

## LA INDUMENTARIA COMO ELEMENTO DE COMUNICACIÓN.

---

Proyecto de Fin de Grado realizado por Eva María Díaz Vega.



Facultad de Comunicación.

Universidad de Sevilla.

En Sevilla a 8 de junio de 2020.

## RESUMEN

Desde hace miles de años el primer lenguaje que han usado los seres humanos para comunicarse ha sido el de la indumentaria. Así, dos personas que se encuentran en la calle, mucho antes de que se lleguen a hablar, ya se están comunicando el sexo, la edad, la clase social, el estado anímico, entre otros. Por lo tanto, antes de entablar una conversación ya se ha hablado la lengua más antigua y universal que existe, la indumentaria.

Así, desde que el vestido se inventó se ha utilizado para diferenciar hombres y mujeres, pero también para saber si les interesa el sexo y qué tipo. Asimismo, la ropa siempre se ha diseñado para mostrar o generar una posición determinada, de la misma forma que para diferenciar a una persona más joven de una más adulta. Además, uno de los aspectos más importante del lenguaje de la moda que puede ser leído por todo el mundo, indicando el estado anímico de la persona, es el color. Pero, toda esta información que se va registrando en la mente de manera inconsciente puede ir en mayor o menor medida disfrazada, por lo que esto puede ser una fuente de información o desinformación. Esto quiere decir que, aparte del camaleón, las personas son los únicos animales que pueden cambiar su piel para adaptarse al entorno, y lo deberán hacer si quieren tener éxito.

Palabras claves: moda, vestido, indumentaria, comunicación y signo.

## ABSTRACT

*For thousands of years, the first language that human have used to communicate has been clothing. Thus, two people who are on the street, long before they even speak, are already communicating sex, age, social class, mood, among others. Therefore, before starting a conversation, the oldest and most universal language that exists, clothing, has already been spoken.*

*Thus, since the dress was invented it has been used to differentiate men and women, but also to know if they are interested in sex and what type of it. Likewise, clothing has always been designed to show or generate a certain position, in the same way as to differentiate a younger person from a more adult one. In addition, one of the most important aspects of the language of fashion that can be read by everyone, indicating the mood of the person, is color. But, all this information that is registered in the mind unconsciously can be more or less disguised, so this can be a source of information or disinformation. This means that, apart from the chameleon, people are the only animals that can change their skin to adapt to the environment, and they must do so if they want to be successful.*

Keywords: fashion, dress, clothing, communication and sign.

## ÍNDICE

Introducción.	5
1. Marco teórico.	7
1.1. Capítulo I: La manera de vestir como sistema de signos.	7
1.1.1.El amplio y cambiante vocabulario de la moda: palabras anticuadas, extranjeras y vulgares.	8
1.1.2.Modas individuales y principios de utilidad, jerarquía y seducción.	11
1.1.3.Expresiones excéntricas y convencionales: el uniforme y las prendas ajenas.	13
1.1.4.Disfraces y mentiras: vestidos para el éxito.	15
1.1.5.Prendas mágicas, perversas y neuróticas.	15
1.2. Capítulo II: la ropa como signo de juventud y de vejez.	19
1.2.1.La invención de la indumentaria juvenil.	20
1.2.2.Vestir con ropa de adulto.	20
1.2.3.Vestir con ropa de niño.	21
1.2.4.El cabello como indicador de la edad.	22
1.3. Capítulo III: la ropa como signo de posición social.	24
1.3.1.Posición social en la actualidad.	25
1.3.2.Consumo Ostentoso: adición, división y multiplicación.	26
1.3.3.Materiales ostentosos: la piel y el cuero.	29
1.3.4.Derroche Ostentoso.	30
1.3.5.Ocio Ostentoso.	31
1.3.6.Afrenta Ostentosa.	32
1.3.7.Status por asociación: música y deporte.	33
1.4. Capítulo IV: la ropa como signo de sexualidad.	34
1.4.1.De hombre y de mujer.	34
1.4.1.1. Niñas de rosa y niños de azul.	35
1.4.1.2. El corsé, la moda de la debilidad.	36
1.4.1.3. Mujeres en pantalones.	36
1.4.1.4. Mujeres con zapato de tacón.	37
1.4.2.Modas y sexo.	38
1.4.2.1. Tela, piel y cuero.	40
1.4.2.2. Bronceados, tatuajes, pinturas y polvos.	41
1.4.2.3. Exhibición, corte y color del cabello.	42
1.4.2.4. Señales sexuales: el bolso, el paraguas y el sombrero.	43
1.4.2.5. Capas exteriores e interiores: prendas íntimas y lencería.	44
1.4.2.6. Modas en la anatomía.	46
1.5. Capítulo V: colores y estampados.	47
1.5.1.Colores	49
1.5.1.1. Negro, blanco y gris.	49
1.5.1.1.1. Blanco.	49
1.5.1.1.2. Negro.	50

1.5.1.1.3. Gris.	52
1.5.1.2. Rojo, amarillo y azul.	52
1.5.1.3. Verde, púrpura y marrón.	54
1.5.2. Estampado y decoración.	56
1.5.2.1. Rayas.	56
1.5.2.2. Tartanes y cuadros.	57
1.5.2.3. Lunares y flores.	58
1.5.2.4. Palabras, lemas y marcas.	59
Conclusiones.	60
Referencias bibliográficas.	63

## INTRODUCCIÓN

“La ropa es inevitable. Es nada menos que el mobiliario de la mente hecho visible” James Laver, *Style in Costume*.

El lenguaje de la moda como el de las lenguas escritas y habladas siempre están en constante cambio. Los nuevos conceptos y las nuevas acciones o fenómenos reclaman nuevas palabras y nuevos estilos. En ocasiones resurge algunas viejas palabras o viejos estilos, pero con un significado distinto o algo modificado. Así, las corrientes sociales, políticas y culturales se ven reflejadas en lo que se dice, pero también en lo que se viste. De manera que se puede no estar al día de lo que está ocurriendo, pero siempre se puede adivinar lo que está sucediendo alrededor. Y, es por ello por lo que el proyecto se titula “La indumentaria como elemento de comunicación”, basándose en el interés por saber qué es lo que manifiesta la ropa en la persona que lo porta.

Así, el objetivo principal es profundizar en el lenguaje de la moda, identificando, indagando y diseñando sobre los puntos clave en los que la indumentaria actúa como un importante signo en la sociedad, esto es desde su invención hasta el día de hoy. De forma concreta:

- Estudiar el diálogo que genera la indumentaria como sistema de comunicación no verbal.
- Examinar detenidamente la manera en la que la ropa genera una determinada posición social.
- Indagar acerca de las prendas como signo de juventud y vejez, las connotaciones del vestir con ropas propias de otras edades.
- Investigar sobre la indumentaria que diferencia al hombre de la mujer y averiguar la forma en la que ésta puede comunicar el interés por el sexo.
- Considerar la importancia de los colores y los estampados, siendo el aspecto que causa mayor impacto al segundo.
- Elaborar creatividades que se identifiquen con las formas mencionadas en las que la indumentaria actúa como un importante signo en la sociedad.

Con este propósito se realiza el cuerpo principal del ensayo, basado en una amplia investigación de fuentes primarias y secundarias, información que se ha utilizado para elaborar los cinco puntos fundamentales del proyecto.

En primer lugar, la manera de vestir como sistema de signos, refiriéndose al diálogo que genera la vestimenta. El primer lenguaje que han utilizado los seres humanos para comunicarse ha sido el de la indumentaria, y como lengua tiene una gramática y un vocabulario bastante amplio y cambiante. Además, dentro de cada lengua existen distintos dialectos y acentos, y cada persona usa diferentes tonos y significados. Es decir, esto es una fuente de información o desinformación en la que cualquier hombre o mujer puede manifestar su edad, sexo, clase social, profesión o gustos, entre otros.

En segundo lugar, la ropa como signo de juventud y vejez, pues desde que se inventó el vestido se ha utilizado para diferenciar a una persona más joven de una más adulta. En la

sociedad occidental contemporánea lo más habitual es vestir con ropas propias de personas de menor edad, algo que es mucho más juzgado y criticado que vestir con prendas propias de personas de mayor edad. Además, el cabello tanto en hombres como mujeres es un gran indicador de la edad.

En tercer lugar, la ropa como signo de posición social tiene una larga historia, ya que, a lo largo de los siglos las modas han señalado el alto rango de los individuos o su pertenencia a la realeza. Posteriormente, será Thorstein Veblen quien defina el Consumo Ostentoso, el Derroche Ostentoso y el Ocio Ostentoso, de forma que cualquier persona iría vestida y sería juzgada y tratada con el lujo que le permitiera sus ingresos. Por lo que, si la sociedad actual piensa de esta forma, no es raro que aquellos que apenas pueden permitirse vestir de poliéster, hagan lo imposible por vestir de seda. Ante esta situación de deseo por buscar *status*, muchos escritores deciden explicar cómo conseguirlo.

En cuarto lugar, la ropa como signo de sexualidad. Por una parte, la función de la ropa no era más que el fomento de la actividad erótica, de manera que hombres y mujeres se atrajesen de forma mutua, por lo que existía la necesidad básica de diferenciar hombre y mujeres a través de la vestimenta. Así, se destacan tres importantes prendas a lo largo de la historia de la indumentaria de la mujer: el corsé, los pantalones y los tacones. Por otra parte, si la indumentaria de una persona expresa si es hombre o mujer, también puede comunicar si le interesa el sexo y qué tipo de este, de manera más o menos sutil. Por lo que se tiene en cuenta las capas interiores y exteriores, el tipo de tejido de las prendas, las formas de decorar el cuerpo, el cabello y otras típicas señales sexuales de hombres y mujeres. Además, existe la llamada moda en la anatomía, el resultado del cansancio y la familiaridad con las partes del cuerpo, es decir, lo que le resulta más atractivo al hombre y a la mujer varía en muchas ocasiones.

Y, en quinto lugar, los colores y los estampados, un aspecto del lenguaje de la moda que puede ser leído por todo el mundo. El más importante y que causa mayor impacto al segundo, pudiendo alterar la presión sanguínea, el ritmo de respiración y los latidos del corazón. Los colores muy vivos pueden dañar la vista, sin embargo, los suaves tranquilizan. Además, en muchas ocasiones el color es un indicador del estado anímico. El ser humano, aparte del camaleón, es el único animal que puede cambiar su piel para adaptarse al entorno.

Además, cada capítulo se introduce con un elemento creativo que corresponde con el tema que se va a tratar. Dichas ilustraciones se han realizado a mano a base de lápiz, bolígrafo y rotulador negro, y acuarelas. Por lo que observar atentamente una de las creatividades será una forma original y clave que creará curiosidad en el lector. También, consta de numerosos ejemplos para facilitar la comprensión de la temática.

## 1. MARCO TEÓRICO

### 1.1. CAPÍTULO I: LA MANERA DE VESTIR COMO SISTEMA DE SIGNOS.



Desde hace miles de años el primer lenguaje que han usado los seres humanos para comunicarse ha sido el de la indumentaria. De manera que dos personas que se encuentran en la calle, mucho antes de que se lleguen a hablar, ya se están comunicando el sexo, la edad y la clase social, además de información sobre la profesión, la personalidad, los gustos, la procedencia y el estado emocional del momento. Mientras, la mente está registrando de forma inconsciente la información. Por lo que se puede decir que antes de entablar una conversación ya se ha hablado la lengua más antigua y universal que existe, la indumentaria.

El decir que la forma de vestir es un lenguaje, no es nueva, aunque suene extraño a la hora de expresarlo. Tanto Balzac en *Hijas de Eva*, como Roland Barthes en *Las enfermedades del vestido*, incluso actuales sociólogos definen y dan pinceladas sobre la moda como un sistema de comunicación no verbal, pero ninguno de los autores llega a decir claramente que, si la indumentaria es una lengua, debe de tener una gramática y un vocabulario como el resto de ellas.

Por lo tanto, se deduce que existen muchas lenguas de la indumentaria, de la misma forma que existen para el habla humano. Luego, dentro de cada lengua de la indumentaria existen diversos dialectos y acentos. Además, cada individuo tiene su propio catálogo de palabras y usa variaciones personales de significado y tono.

#### **1.1.1. El amplio y cambiante vocabulario de la moda: palabras anticuadas, extranjeras y vulgares.**

“El vocabulario de la indumentaria incluye no sólo prendas de vestir, sino también peinados, complementos, joyas, maquillaje y adornos corporales”<sup>1</sup>. En teoría, este vocabulario es muy amplio incluso más que el de cualquier lengua, ya que incluye cualquier prenda, adorno o peinado que se haya podido inventar jamás. Sin embargo, en la práctica los medios y recursos de cada individuo son limitados. El ejemplo de un individuo de un antiguo pueblo en la montaña y uno que dicta la moda en la gran ciudad. Aquel del antiguo pueblo se limita a pocas “palabras”, sin adornos y explicando conceptos básicos, por el contrario, el de la gran ciudad dispone de una gran variedad de “palabras”, siendo capaz de formar “oraciones” y expresar miles de significados. “Aun así, el hablante medio puede conocer muchas más palabras de las que utilice en una conversación, por lo que puede comprender el significado de estilos de ropa que nunca se va a poner.”<sup>2</sup>

En el momento en el que el individuo elige la ropa en casa o en una tienda, se está definiendo, se está describiendo a sí mismo. Aquellos con armario limitado suelen considerar la comodidad, el precio o la resistencia de las prendas, de la misma forma que una persona con vocabulario limitado suele usar la coletilla “¿no?”. Estas elecciones dan información sobre la persona de la misma forma que lo da

---

<sup>1</sup> LURIE, Alison (1994): *El lenguaje de la moda. Una interpretación de las formas de vestir*. Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, S.A. p. 22.

<sup>2</sup> “Comunicación no verbal” (s.f) en *Wikipedia*. Disponible en Internet (17. 5. 2020): [https://es.m.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n\\_no\\_verbal](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_no_verbal)



una lengua hablada. El ejemplo de la expresión “me da igual el aspecto que tenga hoy”, pero existen unos límites. Actualmente, un hombre con frío es impensable que se ponga un vestido de mujer o que diga “estás maravillosa”, límites o prendas tabús de la cultura, considerándose específicas de una mujer.

“Tanto el habla como el lenguaje de la indumentaria incluyen palabras modernas y antiguas, palabras de origen autóctono y barbarismos, palabras dialectales, coloquialismos, palabras de argot y vulgarismos”<sup>3</sup>. Este tipo de “palabras” se suelen usar de una en una, como son los zapatos de plataforma de los años cuarenta. Sin embargo, un conjunto completo de prendas arcaicas que pertenecen a un solo periodo dará a entender que se está haciendo una obra de teatro o una película, que se va a un baile en concreto o que existen fines publicitarios. Otra opción sería mezclar prendas de distintas épocas, lo que sugerirá una personalidad confusa, misteriosa y original. Simplificando, este tipo de moda es frecuente encontrarlo en sectores del arte y del espectáculo.

James Laver en su libro *Taste and Fashion* propone una cronología para explicar estas relaciones.

La ropa sería indecente, 10 años antes de su tiempo; desvergonzada, 5 años antes de su tiempo; atrevida, 1 años antes de su tiempo; actual; pasada, 1 años después de su tiempo; horrorosa, 10 años después de su tiempo; ridícula, 20 años después de su tiempo; graciosa, 30 años después de su tiempo; pintoresca, 50 años después de su tiempo; encantadora, 70 años después de su tiempo; romántica, 100 años después de su tiempo y preciosa, 150 años después de su tiempo.<sup>4</sup>

Quizás, demasiado exigente para lo que hoy en día tan solo se considera feo o extraño, pero refleja la velocidad con la que las “palabras” se ponen de moda y dejan de estarlo, de la misma forma que ocurre con las lenguas habladas y escritas.

La aparición de prendas extranjeras en la indumentaria tiene la misma función o parecida al uso de palabras extranjeras en el habla. “En primer lugar, por supuesto, puede ser un signo deliberado de origen nacional en alguien que, en general, tanto en su lengua como en su indumentaria, no tiene acento”<sup>5</sup>. En muchas ocasiones se expresa con el tocado. El ejemplo de la mujer norteamericana-japonesa con un vestido occidental y un peinado oriental, sugiere que sus ideas y opiniones siguen siendo asiáticas, pero no lo ha asimilado psicológicamente. En consecuencia, aquel que no es europeo con vestido occidental y peinado nativo, se suele ver dignificado e impresionante. De forma contraria, la mujer oriental vestida con un kimono y un gorro de plástico para no mojarse, suele parecer cómica, sugiriendo que físicamente no está cómoda en su país, pero tiene la cabeza llena de ideas occidentales.

---

<sup>3</sup> “Lurie el lenguaje de la moda” (2015) en *Buenas Tareas*. Disponible en Internet (17. 5. 2020): <https://www.buenastareas.com/ensayos/Lurie-El-Lenguaje-De-La-Moda/68322379.html>

<sup>4</sup> TUBAU, Daniel (s.f): “No tan elemental: Cómo ser Sherlock Holmes” en *Libros Maravillosos*. Disponible en Internet (17. 5. 2020): <http://librosmaravillosos.com/notanelemental/index.html>

<sup>5</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 25.

Aun así, lo más común es llevar una sola prenda extranjera, de la misma forma que en una conversación se dice una sola palabra extranjera, no se quiere proclamar la procedencia, tan solo inspirar sofisticación. El ejemplo del reloj suizo en la muñeca de un individuo, tiene dos opciones, que se gastase mucho dinero en su país en un buen reloj o que se gastase más dinero todavía en viajar a Suiza.

Las “palabras argot”, anchas, desenfadadas y de colores, se trata de ropa informal. Se destacan, los vaqueros, las zapatillas de tela, las batas de flores, las gorras de béisbol y otras parecidas, las cuales no suelen llamar la atención en el día a día. Sin embargo, las “palabras vulgares” en la vestimenta aportan intensidad y llaman la atención rápidamente y tan solo unos pocos son capaces de usarlas sin dañar su reputación. El ejemplo de una palabrota en alguien bienhablado tiene mayor fuerza que en una malhablada.

Estos “tacos” tienen mayor impacto cuando aparecen casualmente. El ejemplo de una empresaria sin sujetador apoyada en una mesa de reunión, pudiendo fingir que no se da cuenta de las transparencias.

Los argot y vulgarismos pueden acabar siendo palabras respetables, incluso apareciendo en el diccionario, de igual forma que ocurre con las modas de estos tipos, coloquiales y vulgares. Aun así, el vocabulario de la moda procedente de fuentes coloquiales suele tener mayor vida que los vulgarismos. El ejemplo de la aparición y evolución de los pantalones vaqueros, comenzó siendo ropa informal hasta que llegó a ser ropa de etiqueta.

“Los adornos y complementos como adjetivos o adverbios, modifican la oración”<sup>6</sup>. Los complementos y adornos de una época son fundamentales en la vestimenta de otro tiempo. El ejemplo de los botones de las mangas de las chaquetas, aseguraban que los puños estuvieran para arriba, hoy en día, esos botones no tienen ninguna funcionalidad.

Considerando estos complementos como esenciales, se encuentra el ejemplo de la mujer de los años cincuenta con guantes, sin ellos no iba correctamente vestida. Así lo manifestó Emily Post:

Por supuesto, usad siempre los guantes en la iglesia, y también por la calle. La mujer verdaderamente elegante siempre los lleva cuando está fuera de casa, hasta en el campo. Usadlos siempre en un restaurante, en un teatro, cuando vayáis a almorzar, o a una cena de gala o a un baile... Una dama nunca se quita los guantes para dar la mano, en ningún

---

<sup>6</sup> “El lenguaje de la moda - la manera de vestir como sistema de signos” (s.f) en *Ensayostube*. Disponible en Internet (17. 5. 2020): <https://www.ensayostube.com/familia/belleza/El-lenguaje-de-la-moda-la-mane75.php>

lugar ni circunstancia. En actos de etiqueta ha de ponerse los guantes para dar la mano a la anfitriona o a sus propios invitados.<sup>7</sup>

De la misma forma que ocurre con el habla, un estilo recargado es más difícil de comunicar. Pero sí se puede conseguir impresionar “si el todo resalta sobre cada uno de los elementos y el efecto de conjunto es lujoso, elegante y a veces sensual.”<sup>8</sup>

El vocabulario de la moda puede ser muy amplio, pero también cambiante. Una persona que vive por encima del umbral de la pobreza tendrá muchas más prendas de las que necesita para cubrir su cuerpo, por lo que tirará ropa con ningún o muy poco uso y se comprará otras nuevas. Según las reflexiones de algunos, el por qué a esos actos se puede afirmar con el lavado de cerebro que intenta este sector. Pero, lo único que se puede afirmar es que la industria de la moda querría que cada año se desechase y se renovase toda la ropa del armario, sin embargo, es un objetivo que nunca se ha llegado a alcanzar.

Desde que la moda se considera un negocio, los diseñadores presentan millones de modelos cada temporada, pero son los fabricantes los que eligen o adaptan alguno de ellos para producirlos en serie, y solo unos cuantos tienen éxito.

Como dice James Laver, las modas reflejan las costumbres de la época, no son el original, son el espejo. Las prendas se adquieren, se usan y se tiran de la misma forma que las palabras, cubren necesidades y expresan ideas y emociones. Esto quiere decir que se compran aquellas prendas con las que se identifica cada uno.

Hace años, los diseñadores con mayor talento conseguían adivinar lo que el público quería que dijese sus ropas. Actualmente, son muy pocos los que tienen esa habilidad y otros muchos los que han probado estar perdidos.

### **1.1.2. Moda individual y principios de utilidad, jerarquía y seducción.**

De la misma forma que ocurre con el habla, el significado de la vestimenta dependerá de las circunstancias. “No se “habla” en el vacío, sino en un espacio y un tiempo específicos, cuyo significado puede verse alterado por cualquier cambio que se produzca en ellos”<sup>9</sup>. El ejemplo de la frase “Haz lo que debes”, el traje de oficina azul marino con camisa y corbata a rayas, que en la empresa significarían energía y determinación, en una comida en el campo sonará de forma distinta.

Erving Goffman destaca el concepto de “ropa apropiada”, la cual dependerá de la situación. Llevar ropa “apropiada” en una situación es una señal de implicación en

---

<sup>7</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 29.

<sup>8</sup> *Ibíd.*, p. 29

<sup>9</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 31.

ella, y la persona que no viste de acuerdo a los criterios establecidos se le excluirá de una forma más o menos brusca. Sin embargo, si se dan otros signos de mayor implicación, las normas que se atribuyen a la ropa apropiada quedarán en suspenso. El ejemplo de personas que han escapado de un incendio y salen a la calle en pijama, no se les censurará por ir de tal forma.

En el habla se distingue quien habla con propiedad, quien habla bien de quien lo hace mal. De la misma forma ocurre con el vestido, automáticamente se piensa y se juzga si cualquier prenda es ajustada o es grande, si es nueva o es vieja, si está arrugada o si está sucia.

La limpieza era un signo de respetabilidad, status, dinero y tiempo. En pocas ocasiones el desinterés por la limpieza ha significado una virtud o un poder. El ejemplo de los hippies en los años sesenta, menospreciaban la ropa aseada como signo de apego a las cosas del mundo y de compromiso con el *establishment*. Pero de forma general, el llevar ropa rota o arrugada significaba el poder de menospreciar y tratar con condescendencia. El ejemplo de una mujer bien aseada que se cae en una de las calles de Madrid tiene mayores probabilidades de ser ayudada que aquella que viste con ropa mugrienta.

Una prenda se debe “hablar”, esto es vestirla, una persona concreta en un lugar y momento preciso. Cualquier frase como “Quiero mi dinero”, o cualquier prenda como unos pantalones cortos, tendrá una apariencia muy distinta en una joven, en un hombre mayor o en un niño pequeño. Aun así, la edad y el sexo no son los únicos factores que intervienen, también se tendrá en cuenta el peso, la altura, la postura o las expresiones de la cara.

Además, se señala que por las mismas razones por las que se habla, se lleva ropa, esto es, para que vivir y trabajar sea más sencillo y cómodo, para expresar identidades y para llamar la atención de una forma u otra. A estos motivos, James Laver los llama principios de utilidad, de jerarquía y de seducción.

La indumentaria que se lleva por ejemplo a una fiesta, ocultará en mayor o menor medida la desnudez, pero se habrá seleccionado para saber qué posición ocupa esa persona en el mundo y para hacerla más atractiva.

Las primeras ropas utilitarias fueron improvisadas, se crearon para enfrentarse al clima. El ejemplo de las pieles de animales sobre el cuerpo o las sandalias de cuero. Sin embargo, la utilidad puede ser cualidad negativa. El ejemplo de unas botas de agua, aislarán del frío y la humedad, pero no serán ni prestigiosas ni glamurosas.

De forma general, la indumentaria práctica parece más atractiva en personas que no la necesitan y que seguramente nunca la necesitarán. Esto es la transformación de la ropa protectora en atuendo de moda. Rachel Kemper señala que la ropa que se pone de moda, más rápido y de forma generalizada, es la que en un principio fue creada para la guerra, trabajos arriesgados o duros deportes.

Las prendas creadas para desviar la punta de una lanza, las flechas o los rayos del sol poseen un extraño tipo de distinción inmediata y están predestinadas a convertirse en moda para hombre y mujeres. Son abundantes los ejemplos contemporáneos: las omnipresentes gafas de aviador que pueblan las barras de los bares de moda para solteros, los guantes de carreras con agujeros que aprietan los volantes de sosegados coches familiares, los relojes de buzo de impresionante complejidad que jamás llegarán a sumergirse en ninguna masa de agua más peligrosa que la piscina de un club de campo...<sup>10</sup>

### 1.1.3. Expresiones excéntricas y convencionales: el uniforme y las prendas ajenas.

En el vestido, como en la lengua, existen muchos discursos que van desde los más excéntricos a los más convencionales. En un extremo, la indumentaria cuyos elementos individuales o “palabras” son incoherentes, el ejemplo de una persona muy peculiar o ligeramente trastornada. En el otro extremo, la vestimenta equivalente a un cliché, identificando al momento a la persona que lo lleva, el ejemplo de un médico. Algunos sociólogos señalan que “la identificación con un grupo social y la participación activa en él siempre implican al cuerpo humano y a su adorno y su vestido”<sup>11</sup>. Esto quiere decir que cuanto más signifique un rol social para una persona, más posible será que se vista de una forma especial para desempeñarlo.

Este cliché se puede normalizar tanto que se la considere un “uniforme”, como son los pantalones vaqueros. Sin embargo, estas prendas solo parecen uniformes a las personas extrañas. Es decir, los alumnos de una escuela serán capaces de distinguir en un momento unos vaqueros desgastados de unos nuevos, unos rectos de unos de “pata de elefante” o unos de cintura baja de unos de cintura alta. Pero para el extraño todos los alumnos serán iguales de cintura para abajo, aunque por arriba lleven una camisa transparente o una a cuadros, seguirán siendo idénticos, pese a lo diferentes que puedan ser intelectual o socialmente.

La forma más extrema de ropa convencional son las prendas que otras personas imponen, esto es el uniforme, ya sea militar, religioso o civil. Se está renunciando a actuar por uno mismo, lo que correspondería en el habla a ser censurado o parcial, por lo tanto, todas sus actuaciones y vestimentas estarán aprobadas por autoridades externas. Las personas que visten de uniforme suelen ser mecánicas, hablan sin naturalidad ni sinceridad. El ejemplo de la azafata al salir del avión diciendo “Muchas gracias, que tengan un buen día”.

Si el traje oficial se usa constantemente puede cambiar a la persona de forma que le resulte complicado reaccionar con normalidad. Por eso quitarse esta

---

<sup>10</sup> KEMPER, Rachel H. (1977): *Costume*. Nueva York, Newsweek Books. p. 9.

<sup>11</sup> POLHEMUS, Ted y PROCTOR, Lynn (1978): *Fashion & Anti-Fashion: An Anthropology of Clothing and Adornment*. Londres, Thames and Hudson. p. 20.

indumentaria suele ser un alivio o un desafío. Este caso se ve muy bien reflejado en *A Temple of the Holy Ghost* de Flannery O'Connor, cuando las chicas del colegio de Mount St. Scholastica vuelven a casa para disfrutar de las vacaciones con sus uniformes habituales. En el momento en que abren maletas, se visten con faldas y blusas chillonas, se pintan los labios de color rojo y se ponen los tacones más altos para pasear por la casa.

Sin embargo, en otras ocasiones el uniforme puede facilitar la transformación de un rol a otro. Un ejemplo sobre esto lo refleja Anthony Powell en *Faces in My Time* cuando entra en el ejército.

Había que olvidarse por completo de todo aquello que había constituido tu vida sólo unas semanas antes. A este estado mental contribuía el anonimato del uniforme, algo por lo que hay que pasar para poder apreciarlo, en un sentido más evidente cuando estás fuera de servicio en sitios como vagones de tren o bares.<sup>12</sup>

Asimismo, el uniforme sirve para poder ocultar partes físicas o carencias psicológicas, o eliminarlas. El ejemplo de un juez con su toga, podrá ocultar sus temores y convertirlos en seguridad y dignidad. Por otra parte, es una forma de identificar a la persona que lo lleva como un miembro de un grupo y de una jerarquía, tienen un significado simbólico.

Aquellas personas que van de uniforme no son las únicas que no eligen lo que llevar por sí mismos. Todos fuimos vestidos desde pequeños hasta los primeros años de la adolescencia, años que estuvieron marcados por una lucha para poder vestir como se quisiera, para poder hablar por uno mismo.

Sin embargo, en algún momento de la vida una persona ha sido agradecido o desagradecido receptor/a de ropa comprada por amigos o familia. Esto es lo que se llama un regalo envenenado, ya que la receptora estará vistiendo con prendas que han sido elegidas por otros, y llevar ropa que otros han elegido es aceptar y proyectar la imagen que ellos tienen de ti, por lo tanto, la receptora se convierte en un muñeco. En otros momentos, el regalo puede ser bien acogido, siendo justo lo que le hacía falta a la receptora. En otras ocasiones, el regalo se siente como una petición, siendo más difícil de descuidar porque viene disfrazada de favor. El ejemplo de la suegra que regala constantemente jersey de cachemira y blusas de seda, lo que quiere es convertir a la joven en un miembro del club de campo al que ella pertenece.

Por otro lado, el intercambio de ropa es más normal en los adolescentes, afirmando su amistad y su identidad, de la misma forma que lo hacen usando el mismo vocabulario. Este hecho es una forma de expresar gustos, opiniones y personalidades compartidas.

---

<sup>12</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 37.

#### **1.1.4. Disfraces y mentiras: vestidos para el éxito.**

La indumentaria como medio de comunicación es tan capaz de transmitir información como desinformación. Se puede engañar en el lenguaje de la moda de la misma forma que se puede hacer en inglés, alemán o chino. Por lo general, este tipo de mentiras serán intencionadas y no se podrán contradecir de forma directa.

Estas mentiras también pueden ser piadosas e inocentes, voluntarias o involuntarias, o inconscientes. El ejemplo de una joven de Estados Unidos viajando por Escocia con una falda escocesa, la cual le encantó en la tienda de *souvenirs*.

En el caso de la vestimenta teatral, se trata de un fraude en el vestir, pero un fraude en el que el espectador colabora voluntariamente porque reconoce que las prendas que lleva el actor o la actriz, al igual que las palabras que dice, no son suyas. Igualmente, a los productores de películas, anuncios y series, este tipo de mentira es algo que les viene genial, ya que la ropa indicará la edad, la profesión, la clase o la procedencia geográfica, entre otras muchas cosas, que ellos deseen.

“Los vestidos para el éxito” son el tipo de disfraz más ambiguo, se trata de un consejo elegido por otra persona teniendo como fin engañar al público. Existen libros y revistas en los que se les dice a los hombres y mujeres como vestir si quieren parecer diferentes, ricos, sofisticados o atractivos con respecto al sexo opuesto.

La mayoría de estos consejos iban dirigidos a la mujer con el fin de atraer al “hombre correcto”, dispuesto a casarse. Con el tiempo estas publicaciones han cambiado, ahora se trata de seducir al hombre equivocado, aquel que te puede hacer daño, estos consejos se encuentran a menudo en revistas de moda como *Cosmopolitan*.

*The Woman's Dress for Success Book* y *Dress for Success*, de John T. Molloy, son dos libros que tratan de enseñar a hombres y mujeres de negocios como vestirse para aparentar eficiencia, autoridad y confianza, aunque sean unos incompetentes. Molly explica en sus libros cómo debe hacer una mujer para promocionarse. Uno de los secretos es ponerse un traje-chaqueta algo convencional, en tonalidades azul marino o grises y una blusa con un poco de escote. Aunque no sea de buen gusto escuchar esto, desgraciadamente es así, los trajes ayudan a distinguir a una mujer de una niña.

#### **1.1.5. Prendas mágicas, perversas y neuróticas.**

Muchos de los historiadores señalan que la invención de la ropa solo se debe a la utilidad, el status o el sexo, pero recientes estudios demuestran que la ropa también tiene una parte mágica. Rachel Kemper dice que “las pinturas, los adornos

y las rudimentarias ropas se utilizaron en un primer momento para atraer las fuerzas animalistas positivas y alejar el mal.”<sup>13</sup>

Aunque sea en pequeñas dosis, el vestido primitivo igual que el habla primitiva están llenos de magia. El ejemplo de los collares de dientes de tiburones, operan de manera contagiosa, creyendo que este complemento dotará de las cualidades de un fuerte pescador a quien lo porte. Actualmente, las creencias de los poderes sobrenaturales de la indumentaria siguen muy extendidas, aunque en la mayoría de los casos se les llame “superstición”. El ejemplo del anuncio de televisión en el que se afirma que la aplicación de un determinado champú se relacionará con una situación romántica. Nadie se cree estas versiones, pero se actúa como si realmente se creyeran.

Las ropas sobrenaturales de los cuentos populares (capas de invisibilidad o anillos poderosos), no han quedado en el olvido, se han transformado. El ejemplo del corredor de atletismo con dos medallas de oro que sólo podrá ganar la siguiente con una gorra o zapatillas concretas. Por otro lado, la magia simbólica puede ser una forma de proclamar la defensa de una fe o causa. El ejemplo de aquella persona que lleva colgado del cuello una cruz, invocando la protección de Dios.

De las prendas de vestir con fuerzas sobrenaturales se pasa a los objetos. El ejemplo de la chica que va a un examen con su jersey de la suerte. Hoy, esto es más común en el ámbito de los deportes. Y, de alguna forma, la ropa que no es mágica también se puede poner al revés por motivo mágico. El ejemplo de quien lleva al revés su delantal para que cambie la suerte después de algunos accidentes domésticos (propio de Estados Unidos y Gran Bretaña).

En el extremo opuesto a la ropa mágica está la ropa de mala suerte. La situación más habitual es la camiseta de un niño que parece atraer la suciedad o la salsa que se cae. Este tipo de prendas se podrían llamar perezosas, intuyendo que preferirían quedarse en el armario, por eso a la hora de sacarlas se rebelan. Además, sugieren que son propensas a los accidentes. El ejemplo de convertir una cita romántica en una humillación.

Asimismo, pueden tener un significado simbólico, el cual se agrava con la edad. El ejemplo del hombre que llega a casa después de un duro día de trabajo y descubre su preciada camiseta en la basura, su irritación será mucho mayor, ya que no solo ha perdido su camiseta mágica, también ha visto a su mujer como enemiga, como alguien que le ha privado de la protección y bienestar.

Por otro lado, existe un tipo de magia placentera que normalmente se da entre amantes. El ejemplo de cuando en la Edad Media la dama le daba su pañuelo a un caballero y este lo guardaba en su casco al entrar en la batalla. En la actualidad parece que este intercambio de ropa es de una única dirección, ya que los hombres no suelen ponerse prendas de mujer. El ejemplo de la joven que se pone la

---

<sup>13</sup> KEMPER, Rachel H.: *op. cit.*, p. 9.



sudadera de su novio para asistir a las clases del colegio, además, se verá tan bien con la prenda mágica que no se la devolverá nunca. Pero en el caso de que la relación se corte, la prenda encantada se volverá maldita, por lo que será devuelta en malas condiciones o simplemente destruida.

Por último, se señala que la comunicación a través del vestido es más sencilla y menos cuestionable si solo tiene un fin. Desgraciadamente, de la misma forma que ocurre con el habla, los motivos por los que se hacen declaraciones pueden ser múltiples. El ejemplo de la joven que se va a comprar un abrigo, querrá que le aísle del frío, pero al mismo tiempo que sea actual y caro, proclamando su sofisticación.

A veces es difícil satisfacer todos los requisitos a la vez. De la misma forma que ocurre con el habla, en ocasiones no se puede decir lo que se quiere porque no se dispone de las “palabras” adecuadas. Esto sería el ejemplo de la joven que protesta porque no tiene que ponerse.

Hoy en día, los mensajes contradictorios sobre la ropa hacen que estas dificultades se agraven. Por una parte, la ética protestante sugiere recato y simplicidad a la hora de vestir. Por otro lado, los anuncios y expertos de la moda recomiendan cómo se debe vestir bien y utilizar cosméticos para sacar la belleza natural que se lleva dentro. Es muy difícil y agotador intentar enlazar estos dos tipos de versiones contradictorias.

Intentar satisfacer más de un deseo puede ocasionar un conflicto, una consecuencia psicológica habitual es manifestar un trastorno de la expresión. J. C. Flügel asociaba la indumentaria del ser humano como un síntoma neurótico.

Nuestra actitud hacia la ropa es ab initio “ambivalente”, por usar el inestimable término que los psicoanalistas han introducido en la psicología; estamos intentando satisfacer dos tendencias contradictorias... A este respecto el descubrimiento, o en todo caso el uso, de las ropas parece recordar, en sus aspectos psicológicos, el proceso de desarrollo de un síntoma neurótico.<sup>14</sup>

Simplificando, se podría encontrar “en el lenguaje de la indumentaria el equivalente de los trastornos psicológicos del habla”<sup>15</sup>. El ejemplo de un tartamudo que habitualmente se viste con la misma cazadora, independientemente del tiempo o lugar en el que se encuentre.

El vestido es un aspecto de la vida humana que despierta poderosos sentimientos, unos intensamente agradables y otros sumamente desagradables. No es casualidad que muchos de nuestros sueños giren en torno a elegantes vestimentas; tampoco lo es que una de las más comunes y perturbadoras pesadillas humanas sea la de vernos a nosotros mismos en

---

<sup>14</sup> FLÜGEL, J. C. (1966.): *The Psychology of Cothes*. Nueva York, International Universities Press. p. 20-21.

<sup>15</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 53.

público inapropiadamente y/o incompletamente vestidos... La indumentaria es libertad de expresión y uno de los privilegios, si no siempre uno de los placeres, de un mundo libre.<sup>16</sup>

Para terminar, se apunta que de la misma forma que los escritores combinan palabras e imágenes que era imposible pensar que se juntasen, también algunas personas con talento han tenido la capacidad de combinar prendas nuevas y viejas, formales e informales, nativas y extranjeras. Así, están las personas que siguen las modas del momento, y otros hombres y mujeres que con su fuerza transforman la moda contemporánea en una expresión individual.

Al igual que existen artistas sin talento, también existen personas que no visten bien por carencia de gusto innato. Se caracterizan por llevar prendas monótonas asociándose a una personalidad poco sugerente.

En ocasiones, el vestido es más elocuente que la propia lengua materna de quien lo porta, esto es lo que suele ocurrir con un lenguaje no verbal tan complejo como este. En el caso de que una persona sea inarticulada en el habla, más importante serán las expresiones de su indumentaria. Sin embargo, una persona con un habla fluido se podrá permitir ser algo dejado vistiendo, como pueden ser algunos políticos.

---

<sup>16</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 54.

1.2. CAPÍTULO II: LA ROPA COMO SIGNO DE JUVENTUD Y DE VEJEZ.



Desde que se inventó el vestido se ha utilizado para diferenciar a una persona más joven de una más adulta. En las antiguas tribus, la vida adulta de los chicos y chicas estaba marcada por la entrega de nuevas ropas y ornamentos. Sin ir más lejos en Estados Unidos, hace cincuenta años, el chico cambiaba los pantalones cortos por los largos como signo de iniciación a la vida adulta.

En la Edad Media y en los posteriores siglos, la infancia terminaba a los siete años. Lo común eran niños muy pequeños con trajes y vestidos largos, siendo muy poca la diferencia entre sexos. Desde los tres a los siete años ya vestían ropa adulta, modelos reducidos, era el momento de convertirse en hombrecito o mujercita. Pequeños vestidos con todas las molestias de la moda adulta, zapatos de tacón o pantalones acolchados. Este tipo de indumentaria no tenía en cuenta la libertad para moverse, lo que hoy en día es una necesidad para ellos.

### **1.2.1. La invención de la indumentaria juvenil.**

Jean-Jacques Rousseau fue quien propuso una nueva visión de la infancia, un niño como ser valioso y no como un adulto imperfecto, un estado natural e independiente. En la segunda mitad del siglo XVIII se demandaba un cambio en la educación y también en la ropa. Rousseau lo manifiesta así en su obra *Emilio*:

... los miembros de un niño que aún está creciendo han de estar libres para moverse con facilidad dentro de sus ropas; nada debe obstaculizar su crecimiento ni su movimiento. Lo mejor es llevar a los niños con prendas tan amplias como sea posible y después ponerles ropa suelta, sin intentar definir la silueta, que no es más que otra manera de deformarla. Sus defectos de cuerpo y de mente se pueden achacar a la misma causa: al deseo de hacer de ellos hombres antes de tiempo.<sup>17</sup>

Y en efecto, es este tipo de concepto el que sobrevive hoy en día, un estado independiente de la infancia, aunque en ocasiones viste a los más pequeños como sus mayores, o al menos para jugar. Aun así, se podría decir que ahora es más apropiada las antiguas indumentarias en los más pequeños, ya que estos crecen más rápido que antes.

### **1.2.2. Vestir con ropa de adulto.**

El vestir con ropa propia de personas de mayor edad es algo que ha sido menos juzgado y se ha tratado con mayor tolerancia que el vestirse con ropa de menor edad. A estas personas se les llama “corderos vestidos de borrego”. El ejemplo de la niña de 6 años que se pone el vestido de su madre y se prueba su pintalabios, se considera gracioso ya que lo único que quiere es jugar. Sin embargo, la niña que va al colegio con las uñas y labios pintados de un rojo vivo se le mirará con

---

<sup>17</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 57.

desaprobación, se reirán de ella sus iguales y el profesor llamará a sus padres, los cuales también se les considerará responsables.

Unos años más tarde, suelen ser los propios compañeros y amigos los que sancionen el llevar ropa propia de personas mayores. En el caso de que la diferencia entre la edad y la vestimenta no sea muy grande, puede ser un caso de admiración en lugar de castigo. El ejemplo de la chica que consigue salir de casa sin que tenga que volver a subir a la habitación a cambiarse de ropa, sus amigas la considerarán una heroína y la admirarán.

En esta cultura, los niños y niñas se ponen ropa de mayores para eventos o situaciones formales. Los trajes de adultos en niños más pequeños de doce años se consideran extraños y perturbadores, ya que sugieren precocidad sexual. Sin embargo, el niño que viste a diario con ropa de adulto no es tan molesto, ya que se suele pensar que tendrá que tener muchas responsabilidades y preocupaciones propias de un adulto.

Una vez que la adolescencia pasa, vestir con ropa de una persona mayor no tiene gran significado, simplemente una forma de vestir más formal y conservadora que otros. Esta transmite información sobre gustos, opiniones u orígenes, la indumentaria nunca se queda callada. El ejemplo del joven empresario que quiere aparentar ser mayor e imponer respeto, se vestirá con traje oscuro y gafas.

Existen una gran variedad de ejemplos y situaciones específicas en las que se recurren a esta ropa. El ejemplo del hombre o la mujer que quiere conseguir que le dejen entrar en un determinado bar. No obstante, el vestir con ropa de mayor suele estar ligado a la adolescencia.

### **1.2.3. Vestir con ropa de niño.**

En la sociedad occidental contemporánea lo más común es vestir con ropas propias de menor edad. Algo que está bien recompensado, donde el adjetivo “joven” tiene un valor positivo, aplicándose a prendas y peinados, además de a cualquier perfume, móvil o plato. Habitualmente esto se ensalza en los textos publicitarios calificando cualquier prenda de “joven” o “juvenil”, una forma de enseñar a vestir como jóvenes.

Esto se trata con mayor dureza en mujeres u hombres de cuarenta años que usan un vocabulario adolescente o que intenta disimular los signos de la edad, se dice que hacen el ridículo y se tiende al desprecio. A estas personas se les llaman “borregos vestidos de corderos”.

Por una parte, casos dudosos en los que la forma de vestir no está del todo clara se tratará con menor rigidez, será una simple tontería. El ejemplo de un vestido algo juvenil, sugerirá poca madurez o deseo de ser aceptado por personas más jóvenes. Por otra parte, en el momento en el que el desfase sea claro, aquella

persona vestida con ropa inapropiada de su edad se le considerará ridícula y patética, además de una vergüenza.

Sin embargo, en los últimos años estas situaciones están pasando cada vez más desapercibidas y las normas se están relajando. Además, el “borrego con ropa de cordero” a menudo visto en la literatura clásica ha desaparecido en menor grado de la novela seria, al menos sin calificarlo como terrorífico. Pero, otros casos manifiestan que la mujer o el hombre todavía son mental y emocionalmente niños. En diversas películas, los adultos retrasados los visten con pantalones cortos o vestidos de niña pequeña.

Uno de los tabúes de la sociedad de hoy en día puede ser llevar ropa de niño, pero las normas se relajan cuando se trata de estar jugando o de vacaciones. La ropa de descanso, de vacaciones es muy similar a la ropa de un niño pequeño. Se trata de modelos formados por faldas elásticas, polos o camisas abiertas, prendas fabricadas con materiales tradicionales de ropa de bebé y donde predominan colores clásicos, amarillo, rosa palo o celeste. También pueden llevar impresos de animales o flores, niños de verano con camisetas sueltas y alegres.

Son prendas que en una oficina o en casa se consideran ridículas, extrañas y chocantes. Sin embargo, los diseños son perfectos para su fin, que no es más que proclamar al mundo que los adultos o ancianos pueden jugar en la arena, comer dulces o disfrutar de comidas calóricas. Pero no todos no han podido o querido esta comodidad, beber de la fuente de la juventud, siguiendo su rutina conservadora.

Si en lugar de ir a la playa se va a la montaña, la vestimenta será propia de niños algo mayores, entre los siete y los doce años. Pero la necesidad de una indumentaria cómoda y sencilla sigue siendo la misma. En estas actividades se realiza mayor ejercicio físico, por lo que se visten con prendas resistentes, abrigadas y de colores vivos, donde predominan los vaqueros, los jerséis o las cazadoras. Y, normalmente se suelen evitar adornos y estampados que no sean las rayas o los cuadros.

#### **1.2.4. El cabello como indicador de la edad.**

Pasan los años y el pelo de las personas pierde su pigmentación y se vuelven grisáceos, acabando finalmente en blanco, por lo tanto, el cabello es un indicio de la edad, pudiendo ser engañoso.

En el siglo XVIII, las mujeres y los hombres llevaban el pelo empolvado o usaban pelucas, pensando que los rizos blancos eran más favorecedores y rejuvenecedores. En el resto de las épocas prevalecía todo lo contrario, por lo que ese gris o blanco se teñía, devolviendo el cabello a su tono original o cualquier otro. En un principio las sustancias usadas para teñir el pelo eran fuertes y peligrosas. Actualmente, este arte ha evolucionado siendo imposible detectar el cambio.

El indicador más importante de la edad para el hombre era la barba corrida, gris o blanca. En la época clásica, los hombres iban rasurados, solo los dioses y los ancianos tenían el privilegio de llevar barba, simbolizando autoridad moral y sabiduría. En la era cristiana, el tener más pelo facial indicaba la edad, la sabiduría y la autoridad que se tenía. El ejemplo de San Antonio, representado con largas barbas; sin embargo, personajes jóvenes aparecen bien afeitados y en el caso de Jesús, una barba cuidada y recortada.

### 1.3. CAPÍTULO III: LA ROPA COMO SIGNO DE POSICIÓN SOCIAL.





La ropa que ha sido diseñada para mostrar o generar una posición determinada tiene una larga historia. A lo largo de los siglos, las modas han señalado el alto rango de los individuos o su pertenencia a la realeza. “Muchas sociedades aprobaron leyes conocidas como *suntuarias* para prescribir o prohibir el uso de estilos específicos de la ropa por parte de clases específicas de personas”<sup>18</sup>. El ejemplo de los romanos y los griegos, vigilaban y controlaban el tipo, el color y el número de prendas que se usaban y los tipos de bordados. Pero estas leyes suntuarias tienen la dificultad de ser impuesta durante mucho tiempo.

Conforme se fueron rompiendo las barreras de clase, la manera de diferenciarse por la forma o el color se quedaban atrás. La riqueza era el modo más sencillo y rápido de distinguirse, así lo que acabó designando el alto rango fue el precio de la indumentaria. Adornos superfluos, ropa difícil de cuidar, ricos tejidos, lo que llamó Thorstein Veblen, Consumo Ostentoso, Derroche Ostentoso y Ocio Ostentoso. De manera que cualquier persona iría vestida y sería juzgada y tratada con el lujo que le permitiera sus ingresos.

A comienzos del siglo XVIII, el vestido ostentoso tenía muchas ventajas sociales, por lo que era adquirido por personas que no se lo podían permitir económicamente, considerándose ridículo y engañoso.

Es... por desgracia un hecho que, en los Estados Unidos, prestan demasiada atención al vestido quienes no tienen ni la excusa de los grandes recursos ni la de los derechos sociales... Los estadounidenses somos desmesurados, generosos y ostentosos. Las esposas de nuestros hombres ricos están radiantes con sus vestidos como las princesas y las reinas. Tienen derecho a ello. Pero cuando quienes apenas se pueden permitir llevar alpaca se empeñan en ataviarse con seda... el asunto es verdaderamente triste.<sup>19</sup>

### **1.3.1. Posición social en la actualidad.**

Hoy más que nunca, las prendas son un signo de posición social. “Al mismo tiempo, a medida que las ropas de alta categoría se han ido haciendo menos llamativas superficialmente, cada vez han tendido más a asumir una aureola de virtud moral.”<sup>20</sup>

Un corazón recto puede latir debajo del abrigo hecho jirones, un brillante intelecto se puede alzar sobre el traje de cuadros chillones y la corbata amarilla, el hombre del traje raído puede ser un artista muy prometedor, pero, como regla general, es poco probable que esto sea así y tales personas son insulsas, aburridas, prosaicas e improductivas tanto para sí mismas como para los demás.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 133.

<sup>19</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 134-135.

<sup>20</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 135.

<sup>21</sup> EICHLER, Lillian: *Book of Etiquette*, vol. II, p. 147

Esto quiere decir que aquellas personas que vistan mal serán torpes, sin talentos e inmorales. Anne Hollander no admite que las virtudes de los individuos sean juzgadas por las ropas feas o estropeadas, como es el caso del cuento de Disney de la Cenicienta.

En la vida real... los harapos obviamente no se pueden “atravesar” con la mirada buscando algo bonito debajo porque en sí mismos ya expresan y también crean un estado harapiento de alma. El hábito de llevar ropa elegante puede, sin embargo, producir una auténtica distinción personal.

22

Si el pensamiento de la sociedad actual es así, no es raro que aquellos que apenas pueden permitirse vestir de poliéster, hagan lo imposible por vestir de seda. Ante esta situación de deseo por buscar un *status*, muchos escritores optan por explicar cómo hacerlo. Además, los fabricantes promueven esta posición social por medios de palabras como “sencillo”, “activo” o “fácil de cuidar”, claves en el ámbito publicitario.

En el momento en el que uno se viste para los demás buscando ese *status* profesional puede tener otro tipo de problemas. Por una parte, lo que es obvio, su precio, muy caro. El ejemplo del joven empresario que se gasta su sueldo en un traje muy caro en vez de irse de vacaciones, está renunciando a placeres por un posible éxito futuro en la sociedad. Por otra parte, hay que pensar en los iguales, en los compañeros. El ejemplo del empresario que va vestido como su jefe, los demás lo consideraran frío y carente de sentimientos, o incluso, como una persona pelota. Además, los mismos jefes serán los que no quieran que estos vistan igual que ellos, suelen ser más jóvenes y tienen ventaja física.

Por otro lado, se encuentra la sofisticación inversa, tratándose de una prenda de baja categoría, de bajo coste, cómoda y práctica. Además, sencilla y sin adornos, de un material resistente. Actualmente, esto es lo que experimentan algunos de los sectores de la sociedad, para quienes ir a la moda es más importante que la calidad y duración de las prendas. Suelen ser los adolescentes los que prueban esta sofisticación invertida, ya que sus prioridades serán parecerse e integrarse con sus iguales y adaptarse a los cambios de su cuerpo, en cuanto a tamaño y forma.

### **1.3.2. Consumo Ostentoso: adición, división y multiplicación.**

Tanto en las tribus primitivas como en las sociedades civilizadas, la gordura ha sido con frecuencia un signo de alto *status*. A finales del siglo XIX esto era lo normal en Europa y Estados Unidos, Robert Brain señala, “estaban más orgullosos de su perímetro que un jefe *bangwa*, siendo la gran panza un signo de imponente poder

---

<sup>22</sup> HOLLANDER, Anne (1978): *Seeing Through Clothes*. Nueva York, Viking. p. 443

masculino. Era un rasgo cultural entre los varones alemanes, pero los que la gordura reflejaba riqueza y *status*.”<sup>23</sup>

En general, la talla que esté de moda parece variar según la escasez real o imaginaria de la comida. Cuando se sabe que un gran porcentaje de la población está pasando hambre, lo que se lleva es estar bien relleno y comer opíparamente.<sup>24</sup>

También, se puede consumir ostentosamente llevando más ropa que el resto de personas, una forma sencilla y tradicional. Cuando la gran mayoría de las personas iban desnudas, el simple uso de ropa les daba reputación y prestigio. El ejemplo de los aristócratas del antiguo Egipto al ponerse ropa, no lo hacían por tener frío sino para manifestar su posición social. Otro ejemplo posterior serían los reyes y reinas cubiertos con túnicas y capas, en consecuencia, los campesinos no llevaban apenas ropa.

Actualmente, el ponerse capas y capas de ropa se relaciona con la falta de energía o el querer alardear de un amplio armario. En una reunión de oficina, se sabrá quién es el que tiene más dinero pues será el que más ropa lleve. El ejemplo del inútil pañuelo que se coloca encima de un jersey de cuello vuelto o encima de los hombros. Otro ejemplo sería aquella persona rica que, aunque juegue en el agua con el mismo bañador que el resto al salir del agua cogerá su albornoz, y será a juego con su bañador.

Otra forma de manifestar la categoría social a la que pertenece es llevando más ropa de forma continua en vez de llevarla toda al mismo tiempo, es lo que se llama División Ostentosa. “Tradicionalmente, cuantas más prendas distintas pueda exhibir una persona, más elevado es su status; la alta sociedad del pasado hizo posible este tipo de exhibición por la división de la vida diaria en muchas actividades diferentes, cada una de las cuales exigían una indumentaria especial.”<sup>25</sup>

En el mundo de la buena sociedad, el vestido desempeña un papel importante en la expresión de la cultura. Hay un vestido apropiado para la tarde y otro para las actividades nocturnas. Hay ciertas indumentarias para las bodas y otras para las fiestas de jardín. Los caballeros usan un traje para los negocios y otro para cenar. Allí donde la civilización ha llegado a su punto más alto, el vestido y la moda han llegado a su expresión más elegante y exquisita.<sup>26</sup>

La mujer o el hombre actual no necesitan un traje para por la mañana, otro para un paseo u otro para un té, se considera embarazoso y molesto. Pero la multiplicación ostentosa se sigue dando y sobre todo en el ámbito de los deportes. El ejemplo de una persona elegante tendrá diferentes prendas para jugar al pádel, para correr o

---

<sup>23</sup> BRAIN, Robert (1979): *The Decorated Body*. Nueva York, Haper & Row. p. 99

<sup>24</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 137.

<sup>25</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 138.

<sup>26</sup> EICHLER, Lillian, *op. cit.*, p 154.

para montar en bicicleta. Pero si además el deporte que se practica es en equipo, las indumentarias que se compran serán más y todas distintas. Aunque, desde la utilidad no hay razón para no jugar al tenis con la misma ropa con la que se sale a correr. Y, en el caso de que se quiera mantener este *status*, tener gran cantidad de ropa no es suficiente, habrá que incluir la marca y el nombre del modelo.

De forma alternativa o complementaria a las dos anteriores, para demostrar cierta posición social se debe poseer muchas prendas de vestir parecidas, de forma que nunca se lleve exactamente la misma ropa, es lo que se conoce como Multiplicación Ostentosa. En una escena del libro de F. Scott Fitzgerald, *El Gran Gatsby*, se especifica el efecto que causan la gran colección de camisas de Jay Gatsby a Daisy Buchanan:

Sacó un montón de camisas y empezó a tirarlas, una tras otra, delante de nosotros, camisas de hilo fino y de seda gruesa y de fina franela, que perdían los pliegues conforme iban cayendo encima de la mesa cubriéndola en multicolor desaliño. Mientras nosotros las admirábamos, él trajo más y el suave y rico montón se elevó aún más: camisas a rayas, con grecas y a cuadros, del color del coral y en verde manzana, color de lavanda y naranja pálido, con monogramas de azul indio. De repente, con un sonido forzado, Daisy amagó la cabeza sobre las camisas y comenzó a llorar agitadamente. “Estas camisas son una preciosidad”, dijo sollozando, con la voz ahogada entre gruesos pliegues. “Me entristece porque jamás he visto unas camisas tan... tan preciosas antes”.<sup>27</sup>

Este tipo de Consumo Ostentoso es el que se tienen muchas prendas parecidas es en su gran mayoría propio de mujeres. Por el contrario, un hombre con su salario habitual pretende comprar calidad antes que cantidad, sin necesidad de cambiarse cada día de ropa, y en el caso de que se vea haciéndolo se le juzgará como presumido, caprichoso y femenino.

Para muchas de las mujeres es imprescindible el tener una gran variedad de vestidos y esta demanda comienza desde que son muy jóvenes. Incluso, cuando tengan poca ropa harán lo que sea por combinarla de distintas formas y por alterar el efecto del conjunto con complementos y adornos. Es decir, se prefiere cantidad a calidad y que sean nuevas y no viejas. El ejemplo de la adolescente que no sabe qué tipo de tejido es mejor, pero si sabe contar.

Además, para aquellas que es tan importante la variedad y se esfuerzan diariamente en combinar la ropa, el sentimiento de vergüenza puede ser mayor en el momento en el que se le dice, “¡Anda, te has puesto otra vez ese vestido que me encanta!”. Esto suele ser aún más vergonzoso en la vida adulta. El ejemplo de la compañera de trabajo que llega el viernes con la misma ropa que el jueves, se tenderá a pensar que la noche la pasó con alguien. Este tipo de consumo nuevo y

---

<sup>27</sup> FITZGERALD, F. Scott (1925): *El gran Gatsby*. Estados Unidos, Charles Scribner's Sons.

diferente tiene más efecto en personas a las que se quiere impresionar, siempre y cuando las veas a diario o, al contrario, siendo extraños.

Tener un vocabulario indumentario amplio y actualizado pasa a ser en estos casos una cuestión de primera importancia, especialmente si todavía no te has establecido social o profesionalmente. Por esta razón, no es de extrañar que quienes más activamente mantienen la industria de la moda sean hoy en día las más jóvenes.<sup>28</sup>

### **1.3.3. Materiales y etiquetados ostentosos: la piel y el cuero.**

Una forma y muy popular de Consumo Ostentoso que se ha dado a lo largo de la historia ha sido el vestir tejidos caros. Antiguamente destacaban el terciopelo, la seda estampada o los satenes adamascados. Hoy en día sobresalen la lana, la piel y la seda, tejidos “naturales”, que acentúan el prestigio de la naturaleza y que son más caros que los alternativos fabricados por el ser humano.

En otros tiempos, cuando la población de ganado era mayor que el de las personas, sólo tenían prestigio aquellas pieles de animales más exóticos y extraños, los menos comunes. El ejemplo del soldado que combatió en la guerra se podía permitir el cubrir su suelo con alfombras de pieles de animales peligrosos y grandes, el tigre o el oso. En el siglo XIX, cuando la vida salvaje se estaba extinguiendo, aparecieron los cuellos y puños de piel en el vestido de calle. Los hombres fueron los primeros en llevar abrigos de distintas pieles, sin embargo, la mujer no comenzó a vestirla hasta finales del siglo.

El cuero tardó más en ponerse de moda, incluso hoy las prendas de este tipo sólo te dan el prestigio que deseas si proceden de animales poco comunes como el caimán.

En los años setenta, cuando se dieron cuenta de que muchas especies estaban en peligro de extinción, la piel dejó de ser tan famosa. Las mujeres renunciaban a comprar abrigos de piel o escondían los que tenían. Actualmente se siguen vendiendo estas prendas de pieles de animales exóticos, pero se corre el riesgo de que asocien a uno con el desprecio al medioambiente e incluso de tener cualidades asesinas. Sin embargo, lanas de oveja o pieles de ganado no se juzga de la misma manera, excepto por los vegetarianos.

En el siglo XX, en el momento en que los materiales sintéticos imitaban de forma sorprendente la piel, el oro o la seda, entre otros, era muy fácil que el estilo que estuviera de moda se pudiera copiar en pocos meses y venderse a un buen precio, sin importar si esa persona sabía diferenciar un diseño parisino de uno de Savile Row. En consecuencia, hubo una crisis mundial de Consumo Ostentoso, ya que se tenía la sensación de que todos vestían igual sin importar la clase social.

---

<sup>28</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 142.

De esta manera, se dieron cuenta de que no hacía falta que las prendas se reconocieran por su calidad o dificultad de producir, sino que era suficiente con elevar su precio, marcando el diseño con el nombre del fabricante. Así fue como camisas, pantalones o bufandas quedaban señalados con los nombres o logotipos de los fabricantes. Durante este tiempo se dio demasiada publicidad a este sistema de diferenciación por marcas.

Pero la gran mayoría no creía en esta forma, algunos se burlaron, otros no permitían que sus pantalones o camisas llevaran un monograma que no fuese el propio. Estas teorías cayeron en el momento en que se comprobó que una prenda etiquetada y cara tenía mucha aceptación por parte de los consumidores. El ejemplo de una camiseta de algodón que se deformaba en pocos lavados pero que llevaba impreso la palabra "DIOR", se prefería antes que otra anónima, ya que todo el mundo sabía su coste.

Igualmente, vestir dinero auténtico es otro modo de exhibir la riqueza, un modo primitivo y sencillo. Antiguamente, esto eran conchas, monedas o dientes de tiburón, usadas para joyas o adornar prendas. Actualmente, lo más común es que las personas se adornen con trozos de metal o roca, una forma eficaz de manifestar la propia riqueza ya que no todos conocen su precio.

Las joyerías aumentan el precio del oro, pero otros materiales como rubíes o esmeraldas se quedan estancados ya que su precio es menos conocido y fácil de imitar.

#### **1.3.4. Derroche Ostentoso.**

El Derroche Ostentoso se ha simbolizado a lo largo de la historia con el uso de la tela y de adornos innecesarios en la elaboración de la ropa. El ejemplo de la clásica toga en una escultura griega, se usaba más tela de la que era necesaria para cubrir el cuerpo, en consecuencia, la tela sobrante se exhibía en el brazo.

En la Europa preindustrial, la tela era la manufacturación más importante, "el bien terrenal básico". Un tejido bello era tan admirable como el oro o el vidrio soplado, y ocupaba mucho más espacio. La posesión de ropa complicada y cara era prueba inequívoca de dominio social. No obstante, un solo aristócrata posando para su retrato no podía llevar más que un atavío lujoso en cada momento. La exposición de muchos metros de terciopelo o satén detrás de él sugerían que tenía más y que podía, en términos modernos, forrar las paredes con él.<sup>29</sup>

Es decir, transmitían riqueza, alta categoría y valía moral, como ángeles o santos.

---

<sup>29</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 150.

En los años 1600 y 1900, las mujeres sofisticadas y respetables llevaban como mínimo tres enaguas, llevar menos se consideraba ser pobre o descuidado. El prestigio se conseguía con un vestido de veinte o treinta metros de tela y difíciles adornos.

El uso de tela superflua nunca murió, hoy en día, aunque de forma menos llamativa se puede ver en revistas de moda. La ropa de mayor precio suele tener más tela que otras, es decir, un corte más generoso. Por otro lado, en la fotografía de modas también se intenta que aparezcan cantidades extras de tejido, extendiéndolo sobre un sofá o flotando en el mismo aire. De la misma forma, el derroche de adornos aún persiste. El ejemplo de la típica camisa con un bolsillo en el pecho en la que nunca se podrá meter nada.

La forma más efectiva de Derroche Ostentoso es el cambio de modas. La industria de la moda se sirve de los cambios culturales y sociales, sugiriendo que los vestidos del año anterior no convienen, no son bueno para la reputación. Se tiende a mostrar una serie de *looks* que sugieren que una mujer es liberal y tiene buen gusto vistiendo, que es acorde con su estilo de vida. De esta forma se le dice cómo ser una mujer sofisticada y elegante en su trabajo, activa en su tiempo libre, dulce y acogedora en su casa y sexy con su pareja. Es así como cada momento requiere una indumentaria distinta para correr, nadar o jugar al pádel, cuantos más looks se pueda obtener más alucinante será la personalidad de la mujer.

Por otra parte, de los hombres se dice que solamente tienen una personalidad, pero no es del todo cierto. El ejemplo del empresario que necesita distintas ropas para crear ese ambiente de confianza y comodidad a sus clientes según sean de una región u otra. Así, los hombres también se cambian de ropa según el trabajo que hagan en el momento.

Quando lo enviaban al Washington oficial, este periodista se cuidaba de vestirse con tres o cuatro años de retraso respecto a la moda neoyorquina. "Washington odia la moda, especialmente la moda de Nueva York. El mensaje debe ser: no me interesa la moda; soy un hombre del pueblo, un tipo normal" Por tanto se ponía un traje de rayas finas un poco arrugado, una camisa blanca y una corbata anodina.<sup>30</sup>

Si este sistema no funciona ya no se trata de derroche. La ropa se elige de forma intencionada fundiéndose con su entorno y si no lo hace, tampoco se podría decir que sean ostentosas.

### **1.3.5. Ocio Ostentoso.**

Hoy en día, el Ocio Ostentoso es mucho menor que el que se daba hace años. El traje europeo tenía múltiples estilos con los que era imposible desempeñar cualquier actividad, como eran las pelucas, las mangas hasta el suelo, las faldas

---

<sup>30</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 153.

con inmensa tela o los pañuelos en la cabeza. Este tipo de indumentaria no permitía llevar una vida productiva, por lo que requerían ayuda de criados en todo momento.

El traje de saco se destaca como Ocio Ostentoso en la ropa de hombre, una especie de prenda de camuflaje que copia los colores y las formas de paisajes urbanos, la cual se generalizó a mediados del siglo XIX. La amplia chaqueta y los pantalones de tubo permitían disfrazar o camuflar a la persona, ocultando la barriga o las delgadas piernas propias de una persona parada o quieta. Esta indumentaria solo favorecía a la persona inactiva y desfiguraba a la que era trabajadora. Por lo tanto, fue diseñado para personas que apenas realizaban esfuerzo físico, aquellas que caminaban, hablaban o escribían. También, era una ropa que se arrugaba y manchaba con facilidad, esto requería que se utilizase en sitios cerrados. En consecuencia, las personas con buenos músculos, como señala Berger, parecían “descoordinados, patizambos, piernicortos, culibajos... bastos, torpes, brutotes”<sup>31</sup>

Actualmente, la ropa habitual de clase media de una ciudad no causa dolor, pero sigue entorpeciendo algunas actividades excepto las que requieran poco esfuerzo físico. El ejemplo de lo molesto y difícil que sería salir a correr a la calle con un traje que se lleva a la oficina.

#### **1.3.6. Afrenta Ostentosa.**

Quentin Bell en *On Human Finery* destaca la competición económica como la mayor de energía que opera tras los cambios de la moda, además, sugiere que se debería de añadir la Afrenta Ostentosa a las designadas anteriormente: Consumo, Derroche y Ocio Ostentoso.

Se trata de usar conscientemente una indumentaria que no se adapte a las normas de tener “buen gusto”. El ejemplo de una boda, se puede encontrar desde la máxima sofisticación de la familia de los recién casados hasta la menor de las formalidades de primos lejanos o desconocidos. Así, un amigo que criticó al matrimonio irá a la celebración en vaqueros y camiseta. O el ejemplo de una fiesta, si la persona invitada se considera superior a la anfitriona se permitirá acudir a ella con ropa más informal. En el momento que la informalidad llega al punto de menosprecio hacia el acto en cuestión, se trata de un comportamiento Ostentoso.

Por ello, aquellas personas que se lanzan a realizar la Afrenta Ostentosa deben de estar confiados y seguros, ya que llamarán la atención y se les reconocerá al momento.

---

<sup>31</sup> BERGER, John (1980): *Looking*. Nueva York, Random House. p. 12



### 1.3.7. Status por asociación: música y deporte.

Existen otros factores que, además de los mencionados, también determinan el *status* en el vestido. Actualmente, las modas las implantan individuos conocidos. En un principio son los fans de la celebridad los que asumen el estilo, una forma de homenaje y de magia por la simpatía. El ejemplo de “la chica con peinado a lo Farrah Fawcett aspira a convertirse, y a que así lo perciban, en una mujer igual de atlética e infatigablemente *sexy*... la *modalización* es tan completa que la mayoría de las asociaciones originales se diluyen, y entonces llevar una determinada moda simplemente indica que se viste a la moda.”<sup>32</sup>

También, la ropa puede adquirir reputación o prestigio al estar asociada con una actividad de *status*, como la guerra. En deportes de alta categoría se necesitará una gran cantidad de equipamiento e instalaciones de altos costes. El ejemplo del golf, se requiere el uso de muchas hectáreas de terrenos de alto valor, las cuales habrá que limpiarlas, regarlas y mantenerlas a menudo con máquinas carísimas. Además, se juega con distintos palos especiales, costosos y pesados, los cuales habrá que llevar en un vehículo especial.

La ropa actual está llena de una aureola de *status*: gorras de polo, botas de alto tacón o corbatas con estampados de caballos, entre otros. Las personas que visten con este tipo de indumentaria comunican que saben montar a caballo y que tienen el suyo propio, o que su círculo de amigos los tiene.

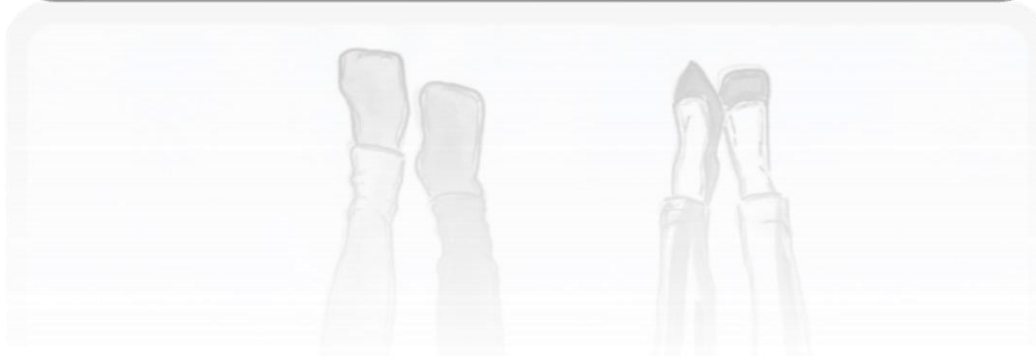
Otro tipo de prenda que confiere *status* son las insignias de buena reputación de escuelas, clubes u otras instituciones. El ejemplo del hombre que lleva un bordado de una herradura en su camisa, pero realmente no sabe montar a caballo, será motivo de risas a su alrededor. Esto quiere decir que realmente hay que tener una relación directa con la institución que llevas, si no corres el riesgo de que juegue en tu contra.

---

<sup>32</sup> LURIE, Alison: op. cit., p. 164.

## 1.4. CAPÍTULO IV: LA ROPA COMO SIGNO DE SEXUALIDAD.

### 1.4.1. De mujer y de hombre.



La Biblia señala que la razón original de la ropa fue en el momento en que Adán y Eva se vieron desnudos y “cosieron hojas de higuera y se hicieron unos ceñidores”. Sin embargo, la vergüenza no parece haber tenido tanta importancia en la historia del vestido. El ejemplo de la antigua Grecia, los esclavos o los atletas iban con normalidad desnudos.

A día de hoy se considera que el ocultar partes del cuerpo no se originó como una forma de contener el deseo sexual, sino como un mecanismo para despertarlo, por lo que la ropa sería lo mismo que decir “tengo un secreto”, una forma de incitar. Es por eso que las partes que se suponen sexualmente más excitantes se suelen cubrir con varias capas, atrayéndolas a ellas. Las personas que se adornan con un lazo o un pañuelo de colores vivos tienen el mismo efecto sobre la alguien que un regalo de cumpleaños, causando curiosidad, el deseo de abrir la caja envuelta.

En consecuencia, el cuerpo desnudo sin ningún tipo de adorno no es apenas estimulante, y más en concreto si se trata de una desnudez mayoritaria. El ejemplo de una playa nudista, la persona que acude a ella en su tiempo de ocio acabará cansada de ver tanta carne, produciéndole mareo y sofocación. Por eso, se afirma que un cuerpo vestido es mucho más excitante que uno desnudo, ya que ocultan y revelan, como si se tratase de un regalo a la hora de adivinar lo que hay en su interior.

Desde un principio, la función de la ropa no era más que el fomento de la actividad erótica, de manera que hombres y mujeres se atrajesen de forma mutua. Por eso, para conseguir un mayor índice de natalidad había que lograr que las personas hicieran el amor con otras del sexo opuesto. De aquí la necesidad básica de diferenciar hombres y mujeres a través del vestido. En otras épocas ha existido una clara separación de lo que se podía poner cada sexo. Sin embargo, en la actualidad existen muchas prendas que se pueden poner ambos, por lo que se deduce que el índice de natalidad ha bajado con respecto a la antigüedad.

#### **1.4.1.1. Niñas de rosa y niños de azul.**

Desde que se nace comienza la diferenciación de sexo. Un juguete, una sábana o un mueble, de color rosa pálido, asociado con la sensibilidad, para las niñas y de color azul pálido, asociado con el servicio, para los niños. Pero conforme van creciendo el azul se convierte en un color normal en la ropa de niña, ya que la mujer debe trabajar además de ocuparse del hogar. Sin embargo, el rosa no es muy común en los niños ya que no quieren asociarse con la vida emocional.

En cuanto a los cortes y formas de la ropa de niño y niña tras sus nacimientos se ven claramente iguales, sugiriendo que sus cuerpos son idénticos. Aun así, la ropa de niño será de colores más oscuros y tendrá relación con los deportes, los animales salvajes y los automóviles. La ropa de niña será de colores pálidos y con una decoración de flores o animales domésticos. De esto se deduce que un chico hará grandes viajes y esfuerzos físicos, y una chica se quedará en el hogar

con plantas y animales fáciles de domesticar. Además, la ropa de niño suele ser ligeramente más ancha por los hombros y la de las chicas más estrecha por las caderas, una forma de adelantarse a la silueta de los mayores. Asimismo, pliegues y adornos serán colocados en dichos sitios de forma estratégica para dar relieve.

#### **1.4.1.2. El corsé, la moda de la debilidad.**

Alrededor de la década de 1830 la indumentaria que se le exigía a la mujer tenía un mayor significado que el de protegerse del clima, haciéndola parecer débil y desvalida. La principal prenda de esta debilidad era el corsé, formaba parte de una necesidad física y no de una simple moda. Se pensaba que la constitución de la mujer era frágil, por lo que sus músculos no se podían mantener en pie por sí solos, necesitaban ayuda.

Desde muy pequeñas, con tres o cuatro años, se las comprimían en versiones juveniles del corsé y conforme iban creciendo estos se diseñaban más rígidos y ceñidos. En el momento en que llegaban a la adolescencia iban metidas en “jaulas” de lona pesada, lo que suponía la deformación de los músculos llegando a no poder estar de pie mucho tiempo sin tener que apoyarse. El corsé deformaba los órganos internos e impedía que se pudiera respirar profundamente, en consecuencia, era normal que se desmayaran, que no quisieran comer o tuvieran molestias en el estómago y que se sintieran cansadas y débiles al hacer cualquier cosa. Así, cuando se quitaban el corsé tenían grandes dolores en la espalda y seguían sin poder respirar bien debido al tiempo que las costillas habían estado oprimidas.

Además, sobre esta prenda tan debilitadora llevaban varias capas de camiones, unas cuantas enaguas más, un miriñaque y un vestido largo, a lo que hay que sumarle los adornos adicionales, como cintas o abalorios. Y, a la hora de salir a la calle un pesado sombrero muy decorado y un gordo chal de lana. En total llevaban cinco o seis kilos de ropa.

Ante la imposibilidad de correr y la dificultad para moverse o caminar, en cualquier emergencia lo más fácil era desmayarse y confiar en que la ayuda y protección del hombre más cercano. La mujer era considerada débil física y mentalmente, por lo que no podía realizar ninguna actividad en solitario, siempre tenía que ir acompañada y vigilada por un hombre. Esta incomodidad era propia de las mujeres adineradas, ya que como norma universal cuanto más alta es la categoría social más incómoda es la indumentaria que se lleva.

#### **1.4.1.3. Mujeres en pantalones.**

En la década de 1890 se reformó la parte inferior de la indumentaria de la mujer. Tuvo lugar gracias a la aparición de la bicicleta, así fue como se diseñó la falda

pantalón para las mujeres que quisieran realizar esta actividad. Los auténticos pantalones tardaron más en llegar a la indumentaria femenina.

En los años veinte fue cuando la mujer los comenzó a usar, pero hasta entonces no llevaban ni pantalones largos ni cortos, ni para hacer deporte ni para el uso informal. Un nuevo estilo que decía que la mujer que los llevase no era guapa ni atractiva ni natural, un nuevo estilo que se llenó de burlas. En los años treinta era más común encontrar mujeres en pantalones practicando deporte o en el jardín, pero seguía siendo impensable el ponerse esta indumentaria para salir de fiesta o ir a la oficina. Las universidades y escuelas seguían insistiendo en el uso de la falda hasta los años setenta. En la actualidad esta norma sobrevive en algunos sitios.

#### **1.4.1.4. Mujeres con zapato de tacón.**

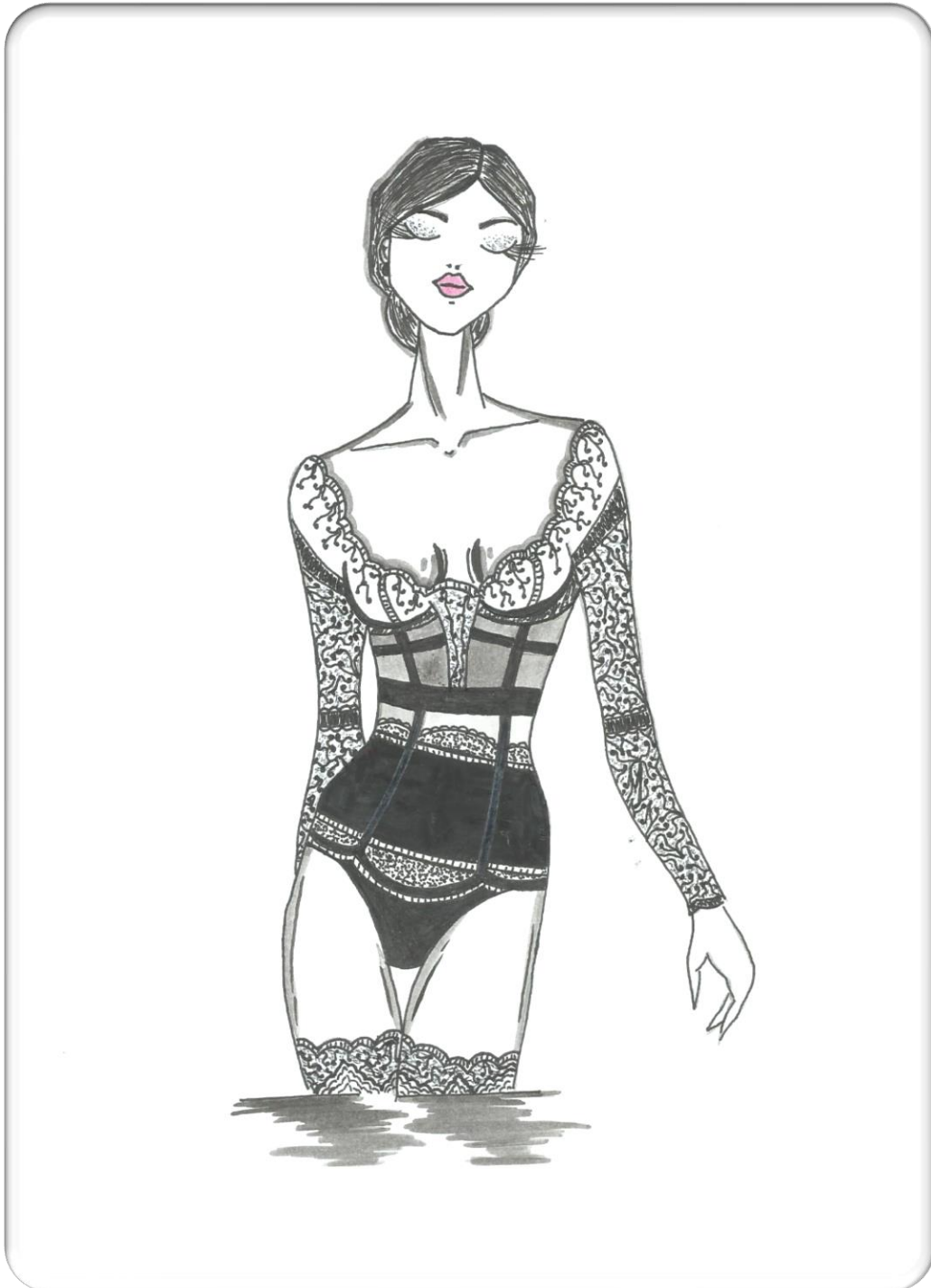
“Los intentos de limitar la movilidad de la mujer obstaculizando sus movimientos son antiguos y casi universales.”<sup>33</sup> Una vez más la mujer queda atrapada, no se puede escapar ni siquiera seguir a alguien. Es el caso de los zapatos de tacón alto y punta estrecha, un componente imprescindible en la indumentaria femenina si querías ser atractiva y parecer que tus piernas eran más largas. Este calzado era muy incómodo y doloroso, no se podía estar de pie mucho tiempo, era agotador e imposible correr en ellos. Si este tipo de zapato se lleva desde la adolescencia deforman las piernas y los pies, además, acaba resultando más insufrible ponerse unos zapatos planos para caminar.

De forma literal y figurada, los zapatos modernos de mujer son aquellos que impiden que una mujer corra igual de rápido que un hombre.

---

<sup>33</sup> LURIE, Alison: op. cit., p. 253.

1.4.2. Moda y sexo.



La indumentaria de una persona expresa si es hombre o mujer, pero también puede comunicar si le interesa el sexo y qué tipo de este. Aunque esta información puede ir en mayor o menor medida disfrazada. La ropa que se lleva al trabajo se supone está diseñada para disimular la sexualidad, pero la realidad es que hasta las prendas más formales y serias contienen signos eróticos. En consecuencia, las prendas de colores vivos se suelen utilizar para que admiren o amen a la persona que lo lleva. Algunos detalles o adornos sugieren los verdaderos sentimientos de la persona. El ejemplo de los cordones de los zapatos atados con un doble o triple nudo muy apretado.

Las prendas también pueden ser antisexuales y en su mayor parte están impuestas por autoridades externas. El ejemplo de los uniformes de los colegios, en concreto el de las chicas, están diseñados para el rechazo de lo erótico. De la misma forma, el uniforme de un preso tiene la misma función.

De manera general, la ropa suelta, suave y en tonalidades cálidas están asociadas a una persona informal, afectuosa y cálida. Esto quiere decir que el desorden y la ropa ancha también tienen un encanto erótico. Las prendas desabrochadas, en partes o enteras, sugieren facilidad por conseguir la desnudez al completo. Por otro lado, la persona demasiado pulcra se asocia con el control y el estar reprimida. Las prendas muy ajustadas y abrochadas se asocian con ser estricto y estar eróticamente muy reprimido. Los tejidos fuertes, como una gabardina, parecen que niegan la sexualidad de la misma forma que lo hacen los colores apagados o grises.

El interés por el sexo puede expresarse de manera obvia o sutil. Los jóvenes llevarán unos vaqueros con una camiseta que contenga una frase chillona, y los adultos de una forma más sofisticada y menos llamativa transmitirán la misma información.

Por otro lado, no existe una prueba objetiva que apoye la idea de que las personas de otras nacionalidades son más sexy o atractivas. Pero aquellos extranjeros a los que se escojan como más sexy dependerá del gusto personal y de la época de la que se hable. El ejemplo de una mujer de los años veinte que soñaba a diario con ser raptada por un jeque.

A todo el mundo no le seduce el tipo habitual de la época, siempre hay distintos estereotipos donde se puede elegir, además, cada país proporciona más de uno. En ocasiones, el atractivo más erótico se encuentra más cerca de lo que se cree, de forma que un madrileño puede ponerse ropa de campo para parecer sexy, y el que trabaja en el campo puede ponerse un traje oscuro sofisticado expresando su experiencia erótica.

Otra de las creencias es que las parte íntimas de las personas de clase alta estarán más dotadas sexualmente o que la clase obrera sea más sensual y apasionada. Esta última creencia se ha visto reflejada en la moda, siendo la responsable de los famosos monos de mecánicos o fontaneros. Incluso hay personas que consideran que las prendas arrugadas o sucias son más atractivas.

#### 1.4.2.1. Tela, piel y cuero.

El tejido de una prenda simboliza la piel de la persona que hay debajo, por eso se dice que la forma más sensual del vestido es el material del que este hecho. Por lo tanto, si una prenda es resbaladiza, fina o suave, de forma inconsciente se le atribuirán estas características a la persona que lo vista. El ejemplo de un hombre con una camisa de lana gruesa, se le asociará con que tiene la piel gruesa, con que es emocionalmente duro e insensible.

El uso de pieles de animales es uno de los mensajes textiles más antiguos. Los antiguos cazadores se vestían con las pieles de los animales que habían matado asumiendo la naturaleza del animal. Actualmente, aquellos que visten con pieles se presentan como animales, además de consumir ostentosamente.

De forma general, el cuero sugiere contacto sexual con la piel de quien lo porta. Puede ser una la típica chaqueta negra de motorista, lisa y fuerte, o el suave vestido de ante. Sin embargo, las pieles menos comunes pueden tener significados más difíciles de descifrar. Aunque en concreto la piel de serpiente de significado más complejo se la asocia con el exceso de riqueza.

Para convertir simbólicamente a una persona en un animal, las pieles son más apropiadas que los cueros. Puede ser un mensaje sencillo como el ejemplo del ruso con abrigo de oso se dice que es un oso ruso.

En muchas ocasiones aquellos que compran un abrigo de piel ignoran la conducta del animal del que procede, siendo su única voluntad el decir que soy un animal valioso. No obstante, existen personalidades de animales muy conocidas. El ejemplo de la timidez y fecundidad del conejo, las personas que lleven prendas de esta piel se espera que actúen como dicho animal, como si se tratase de un conejito *Playboy*: algo tontas e ingenuas, apasionadas sexualmente y adecuadas para tener muchos hijos. Otro ejemplo y uno de los más conocidos, la persona que viste con piel de zorro se le atribuirán las cualidades de este animal, siendo astuta, independiente y valiente.

Pero a lo largo de la historia destacan especialmente dos usos de pieles en la mujer. En los años treinta y cuarenta lo habitual era llevar alrededor del cuello pieles de animales. En estos años no estaba claro si las pieles representaban el animal que la mujer llevaba dentro o era una forma de que el hombre luciera a través de la esposa su caza, su trofeo. Por otro lado, a principios del siglo XIX se puso de moda el manguito, los cuales se diseñaban con plumas de cisnes o costosas pieles como la chinchilla, pero al convertirse en especies en peligro de extinción se rehicieron de pieles como la foca o el cordero. El uso de esta prenda significaba que las partes más vergonzosas de la mujer tenían pelos y eran calientes y delicadas.



#### 1.4.2.2. Bronceados, tatuajes, pinturas y polvos.

Otra forma de tener mayor o menor atractivo sexual era a través del bronceado o de los tatuajes. El color de la piel se puede cambiar, esto es aclarar u oscurecer, según los cánones de belleza de cada época.

Años atrás, el estar moreno o bronceado significaba que esa persona trabajaba al aire libre, indicando una posición social baja. En consecuencia, aquellos que vivían en la riqueza tenían la piel blanca, y cuanto más blanca fuera más hermoso se pensaba que era. Mas adelante, a principios del siglo XX, en numerosos empleos forzaban a las personas a trabajar demasiadas horas bajo el mismo techo. Esto significaba que aquel que tenía bastante dinero y tiempo tenía un mayor bronceado, ya que tenía oportunidad de tomar el sol cuanto quisiera. Así, el bronceado se asociaba con lo erótico, sugiriendo ejercicio al aire libre y compartiendo la creencia de que las personas de pieles más oscuras son más sensuales. Hoy en día, el color de moda para la piel es el medio beige.

Algo más doloroso, pero menos dañino para la piel es alterarla con tatuajes. Tradicionalmente, este método era propio de la clase obrera y los marinos. Aunque, muchas mujeres los llevaban en alguna zona íntima del cuerpo. Los pequeños tatuajes y visibles se asocian con un pasado tormentoso y aventurero, y los más voluminosos y artísticos suelen tener un estilo japonés.

Sin embargo, la forma más sencilla de decorar la piel según el gusto de cada uno es con cosméticos. Antiguamente, los hombres y las mujeres lo usaban, pero en la actualidad se supone que es exclusivo para ellas. Por ello, para contrarrestar la sospecha o el asomo de afeminamiento, las cremas, maquillajes o productos similares para los hombres se venden con un mensaje muy varonil, como dice Robert Brain:

(Los fabricantes) tienden a apelar al guerrero, al macho, cuando venden cosméticos a los hombres; boxeadores, futbolistas y jugadores de críquet anuncian perfumes y cremas. Se dice a los hombres que los productos les harán sentirse osados, temerarios, fuertes, dominantes, vigorosos, energéticos e interesantes.<sup>34</sup>

Los jabones y los perfumes se han creado para eliminar y disimular los olores naturales del cuerpo de una persona, los cuales hace años sirvieron como signos sexuales. Así, se está condicionando a la persona a rechazar su propio olor y se le incita a oler de una forma vegetal o química.

Tradicionalmente, el maquillaje femenino es una forma de ocultar la edad y las imperfecciones. Además, se usa de manera parcial en los puntos claves más eróticos, como los voluminosos labios rojos o los ojos agrandados con sombras. Por lo tanto, el maquillaje se ha utilizado para que la cara se ajuste

---

<sup>34</sup> BRAIN, Robert: *op. cit.*, p. 45.

a los cánones e ideales de belleza de cada tiempo. El ejemplo de cuando en los años sesenta se puso de moda los ojos grandes y redondos, haciéndolos mayores con oscuras sombras y largas pestañas.

#### **1.4.2.3. Exhibición, corte y color del cabello.**

Otro de los signos que han incitado a la sexualidad ha sido el cabello. En los hombres es una señal social y política, pero no se escapa el significado erótico secundario. La exhibición de vello en el cuerpo de un hombre, en concreto en el pecho, es un signo de fuerza sexual, pero no todas las mujeres u hombres se sienten seducidos de esta forma. Por esto será que no se suele encontrar atractivo a una calva, lo que es común en monjes y sacerdotes.

En el caso de las mujeres, tradicionalmente la exhibición de vello ha sido una forma de rechazo, por lo que se han visto obligadas a eliminarlo con cuchillas, ceras o láser. Esta exigencia masculina y de opresión patriarcal es una forma de obligar a las mujeres a convertirse en muñecas de plástico, sobre todo para las feministas actuales. Por lo que aquellas que se toman muy en serio la acción ecológica o la medicina herbaria, entre otros, tienden a ver el vello en el cuerpo como una forma de cultivo natural.

Por otro lado, un signo histórico y de gran importancia de la feminidad ha sido el pelo largo, reconociéndose como una marca tradicional de la mujer sensual de muchos países y épocas.

La tradición europea asocia el pelo largo y suelto con la juventud y la virginidad. Desde pequeñas lo llevaban hacia abajo, pero al casarse o convertirse en adulta se lo subían de distintas maneras, por ejemplo, formando una corona con trenzas o cardándolo. Y solo era en la intimidad cuando se quitaban la toca y los bucles caían, dejando que el encanto de la mujer deleitara al hombre. Por lo que casi nunca se lo cortaban.

En los años veinte se dio la moda del pelo corto, significando independencia y libertad, incluyendo lo erótico. Por lo que una joven con el pelo corto era signo de disponibilidad sexual. Sin embargo, a principio de los setenta se volvió otra vez a la moda del pelo largo, pero ahora con la raya en medio. Esta vez se exigía que el pelo estuviera liso, ya fuese de manera natural o con ayuda de alguien que eliminase los rizos. El hecho de cortarse o recogerse el pelo era algo que no les gustaba a los hombres y una señal de que se habían vendido al sistema.

Hoy en día, el pelo por debajo de la cintura no es lo habitual, y si alguien lo lleva se le asocia son significados tradicionales como la disponibilidad sexual o intensidad emocional. Por lo tanto, si la mujer se corta el pelo está rechazando esos atributos. Así, tienen dos tipos de presiones, lo que quiere que lleve su marido y lo que debe de llevar al trabajo.

Además, tradicionalmente, el color y la textura del pelo decía la personalidad de alguien, unos estereotipos sin ninguna justificación. De esta forma se decía que las rubias eran las favoritas de los hombres y las que tenían más salero; las morenas eran profundas y emocionales y las pelirrojas eran intensas y fogosas. Asimismo, los colores apagados se asociaban con una personalidad tímida y los definidos con una fuerte. Además, el pelo rizado te decía que eran alegres y el liso lo serías que eran.

Actualmente, aunque algunos aspectos han dejado ser un inconveniente, las asociaciones tradicionales siguen presentes. Los avances en el ámbito de la cosmética permiten a cualquier mujer con tiempo y dinero a hacer lo que quiera con su cabello, ya sea rizárselo, alisárselo o cambiarse de color, y tantas veces como quiera. Pero con los estereotipos más consolidados, se cambie o no el color y/o la textura del pelo, seguirán juzgando por él y tratando en consecuencia.

Los hombres, aunque tienen la misma libertad para elegir, no lo ven necesario. En este caso no se espera que la personalidad de un hombre cambie con el color del pelo. Sin embargo, si existe un *hándicap* en el ámbito profesional del hombre, el pelo rubio claro o rojizo es muy común en niños pequeños, por lo tanto, se les asociará con la inmadurez y la impulsividad de estos.

#### **1.4.2.4. Señales sexuales: el bolso, el paraguas y el sombrero.**

Detalles de la indumentaria también pueden ser un signo de sexualidad, como son la minifalda muy corta o el delicado jersey que marca los pezones. Sin embargo, el mensaje sexual más directamente reconocido en las mujeres es el bolso o cartera.

El uso en inglés del término *purse* para designar las partes pudendas femeninas data de principios del siglo XVII. La expresión inglesa *old bag* (bolso viejo) para designar a una mujer mayor poco atractiva tiene alrededor de cien años, y puede que subliminalmente sea la responsable de la tendencia femenina de desechar los bolsos en cuanto se estropean lo más mínimo.<sup>35</sup>

Una mujer que lleve un bolso con hebillas o cremalleras será una mujer difícil de llegar, física y emocionalmente. Aquella que lleve un cesto de paja con la parte de arriba abierta, se la asociará con carácter confiado y emocional y sexualmente accesible. Un bolso puede ser de muchas maneras, los que tienen muchos departamentos están asociados con ser organizada y activa. En consecuencia, puede tener un solo hueco donde todo este revuelto y se le asociará con el desorden. Además, un bolso puede ser muy femenino (bolso con estampado de flores) o muy masculino (maletín de hombre), en el caso

---

<sup>35</sup> LURIE, Alison: op. cit., p. 272.

de llevar ambos a la vez tendrá connotaciones sexuales contradictorias. No obstante, el bolso no solo comunica sexo. El contenido de éste, puede servir de carnet de identidad o ser una forma de representar la mente de una persona, pero siempre transmite una información erótica.

Por otro lado, el bastón y el paraguas enrollados parecen ser el símbolo masculino que aparecen en los sueños y películas. En la actualidad, los bastones no son habituales, excepto para quienes realmente lo necesitan, pero el paraguas si es popular. El paraguas masculino debe de ser grande y pesado, ganando prestigio cuando se abre. Sin embargo, un paraguas pequeño y que no funcione bien será motivo de vergüenza e incomodidad. Pero cuando el paraguas se despliega, se consigue una forma menos fálica, de aquí que muchos hombres lo mantengan cerrados y bien enrollados, aunque diluvie.

El sombrero también ha sido un símbolo de masculinidad, coincidiendo con las épocas en las que dominaban los hombres. Estos fueron el sombrero de copa en momentos de los puritanos y la chistera en la de los victorianos. Otro de los símbolos sexuales del hombre es la corbata, y si es de colores y tonalidades vivas, mejor.

#### **1.4.2.5. Capas exteriores e interiores: prendas íntimas y lencería.**

Puede ser difícil determinar lo que una persona se va a poner si quiere transmitir una información o desinformación exacta sobre su edad, sus gustos o su ocupación. Por ello se suele escoger la capa exterior para representar el exterior e interior de la persona. En el caso de que ambas capas se vean no será difícil leer el mensaje, aunque parezca contradictorio. El ejemplo de una mujer con traje gris y blusa rosa con adornos, se asociará con un ratón serio, formal y trabajador con un interior frío y femenino.

De igual forma, existen muchas combinaciones posibles para transmitir el interior y exterior de una persona. Puede ser rústica por fuera y urbana por dentro, de clase alta por fuera y baja por dentro o infantil por fuera y adulta por dentro. No obstante, el color puede marcar la diferencia cuando la capa exterior y la interior son idénticas. El ejemplo de la chica con capa interior visible roja, será una forma de decir a los demás lo fogosa y pasional que es. Sin embargo, cuando los colores que se combinan son convencionales, el significado deja de ser personal y sigue siendo convencional.

Lo habitual es que la capa exterior cubra la interior, por lo que solo algunos podrán llegar a verla. En una relación en la que dos personas se están conociendo, es emocionante el momento en el que ambas se quitan la ropa exterior y dejan ver la interior revelando un nuevo mensaje. En muchas

ocasiones no se conoce la identidad erótica de la persona hasta que no se llega a las prendas interiores.

Tanto de hombre como de mujer existe la llamada ropa asexual, suelen ser de un blanco apagado, sin adornos y de tejidos poco sensuales. Si es nueva y aseada puede ser una señal de virginidad. Si el elástico está deformado y tiene un color amarillento o grisáceo es una señal de descontento con su propio cuerpo, expresando el rechazo de lo erótico.

En el caso de que la ropa interior sea atractiva, será más complicado describirla ya que depende en gran parte del gusto personal, pero algunos casos suelen estar claros. Los hombres de clase alta y media de unos cincuenta años tienden a comprarse calzoncillos de pata de tonos azules, blancos y marrones, y suelen ser lisos o rayados. Aquellos que tienen menos de cincuenta y son conservadores, escogen los calzoncillos ajustados blancos. Y, aquellos que tienen menos de cincuenta y son poco conservadores, si no tienen barriga, elegirán *slips* de color blanco, aunque también verdes, rojos, marrones y azules, y con distintos estampados.

A las mujeres de menos de cincuenta suelen gustarle los *slips* de colores, siempre que el hombre que lo porte tenga el tipo adecuado. Además, la camiseta blanca sin mangas también forma parte de la ropa interior, asociándose con la clase obrera, la cual muchas mujeres consideran *sexy*.

La mayoría de las mujeres prefieren la lencería blanca, y en el caso de que escojan otro color podrá ser por razones de que no se les vea el sujetador o que quieran combinarlo con una blusa semitransparente, entre otras muchas opciones. Además, se suelen decantar por encajes y volantes, pero no en gran cantidad, el caso es parecer atractivas, naturales e inocentes. En el caso de las deportistas, eligen la ropa interior blanca, lisa y sin adornos, es su forma erótica de decir que el sexo es como un deporte de contacto. A esta lencería blanca se le suele añadir un camisón negro o un sujetador rojo. En muchas ocasiones es regalado por el novio o marido llevando un mensaje sexual, una indirecta de que podría ser más o menos agresiva en la cama, por ejemplo.

La lencería de color beige o crudo consigue el efecto de una piel sonrosada, por lo que favorece a la persona, pareciendo que es elegante y fina. Este color lo suelen elegir las mujeres que se sienten mayores o muy expertas como para llevarla blanca, pero tampoco escogerán la negra porque les hará parecer poco sutiles.

A menudo, la lencería rosa con encajes es la preferida de muchas mujeres que ven el amor como un romance continuo. Esto supone que el camino hacia sus partes más íntimas, tiene que pasar antes por su corazón. Por otro lado, la de color melocotón o carne suele ser una mala elección ya que hace que la piel parezca amarillenta o sucia, a no ser que quien lo lleve sea de piel oscura.

La ropa interior negra siempre ha sido la más erótica entre todas. Si el corte es discreto y sencillo, suele ser la favorita de las intelectuales que se toman el sexo en serio, además, parece tener un modo práctico. Sin embargo, las negras transparentes suelen preferirlas aquellas que se aburren con sus parejas, posturas sexuales o lugares, se dice que esta lencería es atrevida y sofisticada.

La lencería de color roja suele llevarse en mujeres que se dicen que son apasionadas, con carácter y que disfrutan con una escena de drama.

Los colores mencionados son los más habituales, la compra de otros puede usarse para expresar el estado de ánimo. También existe la ropa interior con estampados, una con flores pequeñas expresará delicadeza o una imitando la piel de leopardo sugerirá lo salvaje que es en la cama.

#### **1.4.2.6. Modas en la anatomía.**

El proceso reproductor apenas ha cambiado con el tiempo, por el contrario, ha variado en muchas ocasiones lo que le resulta más atractivo al hombre y a la mujer, es lo que se llama modas en la anatomía.

Según Flügel, algunas de estas modas anatómicas parecen arbitrarias, siendo el resultado del cansancio y la familiaridad con las partes del cuerpo. El ejemplo de la excitación que provocaba la pierna de una mujer en los años veinte y treinta, era una forma de expresar que se habían vuelto más activas e independientes. Un ejemplo más reciente sería la forma que le dan unos vaqueros al trasero de un hombre o de una mujer, teniendo un corte favorecedor, lo redondean en lugar de comprimirlos. Según Robert Brain, “el abultamiento y la coloración del trasero es particularmente visible en aquellas especies que tienen los machos más agresivos y pendencieros”.<sup>36</sup>

Pero no solo cambian los gustos en cuanto a las partes del cuerpo, también varía el deseo por un tipo de cuerpo u otro.

Según cánones modernos, la belleza eduardina era horrorosamente pálida y obesa; Twiggy, la niña-mujer de los años sesenta, ahora nos parece una víctima de la anorexia. Los estilos de casi todas las épocas están diseñados para favorecer a la mujer que se ajusta al ideal del momento, y para permitir que la mujer que se aparta un poco de este ideal se acerque a él.<sup>37</sup>

Ni la anatomía ni el gusto erótico siempre se ajustan a la moda del momento. Así, mujeres y hombres con traseros planos, pechos caídos, barrigas grandes u otras peculiaridades físicas que no esté de moda en el momento, suelen encontrar la belleza perfecta en otra persona.

---

<sup>36</sup> BRAIN, Robert: *op. cit.*, p. 143.

<sup>37</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 283.

1.5. CAPÍTULO V: COLORES Y ESTAMPADOS.



Hay ciertos aspectos del lenguaje de la moda que pueden ser leídos por todo el mundo, aunque exista alguna barrera lingüística. El más importante y que causa mayor impacto al segundo, es el color. Los psicólogos han descubierto que una simple mirada a distintos colores altera la presión sanguínea, el ritmo de la respiración y los latidos del corazón, lo mismo ocurre al escuchar un sonido chirriante o uno armonioso. Los colores vivos como los sonidos fuertes, pueden dañar la vista o dar dolor de cabeza, sin embargo, los colores suaves como los sonidos armoniosos, emocionan y tranquilizan.

En muchas ocasiones el color indica el estado anímico de la persona, pero inevitablemente no existe una guía perfecta e infalible. Lo primero se destaca la convención, esto puede prescribir algunos tonos. El ejemplo del empresario que ha de llevar traje azul oscuro para trabajar, sólo puede expresar sus sentimientos a través de la corbata o camisa. Lo aceptado socialmente también altera los colores según el lugar o momento en el que se usen. El ejemplo de que el color rojo no es lo mismo en una discoteca por la noche que de día en la oficina.

Otro problema, se trata de las personas que evitan ciertos colores por creencias de que le son poco favorables y en sentido contrario, otras que llevan colores por razones simbólicas o porque ese año se lleven. El ejemplo de aquella persona que es *fan* de un equipo de fútbol. A esto, se le suma el factor económico, casi nadie tiene más de uno o dos abrigos del mismo tipo en el armario, exceptuando los ricos y extravagantes. El ejemplo de un abrigo amarillo comprado en un momento de arrebatos de felicidad en octubre, será en enero toda una depresión, por lo tanto, se deduce, que en ese momento la persona estaba muy contenta.

En este caso, es importante tener en cuenta que el estado anímico juega un papel importante, pudiendo variar a lo largo de un mismo día. El ejemplo de un hombre que va a trabajar con una camisa de color pacífico y después de una discusión con su jefe lamenta el no haberse puesto una amarilla y negra, como una abeja al acecho. Y si se puede leer el estado anímico de una sola persona en los colores de la ropa, también se puede hacer con una multitud. El ejemplo de una oficina vestida de colores convencionales como azul marino, beige, blanco o gris, inspirando seriedad; si este mismo grupo de personas organiza una comida en el campo donde los colores predominantes cambian al rojo, azul y marrón, inspirando tranquilidad, y si salen por la noche, lucirán las tonalidades del púrpura, naranja o negro.

Esto quiere decir que, aparte del camaleón, las personas son los únicos animales que pueden cambiar su piel para adaptarse al entorno, y lo deberán hacer si quieren tener éxito. Si la ropa de un individuo no tiene los colores reconocidos para una situación concreta llama la atención y de manera desfavorable. El ejemplo de un grupo de mujeres que va al trabajo con colores de fiesta y actitud juerguista, serán víctimas de miradas con preocupación.

Para terminar, se considera que “el efecto de cualquier color en el vestido queda modificado por los colores que lo acompañan.”<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 203.



## 1.5.1. Colores.

### 1.5.1.1. Negro, blanco y gris.

Los tres colores más frecuentes e importantes en cuanto al vestido: negro, blanco y gris. En concreto, los dos primeros están llenos de significados tradicionales, uno de ellos, el racismo. Los “blancos” y los “negros”, separación y distancia, además de un gran error histórico.

Realmente la piel de la mayoría de los occidentales, los “blancos”, es de un color marrón claro rosáceo, a los que se les ha asociado los términos de virtud y limpieza. Sin embargo, aquellos de piel marrón o dorada, los “negros”, se les vincula con la suciedad, el peligro o el mal.

#### 1.5.1.1.1. Blanco.

La Iglesia cristiana es una de las vinculaciones más antiguas que se puede encontrar, el color blanco, el color de la pureza celestial y el gozo. En la vida secular siempre ha simbolizado la pureza y la inocencia.

Este color es muy fácil de ensuciar tanto física como simbólicamente, por eso su asociación con la riqueza y la posición social, liberándose de realizar cualquier trabajo manual. Además, es muy común encontrarlo en deportes con cierto *status*, el golf o el polo. Pero lo más frecuente sigue siendo el bebé recién nacido vestido al completo de blanco.

Ya sea por cualquiera de estas asociaciones, el color blanco siempre ha inspirado delicadeza e incluso debilidad física (enfermedad). Una mujer con ropa blanca sugiere sutileza e inocencia, pero al contrario que esta, un hombre es considerado excéntrico y presuntuoso.

Hoy en día existen profesiones y roles sociales que requieren una vestimenta blanca. En primer lugar, se destaca el tradicional vestido de novia blanco (aunque solo tiene cincuenta años, antiguamente daba igual el color), el cual se pondrán una sola vez en su vida. La mayor parte de las jóvenes se casan con un corte antiguo y un tejido que sugiere inocencia y pureza. También se encuentra otra posible explicación a la elección de este tipo de trajes con velo y color blanco, su función mágica, anulando toda experiencia anterior y entrando en el matrimonio simbólica y emocionalmente nueva.

Por otro lado, en el siglo XX, los médicos querían parecer competentes vistiendo de oscuro, ropa sobria, pero con el paso de los años y los descubrimientos de la ciencia, eso cambió. Ahora era una figura que manejaba la vida y la muerte, por lo que adoptó una vestimenta blanca con tejidos resistentes y rígidos, simbolizando su poder. Sin embargo, aquel paciente que ingresa en un hospital, se le da una prenda medio blanca, uniforme y fina. Esta vestimenta que deja al

completo desnudo al enfermo, le priva de identidad, ya que va vestido con algo que le han impuesto.

Para terminar, el color blanco colonial británico, poco usado, pero fácil de diferenciar al ser muy visto en películas y dibujos animados. Se refiere a la mujer de vestido y sombrero, ambos blancos, y al hombre con camisa y pantalones, todos ellos blancos también, muy útil cuando hacía calor. A su vez, esta vestimenta sin arrugas y limpia era un claro signo de *status* y posición social.

#### **1.5.1.1.2. Negro.**

El negro, el color de la noche y de la oscuridad. Durante años ha simbolizado el dolor, el pecado y la muerte (apareciendo con una túnica negra en las mitologías clásicas). Tanto el blanco como el negro están asociados con lo sobrenatural, pero en este caso con poderes del lado oscuro. El ejemplo de las vestimentas negras de las brujas, los hechiceros y los practicantes de la magia negra.

Este color puede ser siniestro y también se puede poner de moda en distintas épocas y lugares, pero siempre ha sido el color tradicional del luto. Vestir al completo de negro puede tener muchos significados. El ejemplo del hombre vestido de negro que entra en una colorida sala, dependiendo del estilo que lleve y la situación, podrá calificarse como: malvado, peligroso, melancólico etc.

Cualquier nuevo estilo y cuanto más dramático sea está destinado a ponerse de moda y el negro no ha sido una excepción. A finales del siglo XVI la vestimenta negra se puso de moda en la corte española tanto para hombre como para mujer, pero con un toque blanco. Los hombres llevaban ese complemento blanco en el cuello o en las muñecas, así sugerían además de misterio y peligro, un interior noble y puro. Las mujeres, de la misma forma que estos, pero con cofias o velos blancos. Esta tendencia se universalizó, Holanda, Italia, Inglaterra y otros países la adoptaron, de manera que dejó de ser única, pasó a ser tradicional. Así fue como a mediados del siglo XVII el color negro español, novedoso en su día, pasó de moda. Ahora sugería vejez, profesionalidad y piedad religiosa.

En la segunda mitad del siglo XIX, existían dos tipos de vestimenta negra. El negro sobrio y convencional, llevado por empleados, criados, médicos, clérigos y ancianos. Y el negro dramático y distinguido, llevado por ricos y modernos. Pero sobre todo la distinción estaba en el tipo de tejido y sofisticación del diseño, además del aspecto físico.

...el negro "emocional" podía ser de delicado terciopelado, lana fina o sedosa gasa, de complicado corte y rebuscados adornos a veces

brillantes. El negro neutro era económico y duradero, y disimulaba las manchas.<sup>39</sup>

El hombre de blanco y negro de siglos anteriores, es hoy en día, el hombre que viste de traje gris oscuro, camisa lisa y corbata negra estrecha, sugiriendo seriedad, formalidad, profesionalidad y dominio sobre sí mismo. En las mujeres, se sigue la misma línea con trajes negros y blusas blancas. Un asesor de vestuario nunca aconsejará estos colores si lo que se quiere transmitir es confianza, es recomendado en ocasiones en las que se quiere dar el efecto de autoridad y dominio. En la actualidad se puede ver el “vestido negro” que se hizo famoso en los años cincuenta, pero esta vez con adornos o accesorios coloridos y joyería cara.

El “negro dramático” también es visto en la actualidad. El ejemplo de la joven que insiste a sus padres para que le dejen ponerse un vestido negro ceñido y provocativo. Sin embargo, este no es el caso más destacado de la indumentaria romántica. El ejemplo más significativo y duradero ha sido el “negro bohemio moderno”, nacido en París tras la Segunda Guerra Mundial, basándose en un jersey negro de cuello vuelto tanto para hombre como para mujer. En hombres, se acompaña con unos pantalones negros y un corte de pelo más largo de lo que se lleve en el momento y en ocasiones barba. En mujeres, se acompaña con una falda y medias negras, y un pelo algo alborotado.

En relación con el negro bohemio se encuentra el “negro bailarín”, caracterizado por los zapatos de ballet, los leotardos y las faldas negras. Actualmente lo llevan bailarines profesionales o aficionados en escuelas. Este estilo inspira sensibilidad, seriedad y devoción por el arte.

La otra cara del negro, el “negro motorista”. Nacido en los años cuarenta, favorito de la clase obrera y popularizado en las películas de Marlon Brando. Un estilo amenazador caracterizado por llevar cazadoras, botas de cuero, pantalones y camisetas negras, y gafas grandes oscuras. Esta ropa se adornaba con brillantes, pasadores y colores fluorescentes. Si a esto se le suma el uso del casco, el parecido con una hormiga atómica es impresionante.

Por último, se destaca el negro de luto, el color que vistió a británicos y estadounidenses durante la época victoriana. En Estados Unidos debían de guardar un año de luto después de haber fallecido hijos o padres, en el caso de ser abuelos o hermanos, seis meses; incluso los más pequeños se vestían de negro. Si eras viudo/a, tenías el deber de llorar su muerte durante los dos próximos años o hacerlo permanente como la reina Victoria.

---

<sup>39</sup> HOLLANDER, Anne (1978): *op. cit.*, p. 377-380

Esta amarga situación suponía un cambio de armario, sobre todo en las mujeres. Los hombres ya vestían con ropa oscura a diario, no suponía muchos cambios. Sin embargo, para la mujer era difícil y caro. Y ya que existían distintos tipos de lutos: monótono y melancólico, elegante, selecto y dramático o incluso excitante, eran numerosas las ocasiones en las que no se seguía el protocolo establecido.

En la actualidad, son pocos los hombres que visten de negro y blanco, exceptuando las bodas. El traje de etiqueta masculino se ha convertido en la forma de vestir de oficiales y funcionarios y de camareros en restaurantes caros. El luto formal sólo es llevado en los jefes de Estado.

#### **1.5.1.1.3. Gris.**

Un color indefinido, la combinación del blanco y el negro. Un recuerdo de la niebla, las nubes y el humo. Así, se asocia a la persona que viste de gris al completo con la discreción y la timidez, queriendo pasar inadvertido. También inspira misterio, ambigüedad y secretismo. Estos adjetivos dependerán de la tonalidad de gris que se vista. Un tono oscuro, el “traje de franela gris” de un hombre de negocios sugiere tradicionalidad, que oculta su identidad individual debido su profesión. Si el gris se va convirtiendo en negro, se hace vivo y dominante, pero al mismo tiempo puede llenarse de connotaciones negativas. Si el gris se acerca al blanco inspira inocencia y sensibilidad, sin embargo, aquel que viste con una tonalidad muy clara de gris, puede sugerir tristeza.

#### **1.5.1.2. Rojo, amarillo y azul.**

El rojo, el color de la fuerza y el calor, el color de la sangre y de la existencia de un peligro. Recientes estudios afirman que el color rojo produce un aumento de la presión sanguínea, además de acelerar el ritmo de respiración y los latidos del corazón. El ejemplo de un torero al mostrarle al animal la tela roja.

El vestuario rojo, tanto escarlata como carmesí están asociados con la agresión y el deseo. La disminución o el aumento de estos dependerá de la tonalidad del rojo y de la situación. Los rojos que se acercan al morado o al negro inspiran sexualidad. El carmesí brillante de la rosa de damasco sugerirá una pasión activa, sin embargo, el carmesí oscuro, una pasión intensa pero dormida en el momento. Y, el rojo anaranjado se asociará con la agresión.

El lado activo está al máximo de su energía, y no hay que extrañarse de que, a los hombres impetuosos, robustos y sin educación les plazca especialmente este color. Entre las naciones salvajes se ha observado universalmente una inclinación hacia él.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> GOETHE, Johann Wolfgang von (1840): *Theory of Colours*. Londres, John Murray. p. 775

En cuanto el rojo se acerca al rosa los significados vuelven a alterarse. Los rosas oscuros se asocian con el afecto. El rosa fuerte es el color tradicional del amor romántico sexual y/o emocional. Conforme este color se acerca al blanco, la sexualidad de la que se hablaba va disminuyendo. El rosa es uno de los colores más común en mujeres mayores y adolescentes, cuanto más pequeña sea la persona, más claro es el tono de rosa que se cree apropiado para ella en la sociedad de hoy en día.

El rojo más vivo en las mujeres, suele estar restringido al tener relación directa con el sexo, además de pensar que es poco apropiado y, sobre todo, para quienes han pasado esa etapa. En los hombres, los que por ejemplo llevan una camisa roja, inspiran un alto potencial sexual y agresivo.

El amarillo, el color de la luz, de la juventud y de la alegría. De la misma forma que el rojo, este color aumenta la presión sanguínea, el ritmo de la respiración y los latidos del corazón.

El uso frecuente del amarillo se puede ver en ropas de niños pequeños, en concreto en los bebés. Con el tiempo este color se hace menos habitual, sin embargo, en tonalidades más claras sigue siendo usado por adultos. Mujeres y hombres vestidos de amarillo claro inspiran una manera de ser optimista y extrovertida, pero aquellos que escogen una indumentaria amarilla margarita al completo, se les suele juzgar por su inmadurez. El amarillo oscuro, el oro, se asocia con la riqueza y posición social, y es bastante habitual en adultos que quieren dar a entender una prosperidad material.

Además, el color amarillo intenso es el color de muchas profesiones. Impermeables, pantalones y chalecos de los pescadores y bomberos son usados en esta tonalidad por razones utilitarias, como el ser más visible en la oscuridad, la niebla o el humo. Es decir, el amarillo además de inspirar optimismo y energía, es un color bastante práctico.

Por otro lado, el color del cielo y de las montañas, el azul. Goethe en su *Teoría sobre los colores* señala, “una superficie azul parece retirarse de nosotros... Pero igual que cuando se aleja un objeto que nos agrada nos aprestamos a ir tras él, por lo mismo nos gusta contemplar el azul, no porque él avance hacia nosotros, sino porque nos arrastra tras de sí.”<sup>41</sup>

Los psicólogos han demostrado que el azul tiene un efecto tranquilizador y al contrario que el rojo o el amarillo, reducen la presión sanguínea y el ritmo de respiración y los latidos del corazón. Un color asociado con la armonía y la serenidad.

---

<sup>41</sup> *Ibíd.*, p. 780-781.

Tradicionalmente es el color de la ropa de trabajo. El campesino lo llevaba a diario, unos pantalones y unas camisas muy parecidas a las vaqueras que se ven hoy en día. Además, el azul representa la fe, la humildad y la devoción. En el presente, la ropa de color azul es la más común. El ejemplo de un concierto visto desde lejos, se convierte en un concierto de tonalidades azules, desde el más claro al más oscuro, y sobre todo si la gran mayoría de ellos son jóvenes dónde el azul es todavía más dominante debido a la ropa vaquera.

Por un lado, si se mezcla el blanco con el azul, cambia la energía del mensaje, sugiere comodidad. Para los empresarios conservadores es la mejor alternativa a la camisa blanca. También se destaca que al igual que el rosa es el color frecuente en niñas, el azul es para los niños. Por otro lado, si se mezcla el negro con el azul, inspira seriedad. El azul marino es el negro sin sus connotaciones más oscuras, pero conservando la sofisticación. Desde un banquero hasta un trabajador de una gasolinera, prefieren este color ya que transmite el mensaje de que quien lo lleva es equilibrado, de confianza y trabajador. Por último, el azul suave y apagado, el color de la armonía, del descanso y de la paz. Si este se va mezclando con mayores cantidades de gris se suele asociar con tristeza y melancolía.

#### **1.5.1.3. Verde, púrpura y marrón.**

Naranja, verde y púrpura, colores secundarios menos habituales. Si se ven de manera individual inspiran originalidad y peculiaridad. El naranja, en muchos países, es un color usado para la seguridad debido a su gran visibilidad. El ejemplo del agente de tráfico o el ciclista que llevan un naranja fosforescente en la ropa cuando es de noche. En consecuencia, este color sugiere peligro o una llamada de atención. Sin embargo, un vestido o traje de color naranja melocotón o rosa salmón exigen que se fijen en uno, pero en pequeñas dosis tan solo inspiran alegría.

El color verde, el color de los árboles, la hierba y todo lo relacionado con el campo, sugiriendo libertad. El ejemplo del proscrito Robin Hood. Un color que alude a la vegetación, a la tierra y no a la ciudad, con connotaciones de fertilidad y crecimiento. El verde está asociado con la magia y lo sobrenatural. El ejemplo de las hadas de Gran Bretaña con sus vestimentas, ojos y pelos verdes. El vestir de verde suele implicar una fuerte conexión con la naturaleza.

A principio de los setenta, en tiempos de magia y libertad frente a las restricciones urbanas, el verde fue tan famoso como el azul, predominando las tonalidades de verde musgo y verde oliva. En la actualidad son menos habituales, pero en ciertas ocasiones suelen sugerir significados parecidos al tradicional. El amor por la jardinería, el ecologismo, los alimentos naturales etc.

Este color también se asocia con el origen o nacionalidad de los anglosajones, la querida o no Gran Bretaña. El ejemplo de Irlanda, en tiempos en los que una tela verde significaba una falta grave a la acción política. Hoy en día algunos de los

significados siguen vigentes, el exhibir una corbata, una bufanda o un chaleco verde, pueden sugerir una conexión política. También se puede ver en otros escenarios, como es el Día de San Patricio (patrón de Irlanda), donde el verde es el color predominante en la vestimenta, al completo o en raciones.

Por otro lado, hace años el morado era el color más caro para la tela, sacado de una especia rara de crustáceo, y por ello solo la nobleza podía permitírselo, llegando a significar ser de sangre noble. Hoy en día, la ropa que usa la familia real inglesa en actos notables es de terciopelo púrpura oscura.

En el siglo XIX se inventaron los tintes de anilina, era más fácil conseguir este color, por lo que mujeres de todas las clases sociales podían deslumbrar con un color magenta o ciruela. A finales de siglo, los colores intensos decayeron y su relación con ella, asociándolos con la presunción y la vulgaridad, eran chillones y no favorecían.

Los morados y púrpuras vivos volvieron a vestirse tras la Segunda Guerra Mundial, pero actualmente han vuelto a caer en desgracia, incluso los asesores de vestuario lo relacionan con la clase media baja. Sin embargo, las tonalidades más oscuras del color púrpura se siguen llevando y relacionándose con cierto *status*. Los tonos ciruela y brezo inspiran riqueza y elegancia, se prefieren para fiestas. Al mezclar el púrpura con blanco sugiere refinamiento y sensibilidad emocional o artística. El ejemplo de la mujer con vestido largo lila en una fiesta, parece ser más fina que el resto de invitados que llevan otro color. Por el contrario, si el púrpura se asocia con el gris, la sensibilidad que reflejaba aumenta. Los tonos violetas y malvas suelen estar asociados con los sueños, las ilusiones y los encantamientos.

Por último, naranja y negro, la combinación del marrón, aunque considerado como color propio. Se asocia con la tierra y la naturaleza, con el otoño y el invierno, sugiriendo seguridad, fuerza y estabilidad. Asesores de vestuario y diseñadores aconsejan este color para los negocios, queriendo inspirar confianza, simpatía a sus clientes.

El marrón siempre ha sido el color más fácil y barato de conseguir. El marrón claro, el color natural del algodón, el lino, la lana y el cuero sin blanquear, y que con sustancias químicas se podía obtener tonalidades más oscuras. Antiguamente, antes de la época de la aparición de la lavandería y cuando el jabón era caro, los marrones pardos y grisáceos eran los preferidos por la mayoría, tonos en los que la suciedad era menos visible. A su vez, estos colores naturales apagados eran llevados por el ascetismo religioso y la moralidad puritana, ya que los colores vivos representaban lujuria y pecado. Por lo tanto, el marrón se convirtió en el color de la pobreza, la economía, las ambiciones modestas y la piedad.

Los matices medios y oscuros son más discretos y sólidos, inspiran tranquilidad y seguridad, pudiendo combinarse con una posición social alta con el tipo de tejido o corte de la ropa. El marrón mezclado con amarillo es el color del camuflaje, el elegido por leñadores y cazadores, asociado con actividades y profesiones del bosque, como la pesca, la tala de árboles o la acampada. En cuanto al marrón verdoso, oliva o caqui, es el color del uniforme de campaña, llevado en el traje de paisano, de aspecto militar, sugiriendo agresividad y acción práctica. El marrón que se mezcla con el rojo es la mejor elección tanto para la ropa de trabajo como para la de ocio, efectivo sexual y profesionalmente, un color cálido y estable. Además, es una tonalidad muy popular en la arquitectura.

Si el marrón es muy claro, refiriéndose al beige o castaño, se trata de las tonalidades más neutras de todos los colores, llaman poco la atención y su comunicación es menor. Es la tonalidad del misterio, de quienes prefieren ocultar sus emociones, ni alegre ni triste, ni activo ni pasivo.

### **1.5.2. Estampado y decoración.**

“Desde el punto de vista utilitario no hay necesidad de que la ropa vaya decorada con adornos o con bordados, o que este hecha con telas estampadas”<sup>42</sup>. Estos detalles aumentan el precio de la prenda y como consecuencia se consigue un mayor *status*. Es decir, mayor complejo del diseño y más colores usados, mayor prestigio.

Las telas de colores lisos son fáciles de ensuciar, y cuando las máquinas de tejer hicieron que los estampados fueran fáciles de copiar su posición cayó. Hoy en día no hay mucha diferencia de prestigio entre prendas estampadas o lisas, pero si destacan aquellas que combinan un tejido liso claro y fácil de manchar con decoraciones hechas a mano, se consideran más sofisticadas.

En la época en la que vivimos el número de estampados posible es infinito. Cualquier patrón puede ser reproducido en diversas gamas de colores y tejerlo en una amplia variedad de tejidos. Aun así, se suelen distinguir entre estampados abstractos, mezclando líneas y colores, y estampados representativos, mostrando objetos o símbolos, pero en la práctica ambos se funden. También se puede diferenciar entre estampados geométricos y no geométricos.

#### **1.5.2.1. Rayas.**

Las rayas, los cuadros, los osos hormigueros o las zinnias, estampados geométricos que tienen de alguna manera relación con el deseo de ordenar la forma del universo.

---

<sup>42</sup> LURIE, Alison: *op. cit.*, p. 225.



Los estampados de rayas, expresan orden, deseo y capacidad de “seguir la línea” trazada por uno mismo o por otros, inspirando seriedad y rectitud. Las rayas anchas se asocian al esfuerzo físico, como el de un equipo de fútbol, y las muy estrechas tienen relación con el esfuerzo mental y el orden intelectual, como son las camisas llevadas por el personal de oficina. El ejemplo del contable con camisa de rayas estrechas, blanca y azul marino, inspira atención y orden en los detalles, una forma de imitar las líneas del libro de contabilidad. Es decir, la anchura y la definición de las rayas determina el tipo de esfuerzo realizado.

Sin embargo, existen dos tipos de ropas a rayas fáciles de identificar. Una de ellas, pantalones y camisas a rayas verticales, blancas y negras, recuerda a un prisionero entre barrotes. Por otro lado, rayas horizontales, azules y blancas, asociadas a los marinos. Se destaca el uso del jersey a rayas de marino francés, poniéndose de moda en los años veinte, los cuales eran elegantes y europeos, pero esta asociación con la riqueza tardó poco en desaparecer con la facilidad de copiar.

#### **1.5.2.2. Tartanes y cuadros.**

Los estampados de cuadros están asociados con el esfuerzo ordenado, no obstante, menos formal y colectivo que los de rayas. Los cuadros son usados a menudo en deportes individuales como el golf, por el contrario, las rayas en deportes de equipo como el fútbol.

De forma general, cuanto más pequeño es el cuadro, menor es la actividad física realizada, de la misma forma que ocurría con los estampados de rayas. Los cuadros grandes, mayor movimiento físico, están asociados con profesiones realizadas al aire libre como la caza o la agricultura. Los cuadros más pequeños, menor movimiento físico, son propios de trabajos de oficina o actividades lúdicas como la navegación o el golf.

Los conocidos como “cuadros de guinga” son aquellos tartanes sencillos en blanco y otro color en dosis iguales. Mayoritariamente suele ser el blanco unido a un color primario, azul o rojo, asociándolo con actividades rurales y anticuadas e inspirando trabajo duro y ahorro, incluso pobreza. Además, se relaciona con la comida y la cocina, los típicos manteles de restaurantes de grandes cuadros. Este tipo de estampado, como ya se ha dicho, es característico del medio rural, sin embargo, si es llevado por otro tipo de persona más sofisticada el mensaje cambia, sugiriendo vitalidad y deseo de una vida más sencilla.

Existen asociaciones especiales para otros estampados de tartán. El ejemplo de los cuadros milimétricos típicos de arquitectos o ingenieros, o los grandes cuadros rojos y blancos de leñadores. Aun así, el tartán de los habitantes de las Highlands escocesas es el más singular, llegando a tener una lengua independiente. Estos tartanes, al igual que el verde de los irlandeses estuvieron prohibidos por la ley británica, llegando a considerarse un delito político.

Además, se le suma la característica de informativo, ya que es posible identificar a una persona propietaria de un chal o un kilt como descendiente de una familia en concreto. Se destacan los clanes de Stewart, Gordon y Wallace, sus antiguos tartanes consistían en combinaciones de agradables colores, y hoy en día están ampliamente reproducidos comercialmente.

### **1.5.2.3. Lunares y flores.**

Las líneas curvas, una forma de expresar relajación y libertad, contrario al orden y control de las rectas. Desde el punto de vista semiótico, los estampados de lunares dispuestos en una cuadrícula combinan las características de lo rectangular y lo curvilíneo, inspirando humor. En el caso de que los círculos sean grandes serán típicos de los disfraces de payasos, sugiriendo una mayor gracia. Pero si los lunares son de tamaño medio serán característicos de los vestidos de fiestas, inspirando alegría y vitalidad. Por último, los lunares muy pequeños serán propios de los comediantes en corbatas, asociándose con el humor verbal, ingenio e ironía.

Los estampados figurativos mezclan líneas rectas y curvas, combinando la libertad e individualidad con el orden convencional. Las pequeñas imágenes de forma irregular, flores o barcos, se repiten de forma regular, simbolizando la capacidad o deseo de controlar objetos, seres o conceptos. Por el contrario, el objeto puede representar a quien lo lleva, el ejemplo de los banderines de una universidad en la chaqueta de un chico manifestando que se considera a sí mismo material escolar. Esto quiere decir que, un estampado puede no significar lo mismo para quien lo lleva que para el observador no informado.

Los diseños más comunes y de gran variedad en las mujeres son los botánicos, las flores en concreto, simbolizando la feminidad. Las flores pueden ser diminutas y delicadas o grandes y atrevidas. También, pueden ser conocidas, como la rosa clásica, o extrañas, como el hibisco. Sin embargo, las hierbas, frutas, verduras, árboles y otros, tienen más posibilidades simbólicas.

Hace años, los hombres también llevaban diseños florales, pero desde 1800 se limitó al sexo femenino. La explosión contracultural de los años sesenta, hizo que estuvieran permitidas las corbatas y camisas de flores, poniéndose de moda entre los hombres menos en los más conservadores. La llamada “revolución del pavo real” relacionada con la revolución sexual de los sesenta, permitió al hombre expresarse libremente a través de la ropa. Actualmente, los hombres que llevan este tipo de estampado se encuentran de turismo, vistiendo las conocidas camisas hawaianas.

#### **1.5.2.4. Palabras, lemas y marcas.**

El uso de palabras y frases en la ropa es un fenómeno reciente. Chaquetas, gorras o bufandas, completan el lenguaje de la moda y permiten a nuevas generaciones comunicarse con amigos o tener un primer contacto con alguien desconocido.

Este mensaje puede ser simplemente la marca, afirmando su *status* a través del Consumo Ostentoso. Hoy en día, la ropa puede manifestar gustos culturales, opiniones políticas, personalidad real o imaginaria, inclinación sexual, estado de ánimo... existen muchas posibilidades con las que poder comunicar.

## CONCLUSIONES

El lenguaje de la moda como el de las lenguas escritas y habladas siempre están en constante cambio. Los nuevos conceptos y las nuevas acciones o fenómenos reclaman nuevas palabras y nuevos estilos. En ocasiones resurge algunas viejas palabras o viejos estilos, pero con un significado distinto o algo modificado. Así, las corrientes sociales, políticas y culturales se ven reflejadas en lo que se dice, pero también en lo que se viste. De manera que se puede no estar al día de lo que está ocurriendo, pero siempre se puede adivinar lo que está sucediendo alrededor.

Los programas de televisión estadounidenses se siguen emitiendo por todo el mundo, y se siguen calcando los estilos que enseñan, en especial por parte de los hombres. Así, se encuentran hombres de negocios de todo el mundo vistiendo como los hombres de negocio norteamericanos o británicos. El deseo por llevar ropa de naciones económicas y políticamente prósperas está muy extendido, por lo que la exportación de prendas usadas de en Occidente se ha convertido en un negocio bastante rentable. En casi todos los países del Tercer Mundo, se pueden encontrar jóvenes obreros que con sus salarios se compran unos pantalones vaqueros o una chaqueta o camiseta norteamericana. Es decir, la comunicación entre naciones se ha vuelto más rápida y los estilos más internacionales.

En muchas ocasiones, la nostalgia por un pasado mejor reemplaza la esperanza de un futuro superior. La sencillez y la comodidad, no la diversidad y la emoción, se vuelven una prioridad y, como es costumbre, esta sencillez y comodidad se asocia con el pasado, con la infancia. De aquí la recobrada popularidad de algunos estilos de los años cuarenta y cincuenta. Un hecho muy relacionado ha sido el prestigio cada vez mayor de las llamadas "fibras simples naturales": lana, seda, lino y algodón. Sin embargo, estos materiales se asocian de manera subliminal no sólo al pasado, sino a antiguas virtudes como son la honradez o la franqueza. Suena irónico, como si un vendedor con una chaqueta de Harris Tweed auténtica no pudiera engañar a alguien con la misma facilidad que otro con chaqueta de orlón.

A lo largo de los años, los gustos y las preferencias de los consumidores han ido variando, sin embargo, lo que se ha mantenido década tras década ha sido la existencia de las sociedades altas. El consumo ostentoso nace en el momento en el que surgen estas sociedades, viéndose reflejadas desde entonces en el consumismo del mercado actual. De esta forma, el mundo se encuentra en una situación en el que todas las necesidades del hombre han sido satisfechas, siendo ésta la razón por la que el mercado se ve obligado a lanzar nuevos productos que satisfagan el deseo de diferenciarse unos de otros y de poseer algo que no es para nada necesario. Así, el consumo de estos bienes, queda determinado por los hábitos y estilos de vidas de cada individuo, esto quiere decir que varía en función del nivel de ingresos, la ocupación, la educación, entre otras variables.

Así, el consumo ostentoso en el vestido aún sobrevive en dos ámbitos: las vidas privadas de los ricos urbanos y las vidas públicas de los pobres urbanos. En los locales de moda y en los bailes de caridad todavía se pueden ver esmóquines, trajes muy costosos y joyas sofisticadas. En el otro extremo, entre los componentes de los barrios marginales, la ropa cara aún es esencial para

la reputación y la autoestima. En concreto, la importancia de tener la marca correcta de una cazadora o unas zapatillas de deporte. Estas últimas, se presentan en los medios de comunicación como objetos mágicos, dotándolos de velocidad, fuerza y virilidad, es decir, para los jóvenes pobres tienen el mismo significado mítico que los automóviles para los más adinerados.

La mayoría de las veces y de los casos expuestos, la mujer ha sido tratada como artículo de lujo. Por un lado, los hombres las admiraban y las describían como hermosas, elegantes y encantadoras. Por otro lado, creían en la propaganda del momento, considerando las prendas que las aprisionaban y deformaban como necesarias y respetables.

El ejemplo de la rubia tonta, bonita e inútil, además de ser el objeto máximo de consumo ostentoso, no es más que un ejemplo del principio aún en vigor. La ropa dificulta la vida de la mujer y siempre la sitúa en una posición inferior en la competición con el hombre, siempre se considera sexualmente bonita y atractiva. Pero esto no solo ocurre con las ajustadas y que marcan la silueta, también en las modas gruesas y torpes, como son los zapatos de plataformas o las faldas largas. Thorstein Veblen señaló que “la razón sustancial para nuestro tenaz apego a la falda no es más que esta: es cara y estorba a quien la lleva a cada paso y la incapacidad para cualquier esfuerzo productivo”<sup>43</sup>. La mujer que decide vestir de esta forma está anunciando al resto del mundo que quiere estar en situación de inferioridad en la vida en relación con los hombres. Así, los hombres la recompensan por ello encontrándolas atractivas a ella y a su ropa.

Además, se suele censurar a los individuos por vestir con prendas que no son acorde con la edad que tienen, pero la propia moda ha cometido el mismo error en muchas ocasiones. En algunas épocas de la historia toda una generación de corderos se ha puesto ropa de borrego; en otros periodos los estilos que predominaban en la indumentaria de hombres y mujeres sugerían una madurez avanzada, incluso llegaban a tener un aspecto de una persona de mediana edad. Estas alteraciones de la moda no han sido arbitrarias, han sido el signo externo y visible de cambios sociales y culturales.

El adoptar estilos juveniles atrae la atención de muchos de los historiadores del vestido, ya que se produce de una manera brusca y repentina. Aunque estos cambios no solo afectan al vestido, de alguna manera todas las cosas empiezan a parecer iguales, rancias y represivas. Por lo tanto, el invento, la novedad, el experimento y, sobre todo, la juventud se pone de moda. Así, serán las propias modas las que empiecen a imitar la ropa de niño. En ocasiones, los estilos que se copian son actuales, pero en otros son aquellos que la última generación de adultos llevaba cuando ellos mismos eran pequeños. De manera que, al vestir estos modelos, están manifestando que no quieren ocupar el puesto de sus padres o parecerse a ellos. Por el contrario, prefieren seguir siendo niños o hacérselo.

Hay ciertos aspectos del lenguaje de la moda que pueden ser leídos por todo el mundo, aunque exista alguna barrera lingüística. El más importante y que causa mayor impacto al segundo, es el color, el cual posee unas características y reglas propias. Se trata de un elemento expresivo y como todos ellos existe cierta subjetividad a la hora de analizarlo. Además, cada color, ya sea

---

<sup>43</sup> VEBLEN, Thorstein (1912): *The Theory of the Leisure Class*. Nueva York, Macmillan. p. 172

negro, blanco, púrpura o cualquier otro, posee un determinado significado y simbolismo, los cuales dependerán de las variables del entorno. Luego, en muchas ocasiones suele ser un indicador del estado anímico de la persona.

Cada uno de los colores produce una sensación en el individuo y en algunos casos reacciones físicas, considerándose subjetivas, ya que serán personales de acuerdo a los efectos producidos en cada individuo. Aun así, de forma general se consideran que los colores vivos pueden dañar la vista, sin embargo, los suaves tranquilizan. Sin embargo, se necesita conocer las características y reglas del color para entender y mejorar su lectura e interpretación.

En épocas como ésta no es extraño que la autoprotección se haya convertido en un factor muy importante de la moda. En especial en la vida pública donde predominan los colores oscuros y los tejidos gruesos, de forma que en vez de insinuar la forma del cuerpo se disimula bajo capas de tela. En muchos casos la ropa que se ha puesto de moda se parece a una armadura. El ejemplo de las cazadoras de cuerpo negro con pesadas cremalleras, una forma de recordar al uniforme de los policías. Por supuesto, estas ropas también pueden anunciar que quienes la llevan son sofisticados y algo peligrosos, ricos y elegantes o cariñosos y amorosos. Es decir, una prenda de vestir, al igual que una frase, puede significar más de una cosa al mismo tiempo. El ser humano, aparte del camaleón, es el único animal que puede cambiar su piel para adaptarse al entorno.

Por último, la idea de que hasta cuando alguien esta callado su ropa está hablando a voces a todo el mundo, diciéndoles quién es, de dónde es, qué le gusta hacer en la cama y otras muchas cosas íntimas, puede ser perturbador. La solución a este problema no es llevar lo que lleva “todo el mundo”, de la misma forma que tampoco sería decir lo que dice todo el mundo. Siempre hay alguien que intenta hacer esto, pero, aunque su imitación de “todo el mundo” triunfe, su ropa no se queda callada, emitiendo información sin parar de que se trata de una persona convencional y poco fiable. Se puede mentir en el lenguaje de la moda o intentar decir la verdad, pero a no ser que alguien vaya desnudo y sea calvo, es imposible estar callado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALZAC, H. (1949): *De la vida elegante*. Madrid, Afrodisio Aguado.
- BARTHES, R. (1978): *Sistema de la moda*. Barcelona, Gustavo Gili.
- BERGER, John (1979): *Modos de ver*. Barcelona, Gustavo Gili.
- BELL, Quentin (1976): *On Human Finery*. Nueva York, Schocken Books.
- BRAIN, Robert (1979): *The Decorated Body*. Nueva York, Haper & Row.
- CARTER, Ernestine (1977): *The Changing World of Fashion*. Nueva York, Putnam's.
- CASABLANCA, L., & CHACÓN, P. (2014): "La moda como lenguaje de una comunicación no verbal" en *Asociación Aragonesa de Críticos de Arte*, noviembre de 2014. Disponible en Internet (6. 5. 2020): <http://www.aacadigital.com/contenido.php?idarticulo=1030>
- CLARK, Kenneth (1987): *El desnudo*. Madrid, Alianza.
- "Comunicación no verbal" (s.f) en *Wikipedia*. Disponible en Internet (17. 5. 2020): [https://es.m.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n\\_no\\_verbal](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_no_verbal)
- COOPER, Wendy (1971): *Hair: Sex, Society, Symbolism*. Nueva York, Stein and Day.
- "El lenguaje de la moda - la manera de vestir como sistema de signos" (s.f) en *Ensayostube*. Disponible en Internet (17. 5. 2020): <https://www.ensayostube.com/familia/belleza/El-lenguaje-de-la-moda-la-mane75.php>
- ECO, U. (2000): *Tratado de semiótica general*. Barcelona, Lumen.
- ENTWISTLE, J. (2002): *El cuerpo y la moda*. Barcelona, Ediciones Paidós.
- ERNER, G. (2005): *Víctimas de la moda. Cómo se crea, por qué la seguimos*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, SA.
- EWING, Elizabeth (1978): *Dress and Undress: A History of Women's Underwear*. Nueva York, Drama Book Specialist.
- FITZGERALD, F. Scoott (1925): *El gran Gatsby*. Estados Unidos, Charles Scribner's Sons.
- FLÜGEL, J. C. (1964.): *Psicología del vestido*. Buenos Aires, Paidos.
- GARLAND, Madge (1970): *The Changing Form of Fashion*. Nueva York, Praeger.
- GOETHE, Johann Wolfgang von (1840): *Theory of Colours*. Londres, John Murray.
- GOFFMAN, E. (1953): *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Amorrortu Editores.
- GREEN, Ruth M. (1966): *The Wearing Costume*. Londres, Pitman.
- HOLLANDER, Anne (1978): *Seeing Through Clothes*. Nueva York, Viking.
- KEMPER, Rachel H. (1977): *Costume*. Nueva York, Newsweek Books.
- LANGNER, Lawrence (1959): *The Importance of Wearing Clothes*. Nueva York, Hasting House.

- LAVER, James (1949): *Style in Costume*. Londres y Nueva York, Oxford University Press.
- LAVER, James (1945): *Taste and Fashion, from the French Revolution to the Present Day*. Londres, G. G. Harrap.
- LAVER, James (1989): *Breve Historia del traje y la moda*. Madrid, Cátedra.
- LIPOVETSKY, G. (1990): *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona, Anagrama.
- LURIE, Alison (1994): *El lenguaje de la moda. Una interpretación de las formas de vestir*. Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- “Lurie el lenguaje de la moda” (2015) en *Buenas Tareas*. Disponible en Internet (17. 5. 2020): <https://www.buenastareas.com/ensayos/Lurie-El-Lenguaje-De-La-Moda/68322379.html>
- MOLLY, John T. (1975): *Dress for Success*. Nueva York, P. H. Wyden.
- MOLLY, John T. (1977): *The Woman's Dress for Success Book*. Chicago, Follet.
- POLHEMUS, Ted y PROCTOR, Lynn (1978): *Fashion & Anti-Fashion: An Anthropology of Clothing and Adornment*. Londres, Thames and Hudson.
- RIZO, Marta (2011): “De personas, rituales y máscaras. Erving Goffman y sus aportes a la comunicación interpersonal” en *Quórum Académico*, Vol. 8, Nº 15. Disponible en Internet (6. 5. 2020): [dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3998939](http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3998939)
- SQUICCIARINO, N. (2012): *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Ediciones Cátedra.
- TUBAU, Daniel (s.f): “No tan elemental: Cómo ser Sherlock Holmes” en *Libros Maravillosos*. Disponible en Internet (17. 5. 2020): <http://librosmaravillosos.com/notanelemental/index.html>
- THOURLBY, William (1978): *You Are What You Wear: The Key to Business Success*. Kansas City, Kansas, Sheed, Andrews, and McMeel.
- VEBLEN, Thorstein (1988): *Teoría de la clase ociosa*. Madrid, Hyspamérica.
- VEBLEN, Thorstein (1912): *The Theory of the Leisure Class*. Nueva York, Macmillan.
- WILSON, E. (1985): *Adorned in dreams: fashion and modernity*. Londres, Virago.
- YARWOOD, Doreen (1978): *The Encyclopaedia of World Costume*. Nueva York, Scribners.