

PROYECTO DE GRADUACION
Trabajo Final de Grado

Tucumán, elite e indumentaria
Relación entre el legado y el presente

Luciana Rozenberg
Cuerpo B del PG
27/02/14
Diseño de Indumentaria y Textil
Investigación
Historia y tendencias

Agradecimientos

La realización de este trabajo de investigación no hubiese sido posible sin la ayuda y colaboración de distintas personas que, aportaron información, datos, contactos y me ofrecieron su tiempo para ayudarme.

Gracias a mis queridas amigas Solana y Mariana, a mi tía Vicky y mi primo Sergio por ofrecerme datos de a quienes podía entrevistar.

Gracias a todos los entrevistados por regalarme su tiempo, especialmente a Luz Padilla, que en paz descanse.

Gracias a los docentes de la Universidad de Palermo, Marisa Cuervo y Mercedes Massafra por ayudar, corregir y contestar las largas preguntas que fueron surgiendo desde Seminario I hasta la entrega del trabajo.

Especiales gracias a mi tía Griselda por ayudarme en conseguir bibliografía y por aportar datos relevantes de la provincia y su historia.

También especiales gracias a mi tía Cristina por estar conmigo desde el primer momento de este proyecto, corrigiendo estilo de redacción y guiándome para poder culminarla, dedicando su tiempo para mí.

Muchas gracias a Federico por su apoyo moral e intelectual constante, aún a la distancia dándome fuerzas para terminar este trabajo.

Y por último, especiales gracias a mi familia, hermanas y padres por estar conmigo siempre, apoyándome en mis viajes a Tucumán y simplemente estando ahí para todo lo que necesité.

Este trabajo no hubiese sido posible sin la ayuda de todos ellos.

Por eso, esta investigación es dedicada a todos y cada uno de ellos.

Índice

Capítulo 1. El Noroeste: Introducción

1.1. Características generales de Tucumán	9
1.2. Breve reseña histórica	9
1.3. Élite tucumana	10
1.4. La élite tucumana y la industria azucarera	14

Capítulo 2. La indumentaria: más que un abrigo

2.1. La indumentaria como factor representacional	17
2.2. Indumentaria como factor excluyente e incluyente	21
2.3. El gusto y el buen gusto: Aproximaciones a Bourdieu	32

Capítulo 3. Tipologías indumentarias y su significado

3.1. Definición de signo	35
3.2. La indumentaria como un tipo de signo	40
3.3. Prendas con significado propio: algunos clásicos de la moda	44

Capítulo 4. Recolección de datos

4.1. Entrevista: Modelo	55
4.2. Observación: Planteo del sistema	58

Capítulo 5. Procesamiento de la información

5.1. Tabla informativa: Entrevistas	61
5.2. Tablas informativas: Observación	78

Conclusiones	83
---------------------	----

Lista de referencias bibliográficas	90
--	----

Bibliografía	93
---------------------	----

Índice de tablas

Tabla 1. Entrevistas: Información obtenida	61
Tabla 2. Observación: prendas de indumentaria	79
Tabla 3. Observación: Accesorios	81

Introducción

Este proyecto de graduación se encuadra en la categoría de Investigación, dentro de la línea temática *Historia y tendencias*.

En el desarrollo se trabaja la relación entre la indumentaria y su uso en los grupos sociales tradicionales o de élite. En particular, interesa establecer cómo se reflejan los ideales y las costumbres en las sociedades tradicionales acotado a las ciudades de San Miguel de Tucumán y Yerba Buena (Tucumán, Argentina).

El recorte permite ver, una sociedad determinada, analizando la información recolectada mediante diferentes herramientas: la entrevista, la observación y el análisis de textos. Se intentarán buscar las respuestas para la pregunta-problema que impulsa y motiva este trabajo: ¿De qué manera la indumentaria puede actuar como sistema unificador de un sector determinado de la sociedad?

El objetivo buscado con la realización de esta investigación es generar una nueva fuente de información de tipo sociológico que relacione distintas variables de cuyo resultado se obtengan datos de interés para los diseñadores ya sean provinciales o no, sociólogos y para cualquier interesado en el tema. Los resultados obtenidos podrán formar parte de próximas investigaciones como así también fuente de información.

Para responder a la pregunta de este trabajo, se realizará una investigación de campo, utilizando la entrevista y la observación. Y, por otro lado, se analizarán textos donde se exponen costumbres sociales para determinar si existe o no una relación entre ciertas tipologías indumentarias y las tradiciones de cierto sector de la sociedad.

El aporte de este trabajo para el campo de la indumentaria es de relevancia ya que se generarán nuevas herramientas para el desarrollo de nuevas líneas de investigación.

La propuesta permitirá que otros profesionales en el campo de la indumentaria o la sociología tomen las conclusiones para continuar o ampliar las hipótesis planteadas con el objeto de permitir una mayor comprensión de uno de los más importantes

roles de la indumentaria: el adorno, ya que es la función que surge después de la referida a cubrir y proteger.

La técnica que se utilizará para la recolección de datos es el uso de los instrumentos de la entrevista, la observación y el análisis de contenidos. Debido a que este tema no fue tratado con anterioridad, la información se recogerá y se procesará con instrumentos que serán construidos para responder a los interrogantes planteados.

Las entrevistas serán realizadas a mujeres mayores a cuarenta y cinco años de edad, todas pertenecientes a las familias tradicionales de la provincia.

Por otro lado, la observación partirá de una grilla organizativa donde se establecerán los puntos clave a observar. En este caso, se considerarán como base a la edad, género y procedencia familiar. A partir de allí, se seguirá con la imagen de las personas a analizar, es decir, la indumentaria que llevan, pero no únicamente la tipología en sí, sino el conjunto, desde zapatos, las prendas, accesorios y colores de todo lo mencionado.

Por último, se analizará el material bibliográfico, distintos libros en los que se estudia la indumentaria con valor sociológico, es decir, es mucho más que una forma de cubrir el cuerpo y cómo se transforma en un elemento social.

De esta forma se triangula la información para obtener datos de mayor confiabilidad asegurando resultados concluyentes.

Para conocer el estado de situación de la temática en el ambiente se recurrió a la bibliografía existente.

Después de hacer una búsqueda entre los trabajos de grado presentados en el marco de la materia de Seminario de Integración de la Universidad de Palermo, se encontraron nueve, que se asemejan, en cuanto a la temática y/o entrecruzamiento de datos a los cuales el presente trabajo pretende realizar.

Se encontraron dos, de los cuales se harán algunas consideraciones, ellos son los de Luz María Arpajou: Identidad cultural como reflejo de pertenencia. (Vestido, hábito y costumbre en Neuquén.) De la carrera de Diseño de Indumentaria; y de María

Lucrecia Pace, llamado *Identidades latentes e interculturalidad (decodificadores de universos)*. Ambos trabajos fueron escogidos ya que tratan de forma sociológica a los temas relacionados con la indumentaria, ya sea para generar un nuevo atuendo como para hacer un estudio teórico. En el primer caso, la autora tuvo en cuenta la relación entre un espacio geográfico en particular (Neuquén, Patagonia Argentina) y la identidad de la gente que habita allí para crear un nuevo atuendo que refleje dicha relación.

En el segundo caso, la autora aborda a la indumentaria como un sistema de lenguaje en donde ésta se transforma en un medio comunicacional; ella va a interpretar los signos y símbolos de este universo de la moda para descubrir cuáles son los mensajes de las personas al momento de usar la ropa.

Ambos trabajos tienen estrecha relación al presente Proyecto de Graduación ya que en éste se establecerá una relación entre las tradiciones mantenidas por un grupo específico de personas, que habitan en un espacio geográfico determinado, y se analizará cómo ellas utilizan los signos y símbolos de la indumentaria para comunicar su universo cultural.

Por otro lado, hay otros proyectos que fueron referentes para este trabajo ya que tratan a la moda desde el punto más sociológico de esta. Por ejemplo, desde cómo funciona como un sistema de pertenencia a los distintos grupos sociales, hasta el papel que cumple hoy en la posmodernidad.

Este Proyecto de Graduación está dividido en cinco capítulos y luego las respectivas conclusiones. A continuación se explicita de forma general lo que cada uno de ellos tratará.

En el capítulo uno con el objetivo de contextualizar geográfica e histórica y socialmente la investigación se expondrán las características generales de la provincia de Tucumán, empezando, con datos básicos, con la ubicación, población, industria, etc. Luego se hará una breve reseña histórica, especialmente sobre la llegada de los españoles a la provincia, y la fundación de la ciudad.

Por otro lado, se realizará una introducción a la élite tucumana, nombrando algunos de sus miembros, expresando cómo llegaron a instaurarse como tales, para luego seguir con su relación con la industria azucarera.

En el segundo capítulo, se tratará la indumentaria como factor representacional. Se expondrá el valor que adquiere en los distintos grupos sociales estableciendo las pautas de pertenencia y por consiguiente constituyéndose en un factor excluyente e incluyente. Esta característica nos permite determinar la integración de los sujetos a diferentes grupos sociales.

Conjuntamente, se tomará el criterio de Bourdieu para aplicarlo en la indumentaria.

En el tercer capítulo se definirá teóricamente lo que implica un signo y se establecerá la relación de este con la indumentaria. Además de expondrán una serie de tipologías vestimentarias que por sus características fueron y son consideradas clásicos de la moda.

En el capítulo cuatro, se exhibirán las variables usadas para la investigación y se expondrán los resultados de la recolección de datos hechos a través de entrevistas y observación. Se los organizó en grillas para establecer las relaciones pertinentes con el entrecruzamiento de datos.

En el capítulo cinco, se expondrán los análisis resultantes de la investigación de campo mencionada en el capítulo cuatro.

Para dar cierre al proyecto de graduación, *Tucumán, élite e indumentaria*, se ofrecen las distintas conclusiones de tipo cualitativo a partir de la información obtenida mediante la observación y las entrevistas. Se buscó responder los interrogantes surgidos antes y durante el trabajo intentando establecer conclusiones que confirmen o refuten los objetivos propuestos al inicio del proceso de investigación.

Capítulo 1. El noroeste: introducción

1.1. Características generales de Tucumán

Tucumán es una de las provincias que conforma el noroeste argentino, lindando con las provincias de Salta al Norte, con Catamarca al Sur y al Oeste y con Santiago del Estero al Este.

La provincia está dividida en diecisiete departamentos, ocupa un territorio de 22 524km², con una población de 1.448.200 habitantes (resultados provisionales INDEC – Censo 2010). (INDEC, 2012)

La economía provincial tiene como base a la producción de azúcar y limones (es el principal productor nacional). Asimismo, se encuentra en el segundo lugar como productor de porotos secos, arvejas frescas, pimientos y chauchas.

Por otro lado, el comercio es el más activo del noroeste argentino. (Web oficial de Tucumán, 2012)

1.2. Breve reseña histórica

Los primeros habitantes de la provincia, antes de la llegada de los españoles, eran pueblos indígenas, dentro de los cuales se destacaban los diaguitas calchaquíes, fuertemente influidos por la cultura Inca, eran grandes tejedores, alfareros, y practicaban la minería. En el este de la provincia, vivían los Lules y Vilelas, los cuales eran recolectores y cazadores, menos evolucionados que los diaguitas. (Web oficial de Tucumán, 2012)

El primer español que recorrió territorio tucumano, fue Diego de Almagro en el año 1535, conquistador de Perú. Diego de Rojas lo hizo también, pero ocho años más tarde.

El Barco fue la primera población del territorio, fundada en 1550 por Juan Núñez de Prado, proveniente del Perú. En ese momento se hicieron dos construcciones importantes, el Cabildo y un fuerte, pero luego el poblado fue trasladado dos veces.

Diego de Villaroel es el que finalmente realiza la fundación de un nuevo asentamiento en un lugar llamado Ibatín por los nativos. De esta forma se da inicio a San Miguel de Tucumán, el 31 de Mayo de 1565, bajo la invocación del arcángel San Miguel.

En 1685, exactamente el 27 de Septiembre, el gobernador Fernando de Mendoza y Mate de Luna, ordenó que la ciudad fuese refundada debido a la belicosidad de los indígenas y a una aparente mala calidad del agua de consumo. El nuevo destino, es en donde se encuentra la ciudad actualmente.

En 1776 Tucumán pasó a formar parte del Virreinato del Río de la Plata.

La provincia, 40 años más tarde, sería escenario de la independencia de los españoles. El 24 de Septiembre de 1812, en la Batalla de Tucumán, derrotó al general realista Pío Tristán. Cuatro años después, aprovechando la mala situación en la que se encontraba el Virreinato, el 9 de Julio de 1816, se declaró la Independencia Nacional durante el Congreso de Tucumán. (Web oficial de Tucumán, 2012)

Hoy en día, la provincia de Tucumán, posee una densidad de 64.3 habitantes por km² (INDEC – Censo 2010), lo que la hace la ciudad más densamente poblada del país. La población urbana representa el 76.63% de la población total.

Una de las razones por su alta densidad, es que posee ciudadanos de todas las partes del noroeste, ya que la misma fue y sigue siendo, centro económico, industrial y universitario de la región, por lo que también es muy rica en tradiciones y costumbres nortenas.

1.3. Élite tucumana

La Real Academia Española, define a *élite* como minoría selecta o rectora, el diccionario de la lengua española Espasa-Calpe (Diccionario de la lengua española Espasa-Calpe 2005), la define como minoría selecta y destacada en un ámbito social o en una actividad.

Villafañe, Garmendia, Aráoz, Fernández, Tejerina, Ramos, son algunos de los apellidos más antiguos y destacados de la época, algunos continúan hoy en día. La

élite tucumana congregaba a las familias más antiguas de la zona, descendientes de conquistadores, fundadores y primeros vecinos de la provincia. (Alvarado, 2008).

Más tarde, los descendientes de estas familias, se unieron con los nuevos españoles llegados a fines del siglo XVIII y luego con los del siglo XIX.

Estas familias además de tener acción política y social, se dedicaron a la industria fundamental de Tucumán, los ingenios azucareros. En ese momento, de una escala mucho menor de lo que pueden ser hoy, eran grandes haciendas de estilo colonial que contaban con las instalaciones necesarias para procesar la caña de azúcar, con el objeto de obtener azúcar principalmente. Se extenderá sobre el tema en un apartado más adelante.

Poder político, económico, prestigio social y tradición histórica, son los aspectos básicos que debían reunir estas familias de elite. También, mantenían una estrecha relación con la religión católica, como se puede ver con la *Venerable Orden Terciaria de Santo Domingo*, instituida en agosto de 1807. Todos los apellidos antes mencionados, formaron parte de dicha Orden, teniendo un accionar muy importante en el crecimiento y desarrollo en la provincia. Comenzaron como miembros las cabezas de las familias -entiéndase los hombres- mientras que más adelante encontramos a las esposas y otros miembros de la familia, especialmente las hijas.

Es tal el compromiso con esta Orden Dominicana, que hacia 1886, cuando Tucumán padeció una epidemia de cólera, una personalidad muy allegada a la Orden, Elmina Paz-Terán de Gallo que se convertiría luego en la Madre Elmina, decidió abrir su casa como albergue a los niños que la epidemia dejaba huérfanos. La VOT apoyó esta fundación con mucho entusiasmo, lo que logró que luego muchas terciarias a lo largo del tiempo fueran miembros de la congregación. (Alvarado, 2008)

Como ésta, fueron varias las acciones sociales realizadas por las esposas e hijas de las familias acomodadas de la provincia, cumpliendo de este modo una función en la sociedad que formaba parte del legado familiar. Pertenecer a la Tercera Orden, implicaba establecer la diferenciación con otras instancias religiosas que no se

comparaban con ésta ya que ser terciario requería una mayor exigencia espiritual y moral para los miembros. Y además, la cuota mensual de sus integrantes era más elevada, como mayores los beneficios espirituales. (Alvarado, 2008, p 131).

Dentro de los mandatos que los miembros de las familias debían acatar era (es) la conservación de las tradiciones heredadas de sus ancestros y transmitir las a los hijos como a otros familiares. Las prácticas sociales adquieren de este modo un sello distintivo creando una fuerte conciencia de clase.

Es a través de las uniones familiares y transmisión de costumbres y tradiciones, que se construye este poder social, político y económico. La familia como rol social, cumplía esa función transmisora, que sería la que preservaría y conservaría el grupo familiar y social; hubo un proceso de formación de los jóvenes de la familia de acuerdo a las pautas sociales. (Alvarado, 2008, p 133)

La mujer, especialmente, tanto las madres, tías y abuelas fueron las encargadas de que el legado oral sea transmitido. Ese fue el rol asignado socialmente, ellas se encargaban de que todas las prácticas sociales y tareas domésticas sean cuidadosamente aprehendidas por sus descendientes, desde como poner una mesa, los protocolos ante alguna reunión social hasta la coordinación de los miembros del servicio del hogar.

Un claro ejemplo de esta transmisión de tradiciones, es el libro editado por la congregación de hijas de María y de Santa Filomena de Tucumán, llamado *El arte de cocinar*, en el cual se presentan cientos de recetas de distintos tipos de comidas tanto regionales como de otros países como Francia, España, Italia, etc.

En su presentación, La Comisión Revisora dice:

Formó parte del ajuar de más de una novia. Fue legado con cariño previsor por alguna abuela... Y en él aprendieron sus primeras letras en salsas y dulces muchas eximias cocineras de hoy (...) Y con qué confianza se recurría a él para buscar los platos selectos de un convite, la torta de cumpleaños, o de bautismo, el Pastel de Bodas! (El arte de cocinar, 1974, p 9).

Este es un libro de exquisito contenido que fue completamente escrito por las señoras y sus hijas, aportando todo su conocimiento acerca de las tradiciones sociales

heredades por las primeras familias fundadoras de los mejores y más fuertes ingenios tucumanos. Es un legado escrito de suma importancia para conocer más detalles acerca de quiénes eran y como se comportaban.

Más adelante dice acerca de lo que se encontrará en él:

(...) leerán con interés y emoción, algunas curiosas recetas de tocador o de economía doméstica, con todo el sabor de la vida sencilla y laboriosa de nuestras abuelas.

Otras veces tendrán que sonreír, (...) ante las complicaciones del sistema de hacer café, o las exigencias de un servicio de mesa refinado.

(...) Todo ello forma un conjunto original y auténtico. Es parte de un momento histórico de Tucumán, de sus antiguas tradiciones sociales, de su apacible y rica vida doméstica y familiar, capaz de integrarse en el presente y de proyectarse al futuro. (Araóz, Gallot, Terán, et al. 1974, p 9).

La frase previa a la introducción del libro, escrita por Amalia Prebisch de Piossek, dice así: “La gracia de la mujer y la poesía del hogar se manifiestan en el modo de preparar la mesa”. (Araóz, Gallot, Terán, et al. 1974, p 13)

Era muy clara la división de roles, la mujer se encontraba en el ámbito privado, y el hombre en lo público, hasta la primera mitad del siglo XX. (Fernández, 1998, p97) Poco a poco esto fue cambiando lo que provoca modificaciones en la estructura social, en particular con la participación de las mujeres -aunque tímidamente al principio- en el ámbito político y artístico.

Pero esta vida pública se encontraba regida por todas las pautas que las mujeres de alcurnia debían cumplir, es por esto que las funciones que podían llegar a realizar eran en cuanto a la comunidad, como la Sociedad de Beneficencia fundada en 1858. “Esta estaba dirigida y administrada por mujeres de la elite pero dependía del gobierno provincial que la regulaba. Estas mujeres debían garantizar que eran ejemplo de virtud y decoro, y modelo para el resto de la sociedad”. (Fernández, 1998, p 101)

Un claro ejemplo del pensamiento acerca del rol de la mujer del momento se puede analizar a partir de este fragmento escrito por José I. Aráoz, miembro una de las familias de elite del momento:

La mujer debía aniquilar los instintos e inclinaciones de su naturaleza e ignorar las realidades del amor, espiritualizando y sublimando al infinito, sus

sensaciones y su sentimentalidad. Sólo las instituciones de su sensibilidad, aguzada por los dogmas de la moral cristiana, de bondad, veracidad y obediencia, habían de guiar sus pasos y tejer las tramas de sus cautelosas costumbres defensivas. Sin embargo, su vida debía absorberse en el amor familiar, sin actividad ni horizonte alguno más allá del hogar. (Aráoz de Isas, 2001, p 485).

En cuanto al comportamiento en sociedad de la mujer, ésta se encontraba con una presión mucho mayor a la del hombre. Debía ser más religiosa, más conservadora, y ser el ideal de pureza del imaginario social, donde ella debía servir en su vida terrenal al prójimo y hacer y desear el bien a éste; toda mujer de elite debía respetar esto. “Cuando ella defendía los intereses familiares defendía los intereses de una clase” (Alvarado, 2008, p135).

1.4. La élite tucumana y la industria azucarera

José Eusebio Colombres, nacido en San Miguel de Tucumán, en el 1778, fue un político y obispo argentino, era hijo de José Colombres y Thames, español, y de María Ignacia Córdoba, tucumana. Como hijo de una familia influyente de la provincia, desarrolló y participó de distintos proyectos, tantos políticos como religiosos.

Luego de la Independencia, Colombres desempeñó un importante papel como impulsor de la industria azucarera de la provincia, tan es así, que en 1821, inauguró una extensa plantación en tierras propias, importando maquinarias extranjeras y nuevas técnicas, como los molinos. Tras su muerte en 1859, el autor Rex Bliss dice acerca de la industria tucumana, (...) “la producción azucarera representaba sólo un 10 por ciento de la producción provincial, siendo para esa época, los cueros y derivados de la ganadería las actividades más importantes de la provincia. Para 1866, en cambio, la actividad azucarera representaba ya más de un tercio de la producción total.” (Bliss, 2010, p157)

El crecimiento de la producción azucarera fue creciendo a pasos agigantados a medida que pasaban los años. Aproximadamente, cada diez años, el número de

arrobos crecía diez veces más. Este crecimiento se asocia a una gran expansión de los cultivos, y a los ingenios.

Muchos de los dueños y creadores de los ingenios llevan los apellidos de la élite tucumana, como los Posse, los Nougués, los Rougés, los Terán, los Padilla, los Paz, los García Fernández, entre otros. Para seguir abordando el tema, es de importancia ejemplificar a que se le llamará elite, según Fernández, “uno de los elementos que define a la elite, además de su adscripción al poder, es su dimensión social expresada en un conjunto de valores, distinciones, rituales, vinculaciones, que implica un reconocimiento donde cada uno exhibe sus atributos y símbolos de status para ser admitidos como tales (...)” (Fernández, 1998, p105).

Para ser admitido dentro del selecto grupo de los azucareros tucumanos, era condición base poseer un trapiche propio, no poseer surcos de caña. Los ingenios históricos provinciales, como el Trinidad, el San Pablo, el Santa Ana, el Concepción, ya no pertenecen a las familias originarias y aunque continúan funcionando ya no lo hacen con el esplendor de cien años atrás.

En el momento en que estas familias se encontraban en posesión de sus ingenios, y éstos se encontraban en pleno auge, cerca de finales del siglo diecinueve y comienzos del veinte, no eran sólo industrias de producción agrícola, sino eran magníficos edificios construidos con los mejores materiales y decorados de acuerdo con lo último de las modas europeas. Las familias fundadoras se caracterizaban por ser extremadamente doctas, los hombres especialmente, mientras que las mujeres como mencionamos antes, estaban recluidas a los asuntos íntimos del manejo del hogar. Pero tal es la dedicación que brindaban a su actividad que esa delicadeza llegaba hasta las casas circundantes de los ingenios y de los edificios que los dueños, crearon alrededor, como centros culturales, deportivos, educativos, etc.

Entonces, podemos concluir, que en Tucumán, al igual que en los países y ciudades del mundo, el prestigio social, o la pertenencia a la élite, va mayoritariamente de la mano del poder económico o político. En el caso de esta provincia, el descubrimiento

de la industria azucarera, generó un cambio muy significativo, en todos los aspectos como ser en lo social, donde apareció una élite que iba de la mano del poder económico y político. Un selecto grupo, que contaba con hombres doctos y mujeres dedicadas a la transmisión de sus costumbres y tradiciones a sus herederas/herederos. Esto tenía como fin, que sus familias permanezcan en el poder a través del tiempo. Además de lo mencionado anteriormente, una de las tradiciones provinciales que se mantienen, en menor número hoy en día, son los casamientos entre estas familias. Es por eso, que hoy encontramos una gran variedad de combinaciones entre todos estos apellidos.

Capítulo 2. La indumentaria más que un abrigo

2.1. La indumentaria como factor representacional

Según Arnold Gehlen, el hombre es un “ser desprovisto”, un ser lleno de defectos, sin un ambiente natural, por lo tanto obligado a crear por sí mismo condiciones propicias para su subsistencia. (Gehlen, 1983)

Analizando desde ese punto de vista, los hombres estarían en desventaja en comparación con los animales, pero llamativamente, y como describe Nicola Squicciarino, podría ser una ventaja; ya que están desprovistos de ciertos aspectos.

El hombre está destinado a compensar su propia inadaptación natural creando una segunda naturaleza, la cultura. Precisamente en este sentido de insuficiencia podría determinarse una de las razones de base que ha inducido ya a los hombres primitivos a modificar su propio cuerpo desnudo con pinturas, tatuajes y adornos con el fin de perfeccionarlo”. (Squicciarino, 2012, p 43).

Aun cuando se considere inútil rastrear antiguas conjeturas que nunca podrán ser verificadas se hará un repaso sobre las funciones del vestido. Tres posibles hipótesis centrales: el pudor y la vergüenza que obligaba a cubrir las “partes pudendas”, la necesidad de protegerlas de enfermedades y maleficios; el interés por atraer la mirada hacia el cuerpo, ornamentándolo

Charles Darwin afirma que el uso del vestido surge con un fin ornamental y no como un medio de protección contra los fenómenos climáticos, mágicos o espirituales. (Darwin, 1926, p. 44)

Las respuestas, que no podrán ser comprobadas, sugieren que los pueblos primitivos, al no poder encontrar explicación a ciertos sucesos naturales, como la procreación, las lluvias, el cambio de temperaturas, el sol y la luna; le atribuían significado y explicación a través de la magia y de espíritus.

La ornamentación, entonces, tiene su explicación a través de esto también, los tatuajes, los aros, collares, anillos, que se colocaban, estaban en función de la protección del cuerpo contra los malos espíritus. También, como explica Nicola, las

pieles de los animales cazados como leones y osos, eran llevadas por sus perpetradores para que éstas les otorguen la fuerza de los mamíferos más temidos.

De todas formas, sigue habiendo discusiones sobre cuál fue el verdadero origen del vestido. Por un lado se encuentra la ornamentación con su función mágica e utilitaria y por el otro, el origen del vestido por el placer instintivo del hombre por la ornamentación. Con respecto a esto, explican tres distintos autores: Según Wilhelm Wundt, los tatuajes, collares, aros, etc., son herramientas tomadas por el hombre *desprovisto*, para defenderse o protegerse contra las enfermedades, malos espíritus o como ayuda para la caza. (Wundt, 1929, p.363-364)

Por otro lado, John Carl Flügel, afirma que el origen del vestido se encuentra fundamentado en el deseo de reforzar la atracción sexual y de atraer la atención sobre los órganos genitales. (Flügel, 1982, p.38)

El autor hace una comparación con el mundo animal, donde expone que numerosas especies hacen usos de mecanismos naturales en su cuerpo para atraer a las hembras o machos de su especie. Hacen ostentación de ciertas partes de su aspecto externo, como pájaros que se presentan mutuamente colores muy llamativos al momento del cortejo. Desde este punto de vista, se puede realizar un paralelismo con los pueblos primitivos, donde, como expone Squicciarino, la pintura del cuerpo, el tatuaje y los elementos ornamentales en general tienen como punto de partida la región genital, y muy a menudo están en relación con fenómenos específicos de la vida sexual. (Squicciarino, 2012, p 46).

Siguiendo esta teoría, Nicola expresa que según estudios de etnólogos, si se analizan a las razas más primitivas, se podrá observar, que hay varias de ellas que carecen de vestido, pero no se privan de la ornamentación. (Squicciarino, 2012, p. 47)

Son muchas las teorías, y disímiles los análisis que se pueden hacer al respecto del origen del vestido. Hay numerosos factores que se deben tener en cuenta según cada pueblo, su hábitat y la exposición a las cuestiones climáticas, su sistema de supervivencia, etc.

La cuestión de si la motivación primaria del vestido ha sido la función mágica o la función ornamental, entendida esta última como fenómeno estético y lúdico, creo que se esclarece correctamente considerando cada tipo de cultura por separado, habiendo prevalecido una función o la otra según el grado de exposición a las catástrofes naturales que presenta cada grupo étnico. (Squicciarino, 2012, p.47)

Ahora, considerando estas opciones, estaría quedando exenta la alternativa de que el vestido también surgió como necesidad de diferenciación entre los individuos. O tal vez, sea una derivación de cualquiera de las motivaciones enunciadas.

Si se analizan pueblos primitivos, se observará que tienen un orden jerárquico dentro de su pirámide social, o que tienen distintas funciones dentro de su grupo; esto tiende a generar un deseo de distinción entre los miembros de un grupo. Con respecto a esto, Nicola expresa que el hombre, desde los albores de su historia, ha intentado huir instintivamente del riesgo de la homogeneidad que representa la piel, al constituir un *uniforme* común para todos los seres humanos, haciendo uso de la pintura corporal, del tatuaje, de los ornamentos y del vestido: embellecerse significa diferenciarse.

Analizando desde este punto de vista, el hombre como sujeto, necesita de esta conciencia del yo, para autodefinirse e identificarse como tal. En este sentido, el vestido y la ornamentación pasan a cumplir un papel, que se mantiene aún hoy, y que es, el poder diferenciarse del resto, otorgando a las personas carácter único (en el caso que lo deseen). Sobre este tema se hablará más en profundidad en el siguiente capítulo, donde se expondrá justamente las distintas vertientes de este fenómeno.

Todavía hoy, está difundida la convicción de que las funciones iniciales del vestido se encuentran en el sentimiento común de pudor y en la necesidad humana de protección de los rigores del clima, así como en los posibles riesgos de agresión física unidos al ejercicio de la caza y de otras actividades. (Squicciarino, 2012, p 49)

Luego de estudios etnológicos se pudo comprobar que la protección no habría sido nunca la razón del origen del vestido. Errada está esa consideración, más no tanto, cuando si el que lo afirma no es idóneo en el tema, y además vive en la

posmodernidad, donde el pudor y el clima se terminaron convirtiendo en dos grandes motivos por los cuales los seres humanos usan vestiduras.

Squicciarino realiza un compilado de citas de un escrito realizado por Immanuel Kant, a partir del relato bíblico. En ellos, expresa que el hombre, a partir de la decisión de tomar el fruto prohibido, logra tomar conciencia de la propia razón y decide distinguirse del mundo animal. Según Nicola, Immanuel Kant considera que la expulsión del paraíso simboliza el paso del primitivismo a la condición humana en una criatura de naturaleza simplemente animal, la evolución de las ataduras del instinto a la supremacía de la razón, (Squicciarino, 2012, p 51).

Es el momento en el que el hombre, encuentra realizar una analogía con el mundo animal y descubrir que es capaz de decidir conscientemente, sin responder al instinto. Es aquí, donde ya no puede volver al estado anterior de esclavitud y donde comienza otra etapa en la vida de los seres humanos.

Según Nicola, Kant explicita que entonces, que una de las primeras reacciones del hombre luego de comer el fruto prohibido, es inmediatamente cubrirse con la hoja de higuera. Toman conciencia de su desnudez, lo que significa también, que son capaces de distinguir el deseo sexual que lejos está de ser similar al de los animales que se caracteriza por responder a condiciones fisiológicas y sólo en ese momento determinado. El hombre puede tener este impulso en cualquier momento, y puede verse magnificado y prolongarse por la imaginación. (Squicciarino, 2012, p 52-53).

El análisis que realiza el autor sobre los escritos de Kant, es que más allá de considerar a la hoja de higuera como la primer prenda de vestir por reacción al pudor, no es sino algo mucho más amplio, el primer paso, la primera evolución del hombre en tanto y en cuanto se la considera como una forma de inhibir ese deseo animal, haciendo la atracción sexual más íntima y duradera al ocultar su objeto a los sentidos. Kant expresa el carácter erótico del vestido, subraya que la transformación de los instintos en sentimientos, son un momento fundamental en la historia del progreso y de la civilización, (Kant, 1972, p. 221-238).

Ambos autores consideran al vestido como la primera evolución del hombre en sentido de su libertad como esclavo del instinto, lo que trae consigo una serie de procesos evolutivos muy significativos. El hecho de evolucionar en cuanto a considerar el deseo sexual algo propio y no dictado por la naturaleza misma del ser humano, como pasa en el mundo animal, hace que el hombre tome conciencia de su ser, como algo pensante. Es ahí donde se considera el vestido como un elemento controlador desde un punto de vista, ya que controla el impulso sexual, pero por otro, destapador de la imaginación. Es ahí donde los autores coinciden que se produce un refinamiento progresivo en el espíritu del hombre, y que es a partir de allí, donde éste creará todo lo relacionado a los distintos campos del arte.

Kant, asigna al vestido una gran importancia porque constituye el elemento que da dignidad al hombre, que hace de él una criatura moral. De esta forma, se considera el vestido como el fundamento de la moral y de la civilización. (Kant, 1972, p. 221-238).

2.2 La indumentaria como factor excluyente e incluyente

Emilio Durkheim, sociólogo francés nacido en 1858, realiza, entre otros, un tratado llamado *Las reglas de método sociológico*, donde estudia cómo abordar los hechos sociales en forma sistemática y científica.

Los hechos sociales son formas colectivas de hacer, de sentir, de pensar, exteriores al individuo, que establecen pautas de comportamiento pero también formas de percepción de una realidad y estrategias de cognición, es decir formas de poder pensarla. Los hechos sociales, poseen un poder imperativo y coercitivo en virtud del cual se imponen a los hombres les guste o no.

“Sería posible entonces, considerar la existencia de una estructura psíquica específica en cada tipo de sistema social”. (Durkheim, 1982, cap. 2)

Esta característica de exterioridad de los hechos sociales, permite al autor diferenciar entre lo que son los fenómenos psíquicos y a su vez, los hechos sociales en sí.

“La conciencia colectiva, como la definirá Durkheim, se superpone a la conciencia individual subjetiva propia del individuo aislado. El grado de coerción de la conciencia colectiva sobre la conciencia individual se asimila y absorbe mediante las maneras de socialización de cada sociedad”. (Muñoz, 1989, p 15)

Para que exista un hecho social debe haber varios individuos que hayan mezclado sus acciones. Esta combinación va a dar algo nuevo. Para comprender la forma en que la sociedad se representa a sí misma, hay que considerar la naturaleza de la sociedad misma y no de los particulares. Hay que entender el hecho social desde la sociedad y no desde cada individuo, por eso se establece la diferencia entre fenómenos síquicos y entre hechos sociales.

Uno de los conceptos clave que va a trabajar Emile Durkheim en su trabajo, es el de Institución, considerándola como todas las creencias y modos de conducta instituidas por la colectividad. (Educatina, 2012)

En este sentido, se puede considerar que la moda tiene todas las características propias que el autor definía, como constitutivas de un hecho social. Particularmente, porque es un fenómeno colectivo.

Si bien se cree que se puede mantener un estilo muy propio, anclado tal vez en gustos particulares o sujetos a las subjetividades individuales, en realidad, el fenómeno de la moda responde a tendencias sociales, por eso Durkheim lo involucra en lo que se llama una *corriente social*.

Las corrientes sociales se pueden reconocer porque generalmente operan como oleadas, formas en las que este colectivo actúa siente y piensa de forma similar y que habitualmente cuando intenta privilegiar su conciencia individual, su subjetividad, aparecen mecanismos de coerción claramente disimulados, un carácter de presión social que va a tratar de acomodar esa conciencia individual a ese imaginario de carácter colectivo. Por eso las personas tratan de mantener o seguir a la moda, que es una tendencia, y que cuando una persona esta fuera de la moda, recibe un tipo de sanción colectiva. (Maioli, 2013)

Esta no necesariamente tiene que ser física, pero sí claramente, es un tipo de sanción social, cuando por ejemplo, alguien remarca que cierta prenda usada por una persona está vieja, está pasada de moda o es de la temporada anterior.

Este tipo de sanción, expresa Durkheim, opera al nivel de nuestras formas de actuar, sentir y pensar y nos obliga a seguir el comportamiento socialmente aceptado expresado en esta corriente social. Por eso es que todo hecho social tiene ese carácter coercitivo pero también externo a esa subjetividad personal. En realidad con la moda entonces, se considera que ninguna persona como individuo es generador de una tendencia, sino más bien, ésta es un proceso colectivo. (Durkheim, 1982, cap. 2)

La moda no es resultado de unos cuantos individuos que generan tendencia, es un proceso de un fenómeno que responde a ciertas dinámicas muy particulares, ya que la moda también esta sujeta a los vaivenes del mercado, entonces ahí se introduce una variable muy interesante que es la moda como fenómeno sociocultural, la cual se enmarca dentro de una dinámica mucho más compleja que es la dinámica de la economía monetaria, es decir, el capitalismo.

El término *etiquetar* o la teoría del etiquetamiento, fue formulada por unos sociólogos de la Escuela de Chicago en la primera década del siglo XX, y establecía que existen toda una cantidad de fenómenos socioculturales que tienen que ver con los símbolos, y que establecen etiquetas, las cuales son muy difíciles de quitar. Pueden significar valores sociales buscados y privilegiados, pero a veces puede significar desvalores o valores no buscados por la sociedad. (Maioli, 2013)

Un ejemplo claro de esto, sería que una persona puede identificar muy fácilmente a un médico con su guardapolvo, e inmediatamente establecer toda una cantidad de presunciones con respecto a su vida, como su nivel de formación educativa, su nivel socioeconómico, hasta una cantidad de pautas y comportamientos que esta persona desarrolla y que se espera que las lleve a cabo. Lo mismo opera cuando se observa a alguien vestido de cartonero, las personas realizarán cierto análisis sobre éste y determinarán por su vestimenta, todas las características que posiblemente tenga, aunque al igual que con el médico, existe la posibilidad de que estén completamente erradas.

Este fenómeno sociológico del etiquetamiento está muy vinculado con la moda, entendiéndola como una forma de lenguaje, una forma de expresar ciertas

características personales o colectivas, o como un medio para auto describirse y dar a conocer o hacer creer a los demás algo que las personas son o no. Igualmente, acerca de esto se hablará más en profundidad en el siguiente capítulo.

La moda es un sistema complejo, que cuando se lo analiza ofrece distintas perspectivas. En general, desde la tradición sociológica la moda ha sido tema de interés desde los mismos orígenes de la disciplina, por eso se pueden encontrar perspectivas clásicas de ésta, y otras más actuales y contemporáneas.

La moda durante mucho tiempo fue abandonada desde la teoría sociológica por su carácter poco académico, se la consideraba más vinculada con un fenómeno superficial, con lo efímero, y recién hacia mediados del siglo XX, la moda comienza a tener una identidad claramente propia como fenómeno sociológico y ahí es cuando aparece una gran producción teórica, tratando de pensar los distintos aspectos del fenómeno. (Maioli, 2013)

De los múltiples aspectos que conlleva el fenómeno de la moda, hay uno muy interesante que la vincula con la estratificación social. La moda opera desde este sentido como un principio de afirmación, tanto de la diferencia como de la igualdad. Estas diferencias se las podría pensar a partir de una jerarquía, es decir, en forma de pirámide, debido a que existen grupos supra ordenados y grupos subordinados. Generalmente, en la actualidad eso se debe al dinero, pero no siempre eso ha sido así, aunque siempre hubo un criterio diferenciador, por ejemplo el de los títulos nobles. La moda expresa una fuerte contradicción; por un lado, pretende generalizarse, pero cuando esta generalización es absoluta o máxima, necesita transformarse, por eso es que es un fenómeno que está en permanente dinamismo, es decir, para poder pensar un fenómeno de moda se necesita una cierta cantidad de personas que formen parte de este fenómeno colectivo, pero cuando ese número se ve excedido, claramente va a requerir que vuelva a significarse. Si esos elementos de moda se generalizan, es decir, todo el colectivo lo maneja, ya no se podría hablar de que algo está de moda, porque cuando se dice que algo está de moda, esto es así porque hay varios elementos que no lo están. Es decir, sólo algo pertenece al fenómeno moda cuando

es sólo ese elemento y porque hay varios otros que no lo están, de esta forma se distingue.

Entonces, la moda alcanza un momento en donde para que siga habiendo moda, se tiene que volver a re significar, de allí se desprende que las cosas cambian con las temporadas. Un ejemplo de esto es que en el verano de la temporada pasada se usaba cierto tipo de estampado, en el siguiente se usará completamente el opuesto porque ya todos los miembros del colectivo lo están usando. Ese exceso de personas que ingresan al fenómeno colectivo, exige que la moda se vuelva a significar. La moda es al mismo tiempo dos fenómenos contradictorios, por un lado la necesidad de la imitación, pero por otro lado, la necesidad de la diferenciación, las personas quieren imitar pero a la vez se quieren diferenciar.

Las primeras reflexiones de la moda desde términos sociológicos trataron de pensar de qué modo aparecían un conjunto de elites, es decir un grupo reducido de personas que establecían ciertos modos de vestimenta y de consumo de bienes culturales y cómo las personas que no son miembros de esa elite tratan de alcanzarla por medio del consumo de los mismos bienes que ese grupo selecto está consumiendo. La moda es un fenómeno en donde la conflictividad social en términos verticales, de elites supra ordenadas y colectivos subordinados, se expresa claramente, no se la puede pensar desatendida de esta variable de estratificación.

La estratificación es poder pensar colectivos humanos en los que se pueden establecer jerarquías, y las cuales se determinan según criterios de diferenciación distintos acorde a la época en los que se los analice, por ejemplo en la antigüedad, los criterios tenían que ver con un origen étnico, según el clan al que uno pertenecía, eso condicionaba la posibilidad de pertenecer a una casta o a otra. Esos son sistemas de castas, cerrados, como el de la India, donde la posibilidad de cambio está vedada, no hay posibilidad de cambio y si la hubiera es para abajo y no para arriba. En la actualidad lo que existe, es el sistema de clases, en donde el criterio o la variable de diferenciación es la posesión de riqueza. De acuerdo a los bienes que posee ocuparía

el lugar dentro de esa pirámide estratificacional. Sin embargo, no siempre esto es así, ya que se puede tener una gran cantidad de dinero, pero igualmente no pertenecer a los niveles superiores de estratificación. Pensar que la posición en la pirámide no está determinada estrictamente con la riqueza sino con los estilos de vida, por ejemplo, no necesariamente la cantidad de ropa que pueda tener y el valor de esa ropa, va a determinar mi posición en la pirámide, los demás pueden dar cuenta de la ubicación jerárquica a partir de una cantidad de otras variables que señalan la posición dentro de esa pirámide. Un ejemplo claro de esto, es cuando se observa a alguien que está vestido de forma andrajosa, desprolija o desaliñada pero que igualmente las personas pueden darse cuenta de que pertenece a una posición alta dentro de la pirámide, ya que hay otros indicios que dan cuenta de esto, como su forma de hablar, los gestos, etc. Y que no basta solamente con la vestimenta.

Sin embargo, al observar a una persona que viste de cierta forma se puede llegar a establecer un gran número de cuestiones que a partir de los modos de vestir, puedo empezar a conocer de la persona. Si se observa una fotografía de una mujer de unos 30 años, caminando por una vereda asfaltada, ancha y limpia, vestida con un pantalón, camisa y blazer con una cartera tipo portafolio, se puede pensar que es un individuo profesional, que está a punto de concurrir a una reunión de trabajo, dentro de su cartera se puede imaginar que lleva una computadora o un Ipad, y determinar a grandes rasgos cuál es su nivel socioeconómico. En cambio, si se observa una fotografía de un joven de unos 25 años, vestido con ropa deportiva, zapatillas, gorra, con un vaso de alguna bebida gaseosa o una bebida alcohólica, haciendo determinado gesto con la cara y manos, se puede deducir que en las próximas horas, este individuo, se juntará con sus amigos quizás, a escuchar música, tomar una cerveza, y que pertenece a cierto estrato social aunque puede que su ropa sea de gran valor económico.

Todas estas características se las puede deducir porque todas las personas tienen construcciones estereotipadas respecto de lo demás y dentro de esa producción, se

tienen modos de vestir, en particular en donde los sujetos visten de acuerdo a su estereotipo. Retomando lo que decía Durkheim, los estereotipos establecen modos de comportamiento, modos de percepción y de cognición, es decir, en los ejemplos mencionados anteriormente aun cuando no se conoce a las personas se puede inferir una serie de datos a partir de su vestimenta: la clase social a la que pertenece, las actividades que realiza, la ocupación o profesión. Se pudo recrear toda su cosmovisión, aunque quizás no sea justamente la real pues puede tratarse de un disfraz.

Por otro lado, aparece una variable que no se puede descartar, las subculturas. Entendidas como recortes dentro de una cultura hegemónica o dominante, las distintas subculturas, producen y reproducen modas con el objetivo de poder diferenciarse y de conformarse como tal. (Maioli, 2013)

Un ejemplo de subcultura es la profesional, el poder reconocer que hay determinada cantidad de personas que visten de modo similar sin que eso sea un uniforme. Hay toda una cantidad de formas de lenguaje que los miembros de ese recorte utilizan, que dan cuenta de su pertenencia en esa subcultura, por ejemplo, es común ver a alguien vestido de traje y pensar que seguro es abogado.

Otro ejemplo de subculturas son las etarias, no es la misma manera en la que se puede vestir una adolescente de 15 años con una mujer de 70.

Los análisis y las distintas interpretaciones que se pueden hacer acerca de las personas que forman parte de este fenómeno, son diversas, ya que la mirada del que lo analice va a variar considerablemente según la posición que se tenga dentro de la pirámide estratificacional. El punto de partido siempre será de esa persona dentro de una red sociocultural más amplia, pero es muy difícil que se desprende de su posición y de allí, que las interpretaciones serán diferentes.

Un ejemplo interesante de analizar es el caso de la marca *Lacoste*, donde la subcultura de los *cumbieros* argentinos, comenzaron a usar las gorras y las remeras de ésta, lo que generó todo un esfuerzo de la empresa para despegar esta imagen de

la subcultura usando sus productos. Claro está, el target de *Lacoste* es para un nivel socioeconómico alto, y volviendo a lo que se mencionó antes, quizás los miembros de esta subcultura poseen riqueza económica, pero no necesariamente poseen el nivel educativo, social, etc. que la marca espera que su público tenga.

Respecto a esto hay dos aspectos relevantes, por un lado, si la empresa internacional no hubiese logrado despegar del imaginario de la marca a los *cumbieros*, es muy probable que se hubiera encontrado con una gran baja dentro de la carta de clientela, ya que los miembros de los estratos sociales más altos no querrían parecerse a lo de los estratos más bajos. Y por el otro, la venta de la mercancía de imitación creció considerablemente ya que muchos fanáticos, que no poseen la misma posibilidad económica que sus ídolos, pero si quieren parecerse a ellos, comenzaron a consumir este producto. Y es aquí donde se produce otro aspecto interesante, y es que ese producto de imitación debe ser lo más similar posible porque sino se revela el modelo ficticio, y lo importante es que eso se mantenga en secreto.

Dentro de las perspectivas más clásicas de la moda, encontramos la de un sociólogo inglés, llamado Spencer, que consideraba que la sociedad estaba formada por un conjunto de instituciones y dentro de estas instituciones, él encontraba a las que llamaba *instituciones ceremoniales*, es decir, un conjunto de comportamientos de los colectivos humanos *habitualizados*, que tienen que ver con los ejercicios de ciertas ceremonias. (Maioli, 2013)

Es decir, gran parte de los comportamientos, responden a grandes ceremonias, que no necesariamente tienen que ver con las religiosas, sino que existen en el conjunto de la vida social; desde la ceremonia del té, que implica toda una cantidad de modos de actuar y de objetos necesarios para esos comportamientos, hasta ceremonias vinculadas con aspectos profesionales, religiosos, incluso políticos. En virtud de este concepto, Spencer decía que la moda permitía, establecer un proceso de diferenciación o daba cuenta de esa diferenciación y que generalmente, las clases inferiores lo que trataban de hacer era de imitar las ceremonias de las clase superiores, con la pretensión justamente de sentirse parte, como miembros de esas instancias superiores. La preocupación de Spencer era pensar la moda como un

fenómeno de imitación, es decir originalmente, la moda como fenómeno colectivo se piensa de tal modo.

Dos sociólogos, Georg Simmel y Thorstein Veblen, completan la obra de Tarde, que en 1890 presenta la idea de imitación, propia del ser humano, como necesidad natural del mismo (Tarde, 1890, citado en Godart, 2012).

Simmel, establece que la moda claramente es imitación, pero también asegura que implica diferenciación, expresa que este fenómeno es intrínsecamente contradictorio. En 1895 escribe un texto llamado *La moda*, en donde expresa que la moda opera como imitación y que esta tiene en algún punto, para el comportamiento subjetivo, la fuerza del cumplimiento de una regla. El asegura que cuando las personas le prestan atención a la moda, lo que están haciendo es dejar de lado la propia subjetividad y objetivan en la imitación de la moda. Es más fácil dice Simmel, para la subjetividad, seguir una regla a tener que pensar un modo de comportamiento subjetivamente individual, entonces, es más fácil vestir a la moda. (Simmel, 1904, citado en Godart, 2012)

Este fenómeno es algo que no se puede cambiar, aunque se considere pesimista ese pensamiento, es un fenómeno sociológico constitutivo de la moda. Incluso cuando alguien expresa, “yo no voy a seguir *la moda*, sino voy a seguir *mi moda*”, de igual modo, hay detrás de eso una moda. La construcción de un modo de vestir propiamente individual no existe, porque en ese proceso de diferenciación, uno se quiere diferenciar de lo que está de moda, pero en realidad, esa persona está imitando a otros que están haciendo el mismo proceso, por eso este individuo está diferenciándose, pero a la vez, imitando a otros.

Esto se puede relacionar con la característica que asume la cultura en el contexto particular del desarrollo capitalista en su fase monetaria, expresaba Simmel, en donde la cultura objetiva condicionan y limitan fuertemente la cultura subjetiva, es decir los modos de significación de cada persona. (Simmel, 1904, citado en Godart, 2012)

La mayoría de las personas pasan por una etapa en donde quieren diferenciarse del resto, si se considera el ejemplo de un profesional licenciado en marketing, que por su deseo de distinguirse, decide cortarse el pelo y teñirlo de un color estridente como el naranja, claramente se estará distanciando de sus compañeros de trabajo, pero a su vez, no es el único que tendría de ese color el cabello, por lo que aquí aparece el fenómeno de la imitación.

Entonces, desde este sentido, se vuelve a lo dicho anteriormente, la moda supone diferenciación e imitación, es intrínsecamente estos dos fenómenos al mismo tiempo. Esto es un fenómeno social constitutivo, cada vez que alguien se diferencia de algo en términos sociales, también se está pareciendo a otra cosa, opera tanto la diferenciación como la identificación. “El fenómeno de la imitación y de la diferenciación, tiene que ver también con lo que resulta socialmente aceptado en ese contexto histórico particular” (Maioli, 2013). No es lo mismo pensar en las mujeres de la década del veinte, cuando era muy difícil que usaran pantalón, y Coco Chanel comenzó a hacerlo, a pensar en las mujeres la actualidad, que nos resultaría muy difícil imaginarlas sin usarlos.

Simmel también dice que la moda es una máscara, que la misma plantea qué quiero decirles a los demás. Él entendía que en ese juego de interacción con el otro, las personas nunca decían todo acerca de sí mismos, hay una parte de ese decir que se la reserva. El autor expresaba que las personas están en constante uso de una máscara, y que la misma está constituida por la moda ya que plantea qué quieren decir en un momento en particular y a quién se lo quieren decir en un momento determinado (Simmel, 1904, citado en Godart, 2012). La máscara que se usa es distinta según la ocasión en la que se la use, pero igualmente, sin importar el momento, en ella, siempre hay una parte de la individualidad que queda reservada para el propio individuo y que no la comparte con nadie. Las personas entonces, se van mostrando a partir de la máscara que usan.

Simmel, consideraba que la moda siempre es de clase, no se puede pensarla separada de la idea de clase social, porque la moda opera como principio diferenciador entre clases superiores y clases inferiores y que generalmente, cuando las inferiores empiezan a apropiarse de elementos de moda de las clases superiores, éstas las empiezan a abandonar, porque quieren diferenciarse (Simmel, 1904, citado en Godart, 2012).

El autor, también fue un crítico muy agudo del capitalismo moderno y observa que la dinámica del consumo se ve acelerada por el capitalismo y que éste en tanto y en cuanto es un modo que se basa en la producción y circulación, exige que la moda sea una moda efímera, porque eso reproduce el circuito del propio sistema capitalista. Es decir, como se aseguran la circulación de bienes constantes, hay dos estrategias, o que los bienes sean de muy mala calidad, es decir que respondan a la *obsolescencia programada* o por modos de caducidad en virtud de la moda, y de allí la expresión que cierta prenda *pasó de moda*. Con lo cual, la lógica del capitalismo lo que hace, es producir y reproducir este fenómeno contradictorio en términos de imitación y diferenciación.

El sociólogo Thorstein Veblen, escribe el libro llamado *Teoría de la clase ociosa* en el año 1899, en donde por primera vez, logra demostrar que nada respecto de la vestimenta está determinado por cuestiones naturales, sino que hay determinaciones sociales o de la estructura social. Estas determinaciones están vinculadas con la distinción o con la diferencia de clases, la ociosa es la que es capaz de producir y reproducir su vida, sin la necesidad de trabajar. Estas, desarrollan una cantidad de elementos simbólicos expresados en la moda y fundamentalmente en la vestimenta, que dan cuenta de que ellos no necesitan trabajar para vivir y que eso lo demuestran por medio del modo de vestir (Veblen, 1899, citado en Godart, 2012). También eso demuestra un estilo de vida, ya que por ejemplo, en el siglo XIX, las mujeres que usaban vestidos con miriñaques de gran tamaño, eso daba cuenta de que también

para poder usarlos, necesitaban vivir en un lugar de gran tamaño que permita su libre movilidad.

Las clases superiores no solamente se presentan como superiores en términos de la posesión económica, sino que además se presentan ante las inferiores como ociosas es decir, no solo no trabajan, sino que su vida cotidiana está concentrada en el ocio, en el esparcimiento, en la lectura y en otro tipo de preocupaciones.

La clase ociosa se significa por un *consumo ostensible*, comprendido por la dilapidación de los bienes y las compras superfluas. (Veblen, 1899, citado en Godart, 2012)

En conclusión, la dinámica de la relación entre diferenciación e imitación, genera un constante cambio, que por su carácter no pareciese ser algo estable, pero se puede observar que su resultado es siempre el mismo, es una relación equidistante entre dos grupos sociales que están en constante lucha, uno por la imitación y el otro por la diferenciación. Cuando se llamó a este subcapítulo *La moda como sistema excluyente e incluyente*, se hacía eco de esta dinámica, en donde siempre habrá personas dentro y fuera de un cierto colectivo.

2.3. El gusto y el buen gusto: aproximaciones a Bourdieu

Bourdieu, en su obra llamada *La Distinción, criterio y bases sociales del gusto*, trata de pensar de qué modo el gusto no es individual y está determinado socialmente. Él expresa que existe una cantidad de condicionantes sociales que han determinado que a las personas les guste algo más que otra, y que eso depende del fenómeno de la imitación, ya que las personas quieren parecerse a determinada persona o grupo u alejarse de otros.

La construcción del gusto entonces es una construcción social, como hay ciertas apropiaciones del gusto que tienen que ver con algo que Bourdieu va a llamar: un campo, es decir, la construcción del gusto es social, porque ese gusto está inmerso en

relaciones sociales de conflicto que se establecen en un campo. Se entiende como tal a las relaciones sociales estructuradas, que operan como formas de internalización de esas estructuras sociales objetivas.

Las relaciones sociales tienen estructuras, como por ejemplo una relación de profesor alumno. Estas son necesariamente asimétricas, porque el que establece una de las partes de la relación se reserva la posesión de un cierto bien que según el campo pueden ser de distinto tipo. Si se lo piensa en relación del gusto, el bien reservado es el gusto o el capital cultural. Si lo pensamos desde el bien educativo, se refiere al saber, pero que si se lo considera desde términos de la moda, alude a ciertos modos de percepción que hacen que tal persona tenga buen gusto y tal otra no lo tenga.

El que esa persona tenga buen gusto es una condición que se construye sobre el reconocimiento de los otros sobre una propiedad que las personas logran adueñarse, es decir, una persona proclama tener buen gusto, y todos los demás lo legitiman. Los que tienen buen gusto son los que forman parte de una cierta elite que hace que se sientan parte de ese grupo y en virtud de eso puedan ejercer poder sobre esos otros que no tienen buen gusto. Ahora, las personas que no tienen buen gusto, quieren pertenecer al campo y quieren tener el capital que los demás tienen, por lo que genera una dura competencia por obtenerlo. El campo entonces, no es un espacio social libre de conflicto, sino es un espacio social donde el conflicto está permanentemente actuando, a veces menos o más latente o a veces de forma constante.

Entonces, según Bourdieu, las luchas por el capital cultural o simbólico, se dan en dos ámbitos en particular, es decir, por un lado, en el de la producción, por ejemplo, en el campo de la moda se puede diferenciar claramente entre lo nuevo y lo viejo, lo pasado de moda y la tendencia actual, entre lo caro y barato. Y por otro lado, las luchas también operan en el campo de las clases dominantes, que enfrentan a los poseedores de esos bienes y a los que pretenden esos bienes, hay una dinámica de competencia o de lucha por la posesión del campo, es decir, una persona ha logrado delimitar un capital particular que es el buen gusto y otra persona va a competir por

ese capital pero porque pretende ese capital. Porque la idea del capital se basa en la idea de la escasez, si todos tuviesen buen gusto, la idea del mismo, sería ineficaz para conformar un campo. Por eso el fenómeno de moda, cuando opera en términos de distinción, según Bourdieu, opera en términos de escasez. Es una competencia, una lucha por ese bien que las personas intentan tener pero no logran hacerlo, y que en algún punto, las personas están dispuestos a disponer de otros capitales, es decir, la persona puede tener mucho capital económico pero muy bajo o nulo capital simbólico o cultural, lo cual da cuenta de que el fenómeno de moda, vinculado con la estratificación es un fenómeno sumamente complejo. Un individuo puede comprarse las mejores prendas, inclusive gastar todo su dinero en algo así, pero aún así, no logrará ingresar en los ámbitos más selectos de las élites. Esto se debe a que el capital económico, no asegura la posesión de otros capitales.

Capítulo 3. Tipologías indumentarias y su significado

3.1. Definición de signo

Blanca Muñoz en su libro *Cultura y comunicación*, expresa que la cultura es la mediadora entre dos grandes estructuras, por un lado, el medio ambiente, y por el otro el grupo social. Acerca de ello dice:

La función de mediación se reconoce desde el momento en el que la acción cultural es una acción de simbolización con la que el grupo toma conciencia de su situación material y objetiva. El sistema simbólico de la cultura no pertenece al mero campo de la descripción abstracta del contexto en el que el grupo se desenvuelve, sino que está implícito en todos los sectores de la existencia (Muñoz, 1989, p 17).

Existe una relación dialéctica entre sociedad y cultura en cuanto se puede hacer una distinción entre los productos de la cultura material y los de la cultura inmaterial. Los primeros, serían los productos tangibles a los cuales las personas le otorgan una significación, ya que todos los procesos de construcción de cultura implican una asignación de sentidos sobre aquello que se produce.

Por ejemplo, si a un grupo de personas se les muestra una cartera, negra, de cuero, con herrajes plateados, y se les pregunta qué es, lo más probable es que respondan que es una cartera. Estas lo pueden deducir porque en el proceso de construcción se le ha asignado un sentido; si no se hubiese tenido la capacidad de asignarle, dirían que es un receptáculo de cuero, etc. Sin embargo, como las personas son productoras de cultura, y son ellas las que le otorgan sentido a los objetos, pueden llegar a deducirlo.

Entonces, los productos culturales materiales son objetos tangibles pero significativos para el ser humano y en los aspectos vinculados con moda, disponemos de una cantidad de ellos a los cuales se les asigna un sentido. Evidentemente, cuando se construye cultura material aplicada a la moda vestimentaria, no es lo mismo comprar un vestido en los mayoristas de Avellaneda, a un vestido comprado en *Carolina Herrera del Patio Bullrich*. Esto sucede ya que no es lo mismo el sentido asignado al

vestido sin marca de Avellaneda, que al vestido de *Carolina Herrera*, en esa asignación de sentido, evidentemente hay una asignación de honor social, prestigio, una demostración de la ubicación dentro de la pirámide estratificacional, etc. Por lo tanto, probablemente dos personas estén vestidas de igual modo en términos materiales concretos, pero en términos de asignación de esos sentidos, claramente hay una asignación diferencial.

La moda no sólo construye objetos materiales, ya que en cuanto producto sociocultural, también construye elementos que forman parte de la cultura inmaterial. Ésta, es un conjunto de elementos que tienen como función habilitar o condicionar esos procesos de interacción. Es un sistema coherente, organizado, de valores, normas de creencias, de símbolos. Con lo cual, cuando se piensa en la cultura inmaterial, se está considerando en el nivel más alto de abstracción, en los valores (Maioli, 2013).

Los valores son ideas generales, que expresan ciertas posiciones respecto de lo que es perseguido, o buscado como deseable por esa colectividad de personas. Con lo cual, generalmente están a un nivel de abstracción tal, que si bien operan como orientadores, son ineficaces en esa función, por eso de los valores se desprende un sistema normativo.

Las normas, son pautas mucho más concretas de actuación, reglas para poder actuar e interactuar. Si se piensa en estos sistemas en torno al objeto de la moda, se podrá ver que detrás de la construcción social de la moda, hay un conjunto de valores que son privilegiados, y que, incluso las distintas casas de moda, valoran. Es decir, al momento en el que las marcas referidas a ropa o a otros bienes, construyen su cosmovisión. Hacen una elección controlada y muy estudiada acerca de los valores que quieren tener y que desean que su público tenga, ya sea desde antes de consumir sus productos, o después de hacerlo. Esto puede verse en las publicidades por ejemplo, ya que allí después de un estudio de mercado se pone de manifiesto cuál es el consumidor ideal de los bienes, o de en quién se convierte el usuario al consumir

esos productos culturales. El diseñador hace ostensible en su trabajo los valores que caracterizan a la persona en quién se inspiró para generar una colección, lo cual es una forma de crear ese mundo, ya que expresa los valores que el diseñador está poniendo en juego en el momento de producción de sus diseños. Si este creador valora, por ejemplo, la independencia de las mujeres es muy probable que tome esa característica y proponga productos de moda que den cuenta de eso.

La moda también refleja un sistema de creencias, de ideologías, en grandes ideas o cosmovisiones que operan como orientadores de la conducta. De acuerdo a ciertas ideologías mantenidas los modos de significación van a ser distintos, por ende mostrar ese sistema de la moda va a ser diferente. (Maioli, 2013)

Por ejemplo, si una persona pertenece a una creencia religiosa utiliza objetos que visibilizan su pertenencia al grupo de referencia una cristiana es muy probable que use una cruz, una medalla con imágenes de santos; si pertenece al hinduismo, se pintará el cuerpo de cierta forma al momento del matrimonio, o un kipá si es del judaísmo, etc. Lo mismo sucedería si se contraponen dos mujeres de la misma edad, pero que residen en dos países completamente distintos, como ser la Rusia soviética de principio de siglo, con otra de los estados del sur de Estados Unidos, claramente se podría observar una diferencia significativa respecto de sus modos de vestir; Nuevamente, esto tiene estrecha relación con la ideología de una determinada región geográfica y de un tiempo particular.

Por último, el aspecto más interesante de la cultura inmaterial, es el sistema de los símbolos. Es decir, un elemento que puede ser material o inmaterial que denota algo distinto que lo que connota. El significado concreto del objeto, no es el que está transmitiendo sino que se está ofreciendo un sentido diferente (Maioli, 2013).

Si se les enseña la expresión de los dedos índice y medio de la mano, levantados y todos los demás bajos, y se les pregunta a un grupo de personas que significa, podremos encontrar distintas respuestas, como por ejemplo, paz, victoria, etc. Pero técnicamente ninguno respondería lo que realmente es: dos dedos de la mano

levantados. Sin embargo, todas las personas tienen un sentido asignado sobre las cosas. En el caso de la moda es claramente observable, porque la moda tiene un elemento simbólico. De esto se habló anteriormente, cuando se hizo la comparación entre moda como un sistema de lenguaje, mediante el cual las personas dicen cosas y se manifiestan a través de su forma de vestir.

Cuando se considera a las subculturas, también se debe analizar que los elementos que la cultura material e inmaterial produce, se recortan. Como occidental, se pueden compartir ciertas valoraciones con otro occidental, pero como argentino occidental puede existir otra jerarquía valorativa. Las normas son construcciones sociales que adquieren las particularidades en cada grupo que jerarquiza de modo diferente. Es decir, cada subcultura en particular construye las normas con rasgos peculiares que dentro del sistema lo distingue.

Roland Barthes, semiólogo francés sugiere que la moda constituye un sistema de signos al que se pueden aplicar los modelos del análisis lingüístico. En base de su enfoque, el autor aplica tres conceptos base de la lingüística creada por Saussure: significado, significante y signo. (Godart, 2012)

El significado: es el concepto o representación, y no la cosa “real” en cuanto tal.

El significante: Formado con palabras, se crea para designar conceptos.

El signo relaciona los significados con los significantes y forma un sistema que cobra su sentido en relación con otros signos.

El universo de la moda, marcado por el cambio continuo, tiene una dinámica de signos propia, con distintos niveles de significantes y significados (Godart, 2012).

El semiólogo francés admite que su análisis tiene una limitación, y es que los objetos vestimentarios, tienen por sí solos un sistema de signos propios, es decir, una prenda connota diferentes señales al usarse en diferentes situaciones. Por ejemplo, un uniforme, si se lo ubica dentro de un cierto contexto denotará determinada información, suponiendo que éste se encuentra en un contexto laboral, en una oficina, seguro las personas que lo vean supondrán que el individuo trabaja en el lugar, que tiene un determinado cargo, etc. Pero si se extrae ese uniforme de allí y se lo coloca

en un concierto de rock, claramente dejará de estar cargado de ese significado, para pasar a tener otro completamente distinto. Como expresa Godart, se convierte en algo ambiguo y así termina denotando tanto rebeldía o juventud, como conformismo (Godart, 2012). Es decir que el contexto agrega un elemento significativo que modifica su interpretación.

Dentro de perspectivas sociológicas más actuales, podemos encontrar al sociólogo Baudrillard que hace un aporte muy interesante con respecto a la moda como signo, como un conjunto de elementos que dan cuenta de un universo simbólico mucho más complejo, y que cada artículo de moda, da cuenta de un signo, por eso dice el autor, la moda no es más que un fenómeno que responde a formas de producción de símbolos. Una verdadera teoría de los objetos y del consumo no se fundará sobre una teoría de las necesidades y de la satisfacción sino sobre una teoría de la prestación social y de la significación (Baudrillard, 1972).

Las cosas no necesariamente tienen sólo un valor de uso ni de cambio, sino que lo adquieren fundamentalmente en términos de su valor simbólico el cual se convierte en un determinante del valor de cambio en términos económicos. Elementos simbólicos que dan cuenta del prestigio, del valor social, de un cierto status que no necesariamente refiere estrictamente al nivel económico, sino más bien a una posición estática o más rígida en un sistema de relaciones sociales.

Según Baudrillard, que describe claramente la sociedad de consumo, va a observar en ella un proceso de producción de valores signos, es decir, un proceso en donde lo fundamental, es construir un conjunto de elementos simbólicos que expresen estos distintos niveles de honor social, de prestigio (Baudrillard, 1972).

La creencia de simbolismos es así mismo la creación de comunicación, sociedad y simbolismo son inseparables cuando el código simbólico media en el código de la conducta social.

Entonces según Muñoz,

El símbolo se define convencionalmente como el proceso comunicativo que evoca y sustituye una cosa o fenómeno (...) la cosmovisión de una colectividad derivaría de una forma lógica de los aparatos simbólicos a su alcance. La percepción que un grupo tiene de sus relaciones entre sí y con el ambiente, dependerá (...) de su *maquinaria simbólica*, y de quién la cree, recree, renueve o detente (Muñoz, 1989, p 19).

3.2. El vestir, sistema de signos

Desde hace siglos, la indumentaria es mucho más que protección para el cuerpo, es una de las formas de comunicación más antiguas que existen.

Cuando una persona debe vestirse selecciona el vestuario atendiendo innumerables circunstancias; adónde va, con quién se encontrará, qué quiere que los demás vean de él o ella, qué impresión quiere generar, etc. Es decir, se tiene en cuenta la expectativa del otro, aunque quizás se esté equivocado en ese planteo, ya que no es la expectativa del otro hacia nosotros, sino, el ideal que las personas tienen acerca de esa expectativa ajena. Es justamente de eso sobre lo que se trata nuestra imagen, la cual va a variar según cada ocasión, como se dijo anteriormente, el lugar, las personas, la situación social en la que las personas pueden encontrarse.

Suponiendo un hipotético caso en el cual una persona va a una entrevista de trabajo, si se le pregunta a un sujeto A de clase media alta, que usaría, éste posiblemente conteste por ejemplo, una falda, tacones altos, camisa blanca, saco sastre y una cartera. Este conjunto, es según el sujeto A, el más indicado para una entrevista, pero si es para un trabajo en *Mc Donalds*, seguro no quedaría contratado porque estaría considerado como sobre calificado para el puesto. Lo que se intenta demostrar en este ejemplo, es que quizás lo primero que debería haber preguntado o considerado este sujeto es para qué trabajo estaba por ser entrevistado. En ese caso, es posible que su respuesta no fuese la misma, como así tampoco hubiese sido la misma respuesta de un sujeto de otra estratificación social.

Muchos aspectos son los que entran en juego al momento del acto del vestir. El atuendo siempre es producto de una selección aunque la intención sea aparentar que no se le dedicó tiempo o que no se le prestó atención. Esto se debe a que el vestir comunica muchas características personales y habla de las personas, proporcionando tanta información sobre su personalidad como la que se obtiene de un intercambio verbal.

Hay muchas formas de comunicarse, especialmente hoy, donde las redes sociales e internet juegan un papel muy importante. Pero en sus inicios y hoy también, la comunicación podía distinguirse entre formas verbales y no verbales entre las que se puede señalar los gestos corporales y la imagen. Esa imagen está constituida por todos los aspectos estéticos, entre ellos, la indumentaria. Mucho antes de que dos personas o más, se comuniquen verbalmente, ya lo hicieron a través de esta imagen, se comunica la preferencia sexual, la edad, y la clase social a la que pertenece. Y es muy posible, que también se otorgue información o desinformación sobre la profesión que practica, su procedencia, su personalidad, sus opiniones, gustos, deseos sexuales, etc. (Lurie, 1994, p 21).

El nombre de este subtítulo hace mención al vestir como un sistema de signos. Alison Lurie, en su libro *El lenguaje de la moda*, considera que ésta, al poseer la capacidad de ser un lenguaje más, tiene un sistema reglas, normas, signos que se pueden decodificar de la misma forma que hablan de cada persona, y dicen lo que cada uno quiere expresar.

Además de todos estos códigos, hay que tener en cuenta que las personas viven en sociedad, y que muchas veces lo que cada uno cree demostrar por decisión propia, no es tan así, sino que responde a todo un conjunto de razones por las que se decidió entre un color y no otro, entre un estilo y otro. La moda es una de las principales razones que delimitan el comportamiento.

Lurie hace un paralelismo muy interesante acerca el lenguaje propiamente dicho, y el lenguaje de la moda.

Comienza expresando que elegir la ropa es una manera que los seres humanos utilizan para describirse y definirse, y que en estas decisiones entran en juego consideraciones prácticas, tales como la comodidad, la resistencia, la disponibilidad, y el precio. Especialmente en el caso de una persona de guardarropa limitado es más posible que elija una prenda por sus caracteres funcionales que por otra razón, pero así también, un hombre por más necesidad que tenga, no se pondría un atuendo femenino. (Lurie, 1994, p 23).

Lo que explica la autora es que en determinadas situaciones, las personas pueden optar por cierto conjunto debido a que no tiene otra posibilidad, y que al igual que en el lenguaje, hay algunos que poseen un vocabulario más vasto, que la variedad en su expresión evidencia un cierto nivel de educación y cultural probablemente asociado con cierto nivel socio económico, etc. De igual forma, se puede aplicar a la moda, ya que alguien que puede lucir zapatos distintos todos los días, o zapatos extremadamente muy elegantes pero poco aptos para realizar tareas que requieren la comodidad del pie. Se puede inferir información de estos datos: posee nivel económico alto que le permite comprar una gran cantidad de zapatos por lo que puede lucir diferentes modelos cada día. Asimismo, se puede suponer que utiliza medios de transporte privados, que su actividad no le exige grandes caminatas.

Lurie expresa que en el lenguaje de la moda, al igual que en el del habla, hay palabras modernas y antiguas, palabras de origen autóctono y barbarismos, palabras dialectales, coloquialismos, palabras argot y vulgarismos. (Lurie, 1994, p23)

Enumera la relación que existe entre estas consideraciones y la indumentaria, y explica como sus distintos usos pueden hacer ver a una persona completamente ridícula como para una fiesta de disfraces o estar perfectamente adecuada según la ocasión. Por ejemplo, expresa sobre el uso de prendas extranjeras, el uso exagerado puede devenir en una imagen exagerada y desubicada según el entorno, no es lo mismo usar vaqueros, sombrero, un gran cinturón de cuero y botas en Texas que en la ciudad de Buenos Aires. Pero así mismo, quizás usar botas tejanas combinadas con

un jean y remera blanca, puede denotar riqueza, ya que son piezas que no se pueden conseguir en Argentina, por lo que expresa que esa persona tuvo que viajar para conseguirlas.

Por otro lado, Lurie hace alusión al cambiante vocabulario de la moda, cuestionando el por qué del desecho de las prendas que quizás tienen un perfecto estado y que todavía tienen mucho tiempo de vida más. Ella considera que las especulaciones sobre los cambios -que serían generados por una conspiración de diseñadores, fabricantes y editores de moda son poco creíbles. Expresa que seguro que a éstos les gustaría que desecháramos de nuestro guardarropa en cada temporada, pero que en realidad este objetivo jamás se ha alcanzado, y que no es cierto que las personas vistan todo lo que se les sugiere. También considera que las palabras, al igual que la ropa, se adquieren para satisfacer nuestras necesidades y expresan nuestras ideas y emociones. (Lurie, 1994, p30)

Lo que la autora no está considerando, desde ese punto de vista, es que hay un fenómeno mucho mayor actuando también sobre esas variables, que es que las personas viven en sociedad, y que como seres sociales, las decisiones que se toman se hacen según la cosmovisión que tenga esa persona, pero que también va de la mano de lo que piensan sienten y creen sus pares. No es lo mismo pertenecer a un grupo de chicas de veinte años de Barracas que a un grupo de chicas de veinte de Barrio Norte, y que cada decisión que se tome en cuanto a nuestra forma de vestir, hablar, actuar, va a estar condicionada por ese grupo social.

De igual forma, pasaría con su forma de hablar, hay jergas que se ponen de moda en ciertos grupos sociales, y que más allá de expresar ideas y creencias, están expresando pertenencia a cierto grupo social. Por ejemplo, ahora está de moda la expresión *dale*, cuyo uso es meramente fluctuante y que lo único que expresa es pertenencia a cierto grupo social, porque lingüísticamente no cumple una función semántica específica, sólo se entiende desde la pragmática.

Pero a pesar de esto, si uno va a bailar a los boliches más exclusivos de la ciudad de Buenos Aires, se encuentra con que la mayoría de los que habitualmente van allí, lo dicen lo cual indicaría que el uso es generacional.

Es cierto que las personas comprarán y usarán las prendas que reflejen lo que son o lo que quieren ser en ese momento, y las que no lo hagan no serán usadas, por más promocionadas que estén; pero esa selección no responderá solamente a lo que queremos decir, sino a los factores moda, grupo social, expectativas externas, etc.

3.3 Prendas con significado propio: algunos clásicos de la moda

Ciertos colores, tipologías, siluetas, largos modulares, entre otros, son rasgos que fueron variando desde el inicio mismo de la indumentaria. Y a lo largo de estos cambios aparecieron algunos que fueron quedando como íconos, o como prendas fetiche de cierta década. Por ejemplo, la minifalda de Mary Quant, el corpiño cónico tan emblemático usado por Madonna y diseñado por Jean Paul Gaultier, o los jeans de Guess usados por todas las top model de los noventa.

Todas estas prendas son recordadas y están en todos los libros como las prendas históricas que hicieron revolución social en el momento en el que aparecieron, y que quizás, en su uso hoy son vistas como algo común.

El hecho de investigar y de exponer cuáles son esas prendas clásicas de la historia de la moda, está muy relacionado al desarrollo de esta investigación ya que el tipo de prenda que las personas usan, como ya se explicó anteriormente, habla de quiénes son o que quieren comunicar. A lo largo de este trabajo, se irán encontrando mediante el análisis y relación de estas variables, respuestas al por qué de las decisiones de estas mujeres de elite de la provincia de Tucumán.

El profesor Manuel Mujeriego a cargo de la Materia Historia del arte en la Facultad de Humanidades de Albacete dice que:

el término *clásico* deriva del adjetivo latino "*classicus*" que quiere decir perteneciente a una clase y que hacía referencia frecuentemente a las clases superiores o al carácter de calidad de éstas respecto a las inferiores. De aquí surge el sentido de superioridad del concepto que llegó a alcanzar una interpretación histórica al ser considerado como clásico (superior) todo lo perteneciente a la cultura griega y romana. A principios del siglo XIX el término alcanzó un significado estilístico por contraposición con lo romántico; como clásico se reconocía la naturaleza mesurada, contenida, equilibrada y ordenada de lo grecolatino. (Mujeriego, 2014)

En el libro *El vestidito negro y otros clásicos de la moda* de Nancy Macdonell Smith, se exponen diez clásicos, el vestidito negro, el traje, los jeans, el suéter de cachemira, la camisa blanca, los tacos altos, las perlas, el impermeable, el lápiz labial y las zapatillas. Estos, ya conocidos de la moda, están considerados como tales por haber aparecido y haberse instalado de manera duradera en este mundo globalizado. Se analizarán algunos de ellos para ver el porqué de su permanencia y de su consideración como prenda u objeto infaltable en todo vestidor de una mujer.

Tal como el título del libro lo anticipa, toda mujer desde de temprana edad conoce y sabe de la necesidad de poseer un vestidito negro. Esa prenda que más que un vestido es un comodín por la multiplicidad de su uso, hasta su propiedad para combinar con diferentes accesorios y colores. Pero esta prenda, más allá de ser un vestido, trae consigo un sinfín de adjetivos con lo cual trae una carga de significado muy importante.

Según Macdonell, "cuando se hace referencia a un vestidito negro todos saben de qué se está hablando: un vestido que es lo suficientemente simple como para lucir natural, si bien es lo suficientemente elegante como para destacar que la mujer que lo viste tiene buen gusto". (MacDonell, 2004, p 19)

En el desarrollo del apartado sobre el vestido negro, la autora explica como a lo largo de los siglos va cambiando el simbolismo del color negro, y con éste también su uso.

En algunos casos es usado por la nobleza, en otros por la plebe, para el luto, hasta llegar a Audrey Hepburn en la película *Desayuno en Tiffany's*, donde luce ese imponente vestido blanco y negro, con lo cual logra imponer de una vez y para las

cincuenta décadas siguientes, que esa prenda es sinónimo de lujo, modestia, y buen gusto.

Acerca de esto, la autora expone:

En el siglo XVI, vestirse de negro ya no era una forma de sobresalir, sino de fundirse con el resto. Luego, en el siglo XVII, la aristocracia, seguida por la clase media, recurrió a los tonos más suaves. El negro, entonces, comenzó a asociarse con la falta de gracia y la seriedad. En el siglo XIX, el negro retrocedió a su situación anterior: el color que se usaba casi exclusivamente para el luto. Asimismo, mientras desaparecía de las tendencias de moda dominantes, resurgía el pasado rebelde del negro.

Al momento de vestirse las personas tienen una gran cantidad de variables para codificar, sabiendo que éstas serán a su vez decodificadas por otros; siempre se llega a las mismas preguntas, quiénes son, qué quieren decir, cómo quieren que sean vistos, etc. MacDonell, hace una explicación muy desarrollada sobre el uso del color negro y todas sus significaciones, con sólo detenernos a analizar estos datos, se puede observar como simplemente un color puede estar cargado de tanto simbolismo que entonces se transforma y se reinventa en múltiples posibilidades según tiempo y contexto.

Una de las características interesantes de esta tipología es el hecho de manifestar modestia, elegancia modesta. La autora explica cómo después de la depresión de 1929 en Estados Unidos, las ropas ostentosas eran consideradas de mal gusto. “La ropa de la década de 1930 era austera y seria, y el negro encajó perfecto en la atmósfera reinante”. (MacDonell, 2004, p29)

Es acertado considerar entonces que el vestido negro, para llegar, tuvo que pasar por aceptaciones y por negaciones de los distintos sectores sociales a lo largo de varios siglos desde que la moda apareció y tuvo incidencia en el ámbito social. Actualmente, es considerado un comodín dentro del armario de toda mujer; como se mencionó anteriormente, es signo de austeridad, elegancia, sobriedad y con sólo combinarlo con un buen collar de perlas y un par de *stiletos*, es suficiente para que quien porte este espectacular conjunto deje boquiabierto a cualquier espectador

El suéter de cachemira, es otro de los clásicos de la moda. No es sólo una prenda que es usada cuando hace frío, sino que, como toda prenda simbólica, representa mucho más que eso, muy bien lo expresa la autora cuando dice “Valorada desde la época del Imperio romano por su incomparable suavidad, por ser un tejido ligero y vaporoso e increíblemente acogedor, la cachemira es un símbolo persistente de riqueza, tanto pecuniaria como sensual.” (MacDonell, 2004, p 87)

Es considerada uno de los artículos de mayor elegancia que puede haber y es elegido como un favorito para ocasiones en donde la elegancia debe primar ante nada. En el libro de Nancy Macdonell, cuenta lo que respondió Diana Vreeland, jefa de redacción de la revista *Vogue* entre los años 1962-71, cuando le preguntaron cómo le gustaría vestirse para una reunión de las mujeres más elegantes del siglo XX, y ella dijo “Me gustaría vestirme muy lujosamente. Me gustaría lucir el suéter negro de cachemira más lujoso, los más lujosos pantalones de satén, hermosas medias, hermosos zapatos y algo apropiado alrededor del cuello”. (MacDonell, 2004, p 87-88)

Es muy interesante analizar el discurso de Vreeland, claramente era una mujer que estaba en constante contacto con las marcas más prestigiosas del mercado, por lo tanto con las fibras y prendas más exquisitas que se pueda imaginar, y ella consideró la cachemira como un lujo. Esa afirmación/ consideración da el puntapié para entender de que cuando se habla de cachemira, conviene recordar que el proceso de fabricación demanda un arduo trabajo para conseguir la cantidad necesaria en la confección de cada prenda. Esto conlleva la consideración de que no se trata de sólo un solo suéter sino de que se trata de una pieza casi exclusiva; lo cual lleva a entender el precio que representa conseguirla, por ende, el resultado de esta ecuación es pocas piezas en el mercado, muy alto precio, pocas clientas en el mundo. Todo esto es igual a lujo, exclusividad, y gran poderío económico.

Las características que hacen que la cachemira sea tan excepcional son varias, por un lado, su tacto. Es extremadamente suave, mullida y muy liviana; además de tener esas

cualidades, protege del frío. Entonces, no sólo es una pieza bellísima, sino que cumple con las necesidades básicas que se requieren al momento de su uso.

La materia prima para realizar este suéter, es decir la fibra, se extrae de un solo tipo de cabra que se encuentra en las montañas de Cachemira, en China (de allí su nombre), en Mongolia y en Afganistán e Irán, pero en éstos últimos lugares en una mucho menor proporción.

El poseer un suéter de cachemira, o alguna pieza de esta fibra, como ser un chal, y por supuesto saber llevarlos bien, es considerado por muchas mujeres sinónimo de buen gusto. El *Journal de París* en 1805 decía: “La elegancia de una mujer puede equipararse a la calidad de su chal, o más bien, a su precio”. (Journal de París, 1805)

A medida que las modas de mediados de siglo XX llegaron, especialmente la de la década del sesenta, cuando la moda fue democrática por excelencia, las piezas de tan alto precio, y de tan clásica silueta como podía ser el suéter de cachemira, fueron tomando caminos totalmente distintos. Es muy interesante analizar lo que éstos decían acerca del otro: “Aquellos que seguían la moda consideraban que la cachemira era aburrida y sombría, algo que sólo vestían las tías solteras. Aquellos que continuaron usando la cachemira pensaban que la moda había caído en una profunda decadencia”. (MacDonell, 2004, p 101)

Es lógico considerar entonces, que en el libro de esta autora, ella coloque dentro de los diez clásicos de la moda esta prenda. Si se hace una relación con lo citado en el párrafo anterior, es justamente el discurso clásico el que habla de una moda que ha caído en una profunda decadencia. Lo clásico rechaza a lo nuevo, y eso es algo que se estudiará más en profundidad en los siguientes capítulos, pero a lo que se está refiriendo es que a lo pasado, se lo puede tomar desde dos sentidos, por un lado como algo para repetir, y por otro, como algo que fue bueno y tomar algunas características para que lo que viene sea aún mejor. En este sentido, haciendo referencia a la indumentaria, el suéter de cachemira, es una prenda con la que uno nunca se equivocaría, nunca se estaría mal vestido, todo esto equivale a lo que es considerado un clásico.

Otra característica de los clásicos, es su sobriedad, acerca de esto, en *The New Yorker* de febrero de 1999 decía: “La sobriedad de este material es perfecta para un clima cultural en el cual el perfil bajo es uno de sus ideales más preciados. Es un momento en el que un Jil Sander perfectamente diseñado pero discreto es más apropiado que un traje de dos piezas de Chanel con botones dorados”. (The New Yorker, 1999)

Esta cita hace referencia al lujo y sobriedad de la cachemira, que además es un artículo poco llamativo, pero que al tacto, a la vista se puede apreciar su calidad y presencia.

Actualmente, es muy difícil encontrar suéteres de ciento por ciento cachemira, o si los hay, son de tal altísimo precio que sólo unos cuantos podrían costearlo. Por el contrario, pueden encontrarse muchos abrigos realizados con algún porcentaje de esta fibra, mezclada con poliéster, angora o hasta acrílico; de esta forma se podría considerar que la cachemira fue democratizada, pero en realidad no es lo que sucede. Si de clásicos se discute, no puede dejar de estar en primer plano la famosa camisa blanca. Esta es un ícono del estilo norteamericano, como dice Nancy MacDonell:

“La camisa blanca transmite dinamismo y eficiencia, una simplicidad que no deja espacio para los detalles recargados. Su color poco práctico le confiere un toque aristocrático, mientras que su accesibilidad la convierte en una favorable de las masas. Es viable para los consumidores de todo tipo de ingresos. ¿Y qué es más norteamericano que eso?(...) la camisa blanca es poco pretenciosa, fresca y naturalmente refinada. Representa tanto simplicidad como sensibilidad y frescura (...)” (MacDonell, 2004, p 112)

La camisa blanca es una de las tipologías más interesantes dentro de las consideradas clásicas, si bien aparentemente es una prenda simple, lo complejo no pasa por su producción en sí, sino por su mantenimiento y por supuesto por su simbolismo.

Si se empieza por las características más superficiales tal como su color, ya se podrán exponer diversos puntos. En primer lugar, tanto el negro como el blanco no son considerados colores sino más bien la presencia, en el caso del blanco, de la luz y en el caso del negro, la ausencia de ella. Esta afirmación puede verse reflejada en la

religión cristiana, donde el blanco, según Macdonell “es el color de la perfección celestial. En el arte cristiano, tanto Dios como los ángeles visten de blanco; en la vida real, el papa se viste de blanco, (...) algunas monjas, (...) monaguillos y las niñas cuando toman la Primera Comunión”. (MacDonell, 2004, p 114) El negro es considerado de características sombrías y está rodeado de adjetivos negativos, como se explicó anteriormente en el caso del uso del negro en relación directa con el luto.

El blanco, además es de características completamente vulnerables, mientras se mantenga intacto es de suprema admiración, transmite pureza e inocencia; pero apenas éste sea manchado o ensuciado, toda esa pulcritud se pierde para pasar a tener las características completamente opuestas, se ve como algo manchado que más allá de la literalidad de lo que esto confiere, esa mancha simboliza lo arruinado, lo sucio, lo impuro. MacDonell hace un paralelismo con el uso del blanco sucio en obras literarias, donde se muestra a personajes de mujeres que comienzan la historia siendo seres puros e impecables, para pasar a ser luego heroínas condenadas a un final trágico.

Por último, el blanco tiene rasgos aristocráticos ya que utilizarlo conlleva una cierta responsabilidad. Su mantenimiento es alto justamente por las características de vulnerabilidad que posee, hay una analogía interesante en donde se exponen que hay dos tipos de trabajos, el de cuello azul y el de cuello blanco. El primero, es el tipo de trabajo que implica acciones manuales, es decir, transpirar el cuerpo; y el segundo involucra una labor principalmente de escritorio, donde el que lleva ese cuello blanco se supone no transpira ni realiza ningún tipo de esfuerzo corporal. Esta comparación pone de manifiesto los dos tipos de personas que usarían cada una de estas prendas y la responsabilidad que significa llevar la de cuello blanco, la cual debe estar siempre impecablemente limpia, planchada y en lo posible almidonada. Mientras que la otra, al ser azul, su suciedad es de menor notoriedad, por lo tanto no es tan necesario su constante mantenimiento. Entiéndase que cuando se habla de esto, se está

exponiendo la necesidad de poseer cierto nivel socioeconómico que posibilite las acciones necesarias para cumplir con su mantención.

Alison Lurie en su libro *El lenguaje de la moda* expone acerca de esto: “La camisa blanca, que se ensucia fácilmente, significa que uno no tiene que lidiar con trabajos manuales; sin embargo, quien la usa está en constante peligro de quedar en ridículo si se le ensucian los puños o el cuello” (Lurie, 1994). Seguido a esto, Macdonell dice: “Entonces, si bien usar camisa blanca es un privilegio, también es una responsabilidad”.

Asimismo, la camisa blanca representa todo lo que lo austero significa. Es simple, sobria y posee el beneficio de ser una prenda que a lo largo del tiempo y a los avances de la industrialización, se pudo producir de forma masiva y a bajos costos. Este último ítem es de gran importancia, ya que al poder conseguirse a precios bajos, responde directamente con la característica de austeridad. A ésta se volverá más adelante, en donde se realizarán relaciones con otras variables. Pero lo llamativo, es que si bien se puede conseguir a bajos precios, por ende, cualquier persona puede consumirla (a diferencia de lo que sucede con el suéter de cachemira), la camisa blanca encontró la forma de aumentar su precio según agregados de lujos como puntillas hechas a mano, o producida en textiles exquisitos como el lino.

En síntesis, la camisa blanca tiene características ambiguas, por un lado implica una responsabilidad su uso, por su sobrio color blanco; pero a la vez puede ser democráticamente consumida. Pero no hay duda de su característica elegante, sobria y austera; y que cualquier persona que sepa llevarla, siempre será y dejará un aire de pureza alrededor.

El último clásico al que se hará referencia es el collar de perlas. Este es uno de los accesorios más míticos que existen, por diversas características; desde su forma de obtenerlas, los múltiples intentos por reproducirlas fehacientemente (sin éxito alguno, claro) hasta por los aires aristocráticos que conllevan.

Se puede rastrear en la antigüedad la adoración por las perlas, desde Cleopatra hasta los romanos son conocidos por considerarlas extremadamente bellas y por el esfuerzo para conseguirlas. En una época se sostenía que el origen de ellas era sobrenatural, es más, MacDonell cuenta que los romanos creían que se habían originado con el nacimiento de Venus. “De acuerdo con el mito, al emerger del agua, las gotas que caían del cuerpo de Venus se transformaban en perlas” (MacDonell, 2004, p161).

Por el contrario de lo que pensaban los romanos las perlas sí tienen un origen acuático, pero su nacimiento no es tan poético. Se originan debido a que una pequeña partícula se inserta en la concha de las ostras, y éstas para defenderse liberan una sustancia llamada *conquiolina*. De esta manera, ella va cubriendo las partículas con una suave capa que a su vez estimula la producción del nácar, un líquido lechoso que se endurece para formar la perla.

Las perlas poseen una reputación impecable y parte de ello se debe a que son naturalmente perfectas, no necesitan ningún tipo de tratamiento una vez que son extraídas a diferencia de los diamantes o cualquier tipo de piedra preciosa que necesitan un pulido especial y algún tipo de facetado para brillar. Esta ventaja fue el puntapié para relacionar a estas maravillas naturales con la pureza, belleza e inocencia. Igualmente, hay que considerar, que una en diez mil son realmente aptas para un collar, o para alguna joya; es por esto que una persona puede pasar años buscando perlas similares y puede nunca lograrlo. A partir de esta situación es que los japoneses desarrollaron una técnica para cultivar perlas, esto consiste en introducir una pelotita de concha de mejillón y una pequeña cantidad de tejido de otro molusco adentro de las otras, este tejido es lo que generará el nácar. Actualmente, esto es lo más cercano a lo natural que puede haber en el mercado, encontrar un collar de perlas ciento por ciento naturales es casi imposible, y si lo hay, puede llegar a valer alrededor de quinientos mil dólares. MacDonell cuenta como

(...) La señora Mortimer Plant, en 1916 convenció a su marido de que entregara su casa en la esquina de la calle Cincuenta y Dos y la Quinta

Avenida a cambio de un collar de una sola vuelta de perlas impecablemente idénticas que vendía Cartier”. (MacDonell, 2004, p 170)

Cartier aún conserva la casa, donde actualmente son las oficinas de la empresa.

Si se observan con atención la mayoría de los cuadros del renacimiento, y de los siglos posteriores, hasta entradas las primeras décadas del siglo XX, se podrá observar la cantidad de mujeres retratadas en ellos que presentan collares, aros y/o brazaletes hechos con perlas. Un ejemplar por excelencia es la Reina Isabel, autoproclamada la Reina Virgen, ella se consideraba una enamorada de su país por eso su nombre. En los cuadros en los que ella se encuentra retratada, se pueden admirar collares de múltiples vueltas, junto con aros y unos bordados espectaculares en los vestidos que lleva puesto. Cuenta MacDonell que aparentemente era tan aficionada a las perlas, que como no podía conseguir tantas para bordar todos sus vestidos, hacía que sacaran las de un vestido para traspasarla a los nuevos. (MacDonell, 2004, p 167).

La Reina Isabel no era la única que aparentemente tenía afán por estos objetos preciosos, sino que los reyes de España, Isabel y Fernando pusieron a las perlas en primer lugar de la lista de objetos que esperaban que Colón trajera de sus viajes.

Hay innumerables cuadros que retratan a mujeres de la corte y de la burguesía emergente de los Países Bajos, vistiendo largos collares con sus respectivos conjuntos de aros y brazaletes.

Al igual que con la camisa blanca, las perlas encuentran uno de los fundamentos a su adoración en la biblia, en donde se hace uso de una metáfora para hablar de ellas, MacDonell expone con respecto a esto:

En el sermón de la montaña, Cristo equipara la perla con la sabiduría cuando dice: “También es semejante el Reino de los Cielos a un mercader que anda buscando perlas finas y que al encontrar una perla de gran valor, va, vende todo lo que tiene y la compra”. Para el verdadero creyente, la sabiduría que la perla simboliza es más valiosa que cualquier posesión terrenal, porque le permitirá el ingreso en el paraíso. (MacDonell, 2004, p 166)

Se está explicitando con esta cita, dos cuestiones: por un lado, la antigüedad con la que las perlas ya eran consideradas como un objeto de gran valor simbólico, y por otro, su estrecha relación con la religión católica. El hecho de hablar de las perlas como algo sin comparación alguna con ningún otro objeto terrenal, y estableciendo una analogía con la sabiduría, deja en claro las concepciones que se puede llegar a encontrar acerca de estas maravillas naturales. No es de extrañar entonces que las mujeres más elegantes de mediados de siglo XX hayan usado perlas, como ser: la duquesa de Windsor, Babe Paley, C.Z. Guest, Grace Kelly, Jacqueline Kennedy, Audrey Hepburn, entre otras.

Nancy MacDonell dice en su libro:

Aun en la actualidad, relacionamos las perlas con las damas. Los diamantes son los mejores amigos de una muchacha, pero un collar de perlas es el sello de una dama. Los diamantes, con su brillo refulgente, sugieren una compensación por los buenos servicios prestados. Las perlas, por otro lado, son sutiles. Su inconfundible brillo es discreto; se pueden usar hasta en el desayuno; se necesita un profesional para distinguir las falsas de las reales; y tienen un cierto aire aristocrático, incluso si se las compró usted misma con su primer sueldo. (MacDonell, 2004, p 156-157)

Existe una gran cantidad de escritos acerca de la elegancia, o de cómo ser una dama en donde las perlas cobran gran importancia.

Si bien el uso de las perlas fue modificándose con el paso del tiempo, y con las distintas modas, en las que aparentemente su uso fue relegado por accesorios cada vez más democráticos, MacDonell cuenta que en los libros de etiqueta como *How to be a Lady*, *The Fabulous Girl's to Decorum* y *Things You Nedd to Be Told*, están inundados de consejos de cómo debe comportarse una dama y en donde por supuesto no falta el consejo de que toda mujer debería tener su collar de perlas. (MacDonell, 2004, p 175).

Capítulo 4. Recolección de datos

4.1. Entrevista: Modelo

En la investigación de campo se utilizó dos instrumentos que facilitan el abordaje del fenómeno para extraer la información: *la entrevista y la observación*; Estos, junto con la exploración de material bibliográfico justificará y le dará validez al trabajo.

Para las entrevistas se eligieron mujeres de entre cuarenta y cinco y noventa años, nacidas y criadas en la provincia de Tucumán, descendientes de alguna de las familias tradicionales de dicha provincia.

Se realizaron diez entrevistas, en las cuales participaron mujeres de entre cuarenta y cinco y cincuenta años, otras de entre ochenta y noventa años y otras de entre sesenta y setenta años. Se eligieron estas brechas etarias ya que se consideró relevante contar con distinta información acerca del mismo tema, ofrecida por mujeres de distintas generaciones, las cuales podrían presentar discrepancias en su educación justamente por la época en las que fueron criadas.

La necesidad de que las entrevistadas fueran de descendencia tradicional tucumana, tiene sentido ya que estas familias conformaron alguna vez la élite de la provincia. Estas mujeres además de provenir de familias tradicionales constituyeron su propio grupo familiar con matrimonios en los que la pareja era proveniente de la misma clase social. La permanencia de estas familias en la provincia supera el siglo y en algunos casos se remonta a la época de la fundación de Tucumán. La selección de mujeres que hayan nacido y crecido allí se fundamenta en la necesidad de garantizar la pertenencia al ámbito geográfico en el que se enmarca el trabajo de investigación.

La entrevista es de carácter semi estructurado ya que se conformó una serie de preguntas en forma de guía, pero de acuerdo al entrevistado, los interrogantes pueden variar, ya sea para clarificar el tema que se está tratando o para abrir la temática por indicios que ofrece el entrevistado y la entrevistadora considera enriquecedora la información nueva.

La entrevista parte de una guía aproximada en la que se consignan las siguientes preguntas. Para comenzar, se realizarán preguntas más personales, como ser el estado civil, el colegio al que asistieron, si tienen hijos o no, en el caso que sí, cuantos son, que religión practican (en el caso de responder a la religión católica se les preguntará acerca de si iban a misa y lo que llevaban puesto al momento de asistir). Se les preguntará también acerca si recuerdan si se le enseñaron ciertas características acerca de cómo debería ser su forma de vestir, si las mantiene aún hoy y si se las transmitió a sus hijos. También se les consultará acerca si había algún tipo de color o prenda que recuerde que no debía usar, o si según la ocasión, había prendas específicas, o alguna prenda que no se podía usar, como ser para misa, o reuniones familiares, al momento de la cena, presentación en sociedad, entre otras. Por otro lado, se les consultará como opinión personal, qué prenda considera que no debe faltar en el armario de toda mujer, y cuál no debería estarlo. Con respecto a los accesorios, como carteras, y joyas, cuáles son de su preferencia y por qué. Y por último, si cree que el estilo que se le enseñó es el clásico.

La entrevista estructurada facilita la tabulación de los resultados y deben plantearse de manera cerrada pero no es la más adecuada para el trabajo con las características como el presente.

La ventaja de las entrevistas no estructuradas es que permiten que el entrevistado pueda expresarse libremente con la opción de que ofrezca aún más información de la que su interlocutor haya imaginado y que podría tener alguna relación con el trabajo, posibilitando una mayor comprensión acerca del tema en cuestión.

Asimismo, las entrevistas no estructuradas no están condicionadas por preguntas que sugieren algún tipo de respuesta, sino más bien, permiten que el entrevistado exponga todas sus ideas sin ser influenciado ni coartado por las preguntas.

La elección de la entrevista semi estructurada obedece a que el entrevistado se apoya en la guía predeterminada pero procura generar un espacio de diálogo que dé lugar a las ventajas de las entrevistas no estructuradas

Todas las preguntas fueron seleccionadas de acuerdo a una fundamentación que se justifica con la explicación que se ofrece de cada una a continuación: Las preguntas acerca del estado civil y la cantidad de hijos pretenden caracterizar el respeto –o no- a las normas sociales establecidas en relación con el concepto de familia.

El nombre del colegio al que asistió permite inferir la importancia que se le otorga a la educación. Asimismo, requiere una descripción de las características institucionales que contribuyan a conformar el perfil.

Las familias tradicionales de Tucumán, como se detalló en el primer capítulo de este trabajo, tienen una estrecha relación con la religión católica, especialmente con la Orden Dominicana. La mayoría de las mujeres y/o sus hijas fueron miembros de las organizaciones de beneficencia, algunas ayudaron a crear hogares para niños huérfanos por la plaga de tuberculosis, hasta fundaron el Colegio Santa Rosa de mujeres (uno de los colegios religiosos más antiguos de la provincia, junto con el Sagrado Corazón, sólo para hombres).

Las preguntas relacionadas a su estado civil, la cantidad de hijos que tuvieron y al colegio que asistieron responden no sólo a esa información directamente, sino que tiene relevancia en el trabajo debido a que responderán si siguieron además, patrones en relación a la religiosidad de su conducta. El colegio al que asistieron dará información acerca de la continuidad de la tradición, la cantidad de hijos puede responder a una conducta (muy común en la provincia de Tucumán) vinculada con la religión como así también su estado civil. Se entiende como pecado tener relaciones sexuales sin la intención de fecundar un hijo, y el divorcio como algo *mal visto* y *no aceptado* dentro de la institución de la Iglesia Católica.

Las siguientes preguntas acerca de si se les enseñó el uso de determinadas prendas o códigos vestimentarios que debían cumplir, ya sea para usar o no, comienzan a despejar las incógnitas con la información específica que brinden las entrevistadas y facilita la comprobación o refutación de la hipótesis del trabajo. A través de estas preguntas se busca entender en primer lugar si existe tal código vestimentario

compartido por las mujeres que forman parte de estas familias tradicionales, y luego, las razones por las que este código es el elegido y no otro. Se intenta indagar el origen de la elección de ese camino, encontrar si tiene vínculo con la religión, con su mirada hacia Europa, etc.

4.2. Observación: Planteo del sistema

En lo que respecta a la observación, ésta fue determinada a partir de los datos relevados con respecto a lo mencionado anteriormente, de la relación estrecha de las familias de élite tucumana con la religión católica. Los lugares en donde se realizarían las distintas observaciones estuvieron resueltos según parámetros de conducta social. La situación específica elegida para realizarlas es el momento de la misa dominical, considerando que las mujeres del sujeto de estudio son católicas practicantes, y una práctica obligada es la asistencia misa todos los domingos. Una variada cantidad de iglesias se pueden encontrar en la provincia, pero las mujeres de la élite, no asisten ni asistieron a cualquier iglesia, sino que hay algunas que por su ubicación en el plano urbano de la ciudad poseen el prestigio social de la tradición pues están enclavadas en puntos estratégicos; por ejemplo, dos de las más concurridas se ubican en dos puntos diferentes pero con la misma importancia. La iglesia de Lourdes (el Colegio Sagrado Corazón se encuentra anexada a ésta) se encuentra en la calle principal del centro tucumano, la calle Veinticinco de Mayo, conocida por sus antiguas edificaciones ubicadas a lo largo de ella, entre éstas la Facultad de Abogacía y por ser aún hoy, una de las calles principales en relación con la actividad comercial. La iglesia y el Colegio están establecidos en un punto de gran relevancia del llamado *Barrio Norte*, una de las zonas más caras para viviendas en la provincia.

La otra iglesia de gran notabilidad para estas familias es la Parroquia Nuestra Señora del Valle, enclavada al frente de una plaza en la localidad de Yerba Buena. Esta fue erigida en las primeras décadas del siglo XX y funcionó como centro de diferentes

actividades pastorales. “El templo obró como reguladora de las costumbres y de normas morales de esta comunidad y ocupó un papel destacado en la vida social y cultural local” (Web: El periódico de Tucumán, 2013).

Yerba Buena es la localidad más importante luego de la capital provinciana, San Miguel de Tucumán. A lo largo de esta última década creció de gran manera convirtiéndose en el lugar elegido por excelencia para las nuevas edificaciones y/o proyectos como barrios cerrados, edificaciones bajas de oficinas y/o viviendas, centros comerciales, bancos, etc. Asimismo, la mayoría de las tierras de Yerba Buena tenían -y en algunos casos, tienen aún hoy- como dueños a las familias de alcurnia. Es por esto que la Parroquia de Nuestra Señora del Valle, cuenta entre las personas asistentes en forma habitual a las misas dominicales a los descendientes de dichas familias.

La observación se realizará también en otra iglesia ubicada en la zona de Barrio Norte, muy cercana a la Iglesia de Lourdes; llamada Corazón de María, ésta posee rasgos muy parecidos a lo ya mencionados de la Iglesia anexa al Colegio Sagrado Corazón. La importancia se debe su ubicación dentro de la ciudad y como se explicó anteriormente en uno de los barrios más caros dentro de la capital.

Por último se observará también en la Catedral de la provincia, ubicada al frente de la plaza principal, llamada plaza Independencia. La Catedral actualmente no es, sin embargo, la más concurrida por los sectores socioeconómicos más altos, pese a que por definición es la iglesia más importante donde el Obispo fija su sede, pero seguramente por esta condición es la más concurrida por una variedad de individuos. El objetivo de realizar observaciones allí, es justamente ver si se encuentran los mismos códigos encontrados en las demás, para establecer una relación entre indumentaria y religión o si más bien la relación es indumentaria, religión y élite.

El detalle de los ítems a observar es el siguiente: En cuanto a la indumentaria, se tendrán en cuentas las tipologías vestimentarias usadas, como por ejemplo, pantalón, falda, remera, camisa, etc. De dichas tipologías se observarán los largos modulares, y

colores. Y por último, cuáles son los accesorios que llevan, ya sean carteras, bolsos y sus tamaños, los colores y también las joyas usadas si las hay y su material.

Tanto para la observación como para las entrevistas, la muestra etaria elegida de las mujeres es, debido a diferentes razones, por un lado, las mujeres que nacieron en las primeras décadas del siglo XX, son las que en un principio habrían sido educadas según los parámetros más estrictos referidos al uso de la indumentaria, considerando que con el paso del tiempo y con la aparición de las distintas modas, las pautas fueron modificándose con una mayor libertad. La generación siguiente a estas mujeres, interesa desde el punto de vista de la conservación de pautas en la vestimenta, ya que fueron criadas por las mujeres nombradas anteriormente, que entonces si bien crecieron en una época donde la moda estaba siendo democratizada, y donde cada vez más llegaban distintos estilos desde todo el mundo, crecieron en un hogar donde sus madres supuestamente, mantenían un estilo muy marcado por su propia crianza. Esta información es parte de la hipótesis, ya que justamente con la observación y con las entrevistas, lo que se quiere comprobar es si tal escenario existió y existe.

Capítulo 5. Procesamiento de la información

5.1. Tablas informativas: Entrevistas

A continuación se presenta la primera tabla con la información cuantificable obtenida mediante las entrevistas. Como se explicó anteriormente, las entrevistas fueron a diez mujeres mayores a cuarenta y cinco años de edad, todas pertenecientes a familias de la élite tucumana y se las consigna como entrevistada 1, 2 hasta el 5 (E1, E2, E3, E4, E5).

Las abreviaturas usadas corresponden a la siguiente información: F de femenino, Cas. de casada, Div. de divorciada, Viu. De viuda, Sta. R. Refiere al Colegio Santa Rosa, E. Riv. De Escuela Rivadavia y por último cuando se utiliza el símbolo más (+) junto con el número arábigo correspondiente a la edad, refiere a que se desconoce la edad exacta pero se conoce que es mayor a ese número.

Tabla 1. Entrevistas: Información obtenida

Variable	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10
Sexo	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F
Edad	45+	45+	83	81	63	45+	45+	50+	60+	75+
Estado Civil	Cas.	Cas.	Viu.	Viu.	Div.	Div.	Cas.	Div.	Cas.	Viu.
Religión	Católica	Católica	Católica	Católica	Católica	Católica	Católica	Católica	Católica	Católica
Colegio Asistido	Sta. R	Sta. R	E. Riv.	Sta. R	Sta. R	Sta. R	Sta. R	Sta. R	Sta. R	Sta. R
Cantidad hijos	5	6	7	3	6	6	7	7	4	5
Existencia de un código	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Uso diario: colores prohibidos	No	No	Si	Si	Si	No	No	No	Si	Si

Según ocasión: colores a usar	No	No	Si	Si	Si	No	No	No	No	Si
Uso diario: prendas prohibidas	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Según ocasión: prendas a usar	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Respeta vestimenta de luto	No	No	Si	Si	Si	No	No	No	Si	Si
Prenda infaltable	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Accesorios de preferencia	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Estilo clásico al vestir	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si

Fuente: Elaboración propia. (2013)

A continuación se detallará la información presentada en la tabla: En referencia al estado civil, un setenta por ciento de las entrevistadas respondió que estaba casada o viuda, mientras que el porcentaje restante respondió que estaba divorciada. Al matrimonio como institución social se la puede dividir en matrimonio civil y matrimonio religioso, y si bien en el primer caso la legislación vigente acepta desde la perspectiva de la iglesia, el divorcio no fue admitido hasta hace relativamente poco tiempo sancionado gravemente. Todavía aún en determinados ámbitos de las comunidades eclesíásticas más conservadoras, sigue siéndolo.

El total de las mujeres respondió que asistieron a la misma institución educativa, el Colegio Santa Rosa, que como fue explicitado anteriormente, es una de las instituciones más antiguas religiosas, fundada por mujeres de la élite tucumana especialmente y gracias a Elmina Paz de Gallo, conocida por sus generosos aportes tanto económicos como sociales a la provincia de Tucumán y los más carenciados. Por

ello, el hecho de ser una institución privada (la única hasta finales del siglo XX) y fundada por miembros de la alcurnia provinciana, no es de extrañar que sus alumnas fueran las hijas de estas familias de élite, lo que le otorgaba un prestigio social que pesaba a la hora de la elección a quienes se interesaban por la integración de sus hijas a este sector social y poseían los recursos económicos indispensable para solventar los gastos demandados. Asimismo, la fundación del Colegio Santa Rosa fue contemporánea a otras instituciones como la Escuela Sarmiento, de reconocida calidad académica, pero por ser una escuela pública y no religiosa como lo era el Santa Rosa; no garantizaba la formación en los valores sostenidos por el grupo y ello se constituye en otra de las razones de la elección.

En una de las entrevistas, dos de las consultadas hablaron acerca del uniforme del Santa Rosa, en donde hacían referencia orgullosamente a que ellas usaban como atuendo falda tableada y camisa blanca. El uso de esta vestimenta era un distintivo indicaba la pertenencia a la institución diferenciándose de las que llevaban el delantal destinado a las escuelas públicas. Resulta interesante señalar una situación particular con respecto al uniforme cuando en el año mil novecientos sesenta y seis, las alumnas del Colegio Santa Rosa se organizaron en un Club Colegial y una de las determinaciones importantes que tomaron fue el cambio del uniforme, ya que querían que su imagen externa refleje los cambios institucionales por los que estaba pasando el Santa Rosa. Acerca de esto, en el libro *Los cien años del Colegio Santa Rosa*, cuenta la autora:

Esta decisión reflejaba los profundos cambios pedagógicos que atravesaba el establecimiento. En efecto, el uniforme indicaba un nuevo perfil educativo que se correspondía con un nuevo modelo de alumna, la que debía ser más abierta a los cambios y menos atenta a las continuidades. (Bravo, 2002, p 137).

Un dato a destacar, es que cuando se les preguntó acerca de su familia, especialmente acerca de la educación, todas concordaron en que, en algunos casos, sus padres, en otro, sus abuelos, fueron educados en su hogar por institutrices que

provenían tanto de Francia como de Inglaterra. Estas institutrices enseñaban todo lo necesario para la buena educación de estos niños, desde lengua, matemáticas, geometría hasta idiomas, tanto el francés como el inglés. Según una de las entrevistadas y se la cita textual: “El inglés era el idioma de los negocios, mientras que el francés era el idioma de la diplomacia”. (Entrevistada 5, 2013) Es entendible entonces, que ambos idiomas hayan sido de gran importancia dentro de la educación del momento.

Como se explicó anteriormente, según la religión católica el tener relaciones sexuales o eyacular sin el propósito de fecundar un hijo está penado desde el catolicismo. Todos los métodos que se utilizan en la planificación familiar están prohibidos. Es por esto que muchas familias muy religiosas pertenecientes a grupos católicos de militancia activa como el Opus Dei o los cursillistas suelen tener una gran cantidad de hijos por lo cual constituyen familias numerosas. Si se analiza esta información en las entrevistadas, se puede observar que sólo una de ellas posee la cantidad de una familia tipo argentina, las demás poseen tres o cuatro hijos más que ésta. No es casualidad que en el ochenta por ciento de la muestra elegida, el resultado sea ése.

Cuando se les consultó si recordaban mandatos enseñados por sus padres acerca de cómo deberían vestirse, prendas que debían usar, o prendas que no deberían usar, aparecieron respuestas muy similares. Es importante recalcar antes de desarrollar esta extensa parte de las entrevistas, que en los diez casos se pudo determinar que sí existe un cierto código, en algunos casos más o menos estrictos, dependiendo de la diferencia etaria más que por otra razón.

En las entrevistas a los sujetos uno y dos surgieron variados asuntos en relación con distintos preceptos que tenían sus padres o abuelos y que les fueron transmitiendo en su educación.

Lo primero que surgió fue acerca del ideal de belleza, ambas comentaron como sus abuelas decían “La blancura es señal de hermosura” (Entrevistada 2, 2013), hicieron hincapié también en que las curvas en la mujer eran mucho más atractivas que la

flacura que se veía en la época en la que ellas crecieron. Acerca del maquillaje, las menores de las entrevistadas dijeron que se les enseñó que éste debía ser muy natural, sólo quizás un poco en los ojos y labios, pero que andar muy maquilladas era señal de pertenecer a lo que se llamaba mujeres de *mala vida*, se les consultó acerca del significado de eso, y respondieron que eran las prostitutas.

Lo interesante de estas dos entrevistas es que para toda pregunta tenían una especie de refrán donde el mandato o el código estaba establecido. Cuando hablaron acerca de las prendas, lo primero que dijeron fue que “la moda debe ayudar a la mujeres, debe resaltar su dignidad y todos sus atributos. No la debe mortificar, eso es de las mujeres de mala vida” (Entrevistada 1, 2013). Asimismo, resaltaron que la mujer es más sexy cuando no muestra su cuerpo ya que deja intriga acerca de éste, a diferencia de cuando se lo muestra ya que haciendo eso, no quedan dudas ni interés por la mujer.

Acerca de los accesorios, la consultada número uno comentó que su madre le decía “No hay que ir como árbol de Navidad” (Entrevistada 1, 2013), haciendo referencia a que la mujer no debía usar demasiados accesorios, sino más bien debía vestir de manera más sencilla. Además comentaron que sus madres no salían de casa nunca sin un par de guantes que combinara con la cartera, zapatos y sombreros. Una de las entrevistadas estaba usando un collar de perlas, y la otra una cadena de plata con un dije del mismo material con el detalle de una virgen. Se les preguntó acerca de ellos, y ambas respondieron que un collar de perlas no pasa de moda porque es elegante y que toda mujer debería tener uno.

Hicieron mención también de la presentación en sociedad en el Jockey Club, en donde se presentaban las mujeres a la edad de dieciocho años. En este evento, las mujeres vestían vestidos con el corte típico del estilo Dior (ajustados en la cintura con una falda plato de largo modular justo arriba de los tobillos, éstos no podían ser más cortos que eso) y que los hombres vestían frac.

Acerca de prácticas en su hogar, mencionaron que siempre tanto para el almuerzo como para la cena debían cambiarse ropa, usar ropa limpia, y que los hombres no podían sentarse en la mesa con el torso desnudo, debían usar camisa. Una de las entrevistadas mencionó un dicho que decía su madre: “A la mesa y a misa una vez se avisa”, y contó como en su hogar, a esos momentos sonaba un gong y todos los miembros de la familia debían estar listos tanto para ir a la mesa como al salir de casa para concurrir a misa.

En referencia a los colores, mencionaron que no había un color o varios que no se debían usar, o que no podían usar diariamente, pero los colores de preferencia eran los claros. En el caso de hacer luto, mencionaron que el único color que se usaba era el negro en el primer año y en el segundo colores oscuros, Acerca de esto explicaron que ellas no lo cumplían, pero que su madre y abuela si lo hacían.

Cuando se les consultó acerca de prendas que no debían usar, o que estaba mal visto que usaran respondieron que para ir a misa debían usar las mejores ropas, el mejor vestido estaba destinado a eso, ya que iban a ver al “Rey de los Reyes” (Entrevistada 2, 2013), y que como tal, debían estar lo mejor posible. Además de eso, debían cubrir sus hombros, pies y el largo modular de las faldas o vestidos debía ser a la rodilla o por debajo de ésta.

En cuanto al uso diario, comentaron que no estaba bien visto usar calzas, ya que como decía la madre de una de ellas, “parece que están untadas” (Entrevistada 1, 2013). Asimismo, que el jogging era una prenda ordinaria, y que sólo debían usarla al hacer educación física.

Cuando se les preguntó acerca de las casas de comercio donde se compraban la ropa, ambas dijeron que no acudían a un lugar de compras puesto que su familia tenía una costurera que les hacía la ropa, o bien su propia madre era la que les confeccionaba todo.

Asimismo, resultaba de interés conocer cuáles eran las prendas que no deben faltar en el guardarropa de toda mujer. Comentaron que no puede faltar algo blanco, especialmente la camisa, también un pantalón negro y buen vestido de igual color.

Por último, con respecto a su estilo, respondieron que se consideraban de estilo clásico y que eso se debía a que perdura en el tiempo, que de esta forma saben que no se equivocarían, que siempre estarían bien vestidas. Por otro lado, indican la preferencia por que la ropa favorezca a cada tipo de mujer, ya que muchas veces las modas no favorecen a todas.

Es de gran importancia detallar que la entrevistada uno vestía: pantalón recto tipo sastre de color azul, una camisa blanca amplia, con mangas cortas y con detalles bordados a crochet en el mismo color; un collar corto de perlas de una sola vuelta, y aros haciendo juego. Sólo tenía maquillaje en la boca con un color rosa muy suave y no tenía anillos ni brazaletes. Su cabello estaba cortado por arriba de los hombros, lacio (muy prolijo) y de color castaño oscuro.

La entrevistada dos estaba vestida con un pantalón recto, pinzado, de color negro con una remera mangas largas, de silueta amplia, de jersey en color negro y rojo. También usaba un collar con una cadenita de plata con un dije también del mismo material con un bajo relieve de la Virgen. Traía puestos dos anillos de plata. En cuanto al maquillaje, traía los ojos delineados de negro y boca natural. Su pelo era lacio, por debajo de los hombros y rubio.

La entrevistas tres y cuatro se realizaron también con las dos mujeres juntas. En este caso es necesario destacar que ambas son mayores a ochenta años. Recibieron a su interlocutor con un té y sándwiches de jamón y queso servido en platos y tazas de buen gusto aunque no era vajilla muy costosa. Ambas mujeres se encontraban vestidas con faldas por debajo de la rodilla, de color blanco. Una de ellas llevaba una camisa mangas tres cuartos, con jabot, rayada blanca y celeste; mientras que la otra se había puesto una remera de jersey, de mangas cortas, de silueta amplia en colores blanco y negro. Ambas mujeres llevaban un collar de perlas con sus respectivos aros

haciendo juego. Su cabello era corto, en ambos casos casi de color blanco debido a las canas que aparecieron a lo largo de sus años. No estaban casi maquilladas, excepto quizás por un poco de color en sus mejillas blancas. Por último, calzaban zapatos cerrados de taco muy bajo.

Las entrevistadas eran primas, ambas pertenecientes a una de las familias más tradicionales de la provincia. El abuelo de una, y bisabuelo de la otra fue uno de los dueños del ingenio Mercedes, uno de los más importantes de Tucumán. De familia numerosa las dos, una era fruto de un segundo matrimonio de su padre (se casó por segunda vez con su cuñada), luego de que se primera mujer falleciera.

Al comienzo del diálogo, una de las entrevistadas dijo haciendo referencia a su familia y al Ingenio Mercedes, “A mí me tocaron las vacas flacas” (Entrevistada 3, 2013), se le consultó acerca de eso, y comentó que ella al ser la hija menor y de un matrimonio en segundas nupcias, había mucha diferencia de edad con sus hermanastras y que ella vivió una vida completamente diferente que ellas. Cuando la entrevistada nació, el ingenio ya no existía más ya que debido a las deudas adquiridas, el banco les quitó la propiedad y la subastó. Los *Arrieta* de Buenos Aires compraron todo el predio y luego de llevarse las maquinarias que les eran útiles, destruyeron todas las edificaciones, incluyendo los chalets (vivienda de los dueños) y los parques diseñados por el francés Carlos Thays, el mismo diseñador del famoso Parque *Nueve De Julio* de Tucumán, como así también del *Parque Carlos Thays* de Recoleta (ubicado en las calles Libertador y Callao) de la ciudad de Buenos Aires. Esta información ilustra el poder económico de la familia, que además de tener el ingenio en sí mismo, poseía un predio formado alrededor del edificio industrial, conformado por las casas de los obreros, escuelas, oratorios, un lago artificial, parques, dos chalets, criaderos de peces, sector de herrería, carrocerías, destilerías, etc. Cabe mencionar que el ingenio Mercedes es uno de los tantos que poseían todas estas edificaciones, la mayoría de ellos (los más importantes) contaban con estas construcciones y con este desarrollo alrededor de ellos. Hay uno de ellos que creó una moneda propia para ser usada

dentro de su dominio. El Ingenio Santa Ana, de la familia Hileret, llegó a ser en un momento el más grande del mundo.

Ambas entrevistadas eran viudas, una hace más de dos años por lo que no estaba de luto, pero la muerte del marido de la otra era muy reciente por lo que ella expresó que se vestiría de blanco y negro de ahora en adelante, que no lo haría toda de negro porque la deprimía.

Cuando se le consultó a la entrevistada tres cuando se le consultó acerca de su educación comentó que ella fue a la Escuela Rivadavia, y en reiteradas ocasiones repitió que en su casa no había dinero para costear el nivel de vida que tenían mientras el Ingenio estaba funcionando; entre ellos, una educación privada para ella; mientras que sus hermanastras, seis de ellas, tuvieron dos institutrices, una de origen francés y la otra de origen Inglés. Sus hermanas vivían en el ingenio y según contaba E3, además de ser educadas de forma muy cuidadosa en los saberes académicos tradicionales (Lengua Y Literatura, Matemática, geografía Historia, etc.), sabían de arte y hasta aprendieron a tocar distintos instrumentos, como ser el arpa, cuya hermana mayor tocaba excelentemente.

La entrevistada cuatro comentó que asistió a un colegio en la provincia de Salta, ya que su familia se mudó para aquella provincia, pero de las mismas características de las restantes entrevistadas, es decir, igualmente asistió a una institución religiosa, donde era pupila.

A lo largo de la entrevista, fueron apareciendo distintos comentarios acerca de los distintos mandatos o códigos que estas mujeres fueron enseñadas y además sobre prácticas familiares comunes. E3 se refirió en reiterados momentos especialmente a las costumbres de sus hermanastras, de cuando su familia estaba en su mejor momento económico; comentó que ellas era muy afrancesadas tanto para su comportamiento como para su forma de vestir, hay un término que ella usó en repetidas ocasiones y que dijo sus hermanas lo utilizaban constantemente para referirse a algo *de mal gusto*, era un término francés que fonéticamente suena así

cach, (se intentó buscar la correcta escritura del mismo, pero sin resultado alguno). La entrevistada comentó como todavía aún hoy, tanto ella como todas sus nietas usan el término para referirse a lo mismo.

Dentro de los colores considerados *cach* se encontraban todos los que eran de una paleta muy saturada, como ser el rojo y el naranja, y que tampoco eran aceptados los estampados con flores extremadamente grandes y coloridos.

Ambas consultadas concordaron en que la paleta que primaba y estaba completamente instalada y aceptada era la de los colores: beige, blanco, azul y marrón. Y que estos se usaban tanto para el uso diario como para reuniones, u ocasiones especiales.

Acerca de las prendas de uso diario mencionaron que no podía faltar un buen *tailleur*, (dijeron el término en francés), una falda, un buen tapado y un suéter. Se les consultó acerca del material de todas estas prendas y ambas comentaron que todavía en su época no existían las fibras *plásticas* que por ese entonces todos los géneros eran buenos, muy caros por cierto. Ambas recordaron con añoranza tapados de las hermanas mayores de la E3, que compraban los géneros en Londres y los cosían con su costurera según los *Figurines McColl* que traían de sus viajes a Europa. También mencionaron a la tienda *Harrods* de Buenos Aires, recordando los bombones y variados chocolates de dicha tienda. Los tapados eran todos de lana y además estaban forrados del mejor satén de seda natural. La E3 comentó que ella heredó todas las prendas de sus hermanastras y que su madre las modificaba para que parecieran nuevas ya que ellos no tenían dinero para hacerle nuevas.

Dentro de las prendas que no debían usar mencionaron a los pantalones, ya que eran una de esas prendas consideradas *cach*. Recalaron que las mujeres que hacían deporte (no muy común en la época), en especial el tenis, tampoco usaban pantalón y que ellas usaban faldas tableadas. Sólo cuando debían montar a caballo usaban *bridge*.

Para ir a misa, no podía faltar la mantilla, de color negro y fabricada de los mejores encajes que se podían encontrar, asimismo usaban sus mejores *tailleur*, en colores claros y siempre con medias de seda natural. Recalaron que estas medias las usaban en todo momento, no se debía salir sin ellas; y que como actualmente existe una costurera que arregla ropa cuando éste se descose, en su momento había una persona especial encargada de arreglar las medias de seda ya que se rompían con mucha facilidad y su alto precio hacía que fuera necesario que las arreglen. Los zapatos usados eran forrados, escotados y con taco muy finito.

Con respecto a la prenda infaltable en el guardarropas de toda mujer, ambas concordaron que una camisa blanca no puede faltar nunca, especialmente si es de seda natural.

El accesorio predilecto por las consultadas es el collar de perlas como así también aretes del mismo material (al momento de las entrevistas, recordar que ambas llevaban estos accesorios). Se les pregunto acerca de cómo obtuvieron su primer collar de perlas, E3 respondió que fue un regalo de su hermanastra mayor, en su cumpleaños número doce y contó detalladamente lo precioso de este accesorio que contaba con un broche todo trabajado con dos brillantes en él.

Contaron sobre costumbres o mandatos que provenían de sus madres y abuelas, dentro de los que mencionaron a la modestia. Hicieron hincapié en que no debían ser ostentosas, y que el lujo no era algo que estaba instalado, (algo cuestionable ya que vivir en la forma que lo hacían no era modesto). Se les preguntó porque creen era así, y respondieron que tenía estrecha relación con la religión. Esta proclama que todo debe ser medido y a su debido tiempo. También comentaron que no se hacían ostentaciones, a diferencia de los llamados *nuevos ricos*, los cuales están desesperados por mostrar sus nuevas riquezas.

Las reuniones y fiestas de casamiento se hacían en las casas y contaron como las mesas siempre estaban muy elegantemente servidas con los cubiertos de plata heredados, pero que nunca había exceso de comida. “Lo justo y necesario”

(Entrevistada tres, 2013). Relataron como en todas las casas debía haber servicio doméstico, incluso en aquellas donde no había tanto dinero, no faltaba su ama de llaves.

A la pregunta acerca de su estilo, de la razón por la que creen que éste es el clásico, respondieron que se debe a la forma de pensar de estas familias, que justamente son muy conservadoras y que tiene que ver con que toda la sociedad tucumana aún hoy es muy conservadora, exceptuando unos pocos grupos que supieron salir de ella. Asimismo, afirmaron que lo clásico es sinónimo de elegancia, y que todas estas familias, si bien podían o no tener dinero, nunca dejaron de ser elegantes.

La entrevistada número cinco, se trataba de una mujer de sesenta y tres años de edad, divorciada, y perteneciente a una de las familias más antiguas de la provincia de Tucumán, sobre la cual hay información que data desde el siglo XVI.

Esta mujer recibió a la entrevistadora en su casa en Barrio Sur, un sector de la ciudad un poco menos valorado que Barrio Norte antes mencionado, pero igualmente una zona de casonas antiguas de construcciones francesas y españolas, actualmente desgastadas por el tiempo y el mal cuidado, pero que en su momento de gloria deben haber sido admirables. Al frente de esta casa, se pudo apreciar distintos carteles en bronce que anunciaban distintos profesionales, como abogados, psicólogos y médicos, en los cuales aparecían apellidos de estas familias de alcurnia.

La casa de la última entrevistada, contaba con numerosas piezas antiguas, desde lámparas, floreros, cuadros, mobiliario hasta un juego enteramente de plata al que ella llamó, el *juego de toilette* que había sido un regalo de casamiento para su madre (año 1900 aproximadamente). Este contaba con ocho o nueve piezas, desde una gran jarra, algodонера, recipientes y una jabonera, todos grabados con las iniciales de su homenajeada. En su habitación, E5 contó mientras señalaba con orgullo, una virgen de cerámica de un tamaño considerable, sobre una placa de madera forrada en terciopelo que databa del siglo XVIII. Ella comentó que esta pieza solía tener además

un collar de brillantes con sus aretes haciendo juego, pero que fueron robados cuando ésta todavía estaba en la casa de su abuela.

La consultada, vestía un pantalón azul, recto tipo sastre, una remera musculosa del mismo color y una camisa blanca por encima ella. Asimismo, contaba con un collar de plata con pequeñas piedras azules y unos zapatos bajos, cerrados de color marrón. No estaba muy maquillada, exceptuando un poco de lápiz labial y un delineado muy suave de sus ojos.

E5 era divorciada desde hace unos quince años y se mostraba más relajada y desestructurada que las demás entrevistadas. Ella asistió al Colegio Santa Rosa, donde también fueron sus seis hijas. Comentó que la educación de su madre y antepasados, era mediante institutrices que provenían también, como las demás entrevistadas comentaron, desde Francia e Inglaterra. En cuanto a su propia educación, relató que hasta la Universidad la hicieron estudiar piano, inglés y danza (los cuales odiaba).

Lo primero que respondió acerca de prendas que debían o no usar, respondió que los pantalones no estaban bien vistos para el uso de la mujer, y que las faldas, vestidos y *tailleurs*, eran los que primaban por sobre todas las prendas. Tampoco podían faltar nunca los guantes y los sombreros, los cuales debían estar en conjunto. Mientras hablaba de ello, mostró una caja llena de sombreros de sus tías de todos los materiales posibles, desde terciopelo hasta plumas; y otra repleta de guantes de cabritilla en variados colores.

En cuanto a los colores usados en las prendas, ilustró que eran los azules, marrones, grises y el blanco y que así también lo eran para las carteras.

La entrevistada contó que para ir a misa, debían ir con mantilla, de color negro y no podían ingresar en la iglesia con los brazos descubiertos. Los colores estaban dentro de los mencionados anteriormente. A las reuniones, presentación en sociedad o casamientos, se debía ir de largo o como máximo, un largo de por arriba de los talones. Y contó como debían comportarse con los hombres para que los demás vean

que se hacían respetar, en ejemplo de esto, fue que ilustró como cuando un hombre las invitaba a bailar, ellas debía poner su brazo de por medio entre los dos para que ellos no intenten besarlas.

Acerca de las prendas infaltables en el guardarropas de toda mujer exclamó que nunca deben faltar pantalones, en colores azules, negro, gris y marrón y varias camisas blancas y negras. Todas estas prendas en distintos ejemplares.

Con respecto a los accesorios, mencionó que el collar de perlas es perfecto, “Es el mejor adorno” (Entrevistada cinco, 2013).

Comentó que las reuniones eran en las casas como así también los casamientos, y que siempre eran fiestas dentro de todo pequeñas, ya que era de *mal gusto* hacer una extensa lista de invitados.

Cuando se le consulto acerca del estilo clásico y austero predominante, describió que se debía a que la importancia está en el desarrollo interno y personal de las personas y no en lo externo. Asimismo, mencionó que siempre se le enseñó que no debía ser vanidosa y que lo que debía primar era la austeridad y la sencillez ya que eran señales del *buen gusto*.

Las otras cinco entrevistas fueron realizadas en mismo tiempo y espacio, las entrevistadas eran familiares directas y políticas. Pertenecen a una de las familias inmigrantes de Francia y con el mayor poderío económico de la provincia; uno de sus antepasados fue gobernador de Tucumán a fines del siglo XIX, y aún hoy se pueden ver dos casas de esa época construidas por el éste y su hermano. Ambas se encuentran en una villa en las montañas de la provincia, llamada *Villa Nougués* que inicialmente fue fundada por esta familia para escapar de las altas temperaturas de la capital tucumana y además porque su intención era construir una imitación del pueblo de la campiña francesa de donde provenían. En esta villa, todavía hoy funciona una capilla hecha a imagen y semejanza de la verdadera ubicada en Francia.

Puede dar cuenta también, del poderío económico de esta familia, la casa perteneciente a ellos ubicada al frente de la plaza principal de la provincia, llamada

Plaza Independencia donde se encuentra también la *Casa de Gobierno*. Hoy en día, esa casa es usada por el ente de turismo provincial.

Cabe aclarar que conseguir estas entrevistas fue una ardua tarea ya que muchas mujeres se negaron a ser entrevistadas en primera instancia, hasta que luego se les explicó detalladamente el tipo de preguntas y el uso que se le iba a dar a la información obtenida, y que además sus nombres no serían revelados.

La entrevista grupal fue realizada en la casa de su abuelo en algunos casos, y bisabuelo en otros, ubicada en la localidad de *Villa Nougés* mencionada anteriormente. La casa es muy antigua, de principios de siglo XX, de estilo colonial, con muebles y objetos antiguos (mediados del siglo XIX, principios del siglo XX). En las paredes se encontraban distintas y variadas imágenes católicas y se podían encontrar juegos de té de plata expuestos en mesas de adobe, como así, candelabros de hierro, arañas del mismo material y además las camas originales del momento en el que esa casa se encontraba habitada.

La entrevistada 10, comenzó por explicar que los juegos de mobiliario del living como los del comedor diario pertenecían a la casa del Ingenio San Pablo (fundado por su bisabuelo Jean Nougés y Josefa Romero de Nougés en el siglo XIX).

En la mesa del living, esperaban las restantes cuatro mujeres, dos de ellas mayores a cuarenta y cinco años de edad, una mayor de cincuenta, otra de sesenta y por último, una mayor de setenta y cinco años.

La entrevista más que una situación formal en donde habían preguntas y respuestas a cada una de ellas, se convirtió en una charla en donde recordaban entre ellas cómo fue su crianza, añorando los tiempos pasados, en los que sus familias fueron dueñas de la provincia. La primeras preguntas fueron más personales, acerca de su estado civil, religión, colegio al que asistieron y cantidad de hijos. Acerca de su estado civil, E6 y E8 comentaron que estaban divorciadas hace unos tres y cinco años respectivamente, mientras que E10 era viudas desde hace una década y E7 y E9 estaban casadas.

Todas las entrevistadas concurren al Colegio Santa Rosa, y acerca de la cantidad de hijos, todas ellas son madres de más de cuatro hijos, siendo este número el menor hasta un máximo de siete.

Una vez completadas las preguntas de información personal, se pasó a consultar acerca de sus recuerdos sobre reglas y/o costumbres en su forma de vestir o en la de sus padres y familiares. Con respecto a esto, todas respondieron que si habían ciertas reglas “que se respetaban a raja tabla” (Entrevistada 10, 2013). Comentaron que esas reglas se aplicaban a ciertas ocasiones como ser reuniones sociales, como ser presentaciones en sociedad, las misas del domingo y para la cena. Entre todas rememoraron vestidos que habrían usado ellas o sus madres para las presentaciones en sociedad, en donde detallaron que debían ser largos o arriba de los tobillos y que nunca eran comprados, sino que la familia Nougues contaba con un grupo de costureras que eran las que les confeccionaban esos vestidos de modelos únicos que copiaban de los figurines franceses que les enviaban sus familiares desde París o que ellos mismos traían en sus viajes al viejo continente, como así también las telas con las que eran contruidos. Con respecto a los colores de los mismos, E6, E7 y E8 comentaron que no tenían restricciones en cuanto a los colores y que en dichas ocasiones aprovechaban para usar estampados florales de variados colores. Mientras que E9 y E10 afirmaron que para las presentaciones en sociedad nunca podían usar colores como el rojo ya que “no estaba bien visto usar colores tan vibrantes, lo mejor eran los pasteles y neutros, como los rosas, amarillos y beige” (Entrevistada 10, 2013).

En cuanto a la vestimenta usada en misa, las entrevistadas más jóvenes afirmaron que cuando eran niñas y aún hoy ellas y sus hijas usan vestidos, faldas, con remeras o camisas de mangas largas o cortas, o si no posee mangas, con un sweater o campera por encima y también pantalones pero que éstos últimos son más de ésta época que de cuando ellas eran jóvenes. En cuanto a los colores, dijeron que es de su preferencia los colores claros, y que es muy difícil que vayan de negro, exceptuando

que deban estar de luto. Dentro de sus colores de preferencia comentaron los marrones y sus distintas tonalidades, combinados con los celestes, amarillos, rosas y azules. Las entrevistadas E9 y E10 en cambio, contaron como ellas de jóvenes asistían a misa con mantillas de color negro, guantes, camisas mangas largas blancas y faldas por debajo de la rodilla en color azul, marrón o blanco, o también con vestidos de algodón y encaje de color blanco. Contaron como sus madres las vestía con sus mejores ropas y que siempre estaban reservadas para misa y para las presentaciones en sociedad. Actualmente, contaron que ellas concurren de falda y camisa en las mismas gamas de colores, y que sus conjuntos más finos son usados para ir a misa.

Con respecto a la cena familiar, todas contaron que siempre antes de cenar debían ordenar su dormitorio, estar bañadas y cambiadas con sus ropas impecablemente limpias. Comentaron que la cena era “el gran momento familiar” (Entrevistada 8, 2013) ya que era cuando compartían con su padre que venía de trabajar en el ingenio o los campos. Con respecto a los colores o prendas específicas mencionaron que nunca podían estar de pantalones cortos ni con trajes de baño, pero que con respecto a los colores no había una regla estricta, pero que su guardarropas tampoco contenía muchos colores en general.

Se les preguntó acerca del luto, por lo que respondieron las entrevistadas más jóvenes, que usarían luto solo por un tiempo no muy largo y dependiendo de la relación con el difunto, mientras que la entrevistada E10 explicó que ella sí respetó el luto durante dos años luego que su marido murió y E9 respondió que ella también lo respetaría llegado su debido momento.

Con respecto a si existen o no según su criterio prendas y accesorios que no deberían faltar en el guardarropas de toda mujer, respondieron unánimemente que “no debe faltar el famoso vestido negro con corte y silueta clásica” (Entrevistada 9, 2013), “una buena y fina camisa blanca de seda y de algodón” (Entrevistada 10, 2013) y un “*tailleur* hecho a medida de las mejores telas francesas” (Entrevistada 7, 2013), a lo que agregaron también “un buen pantalón blanco y otro negro” (Entrevistada 6, 2013).

En cuanto a los accesorios, destacaron que “para todos los días una buena cadena de plata con algún dije o medalla de plata también y para eventos más importantes hay que usar el collar de perlas de la abuela” (Entrevistada 8, 2013). Comentario con el que todas las demás entrevistadas estuvieron de acuerdo.

Por último, es relevante destacar cómo estaban vestidas estas mujeres. Las entrevistadas más jóvenes, se encontraban muy similares. La entrevistada 6 llevaba un pantalón largo de color beige, con un top de algodón sin mangas en color blanco y una camisa mangas tres cuartos en color blanco, accesorios de plata (cadena con dije de la flor de lis), y pulseras en el mismo material. La entrevistada 7 vestía un pantalón largo de color blanco, con una camisa mangas cortas de color celeste, cadena de plata y aros de perlas. La entrevistada 8 llevaba un pantalón azul con un top mangas tres cuartos de algodón en color blanco con detalles en tejido a crochet en los hombros y escote, y collar corto de perlas de una vuelta. Por último, la entrevistada 9 llevaba una falda en color azul hasta por debajo de la rodilla con una camisa blanca mangas tres cuartos y un sweater en color blanco sobre los hombros, con respecto a los accesorios, llevaba collar de perlas corto de una sola vuelta, aros haciendo juego y anillos de plata.

5.2. Tablas informativas: Observaciones

Otro de los métodos de recolección de datos elegidos para esta investigación es la observación. Es de gran utilidad y pertinencia ya que es una herramienta que no influye en el comportamiento de los sujetos de estudio, sino por el contrario, permite su plena libertad tanto en el actuar, en su forma de hablar, como en su forma de vestir. A diferencia de las entrevistas donde en éstas el indagado podría modificar su relato, la observación no tiene ningún tipo de influencia, por lo que lo observado es cien por ciento real.

“La observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conducta manifiesta. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias”. (Sabino, 1996, p 316)

Para construir el sistema de observación se siguieron los siguientes pasos: En primer lugar, definir el universo de aspectos a observar; el mismo está conformado por la forma de vestir de las mujeres de la élite tucumana. El lugar adonde se realizarían las observaciones, fueron cuatro iglesias y parroquias de San Miguel de Tucumán y Yerba Buena, explicados anteriormente. Para comprobar que las mujeres a observar son pertenecientes a las familias tradicionales, se contará con un grupo de cuatro personas que conocen a la mayoría de ellas para ayudar en la especificación de esta observación. Debido a que en la provincia de Tucumán no es de mayor complicación que las personas se conozcan entre sí, este grupo logrará un alto porcentaje de especificación en las unidades a observar.

En segundo lugar, la muestra representativa de los aspectos a observar se conformó por una cantidad de 70 mujeres o más. Esta muestra equivale al 60% de las mujeres del rango etario mencionado anteriormente y pertenecientes a las familias de elite tucumanas.

Por último, las unidades de observación son las prendas indumentarias, como así también los accesorios que puedan llevar las mujeres de élite.

A continuación, se presentan las tablas correspondientes con la información obtenida mediante la observación.

Tabla 2. Observación: prendas de indumentaria

Cuáles son y en que colores se presentaron:

Variables	Blanco	Negro	Azul	Marrón	Beige	Otro	Total
Pantalón	26	12	8	6	3	-	55
Falda	-	10	3	-	4	1 (verde)	18

Camisa	27	8	10	2	4	5 (gris, estampado, rojo)	56
Remera	10	-	-	4	3	3 (estampado blanco y azul, y verde)	14
Vestido	-	-	-	-	-	-	
Saco	2	-	-	-	1	-	3

Fuente: Elaboración propia, (2013)

Lo observado en cuanto a las prendas de indumentaria encontradas en las mujeres procedentes de las familias de élite de Tucumán es lo siguiente: la mayoría de ellas, (de un total de setenta y tres mujeres observadas), cincuenta y cinco llevaban pantalones, destacándose entre ellos los de color blanco, luego los de color negro, azul, marrón y beige. No se presentaron otros ejemplares.

En cuanto a faldas, sólo dieciocho del total de la muestra las estaban usando, predominando el color negro, luego el color azul, el beige y sólo un ejemplar de color verde aguamarina.

Con respecto a las prendas superiores, la camisa dobló en cantidad a la remera destacándose ampliamente la de color blanco con veintisiete ejemplares y luego en cantidades muy pequeñas las de color azul, marrón, beige, negro y otros como ser gris, rojo y un estampado rayado, en los colores blanco y celeste. En cuanto a las remeras, también predominaron las de color blanco con diez muestras y luego también en una gran minoría las de color marrón, beige y otras como ser una verde y dos estampadas en colores blanco y azul.

Sólo tres mujeres llevaban prendas extras a las mencionadas, dos sacos en color blanco o natural y una en color beige.

Tabla 3. Observación: Accesorios

Cuáles son, su cantidad y colores en los que se observaron:

Variable	Cantidad				Total
Cartera	26 Marrón	16 Azul	12 Blanco	19 Negro	73
Perlas	8				8
Plata	29				29
Perlas y plata	32				32
Ninguno	7				7
Otros	2 (chal y pañuelo)				2

Fuente: Elaboración propia, (2013).

Los resultados de la observación en relación a los accesorios fueron los siguientes: Setenta y tres mujeres de un total de setenta y cinco, llevaban cartera, la mayoría de ellas eran de tamaño pequeño, siguiendo en cantidad las de mediano y no se encontraron de gran tamaño. Los colores en las que se encontraron fueron (en orden de mayoría) marrón, azul, blanco y negro, siendo el primero de ellos el sesenta por ciento del total.

En cuanto al material en los collares, aretes y brazaletes, se encontraron sólo perlas tanto en collares como aretes y dijes, cadenas y pulseras de plata. Sólo ocho mujeres del total llevaban tanto aretes como collar de perlas, veintinueve de ellas sólo accesorios de plata y treinta y dos llevaban estos materiales en combinación, siempre siendo las perlas para los aretes y la plata reservada para brazaletes, collares y dijes. Cabe señalar que al ser observación, es posible que el material no sea plata sino alpaca o algún similar, pero en esencia es un metal de color plateado.

Además de los accesorios ya nombrados, se encontraron sólo dos ejemplares extras, un chal y un pañuelo. En el caso del chal, este era de color blanco y esta siendo usado para cubrir los hombros de la que lo llevaba ya que por debajo del mismo había una remera sin mangas. Con respecto al pañuelo, (de estampado con dibujos simulando la piel de un leopardo), lo llevaba una mujer mayor a sesenta y cinco años, que en conjunto con él, llevaba collar y aretes de perlas.

Conclusiones

El clasicismo

Los valores a los que hace referencia la palabra *clásico* son los de la naturaleza medida, contenida y ordenada de los grecolatinos y ello se relaciona con lo expuesto en el subcapítulo número tres, del capítulo tercero *Prendas con significado propio: algunos clásicos de la moda*, cuando enuncia algunas prendas y accesorios considerados elementos tradicionales del universo indumentario. Entre ellos se encuentran el vestido negro, la camisa blanca, el suéter de cachemira, y el collar de perlas. Estos tienen como característica similar el hecho de ser en esencia elementos sobrios, justos, medidos, sencillos y de aquí su belleza.

Al cruzar la información teórica junto con la recolectada se encontraron las concordancias. En las mujeres de las familias tradicionales de la provincia de Tucumán, prima el uso de la camisa blanca, o top de color blanco, las perlas o accesorios de plata y el pantalón. Además de esto, en las entrevistas predominó la respuesta de la camisa blanca y el collar de perlas, como prenda y accesorio que no debía faltar en el guardarropas de toda mujer.

Asimismo, los colores que prevalecen en su uso son el blanco en primer lugar, el azul, el marrón y el negro tanto para accesorios como para la indumentaria.

Entonces, si se relacionan las prendas mencionadas en el apartado con las usadas por estas mujeres, se verá que las coincidencias son inevitables. La camisa blanca, las perlas y el pantalón recto son los eternos clásicos de la moda y junto con los colores usados por las mujeres de la muestra, es inevitable concluir que su estilo (además de que ellas lo admitieron), es el clásico.

Si se entiende por tradición los valores que una sociedad conserva en sus usos y costumbres por considerarlos valiosos se puede inferir la respuesta a la pregunta

inicial de esta investigación ¿Cómo se reflejan los ideales y las costumbres en la indumentaria en las sociedades tradicionales, en este caso Tucumán y Yerba buena?

Basta decir que la provincia de Tucumán como todas las provincias del Noroeste argentino por su enclave geográfico están exentas del flujo migratorio de las ciudades portuarias o en todo caso, la migración se produce entre las zonas aledañas, todas mediterráneas. La Universidad Nacional de Tucumán fue la primera del Noroeste y ello significó la apertura con los alumnos provenientes de Salta, Jujuy, Santiago del Estero y la Rioja, Sin embargo, se trata de provincias conservadoras, patriarcales, profundamente católicas, de costumbres endogámicas. La impronta española está presente en todas las prácticas de las sociedades norteñas: desde lo lingüístico hasta los protocolos sociales. Hay una afirmación de valores que aparece en reiteradas oportunidades durante las entrevistas: la vinculación entre su forma de vestir y la austeridad, la modestia y la sencillez.

Con respecto a la relación con la elegancia, como se mencionó en párrafos anteriores, las prendas usadas por las mujeres de la elite tienen concordancia con los clásicos explicitados en el capítulo tres. A su vez, éstos últimos están vinculados con los íconos europeos de la moda y la elegancia. En numerosas situaciones, la autora del libro *El vestido negro y algunos clásicos de la moda* menciona a las personas que usaron estas prendas, como las más elegantes, y no es sólo su opinión, sino que también otros escritores, cineastas y críticos del cine y la moda, destacan a estas personalidades como las más elegantes de su época.

Por lo tanto, en el caso de las mujeres de la elite provinciana, el fundamento a su estilo clásico tiene estas tres raíces completamente fusionadas, la elegancia, la austeridad y su relación con íconos mundiales europeos los cuales eran referentes para estas mujeres siendo que éstas siempre admiraron a todo lo que provenía del viejo continente.

La mirada en Europa: Importación de estilo de vida

Como se explicó en el primer capítulo de este proyecto, la conformación de la elite tucumana tiene un fuerte componente en las migraciones de europeos en la provincia, especialmente de españoles e italianos en primer término, franceses e ingleses en menor proporción. Cada uno de ellos fue trayendo diferentes aportes, desde cultura, educación, industrias, mano de obra y dinero. Estos inmigrantes, en su mayoría, llegaron y se fueron mezclando con otros inmigrantes que ya se encontraban allí, era muy raro y casi imposible que lo hagan con nativos. Los criollos con probable ascendencia nativa obviaban el dato para establecer vínculos con otros individuos de origen europeo con cierta posición social, económica y política.

Es lógico pensar entonces, que los primeros inmigrantes mantuvieron el universo cultural europeo; ahora bien, sus hijos y nietos ya nacidos en Argentina, siguen con la mirada puesta en el viejo continente pero no adoptan acríticamente lo que se ofrece. Seleccionan de acuerdo a la idiosincrasia de la ciudad natal y mantienen los valores.

Igualmente, la mirada de estas personas nunca estuvo en lo próximo, no se prestó ninguna atención a las manualidades que los nativos manejaban, como ser técnicas de tejido con las que generaban géneros de gran complejidad como la Ruana hasta los telares desarrollados por ellos. Tanto las tierras como las personas que habitaban allí, servían para extraer dinero.

Los cambios tecnológicos, las innovaciones, hicieron impacto en las costumbres de los pueblos. Una rápida mirada a la historia muestra cómo la industrialización y la apertura de mercados comerciales facilitan la confección de prendas y mejora la calidad de la materia prima.

Es decir se puede señalar transformaciones en las modas a lo largo del tiempo pero la permanencia del estilo es innegable.

Las familias de elite trajeron la modernidad a la provincia de Tucumán, dicho sea de paso, una de las primeras en modernizarse de toda la República Argentina. Trajeron la

modernidad en distintos aspectos: industriales (maquinaria y técnicas de manejo de una industria), culturales y educacionales.

Además de la forma de vestir, también importan estilos de vida que intentaron asimilarse a los de las cortes reales inglesas y francesas, en donde el ocio y la recreación primaban. La cultura del trabajo es algo que se dejó en el viejo continente. Si bien los fundadores de los ingenios trajeron la organización y las maquinarias necesarias para formar esos imperios, todos ellos contaban con personas encargadas de la administración de los mismos, por lo cual ellos tampoco tenían la cultura del trabajo diario. En fotografías de los dueños junto a empleados y obreros de los ingenios, se puede ver como todos excepto el dueño visten ropas oscuras. Los fundadores o herederos de éstos estaban mayoritariamente de traje blanco (símbolo aristocrático y del no trabajo manual como se explicó en el subcapítulo tres apartado tres).

No es de extrañar entonces que sus descendientes hayan sido extremadamente cultos en relación a las artes, literatura, geografía y los demás saberes, pero de trabajo no conocían absolutamente nada. Esto tiene estrecha relación con el hecho de que actualmente, los descendientes de las familias de elite sean muy numerosos (la mayoría de ellos sin relevante poder económico) y que ninguno de ellos exceptuando una sola familia mantenga aún hoy el ingenio funcionando y en sus manos.

Para concluir entonces, se puede determinar el hecho de que las formas de vestir de mujeres – y hasta de los hombres - está relacionado con las modas y costumbres europeas, sin intentar desarrollar una moda propia que utilizara los insumos que se proporcionaban en el medio pues seguían considerando que todo lo relacionado al viejo continente era superior y por tanto, lo imitaban.

Es necesario aclarar además que en todos los casos el análisis se refiere a las costumbres y usos urbanos y a un grupo social en particular: quienes tenían los recursos para importar los materiales y las prendas de la vestimenta. También es

cierto que quienes no tenían los medios suficientes en una gran proporción imitaban el atuendo utilizando materiales de inferior calidad.

Entre la gente pobre y la del campo la tónica era otra, los patrones o modelos a seguir eran diferentes y aunque no es tema de este trabajo bien vale mencionarlo.

Indumentaria como factor excluyente e incluyente

Uno de los capítulos de este proyecto está íntegramente desarrollado a partir de la idea de que la indumentaria, además de cumplir con las funciones de cubrir y abrigar al cuerpo humano, también cumple una función social. Esta función está determinada por el hecho de que las formas de vestir hablan por las personas antes de que ellas mismas lo hagan, y además las distintas modas son fenómenos sociales en los cuales hay un cierto poder coercitivo que genera que las personas sean agrupadas según los distintos universos compartidos, es decir la pertenencia a cierto grupo demanda el respeto por normas no escritas respecto del uso de prendas acorde a las diferentes ocasiones, entre otras prácticas.

En relación con esta investigación, se puede concluir que la endogamia familiar, es decir, todos los casamientos y relaciones sociales que se fueron dando entre las distintas familias de la elite para mantener ese carácter distintivo, se traspasó a la forma de vestir. Es decir, también en su forma de comunicación funcional estética (sus ropas) se mantuvo una concordancia entre los miembros de la misma elite para distinguirse del resto.

Si bien como se explicó anteriormente, la mayoría de las familias comenzaron con un gran poderío económico pero luego del cierre o quiebra de los ingenios, se vieron en bancarrota, hay ciertos aspectos de su vida diaria (costumbres, círculos sociales, formas de vestir, etc.) que no dejaron de practicar ni frecuentar justamente para no perder esa distinción que tanto orgullo les produjo y continúa produciendo actualmente. Las formas de vestir es una de ellas, y manteniendo la afirmación en la cual la indumentaria es una forma de comunicación, incluso antes de que se sepa la

procedencia, en este caso familiar, de la persona, su estética hablará por ellos encasillándolos dentro de esa aureola intocable de distinción sostienen con convicción.

Las formas de vestir son símbolos, los cuales contienen en ellos un universo cultural creado por la misma sociedad. En el caso de estas mujeres, ellas eligieron repetir esos símbolos, como el collar de perlas, que se lo van heredando de las distintas generaciones porque no sólo es un accesorio que forma parte del ajuar, sino más bien un símbolo que habla por sí mismo y que su prolongación en el tiempo, creen ellas les traerá así mismo la prolongación de su distinción.

Se necesitaron tres generaciones para que esas cuestiones vayan cambiando de a poco, recién la generación de las nietas de las mujeres nacidas a principio de siglo XXI comenzaron a transformar de a poco sus formas de vestir y algunas costumbres sociales. Es cuestión ahora de estudiarlas y ver qué relación mantienen con las tradiciones ancestrales y cuáles son las nuevas tradiciones que ellas mismas generarán para sus futuros descendientes.

Queda abierta la hipótesis de que el acelerado cambio de este siglo conlleva la modificación en los estilos de vida y que impactan fuertemente en todos los estratos sociales. La democratización, la masividad de la producción, los sistemas de comercialización que ponen al alcance de todos los productos de diferentes lugares del mundo.

Conclusión general

Para finalizar, cabe mencionar que este trabajo intentaba demostrar cómo se reflejan los ideales y costumbres de una sociedad tradicional de un determinado sector, en este caso Tucumán y Yerba Buena. A lo largo de la investigación y de conclusiones parciales, se pudo llegar a la conclusión más general en la que vemos que efectivamente la indumentaria además de cumplir las funciones de cubrir, abrigar,

adornar, ésta puede llegar a transmitir un mensaje que va más allá de quién somos nosotros como individuos aislados, sino que transmite de dónde venimos, con quiénes nos relacionamos y cómo es el entorno social en el que nos manejamos.

Increíblemente, la indumentaria tiene un protagonismo aún mayor, y es el tener la capacidad de distinguir, de separar, de unificar los distintos grupos sociales. En este proyecto pudimos analizar que la indumentaria fue y sigue siendo aún hoy, el actor principal de los eventos sociales, desde una presentación en sociedad hasta la práctica de deportes. El uso incorrecto de los códigos en el uso de la vestimenta compartidos por un mismo grupo podía significar la exclusión de un individuo de su grupo social. Cabe aclarar que esta exclusión no necesariamente debe ser explícita, la sanción se ejerce de diversas maneras: el comentario, la mirada, la simple negación se constituye en castigo social.

Ahora, si se entrecruzan las conclusiones previas veremos que hay una estrecha relación entre todos los factores, por un lado la muestra analizada viste un estilo clásico, éste es prácticamente sinónimo de elegancia, y para este grupo selecto, lo elegante, lo superior, siempre fue lo europeo, es por esto que lo imitaban.

Por otro lado, estas mujeres de una minoría selecta estaban educadas para cumplir un rol de modelo ideal dentro de la sociedad, por su educación, su comportamiento social, y por supuesto por su forma de vestir. De aquí se desprende entonces la necesidad de mandar a coser sus propias prendas y no comprarlas hechas en locales comerciales, lo que podría implicar la necesidad de lucir prendas exclusivas o que las prendas tengan la calidad que ellas buscaban. Y también se desprende que a pesar de que actualmente sus familias no sean poderosas ni tengan las riquezas que poseían décadas atrás, estas mujeres seguirán buscando distinguirse del resto y aunque no se encuentren en la situación económica de antaño conservan usos y costumbres distinguidas que se refleja precisamente en su forma de vestir.

Lista de referencias bibliográficas.

- Alvarado, A. (2008) *La Orden Dominicana en Argentina: actores y prácticas*. San Miguel de Tucumán, Editorial Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino.
- Araóz, M., Gallot, E., Terán, J. Et al. (1974) *El Arte de Cocinar*. San Miguel de Tucumán, Editorial de la Congregación de Hijas de María y de Santa Filomena de Tucumán.
- Barthés, R. (2008) *El sistema de la moda y otros escritos*. Buenos Aires, 1ª ed. 2ª reimpresión, Editorial Paidós.
- Baudrillard, J. (1972) *Pour une critique de l'économie politique du signe*. París, Edición Gallimard. Citado en:
Godart, F. (2012) *Sociología de la moda*. Buenos Aires, 1ª Edición, Editorial Edhasa.
- Bliss, S. (2010) *Tucumán una historia para todos: de los orígenes al centenario*. San Miguel de Tucumán, Ediciones de La Feria del Libro.
- Bourdieu, P. (2012) *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Buenos Aires, 1a. Edición, Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara S.A. Ediciones.
- Bravo, C. (2002) *Los cien años del Colegio Santa Rosa: La historia del encuentro entre tradición e innovación*. San Miguel de Tucumán, Edición del Colegio Santa Rosa.
- Darwin, C. (1926) *L'origine dell'uomo*. Milán, Edición Barion. Citado en:
Squicciarino, N. (2012) *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Editorial Cátedra.
- Durkheim, E. (1982) *Las reglas del método sociológico*. Madrid, Edición Morata. Citado en:
Muñoz López, B. (1989) *Cultura y Comunicación: introducción a las teorías contemporáneas*. Barcelona, Editorial Barcanova, S.A.
- El periódico de Tucumán (2013). Recuperado el día 13/11/13 de <http://www.elperiodico.com.ar/2013/07/18/conoce-el-circuito-religioso-de-yerba-buena/>
- Educatina (2013) *Emile Durkheim, El hecho social*. Recuperado el día 01/10/2013 de <http://www.youtube.com/watch?v=OEK76qgywqc>
- Fernández, M. (1998) *Esfera pública moralidad y mujeres de la élite. Sociedad de Beneficencia en Tucumán (1860-1920)*. San Miguel de Tucumán, Facultad de Filosofía y Letras. Citado en:
Alvarado, A. (2008) *La Orden Dominicana en Argentina: actores y prácticas*. San Miguel de Tucumán, Editorial Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino.
- Flügel, J.C., (1964) *Psicología del vestido*. Paidós. Citado en:
Squicciarino, N. (2012) *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Editorial Cátedra.
- Gehlen, A. (1983) *L'uomo. La sua natura ed il suo posto nel mondo*. Milán, Edición Feltrinelli. Citado en:

- Squicciarino, N. (2012) *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Editorial Cátedra.
- Godart, F. (2012) *Sociología de la moda*. Buenos Aires, 1ª Edición, Editorial Edhasa.
- Gobierno de Tucumán (2012) *La provincia*. Recuperado el día 30/10/2012 de <http://www.tucuman.gov.ar/nprovincia/nprovincia.php>.
- Hegel, G. W. F. (1976) *Estética, II*. Turín, Edición Einaudi. Citado en:
Squicciarino, N. (2012) *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Editorial Cátedra.
- Kant, I. (1972) *Principio congetturale della storia umana*. Milán, Edición Dino Pasini. Citado en:
Squicciarino, N. (2012) *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Editorial Cátedra.
- Lurie, A. (1994) *El lenguaje de la moda: Una interpretación de las formas de vestir*. Buenos Aires, 1ª ed., Editorial Paidós.
- Maioli, E. (2013). *Moda: Fenómeno Colectivo*. Taller Open DC de la Universidad de Palermo realizado los días 23 y 30 de Septiembre. Buenos Aires, Argentina.
- MacDonell Smith, N. (2004) *El vestidito negro y otros clásicos de la moda*. Buenos Aires, editorial Emecé.
- Muñoz López, B. (1989) *Cultura y Comunicación: introducción a las teorías contemporáneas*. Barcelona, Editorial Barcanova, S.A.
- Mujeriego, M. (2014). *Historia del Arte: El arte Clásico. Guía de estudio*. Recuperado el día 15/02/2014 de <http://www.uclm.es/ab/humanidades/profesores/descarga/mujeriego/arteclassico.pdf>
- Sabino, C. (1996) *El proceso de investigación*. Buenos Aires, Editorial Lumen-Hvmanitas.
- Simmel, G. (1904) *La mode. Philosophie de la modernité*. París, Edición Payot. Citado en:
Godart, F. (2012) *Sociología de la moda*. Buenos Aires, 1ª Edición, Editorial Edhasa.
- Squicciarino, N. (2012) *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Editorial Cátedra.
- Tarde, G. (1890) *Les Lois de l'imitation: étude sociologique*. París, Edición F. Alcan. Citado en:
Godart, F. (2012) *Sociología de la moda*. Buenos Aires, 1ª Edición, Editorial Edhasa.
- Veblen, T. (1899) *Théorie de la classe de loisir*. París, Edición Gallimard. Citado en:
Godart, F. (2012) *Sociología de la moda*. Buenos Aires, 1ª Edición, Editorial Edhasa.
- Wundt, W. (1929) *Elementi di psicologia dei popoli*. Turín, Edición Bocca. Citado en:

Squicciarino, N. (2012) *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Editorial Cátedra.

Bibliografía

- Alvarado, A. (2008) *La Orden Dominicana en Argentina: actores y prácticas*. San Miguel de Tucumán, Editorial Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino.
- Alvarado, A. (2005) *Segundas Jornadas de Historia de la Orden Dominicana en la Argentina*. San Miguel de Tucumán, Editorial Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino.
- Araóz, M., Gallot, E., Terán, J. Et al. (1974) *El Arte de Cocinar*. San Miguel de Tucumán, Editorial de la Congregación de Hijas de Maria y de Santa Filomena de Tucumán.
- Barale, G., Beltrame, C., Figueroa, J. Et al. (2011) *Manual Tucumán de arte contemporáneo: Hacia la comprensión de nuestro arte en el siglo XXI*. Tucumán, Carola Beltrame edición.
- Barthés, R. (2008) *El sistema de la moda y otros escritos*. Buenos Aires, 1ª ed. 2ª reimpresión, Editorial Paidós.
- Baudrillard, J. (1972) *Pour une critique de l'économie politique du signe*. París, Edición Gallimard. Citado en:
Godart, F. (2012) *Sociología de la moda*. Buenos Aires, 1ª Edición, Editorial Edhasa.
- Bliss, S. (2010) *Tucumán una historia para todos: de los orígenes al centenario*. San Miguel de Tucumán, Ediciones de La Feria del Libro.
- Bourdieu, P. (2012) *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Buenos Aires, 1a. Edición, Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara S.A. Ediciones.
- Bravo, C. (2002) *Los cien años del Colegio Santa Rosa: La historia del encuentro entre tradición e innovación*. San Miguel de Tucumán, Edición del Colegio Santa Rosa.
- Cicerchia, R. (1999) *Historia de la vida privada en la Argentina*. Buenos Aires, 2da Edición, Editorial Troquel.
- Darwin, C. (1926) *L'origine dell'uomo*. Milán, Edición Barion. Citado en:
Squicciarino, N. (2012) *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Editorial Cátedra.
- Durkheim, E. (1982) *Las reglas del método sociológico*. Madrid, Edición Morata. Citado en:
Muñoz López, B. (1989) *Cultura y Comunicación: introducción a las teorías contemporáneas*. Barcelona, Editorial Barcanova, S.A.
- Educatina (2013) *Emile Durkheim, El hecho social*. Recuperado el día 01/10/2013 de <http://www.youtube.com/watch?v=OEK76qgywqc>
- Fernández, M. (1998) *Esfera pública moralidad y mujeres de la élite. Sociedad de Beneficencia en Tucumán (1860-1920)*. San Miguel de Tucumán, Facultad de Filosofía y Letras. Citado en:

Alvarado, A. (2008) *La Orden Dominicana en Argentina: actores y prácticas*. San Miguel de Tucumán, Editorial Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino.

Flügel, J.C., (1964) *Psicología del vestido*. Paidós. Citado en:
Squicciarino, N. (2012) *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Editorial Cátedra.

Gehlen, A. (1983) *L'uomo. La sua natura ed il suo posto nel mondo*. Milán, Edición Feltrinelli. Citado en:
Squicciarino, N. (2012) *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Editorial Cátedra.

Gobierno de Tucumán, (2012) *La provincia*. Recuperado el día 30/10/2012 de <http://www.tucuman.gov.ar/nprovincia/nprovincia.php>.

Godart, F. (2012) *Sociología de la moda*. Buenos Aires, 1ª Edición, Editorial Edhasa.

Hegel, G. W. F. (1976) *Estética, II*. Turín, Edición Einaudi. Citado en:
Squicciarino, N. (2012) *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Editorial Cátedra.

Kant, I. (1972) *Principio congetturale della storia umana*. Milán, Edición Dino Pasini. Citado en:
Squicciarino, N. (2012) *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Editorial Cátedra.

Lurie, A. (1994) *El lenguaje de la moda: Una interpretación de las formas de vestir*. Buenos Aires, 1ª ed., Editorial Paidós.

MacDonell Smith, N. (2004) *El vestidito negro y otros clásicos de la moda*. Buenos Aires, editorial Emecé.

Maioli, E. (2013). *Moda: Fenómeno Colectivo*. Taller Open DC de la Universidad de Palermo realizado los días 23 y 30 de Septiembre. Buenos Aires, Argentina.

Mujeriego, M. (2014). *Historia del Arte: El arte Clásico. Guía de estudio*. Recuperado el día 15/02/2014 de <http://www.uclm.es/ab/humanidades/profesores/descarga/mujeriego/arteclassico.pdf>

Muñoz López, B. (1989) *Cultura y Comunicación: introducción a las teorías contemporáneas*. Barcelona, Editorial Barcanova, S.A.

Orquera, F. (2010) *Ese Ardiente Jardín de la República: Formación y desarticulación de un "campo" cultural. Tucumán, 1880-1975*. Córdoba, 1ª ed. Edición Alción.

Sabino, C. (1996) *El proceso de investigación*. Buenos Aires, Editorial Lumen-Hvmanitas.

Sabino, C. (1994) *Como hacer una tesis: Guía para la elaboración y redacción de trabajos científicos*. Buenos Aires, 4º Edición, Editorial Hvmanitas.

Simmel, G. (1904) *La mode. Philosophie de la modernité*. París, Edición Payot. Citado en:

- Godart, F. (2012) *Sociología de la moda*. Buenos Aires, 1ª Edición, Editorial Edhasa.
- Squicciarino, N. (2012) *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Editorial Cátedra.
- Rosenzvaig, E. (sin año) *Santa Ana, un modelo de cultura rural*. Tucumán, Ricardo J. Cuenya Edición.
- Tarde, G. (1890) *Les Lois de l'imitation: étude sociologique*. París, Edición F. Alcan.
Citado en:
Godart, F. (2012) *Sociología de la moda*. Buenos Aires, Editorial Edhasa.
- Todo Argentina (2012) *Provincia de Tucumán*.
Disponible en:
http://www.todoargentina.net/geografia/provincias/tucuman/la_industria_azucarera.html.
- Tossi, M. (2011) *Poéticas y formaciones teatrales en el noroeste Argentino: Tucumán, 1954-1976*. Buenos Aires, Editorial Dunken.
- Veblen, T. (1899) *Théorie de la classe de loisir*. París, Edición Gallimard. Citado en:
Godart, F. (2012) *Sociología de la moda*. Buenos Aires, 1ª Edición, Editorial Edhasa.
- Yerba Buena Revista (2008) *Ingenio: "El San Pablo"*. Publicación número 14.
- Wundt, W. (1929) *Elementi di psicologia dei popoli*. Turín, Edición Bocca. Citado en:
Squicciarino, N. (2012) *El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Madrid, Editorial Cátedra.

