

Santa Claus llegó a la ciudad...

El hombre de barba blanca, traje rojo y botas negras es parte de las fiestas decembrinas mexicanas desde hace unos 70 años. Su llegada a la Ciudad de México generó polémica. Te contamos la historia.

En la década de 1920 unas pocas jugueterías de la Ciudad de México exhibían a Santa Claus, el personaje que podía cumplir los deseos de los niños en la Navidad. Aquí la tradición de los Reyes Magos era la más extendida, por eso no fue bien recibido por algunos sectores de la población.

Poco a poco creció la presencia del hombre regordete, vestido de rojo y cargando a sus espaldas un costal lleno de juguetes. Una compañía refresquera contribuyó a su difusión. Empezaba la década de 1950. Su llegada se relacionó con el *american way of life* (estilo de vida americano), que a mediados del siglo pasado era el ideal de la modernización mexicana.

La doctora Susana Sosenski, del Instituto de Investigaciones Históricas (IIH) de la UNAM, recuerda que “la asimilación de este símbolo cultural estadounidense por los niños y las familias mexicanas fue consecuencia de una mayor apertura de México a políticas e intercambios culturales con Estados Unidos, así como de la relativa facilidad de los mexicanos de clase media para integrar tradiciones culturales del exterior”.

La polémica

Cuando cobró fuerza, la figura de Santa Claus en México fue considerada una representación de la cultura estadounidense, centrada en el consumo, y un símbolo del materialismo adquisitivo y la comercialización de la Navidad.

La polémica en torno al personaje se centraba en la defensa de las tradiciones católicas mexicanas. Diversos sectores de la sociedad expresaban que desplazaría a los Tres Reyes Magos, quienes han acompañado históricamente a los mexicanos en los festejos navideños.

Las primeras en aceptar a Santa Claus fueron las clases media y alta que, al tener una mayor solvencia adquisitiva, participaban de los beneficios del llamado *milagro económico mexicano*.

“Se vinculaba estrechamente con los regalos, sobre todo con los juguetes; de tal forma que, además de los argumentos nacionalistas, católicos y antiestadounidenses contra Santa Claus, su presencia en México conforma el proceso de construcción de los consumidores infantiles”, resalta la doctora Sosenski.



Una nueva tradición

Que Santa Claus se volviera parte de las tradiciones navideñas de los mexicanos fue posible gracias a distintas estrategias culturales que se usaron para promocionarlo. Agencias publicitarias, la industria cinematográfica, la radio, la televisión y la prensa utilizaron, una y otra vez, la figura del personaje para atraer a los niños a las tiendas departamentales.

En poco tiempo, las figuras de los Reyes Magos y de Santa Claus compartieron los mismos espacios, no sólo por la receptividad de los mexicanos a la influencia estadounidense, sino porque los comercios notaron que tener ambos personajes en el gusto de los niños favorecía el consumo durante la Navidad y el Día de Reyes.

Recordar la llegada de Santa Claus a México nos lleva a la reflexión sobre lo nacional y lo propio que predominó en una parte de nuestra historia; esa época de transformaciones económicas que vivió el país en la década de 1950, en su búsqueda de la modernidad, fue el terreno propicio para el surgimiento de esta nueva tradición. ¿Podrías imaginar las fiestas decembrinas del futuro sin él?

Texto: Claudia Juárez y Luisa Santillán;
diseño: Jareni Ayala; imágenes Shutterstock.com

Busca más información en www.ciencia.unam.mx

Escríbenos a cienciaunam@unam.mx



DIRECCIÓN GENERAL
DE DIVULGACIÓN
DE LAS HUMANIDADES

