imprenta Nacional, 1939).

41. Carlos Gómez Martínez, “La industria del carbón en Colombia. Ensayo sobre un proyecto de ley”, *Anales de Ingeniería* (1940) 8-22.

**Figura 2. “Expendios en donde se investigan actualmente los precios”.**

[188]



Fuente: Francisco de Abrisqueta, *Análisis sobre la recolección de precio para el cálculo de los índices del costo de la vida obrera en Bogotá* (Bogotá: Contraloría General de la República, 1944). Obsérvese algunas carboneras representadas en triángulos. Redibujado en computador por Linda Catherine Cortés Sánchez (2019).

Con relación a la electricidad doméstica, se advierte en primera instancia un servicio irregular, inestable y de poca potencia, destinado principalmente a la iluminación.<sup>42</sup> El uso de la electricidad con este fin se hizo de manera diferenciada según los sectores de la ciudad y las capacidades socioeconómicas de los residentes. Aunque había mayor cobertura eléctrica en la ciudad, no todas las viviendas estaban electrificadas, es decir, no todas estaban iluminadas ni se iluminaban por igual. La Empresa de Energía de Bogotá, por ejemplo, no llevaba la electricidad a las construcciones ilegales<sup>43</sup> y las casas contaban con un número diferenciado de focos según la ubicación y las condiciones socioeconómicas del sector y de sus residentes. Algunas, las más sencillas y humildes, contaban con uno o dos focos, mientras que en las viviendas de los “elegidos” se podían contabilizar diez o más focos, e incluso podían usarse lámparas “multifocales”.<sup>44</sup> Si bien los hogares empezaron a sustituir la ilumi-

42. “Fiat Lux”, *Semana* 106 (1948): 9.

43. “Carta”, oct. 11, 1941. Archivo de Bogotá (AB), Bogotá, Empresa de Energía de Bogotá, Fondo Letters, t. 6043409, f. 674.

44. Sobre la diversidad en el número de focos se puede ver “Capital: Producción luminosa: Reseña histórica por el 50 aniversario de la Empresa de Energía de Bogotá”, *Semana* 198 (1950): 9.

nación con gas y velas y a evitar tareas como la limpieza de los residuos que estos métodos dejaban, como se anunciaba en la publicidad, ello representaba solo una parte de la tecnificación del trabajo doméstico femenino dentro del amplio conjunto de actividades realizadas por las mujeres dentro del hogar.

Con relación a los otros electrodomésticos, su tenencia y uso ha sido más difícil de cuantificar y observar. Por lo que refieren algunas encuestas de calidad de vida y por lo que podemos ver a través de las cartas de la Empresa de Energía en sus comunicaciones con clientes y constructoras de la ciudad, así como por los planos de las viviendas modernas, se puede inferir un mayor uso y tenencia de calentadores, estufas y neveras.<sup>45</sup> No obstante, también se observa un uso relativo de estos bienes y que su tenencia dependía directamente de las posibilidades económicas de los poseedores. Lo anterior porque, a diferencia de lo acontecido con la iluminación, no hubo políticas de gobierno que subsidiasen o facilitaran el consumo de bienes de esta naturaleza para la población en general, con lo cual su adquisición dependió exclusivamente de las posibilidades económicas de las familias, auxiliadas en algunos casos por nuevos sistemas de compra, como el crédito. Es decir, la adquisición quedó reservada especialmente para las familias de la clase media trabajadora (media y alta) y de la élite capitalina, el sector más reducido de la ciudad, pues solo representaba el 20 % de la población.<sup>46</sup> En ese sentido, los productos modernos para el hogar y, entre estos, los electrodomésticos, se constituyeron en bienes exclusivos de un sector poblacional de la ciudad en el cual encontramos otro fenómeno significativo que afectó el uso relativo de estos bienes: el relacionado con la permanencia del servicio doméstico, especialmente de la empleada doméstica.

Pese a que empezaba a contar con la posibilidad de ser realizado mediante el uso de tecnologías modernas, el trabajo doméstico en Bogotá a mediados del siglo xx continuaba haciéndose de manera manual o híbridamente entre lo

[189]

- 
45. “Editorial sobre la encuesta para constituir la personalidad colectiva del lector de *Semana*”, *Semana* 100 (1948); Ríos Durán, “El Bello Sexo”. La “Publicidad SIAM con la cocina de la Casa de Don Vicente Parra”, *Proa* 61 (1952), ofrece un ejemplo de cocina moderna al estilo norteamericano en una vivienda de la élite capitalina. El radio es uno de los aparatos que se citan frecuentemente, no obstante, se ha obviado su análisis porque su uso está más vinculado con la tecnificación del entretenimiento doméstico, una actividad que no es propia del trabajo doméstico femenino.
46. Sobre las diferencias sociales y económicas de la ciudad, ver Francisco de Abrisqueta, *Análisis sobre la recolección de precio para el cálculo de los índices del costo de la vida obrera en Bogotá* (Bogotá: Contraloría General de la República, 1944); y Contraloría General de la República, *Primer Censo Nacional de Edificios*.

[190]

manual y lo tecnificado, pero con una clara preferencia por la primera forma. Las empleadas domésticas representaban una fuerza laboral activa dentro de la ciudad: de acuerdo con el censo de 1938, alrededor del 4,0 % (25.525) de las mujeres activas laboralmente se desempeñaban como sirvientas.<sup>47</sup> La tenencia de este servicio doméstico era de una importancia tal que las señoras de la clase media manifestaban su preocupación por conseguir una buena empleada doméstica,<sup>48</sup> cuyo pago constituía un infaltable en la relación de gastos de las familias de este tipo.<sup>49</sup> Además, las viviendas de las personas pudientes conservaron en su interior el cuarto de la empleada, próximo a las zonas de servicio de la casa como la cocina y el espacio para el lavado de la ropa.<sup>50</sup>

En ese sentido, si bien asistimos a la llegada de la publicidad y de los productos modernos para el hogar, y con ello al “inicio” del proceso de modernización del hogar mediante la tecnificación del trabajo doméstico, nos encontramos también con un proceso en estado incipiente y relativo, vinculado a las condiciones socioeconómicas de las familias y en convivencia con la tradición, en especial por el uso del carbón, los carbodomésticos y la fuerza motriz humana para la ejecución de este tipo de trabajo, ejercida por la señora de la casa (denominación bastante significativa porque puede corresponderse con la de ama de casa, de origen norteamericano)<sup>51</sup> y por el

- 
47. Contraloría General de la República, *Censo General de Población*, t. VII (Bogotá: Imprenta Nacional, 1941) 244. La cifra anotada es bastante significativa si recordamos que esta población se concentraba especialmente en las familias de clase media y alta de la ciudad, las cuales eran la excepción, más que la regla, dentro del conjunto de familias de Bogotá. Además, este porcentaje llama la atención porque es diferente al de las mujeres de oficios domésticos, las cuales fueron censadas dentro de la población inactiva laboralmente, quienes a su vez representaron alrededor del 51 % (64.718) de las mujeres inactivas laboralmente y que podían ubicarse dentro de los distintos grupos sociales de la ciudad. También es importante anotar que en el censo esta población fue denominada de la manera que aquí hemos referenciado, es decir, como sirvientas, dentro de la población activa laboralmente y como mujeres de oficios domésticos en el campo de la población inactiva.
48. Al respecto es bastante ilustrativa la novela de José Antonio Osorio Lizarazo, *El día del odio* (Bogotá: Aguilar, 2008).
49. Abel Ricardo López, “We Have Everything and We Have Nothing: Empleados and Middle-class Identities in Bogotá, Colombia: 1930-1955”, tesis de maestría en Historia (Blacksburg: Virginia Polytechnic Institute and State University, 2001).
50. Se pueden ver los distintos planos de la vivienda de la élite en *Proa* 67 (1953): 20.
51. Esta nota es importante porque nos ayuda a pensar en las diferencias entre las figuras de ama de casa y señora de la casa y su correspondencia con las experiencias de vida de estas mujeres cuidadoras del hogar en los lugares de origen.

servicio doméstico. Ellas fueron las usuarias directas de estos bienes, pero muchas de las actividades continuaban ejecutándose a mano o mediante una conjugación de las manos femeninas y las máquinas, como se observa en las actividades relacionadas con la preparación de los alimentos y el lavado de la ropa. Sobre esta última tarea doméstica es bastante dicente la permanencia de la zona de lavadero en el diseño de las viviendas, incluso de las más modernas, concebidas para la élite capitalina, como se puede ver en los planos de este tipo de residencias de la revista *Proa*.

[191]

Además, la comodidad y la eficiencia propuestas con el uso de las máquinas modernas tendían a desaparecer cuando en su ejecución primaban acciones como conseguir carbón, encender el fuego, alistar el carbón para la plancha, planchar con el cuidado de no manchar con tizne la ropa, limpiar las paredes ennegrecidas de la cocina por causa del hollín y brillar el tizne de las ollas.<sup>52</sup> Por todo lo anterior, también se observa una distancia entre las amas de casa de los Estados Unidos y las de Colombia, la cual llegó a ser titulada en los medios como “Del aluminio al barro. De la leña al gas” (ver figura 3).

Figura 3. Amas de casa de los Estados Unidos y de Colombia, según los medios.



Fuente: “Cifras de avance”, *Semana* 380 (1954): 34-35.

52. Sobre las faenas del hogar, ver Maude Newell Williams, *Los más pequeños de éstos -en Colombia* [1918] (Cali: Fundación Editorial Archivos del Índice, 2008).

[192]

Debe decirse, sin embargo, que el cumplimiento de las promesas modernas de eficiencia y confort, y la consecuente liberación de la mujer en el trabajo doméstico, fue relativo en ambos contextos. Si bien la tenencia y uso de estos bienes pudieron llegar a representar mayor comodidad en la realización de ciertas tareas femeninas en el hogar, esto no necesariamente sucedió. Igual se puede decir para las ganancias en el tiempo requerido para la ejecución de este trabajo. Esto se debe a que las prácticas no desaparecieron, sino que solo cambiaron en su modo de realización; algunas veces se complejizaron por el uso de los nuevos productos; y ciertamente no liberaron a la mujer de esta carga porque jamás se replanteó al sujeto del trabajo del hogar. La mujer continuó siendo la responsable en la realización del mismo.

Dentro del conjunto de promesas atribuidas a los productos modernos son destacables las relacionadas con la eficiencia y el confort en la realización del trabajo doméstico realizado por la mujer, quien sería la beneficiaria directa tras el uso de este tipo de bienes. Al respecto, algunos estudios se preocuparon por determinar el cumplimiento de estas promesas y demostrar su relatividad. Uno de ellos, realizado en Estados Unidos en 1954, destacó la reducción del tiempo dedicado al trabajo gracias al uso de las máquinas en el contexto estadounidense, en comparación con el alemán. Así se podía observar en el tiempo destinado para la limpieza de la casa, el cual correspondía a 4 horas diarias en el caso de la mujer alemana y a 2.85 horas en el de la estadounidense.<sup>53</sup> La columnista Lyde Valrey también señaló que las actividades de la casa eran placenteras y menos demandantes gracias a la industria, a los nuevos recursos y utensilios. En uno de sus relatos expuso:

Los combustibles modernos, las ollas y vasijas que economizan combustible y tiempo, las máquinas de lavar platos, ropas y suelos, las planchas eléctricas, las máquinas de coser y bordar, los aparatos para limpiar habitaciones y calzado y los de cepillar la ropa, vinieron a facilitar la vida de las mujeres y para que aquellas que trabajan en oficinas, fábricas y talleres, no les faltara tiempo para atender a sus hogares y sin detrimento del mismo. [...] Bastaba fijarse en cualquier detalle como el de la mujer de hace algunos años, preparando todos los días los quinqués de petróleo, limpiando los tubos, igualando la

---

53. “Economía familiar, quién manda en la casa”, *Semana* 15.363 (1953): 40.

torcida para quitar pavesa y picos, y la mujer de hoy que no tiene más que oprimir el botón de la luz eléctrica.<sup>54</sup>

Otras investigaciones, como las de Ruth Schwartz, lograron demostrar que los nuevos productos no necesariamente contribuían al confort ni representaban una disminución significativa del tiempo destinado para la ejecución de las tareas, ni mucho menos permitían la liberación femenina del trabajo doméstico. De acuerdo con Schwartz, en el contexto estadounidense, el proceso de mecanización del hogar significó una liberación solo de la responsabilidad masculina en la elaboración del trabajo doméstico. Con este proceso se mecanizaron varias de las tareas que eran realizadas por los otros miembros de la familia, como el padre y los hijos, por ejemplo, la búsqueda de la leña, el carbón, el procesamiento del trigo para obtener la harina para el pan y el lavado de los platos. Durante este proceso, ellos salieron de casa a realizar un trabajo remunerado, mientras la mujer, aunque auxiliada con estas nuevas tecnologías, se mantuvo dentro del hogar. Además, esta mujer de mediados del siglo xx estadounidense experimentó el fenómeno de la disminución o desaparición del servicio doméstico, razón por la cual, en comparación con la experiencia de sus madres y abuelas, ella estaba realizando más trabajo en casa, pues por primera vez en la historia se encargaba de la ejecución directa de este pese a la tenencia de las máquinas.

Schwartz destaca cómo en Estados Unidos la ama de casa nunca fue sustituida por la máquina, ni obtuvo una reducción del tiempo en la ejecución de tareas. Por el contrario, algunas nuevas formas de realizar el trabajo doméstico y la manera como se le concebía incrementaron el tiempo en la ejecución del mismo y lo hicieron más arduo y exigente. Por ejemplo, el lavado de la ropa se hizo más seguido (por los nuevos materiales, como las fibras, que a diferencia de materiales antiguos como el cuero requerían lavarse continuamente), para un mayor número de prendas (situación que se presentaba tras la posibilidad de comprar ropa hecha) y con unos estándares de “calidad” más elevados, puesto que se esperaba un nivel más alto en la calidad de lavado de la ropa por el uso de la máquina. Con la alimentación sucedió que el desarrollo tecnológico de la cocina estuvo acompañado de la posibilidad de realizar menús más variados para cada día, a diferencia de las épocas anteriores en las cuales el menú de una familia podía ser

[193]

54. Lyde Valrey, “El tesoro de la mujer. Condiciones que deben reunir las dueñas de casa. Enseñanzas necesarias. Importancia de la economía doméstica”, *La Luz* 85 (1954): 26-31.

repetitivo, realizado una vez al día, en un solo fogón, en una sola olla, donde se cocinaban todos los alimentos. La cocción moderna “significó la muerte del *one-pot cooking or of one-dish meals*”, probablemente incrementó el tiempo en la preparación de los alimentos para cocinar y adicionó una tarea nueva, la limpieza de la estufa.<sup>55</sup>

[194]

Si la tecnificación de las tareas domésticas pudo llegar a significar un mayor confort y un cambio en su realización, no necesariamente representó la liberación femenina del trabajo doméstico, puesto que no contempló la desaparición de este tipo de prácticas dentro de la casa y jamás planteó la posibilidad de quitarle esa responsabilidad a la mujer. Tanto así que tampoco tomó en cuenta las posiciones de sus usuarias directas, entre otras razones, porque se trataba de conocimiento masculino trasladado al ámbito del hogar.<sup>56</sup> En 1960, el Centro de Estudios de los Trabajos Femeninos de Francia lo determinaba en los siguientes términos:

Después de la Guerra, los progresos realizados en materia de equipo casero han sido considerables, pero a la mujer no le parece su tarea más ligera, sino al contrario, cuanto más se emancipa la mujer, más insípidos, fatigantes y hasta humillantes a veces, le parecen los trabajos caseros.<sup>57</sup>

La experiencia bogotana importó e intentó emular, al menos en la publicidad, la experiencia estadounidense. En el contexto bogotano, algunos industriales y algunas feministas también avalaron el aporte de las tecnologías modernas al hogar en términos del confort y la liberación de tiempo. La industria nacional se refería a las ventajas que traería la producción local en términos de la reducción del costo de estos productos, ampliándose así la posibilidad de adquisición y de confort en los hogares más humildes;<sup>58</sup>

---

55. Schwartz, *More Work for Mother*. Sobre la relatividad de la eficiencia en la tecnificación de la época neotécnica, también se puede ver Mumford, *Técnica y civilización* 296.

56. Schwartz, *More Work for Mother* 55, 62, 65 y 157; Ruth Schwartz Cowan, “The Industrial Revolution in the Home: Household Technology and Social Change in the 20<sup>th</sup> Century”, *Technology and Culture* 17.1 (1976): 15; Cynthia Cockburn, “Domestic Technologies: Cinderella and the Engineers”, *Women’s Studies International Forum* 20.3 (1997): 361-371.

57. “Para ellas. Plan para ahorrar movimientos, estudios y recomendaciones”, *Cromos* 75 (1960).

58. “Nuevas industrias y ahora neveras”, *Semana* 8 (1950): 23-24; “Neveras y cocinas colombianas. La técnica del país es eficiente en estos campos”, *Semana* 572 (1957).

mientras que feministas como Doña Ofelia Uribe de Acosta hablaban del aporte de la industria para la liberación del tiempo femenino. Ella refería cómo a diferencia de sus abuelas, las mujeres ya no debían realizar ciertas tareas, por ejemplo las relacionadas con la iluminación, la preparación de jabón, hilar, tejer el lienzo para la ropa de cama y la mantelería del hogar y amasar el pan, “porque la civilización y la industria han simplificado en tal forma el trabajo doméstico”.<sup>59</sup>

[195]

Sin embargo, en Bogotá no se evaluó la efectividad de estos productos en la realización del trabajo doméstico y, al igual que en el país emisor de dichos artículos, no se replanteó a la destinataria de estos bienes ni se contempló la posibilidad de eximirla de esta responsabilidad. Aquí, como hemos visto, se mantuvo a la mujer en casa, solo que, a diferencia de los Estados Unidos, la ama de casa conservó a la empleada doméstica, lo cual conllevó a una hibridación de sirvientes mudos y parlantes en la realización del trabajo doméstico.

### Conclusiones

La modernización fue un proceso global y transversal. Global porque tuvo incidencias en distintas regiones del mundo y transversal porque afectó todos los campos de la existencia, desde la vida urbana hasta la vida doméstica, a todos los sujetos, hombres y mujeres de estas épocas, en los cuales tuvo incidencia. Este proceso se fue adaptando y transformando según las regiones dominantes en el escenario político, como sucedió a mediados del siglo xx, cuando la influencia fue estadounidense. En Bogotá, esta modernización, aunque cercana y distante de las otras que se experimentaron en la ciudad y en la casa, fue urbana puesto que solo tuvo lugar en el ámbito de la ciudad.

Esta modernización, sin embargo, se encontraba apenas en su primera etapa. La ciudad era diferenciada socialmente y el acceso a estos bienes dependió de las posibilidades económicas de los capitalinos. Aquí no hubo políticas que favorecieran su adquisición, por lo cual fueron adquiridos por las familias adineradas de la ciudad. Su uso estaba limitado, además, por el peso de la tradición de la energía carbonífera y de los carbodomésticos, así como de la fuerza motriz humana para la realización del trabajo del hogar, representado por las señoras amas de casa, el servicio doméstico y,

---

59. Ofelia Uribe de Acosta, “Fragmentos de una conferencia”, *Agitación Femenina* 4 (1945): 11-24.

dentro de este, especialmente por la empleada doméstica. Las promesas de la eficiencia y el confort fueron relativas, pues estos bienes no contribuyeron necesariamente a dichos ideales de la realización del trabajo doméstico; solo cambiaron los modos de su realización y jamás replantearon al sujeto de la práctica, a las mujeres amas de casa.

[196]

Pese a ser un fenómeno de alcance mundial, dentro de sus características se distinguen adaptaciones o reconfiguraciones en los escenarios locales. Visto desde lo translocal, es posible comprender el encuentro con la tradición, la convivencia y las hibridaciones a través de aspectos como la permanencia y posible preferencia por la realización manual del trabajo doméstico, en especial si se considera la constante demanda de empleadas domésticas para ser auxiliadas en el cuidado del hogar, por parte de las señoras amas de casa.

Este artículo es de carácter histórico, sin embargo, debido a las particularidades del trabajo doméstico y de las empleadas domésticas en aquel entonces, brinda herramientas para el debate actual sobre el tema. De igual modo, teniendo en cuenta el origen norteamericano de los productos, se puede ver a través del artículo la influencia y dominancia de los Estados Unidos en la configuración del hogar moderno, del ama de casa y de las formas de realización del trabajo doméstico. Si bien es cierto que en el momento de estudio la repercusión de estos bienes es relativa y casi nula, se puede ver que se estaban sentando las bases que caracterizarían la realización del trabajo doméstico en las décadas siguientes —y que incluso lo caracterizan en la actualidad—. Ahora, como antes, los aportes que prometen estos productos deben ser considerados de forma relativa, pues todavía no se ha replanteado al sujeto de las tareas domésticas, las cuales, pese a los productos que puedan auxiliar en su ejecución, siguen siendo principalmente una responsabilidad femenina. Los debates en torno a la contribución al confort y la eficiencia ya pueden observarse, no necesariamente en el contexto estadounidense y francés, sino también en nuestro medio. Por esta razón, esperamos poder contribuir a reflexiones de tal naturaleza con este artículo. En ese sentido se contemplan desde ya la importancia de que tales reflexiones incluyan en un futuro lo concerniente a las otras máximas y promesas modernas de los productos para la transformación del trabajo doméstico como la felicidad y lo acontecido con el género masculino.

## OBRAS CITADAS

### I. Fuentes primarias

#### Archivos

Archivo de Bogotá (AB), Bogotá, Colombia

Empresa de Energía de Bogotá

Fondo Letters

[197]

#### Publicaciones periódicas

##### Revistas

*Anales de Ingeniería* (1940-1959)

*Agitación Femenina* (1945)

*Cromos* (1940-1959)

*La Luz* (1954)

*Letras y Encajes* (1940)

*Mireya* (1944)

*Proa* (1946-1959)

*Semana* (1940-1959)

#### Documentos impresos y manuscritos

Abrisqueta, Francisco de. *Análisis sobre la recolección de precio para el cálculo de los índices del costo de la vida obrera en Bogotá*. Bogotá: Contraloría General de la República, 1944.

Contraloría General de la República. *Primer Censo Nacional de Edificios*. Bogotá: Imprenta Nacional, 1939.

Contraloría General de la República. *Censo General de Población*. T. VII. Bogotá: Imprenta Nacional, 1941.

Newell Williams, Maude. *Los más pequeños de éstos —en Colombia*. 1918. Cali: Fundación Editorial Archivos del Índice, 2008.

Osorio Lizarazo, José Antonio. *El día del odio*. Bogotá: Aguilar, 2008.

### II. Fuentes secundarias

Ballent, Anahí. “La publicidad de los ámbitos de la vida privada. Representaciones de la modernización del hogar en la prensa de los años cuarenta y cincuenta en México”. *Alteridades* 6.11 (1996): 53-74.

- Berman, Marshall. *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. Madrid: Siglo XXI, 1988.
- Carneiro de Cavalho, Vania. *Genero e artefato. O sistema doméstico na perspectiva da cultura material São Paulo 1870-1920*. São Paulo: Universidad de São Paulo, 2008.
- [198] Álvarez Caselli, Pedro. *Mécanica doméstica. Publicidad, modernización de la mujer y tecnologías para el hogar, 1945-1970*. Santiago: Ediciones UC, 2011.
- Cockburn, Cynthia. "Domestic Technologies: Cinderella and the Engineers". *Women's Studies International Forum* 20.3 (1997): 361-371.
- De Grazia, Victoria. *Irresistible Empire. America's Advance through Twentieth-Century Europe*. Cambridge: Harvard University Press, 2005.
- Del Castillo Daza, Juan Carlos. *Bogotá. El tránsito a la ciudad moderna 1920-1950*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2003.
- Friedan, Betty. *Feminine Mystique*. Nueva York: w.w. Norton & Company Inc., 1963.
- Giedion, Sigfried. *La mecanización toma el mando*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.
- Gómez, Luz Mariela. *Tres ideas de lo moderno en la concepción del hogar. Bogotá, años cincuenta*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2008.
- Londoño M., Jaime E. "La Cámara de Comercio de Cali: una institución en el marco de una economía regional, 1910-1948". *Poder y ciudad en Cali. Hacia la construcción de un orden urbano, 1910-1950*. Eds. Enrique Rodríguez Caporalli y Antonio José Echeverry Pérez. Cali: Icesi / Universidad del Valle, 2018. 95-140.
- López, Abel Ricardo. "We Have Everything and We Have Nothing: Empleados and Middle-Class Identities in Bogotá, Colombia: 1930-1955". Tesis de maestría en Historia. Blacksburg: Virginia Polytechnic Institute and State University, 2001.
- Milanesio, Natalia. "¿Cómo un basurero va a estar a nuestra altura?' Las ansiedades de las clases media y alta frente al trabajador consumidor". *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2014. 119-157.
- Mumford, Lewis. *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza, 2002.
- Pecha Quimbay, Patricia. "Programa de vivienda popular en Bogotá (1942-1959). El caso de la Caja de la Vivienda Popular". Tesis de maestría en Historia. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2011.
- Pérez, Inés. "Un 'sistema luminoso' para el ama de casa. La racionalización del trabajo doméstico en Argentina, 1930-1960". *Revista Páginas* 3.5 (2011): 119-137.
- Pérez, Inés. "Comfort for the People and Liberation for the Housewife: Gender, Consumption and Refrigerators in Argentina (1930-1960)". *Journal of Consumer Culture* 12.2 (2012): 156-174.

- Pérez, Inés. *El Hogar tecnificado. Familias, género y vida cotidiana 1940-1970*. Buenos Aires: Biblios, 2012.
- Pérez, Inés. “De sirvientas y eléctricos servidores. Imágenes del servicio doméstico en las estrategias de promoción del consumo de artículos para el hogar (Argentina, 1940-1960)”. *Revista de Estudios Sociales* 45 (2013): 42-53.
- Ríos Durán, María Astrid. “El Bello Sexo y el consumo doméstico en la modernización del hogar. Mujeres, casa y productos en Bogotá, 1940-1959”. Tesis de doctorado en Historia. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2018. [199]
- Roa, María Margarita. “La transformación del espacio doméstico y de los modos de vida en Bogotá 1945-1959. Las casas de las firmas Herrera & Nieto Cano y Ricaurte, Carrizosa & Prieto”. Tesis de doctorado en Historia y Teoría de la Arquitectura. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 2017.
- Romero Gualda, María Victoria. “Adjetivación sintáctica en textos publicitarios”. *Español Actual* 86 (2006): 139-151.
- Rosenberg, Emily S. *Spreading the American Dream. American Economic and Cultural Expansion 1890-1945*. Nueva York: Hill and Wang, 1982.
- Sánchez Gómez, Antonio. “Las cosas tienen vida propia”. Tesis de grado en Diseño Gráfico. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2005.
- Schwartz Cowan, Ruth. “The Industrial Revolution in the Home: Household Technology and Social Change in the 20<sup>th</sup> Century”. *Technology and Culture* 17.1 (1976): 1-23.
- Schwartz Cowan, Ruth. *More Work for Mother. The Ironies of Household Technology from the Open Hearth to the Microwave*. Nueva York: Basic Books, 1983.
- Suárez Mayorga, Adriana. *La ciudad de los elegidos. Crecimiento urbano, jerarquización social y poder político. Bogotá: 1910-1950*. Bogotá: Editorial Guadalupe, 2006.
- Villani, Pasquale. *La edad contemporánea, 1914-1945*. Barcelona: Ariel, 1997.
- Zambrano Pantoja, Fabio. “De la Atenas suramericana a la Bogotá moderna. La construcción de la cultura ciudadana en Bogotá”. *Revista de Estudios Sociales* 11 (2002): 9-16.