

FRANCESCO ALBERONI, GILLO DORFLES,  
UMBERTO ECO, MARINO LIVOLSI,  
GIORGIO LOMAZZI, RENATO SIGURTA

# PSICOLOGIA DEL VESTIR



*Editorial Lumen*

BARCELONA-1976

Título de la edición original:  
*Psicología del vestire*

Traducción de:  
*Carlos Manzano*

Cubierta de:  
*Joaquín Monclús*

D. 1453824  
L. 1453847

UMBERTO ECO  
EL HABITO HACE AL MONJE

© 1972, Casa editrice Valentinò Bompiani & C.S.p.A.

Publicado por Editorial Lumen  
Ramón Miquel y Planas, 10. Barcelona

Reservados los derechos de edición  
para todos los países de habla española.

ISBN: 84 - 264 - 4445 - 8

Depósito Legal: B. 7159 - 1976

Printed in Spain

Impreso en Gráficas Diamante,  
Zanorra, 83 - Barcelona-5

R. 38.246

Quien haya estudiado a fondo los problemas actuales de la semiología no puede hacerse el nudo de la corbata, por la mañana ante el espejo, sin tener la sensación clara de seguir una opción ideológica, o, por lo menos, de lanzar un mensaje, una carta abierta, a los transeúntes y a quienes encuentre durante la jornada.

Es cierto que los vestidos sirven principalmente para cubrir el cuerpo. Pero bastará un autoanálisis breve y honrado para convencerse de que, en nuestro vestido, lo que sirve realmente para cubrir (para defender del calor o del frío y para ocultar la desnudez de las partes del cuerpo consideradas vergonzosas por la opinión) no supera el cincuenta por ciento del total. El otro cincuenta por ciento va de la corbata al bajo de los pantalones, pasa por las solapas de la chaqueta y llega hasta los ribetes de nuestros zapatos: y eso si nos mantenemos en el nivel puramente cuantitativo, sin ampliar la investigación al porqué de un color, de un tejido, del dibujo de espiga o a rayas en lugar de un tejido o un color uniforme.

El vestido es comunicación. Y esta observación podría mantenerse al nivel de un lugar común razonable, que las usuarias de sexo femenino han llevado hasta el umbral de una conciencia ingeniosa, igual que los zoologos ya no asombran a nadie, cuando explican la función de atracción de los plumajes y de los colores de

la piel, dentro de una dialéctica totalmente natural de los sexos.

Pero la semiología ha aumentado esa toma de conciencia y nos permite ahora insertar nuestro conocimiento del carácter comunicativo del vestido en un marco más amplio, en el marco de una vida en sociedad en la que todo es comunicación. Porque, si el cura de Bernanos podía terminar su diario con la anotación de que «todo es Gracia», el semiólogo puede iniciar el suyo precisamente con la de que «todo es Comunicación». Por lo menos, todo lo que no es naturaleza en bruto, más acá de la sociedad constituida, más acá del hombre que percibe la naturaleza y la pone al servicio de sus fines llenándola de significados. Es cierto que una nube no es un hecho comunicativo, es una mera condensación de vapores; pero una nube vista como presagio de lluvia, aunque no sea precisamente un «signo» en el sentido en que lo es la palabra «nube», por lo menos es lo que Peirce llamaría un «indicicio»: un artificio inventado para comunicar algo; o —en el caso de la nube— un fenómeno natural elevado al rango de artificio para comunicar. Que el hombre comunica mediante la emisión de sonidos articulados a los que se atribuyen determinados significados (se lo suele llamar «lenguaje verbal») es algo aceptado sin discusión. Menos indiscutible es ya el hecho de que el hombre comunique mediante infinidad de otras señales: los gestos de la mano, los movimientos de los ojos, las inflexiones de la voz. O, mejor, quien acepta la idea de que, de ese modo, el hombre dice algo, prefiere generalmente decir que, más que comunicar, lo que hace es «expresarse». Como si comunicar fuera un proceso regular y regulado, es decir, regido por convenciones precisas (definidas por las gramáticas y los vocabularios), mientras que expresarse fuera algo misterioso, instintivo y natural. Y, en realidad, apenas

se estudian profundamente los fenómenos de comunicación, en el sentido más amplio del término, se ve que la diferencia se vuelve más sutil. Miro a la mujer amada intensamente a los ojos, ella mueve ligeramente la cabeza de arriba a abajo... Me ha dicho que sí. Está hecho. En modo alguno. En una zona mediterránea particular, el mismo movimiento significa convencionalmente que no.

Lleva la minifalda: es una muchacha ligera. En Catania. Lleva la minifalda: es una muchacha moderna. En Milán. Lleva la minifalda, en París: es una muchacha. Lleva la minifalda, en Hamburgo, en el Eros: puede que sea un muchacho.

Pero volvamos a nuestro diálogo mudo con la mujer amada. De acuerdo, la indicación con la cabeza cambia de valor semántico según la zona étnica, pero queda la intensidad de la mirada, la promesa sobreentendida, la pasión emitida como una carga eléctrica. Es cierto, y diré más: los estudios más recientes han demostrado que existe también una comunicación térmica, que, tocando la mano de la mujer, puedo advertir que dice «sí» a través de un cambio de temperatura insensible (pero advertido). Sin embargo, hoy esas «expresiones» infinitesimales, esos matices de la fisonomía, se investigan como momentos de un lenguaje articulado. Estudiosos de cinésica (la ciencia de la comunicación somática y gestual) han intentado ya expresarlos en cifras, transcribir en una especie de estenografía los movimientos de una ceja encolerizada, las miradas de un ojo desconfiado. Y han empezado a advertir que ese lenguaje (porque, en el momento en que es posible dividir la expresión instintiva en momentos discretos, analizables, articulables, se ha salido ya de la «expresividad», tal como la entendemos comúnmente, y se ha entrado en la zona de las «lenguas» codificadas y convencionalizadas) tiene leyes y variaciones, que

cambian según las zonas culturales, que es menos natural y mucho más cultural de lo que se suele creer. Precisamente, mientras escribo, el *New York Times* (de fecha 28-IX-1969) trae la noticia de un grupo de estudiosos del Albert Einstein College of Medicine que están empezando a interesarse profundamente por todo el campo de la comunicación no verbal, desde las posiciones del cuerpo hasta las variaciones fisonómicas, porque, hasta que no hayamos comenzado a comprendernos también mediante esos sistemas (y conviene advertir que, de hecho, hoy esos sistemas se usan, pero no se estudian todavía lo suficiente; se los considera todavía algo esporádico, ajeno a un interés lingüístico), la comunicación entre individuos y entre grupos resultará incompleta y cargada de equívocos; y con mayor razón (por esto es por lo que interesa el problema a los médicos) resultará difícil e imprecisa la comunicación entre médico y enfermo, entre niño y pediatra, entre graduado social y asistido que pertenece a una minoría racial, a un grupo étnico recién establecido en una zona. Dicho de otro modo: el lenguaje fisonómico, de los gestos, de las posturas, de un portorriqueño del Bronx será diferente del de un italiano de Brooklyn, y negarse a aceptar esa realidad significa interpretar los movimientos de uno como mensajes que sólo tienen sentido en caso de que se lean de acuerdo con el código del otro.

Edward T. Hall, en su libro *La dimensione nascosta* (Bompiani, 1969), ha demostrado con creces cómo cambia el significado de una distancia entre dos personas según el modelo cultural a que pertenezcan: que el número de centímetros que constituyen para un americano blanco y protestante la distancia confidencial más razonable, para un latino o para un árabe pueden ser señal de un distanciamiento desconfiado, y vice-versa.

Hall exagera el alcance de esos dos descubrimientos al creer que, si se comprendiera el lenguaje del comportamiento, se podrían eliminar muchas incomprensiones interraciales, cuando, en realidad, sabemos que las causas de las incomprensiones están escondidas más en profundidad (o más en la superficie). Pero reducir el alcance global de un descubrimiento no quiere decir anularlo: mil componentes diferentes separan a un italiano de un esquimal, pero no se puede negar que, si el italiano hablase esquimal (o viceversa), los componentes de la diversidad quedarían reducidos como mínimo a novecientos noventa y nueve.

El mundo de la comunicación no verbal insospechada (insospechada como comunicación) es de una extensión ilimitada. La escuela de arte dramático de Stanislavski enseñaba, si mal no recuerdo, a pronunciar la frase «esta tarde» en cuarenta entonaciones diferentes, que le atribuyeran sucesivamente el significado de amenaza, de ruego, de aviso, de seducción, de promesa, etc. No es necesario un semiólogo para saber que nosotros comunicamos también con las inflexiones de voz. Pero han sido necesarios los lingüistas (y esa categoría particular de lingüistas que estudian hoy la llamada «paralingüística») para saber que esas entonaciones —desde el momento que existen registradores para registrarlas y oscilógrafos para traducirlas a curvas visuales— varían, de una civilización a otra, y pueden clasificarse de igual forma que se clasifican los demás elementos del habla, desde los fonemas hasta las palabras. Es un trabajo que se está haciendo, ampliando la investigación hasta las clasificaciones del sollozo, de las emisiones vocales interfectivas, de esos ruidos que se hacen con la boca, con los labios, con la garganta, y que constituyen el tono de una enunciación, que la caracterizan culturalmente (según las zonas culturales, quiero decir). Como sabe perfectamente quien, por haber que-

rído parodiar a un parisino, no haya dejado de reproducir esa «vocecita» típica y sumisa, rápida y ahogada, que interviene en el habla común de nuestros vecinos para dar cadencia a la frase, y aludir a cierta imprecisión, a una perplejidad modesta, a una búsqueda confidencial de la palabra correcta.

Es una zona extensísima de intereses y de descubrimientos que nos obliga a mirar a nuestro alrededor constantemente para descubrir todo lo que en nuestra vida diaria es comunicación, a todos los niveles, incluso al nivel de la forma de caminar o de hacer gestos con el cuerpo; y en esto también, si bien los semiólogos están intentando hoy elevar esa conciencia al nivel del estudio riguroso, bastaría la existencia del arte del mimo para demostrarnos que el lenguaje «de las posturas» existe y que se puede contar, decir, expresar todo sólo con él. Pero nada de pensar que se trate de una «expresión», en el sentido de transmisión «natural» e instintiva, basada en las leyes misteriosas de la fisiología, de un dato de la naturaleza. Y, para vencerse de ello, vayan a ver un mimo chino o japonés. Mira por dónde, sus movimientos no significan nada: parecerán expresar aburrimiento, cuando expresan pasión; histerismo, cuando expresan hilaridad; alegría, cuando expresan agresividad. Y lo mismo le ocurriría a un asiático que viese por primera vez en el teatro a Marcel Marceau.

Por tanto, si la comunicación se extiende a todos esos niveles, no hay que extrañarse de que pueda existir una ciencia de la moda como comunicación y del vestido como lenguaje articulado. Sería difícil explicar en pocas páginas las modalidades de esa disciplina (entre otras cosas, porque se apoyan en las modalidades de otras disciplinas, desde la lingüística hasta la lógica formal): y no nos quedaría más remedio que remitir al lector a un clásico muy reciente sobre el tema, *Le*

*Système de la mode* de Roland Barthes (Paris, Seuil, 1967), (aun cuando la obra de Barthes, por preocupaciones de rigor, se limita a analizar el lenguaje verbal que describe la moda en lugar de abordar inmediatamente la formación de la moda como lenguaje visual debidamente articulado). Pero el lector común, o, en cualquier caso, no muy especializado, podría hacer una objeción que bloquee cualquier posible exposición del tema posterior.

Objeción: acepto que el universo de la comunicación es más amplio de lo que se suele creer. Y de acuerdo con que hablamos no sólo con la boca, sino también con las manos, con los ojos, con las distancias que guardamos, con los olores. Completamente de acuerdo. Pero la vida en sociedad (y, por tanto, la vida de la «cultura») se compone, por un lado, de actos de comunicación, de entidades gestuales o sonoras que «dicen algo», y, por otro, de cosas que «funcionan», es decir, que «sirven para algo».

El hombre primitivo empieza a fundar una sociedad, cuando aprende a expresarse a través de sonidos y de gestos, pero, por otra parte, funda sociedad y cultura también en el momento en que inventa un instrumento, descubre la gruta, pule su primera herramienta de piedra. Y la herramienta no comunica, sino que «sirve para algo». Ahora bien, la piel de oso o de lobo con que nuestro hombre se cubre por primera vez, ¿acaso no pertenece a la categoría de las cosas que sirven para algo y no a la de las cosas que dicen algo?

Pues bien, hay que decir que la semiología es una disciplina ambiciosa, con veleidades totalitarias. Quiere conseguir explicar todos los fenómenos de cultura, quiere demostrar que toda la cultura puede considerarse como acto de comunicación y que también las cosas que sirven para algo en cierto modo dicen algo.

El objetor podría responder: de acuerdo, démoslo

por demostrado, pero, aun aceptando ese hecho, sigue siendo indiscutible que hay cosas que, ante todo, sirven para algo y sólo en determinado momento se usan para decir algo. Mientras que los signos propiamente dichos, las palabras o los gestos, dicen algo inmediatamente y sin equívocos y no sirven para nada más.

Respuesta: no es del todo cierto. Existen infinidad de signos que aparentemente se emiten para decir algo, pero que, de hecho, tienen una función práctica, tanto como una herramienta de piedra o una colcha. Cuando saludamos a alguien y le decimos: «¡Qué día más hermoso hace!», nuestro deseo (y el suyo) de comunicar algo sobre la situación meteorológica es mínimo: lo que deseamos es crear un contacto, y esa frase equivale a una palmadita en la espalda o al ofrecimiento de una flor o de una taza de café. Se responderá que, en ese caso, la palmadita, la flor y la taza son, de hecho, instrumentos de comunicación, más allá de su función específica: pero eso es exactamente lo que se quería demostrar.

Con frecuencia la distinción entre decir algo y servir para algo es mínima. Un martillo sirve para golpear, pero si lo agito a distancia amenazadoramente, equivale a la frase: «¡Como te coja!...» Por otra parte, la frase: «¿Cómo está, señor Fulano?», pronunciada con frialdad a quien hasta hace poco habíamos afectuosamente de tú equivale a un martillazo en la cabeza. Los instrumentos de comunicación equivalen a una serie de funciones que se interponen en el plano de la modificación física de los acontecimientos («esa frase ha sido como una ducha helada, he ido a casa y me he metido en cama con fiebre»), mientras que los instrumentos destinados a desempeñar funciones, y, por tanto, destinados a modificar físicamente las cosas, se interponen en el universo de la comunicación y se convierten en actos de comunicación, de igual forma que

un tipo particular de sombrero que se llama mitra no sirve tanto para proteger de la lluvia cuanto para decir: «yo soy un obispo».

Con eso no queremos decir que no exista diferencia entre signos nacidos expresamente como tales (las palabras, por ejemplo) y objetos funcionales nacidos expresamente como tales (el martillo o la mitra). Queremos decir que, así como el psiquiatra, al analizar a su paciente, intenta ver también los signos que éste ha recibido como agentes físicos que han modificado su estructura neurofisiológica, así también el semiólogo tiene derecho a considerar también los objetos funcionales como signos. Y hay casos en que el objeto pierde hasta tal punto su funcionalidad física y adquiere hasta tal punto valor comunicativo, que se convierte ante todo en signo y sigue siendo objeto sólo en segunda instancia. La moda es uno de esos casos. Basta el ejemplo de la pelliza que se ponía nuestro hombre primitivo por razones exquisitamente funcionales. Tenía frío y se cubría, es indudable. Pero igualmente indudable es que, al cabo de pocos años de la invención de la primera pelliza, debió de surgir la distinción entre los cazadores valientes provistos de pelliza conquistada con esfuerzo y los otros, los incapaces, desprovistos de pelliza. Y no es necesaria mucha imaginación para figurarse la circunstancia social en que los cazadores debieron de ponerse la pelliza, ya no para protegerse del frío, sino para afirmar su pertenencia a la clase hegemónica.

Por lo demás, es inútil hacer prehistoria-ficción. La señora que hoy se pone un abrigo de pieles no lo hace para protegerse del frío; al contrario: probablemente hace frente a la incomodidad de un calor excesivo para poder manifestarse como «portadora de abrigo de pieles». La cuestión de los *status symbols* no la han inventado los semiólogos.

Así, pues, el vestido es expresivo. Es expresivo el hecho de que yo me presente por la mañana en la oficina con una corbata ordinaria a rayas, es expresivo el hecho de que de repente la substituya por una corbata psicodélica, es expresivo el hecho de que vaya a la reunión del consejo de administración sin corbata. El vestido descansa sobre códigos y convenciones, muchos de los cuales son sólidos, intocables, están defendidos por sistemas de sanciones e incentivos capaces de inducir a los usuarios a «hablar de forma gramaticalmente correcta» el lenguaje del vestido, bajo pena de verse condenados por la comunidad. Hemos dicho que «muchas» de las convenciones indumentarias son sólidas y que están bien articuladas. Por consiguiente, querremos decir que no lo son ni lo están todas. Y, efectivamente, mientras que los códigos (es decir, los sistemas de reglas y de equivalencias) que rigen la comunicación verbal (por ejemplo, la lengua italiana, la lengua alemana, etcétera) son sólidos y robustos, otros códigos comunicativos (como los relativos a la comunicación por imágenes) están sujetos a mutaciones y a reajustes continuos, presentan lagunas, son restrictivos en un punto y débiles en otro.

Hay que hacer la distinción entre códigos fuertes y códigos débiles. Pero creo que sería inexacto decir que un código es débil cuando no prevé en ningún aspecto suyo la modalidad de una comunicación determinada. Si vamos a estudiar la estructura de una modalidad comunicativa cualquiera, se ve, antes y después, que en aquella ocasión existían las convenciones, bien articuladas, coherentes en todos sus aspectos. Pero hemos dicho precisamente «en aquella ocasión». Así, pues, diremos que una convención es débil no tanto porque no esté bien estructurada en un momento dado, sino porque se modifique con rapidez y, antes de que se la pueda captar y describir, ya haya cambiado.

El código del vestido puede estar tan articulado que no permita ninguna variante facultativa: piénsese en el código del vestido militar: no se deja a la fantasía del usuario la posibilidad de hacer la más mínima invención, ni siquiera la inclinación del sombrero, que se puede dejar a la opción individual en ciertos momentos de relajación de la disciplina, pero nunca en momentos de recuperación global del código, como en los desfiles.

Frente a un traje militar, el traje civil parece abierto a un número mayor de variaciones individuales, desde el color del tejido hasta la elección de la camisa o la forma de los zapatos. Pero, aparte de que esas variaciones existen también en códigos fuertes como las lenguas (puedo decir la misma cosa en varias formas diferentes, siempre que me mantenga dentro de la corrección gramatical y léxica), basta con observar una revista de modas al comienzo de una temporada para ver que hasta las variaciones están previstas con cierta rigidez: la cintura más alta, el botón más bajo, la combinación de un zapato determinado con un tipo determinado de pantalón pueden revelarse desviaciones tan graves del uso lingüístico como el dialectalismo o el anacolutosintáctico.

Se dirá que, sin embargo, no se mete a nadie en la cárcel por haber combinado zapatos marrones y un smoking negro. Completamente de acuerdo, no se impone la observación de todos los códigos recurriendo al mismo tipo de sanción: y no se mete a nadie en la cárcel por decir «que yo vayás» en lugar de «que yo vaya». Pero por una trasgresión de esa clase se puede perder un empleo; por la misma razón que el empujamiento de banca que empieza a ir al trabajo vestido como Lin Piao. Y, por otra parte, basta con recordar lo que significaba en Turquía, en tiempos de Kemal Atatürk, llevar el fez en lugar de la gorra de visera,



para comprender que las sanciones existen siempre, cuando se hace coincidir un código indumentario con una opción ideológica. Y ésa es la misma diferencia que media, en Grecia, entre quien escriba en lengua culta o en lengua demótica; o entre llevar, hoy en Pekín, un mono sencillo como la mayoría de la población o aparecer vestido como un mandarín.

Porque el lenguaje del vestido, como el lenguaje verbal, no sirve sólo para transmitir determinados significados mediante determinados significantes. Sirve también para identificar, según los significados transmitidos y las formas significantes que se hayan elegido para transmitirlos, posiciones ideológicas.

Si deseo atraer la atención de un auditorio puedo decir: «Escuchadme, compañeros», o puedo decir: «Tengan los señores la amabilidad de prestarme su atención»; pero está claro que la diferencia de estilo (es decir, que sobre el código lingüístico propiamente dicho se injerta un código estilístico-retórico igualmente convencional) manifiesta una diferencia de opción política y establece un contacto mío diferente con el auditorio.

El problema se complica todavía más, si digo «compañeros» en una asamblea de accionistas de la *Montedison* o «señores» en una asamblea de marxistas-leninistas que estén ocupando una fábrica; no sólo manifiesto mi posición ideológica, sino que también manifiesto un deseo de provocación con respecto al auditorio.

Lo mismo ocurre con el vestido. Si participo en un consejo de administración con boina y barba al estilo de Guevara, chaquetón militar y zapatos de tenis, será difícil demostrar a los presentes que mis intenciones no eran polémicas y que me he vestido así por pura casualidad.

Así pues, decíamos: los códigos indumentarios exis-

ten. Sólo que suelen ser débiles. Pero débiles quiere decir que cambian con cierta rapidez, por lo que resulta difícil ampliar sus respectivos «diccionarios» y lo más frecuente es que haya que reconstruir el código en el momento, en la situación dada, inferirlo de los propios mensajes.

Hubo un período en que escoger los pantalones con bajo, siguiendo el ejemplo —me parece— del príncipe de Gales, constituía una opción de dandy. Pero, después, la convención llegó a estar tan establecida, que cuando, muchas decenas de años después, alguien adoptó los pantalones sin bajo, la suya fue la elección de dandy. Hoy estamos en un período en que la elección en ese terreno no constituye (como dirían los semiólogos) una oposición pertinente. Preferir el pantalón con bajo al que no lo lleva no significa gran cosa, de igual forma que, en italiano, se puede decir *bène* en lugar de *béne* sin que esa opción fonética (salvo en pocos ambientes sofisticados, o en la radio, o en una compañía teatral) contribuya a modificar la opinión que los otros tengan de nosotros (pero un matiz semejante de pronunciación en lengua inglesa, en Oxford, bastaría para excluir a cualquiera de un club). La publicidad dada a las opciones, y la correspondiente carrera conformista a la adaptación, privan con frecuencia a las opciones indumentarias de su significado primitivo.

La llegada de estudiantes con jersey, en lugar de con chaqueta, a las aulas universitarias, no hace más de dos años manifestaba una opción subversiva que hoy ha quedado extraordinariamente atenuada; quizás los propios profesores hayan adoptado el jersey y la diferencia entre los que llevan corbata y los que no la llevan no constituya una oposición muy significativa. Pero en otros ambientes (una recepción en el Quirinal)

la opción tendría todavía un gran potencial comunicativo.

Otras veces es el propio discurso histórico, con el establecimiento de modelos ejemplares, el que cambia el sentido de la opción. Hace diez años llevar barba significaba: o ser un artista del estilo antiguo o ser un fascista nostálgico (pero, en este caso, se requería la barba con un corte particular, al estilo de Italo Balbo). Después de la impugnación estudiantil, la barba se ha convertido en una opción «de izquierdas». Gradualmente, ahora está convirtiéndose en una opción más «de moda» y está perdiendo su significado.

Muchas veces la elección de vestido cambia de significado según el contexto en que se inserte. Para un jefe comunista como Togliatti la elección de un traje cruzado azul, después de la Liberación, manifestaba una promesa de legalidad, anticipaba la aceptación del pacto constitucional e incluso la votación del artículo 7. La cosa no pasó desapercibida a un periodista como Gorresio, que escribió artículos precisamente sobre la carga de significado de esa opción indumentaria. Pero, cuando Kruschew, invitado a no recuerdo qué recepción de sociedad en Estados Unidos, apareció en medio de una multitud de personas en traje de noche con un traje cruzado azul, su opción tuvo en aquella ocasión un significado opuesto al de la de Togliatti. Los ejemplos podrían continuar, pero el lector está en condiciones de buscarlos por sí solo.

El aspecto que nos interesaba revelar es que existen códigos indumentarios. Sólo que son extraordinariamente fluctuantes, de modo que el analista del traje que desee inducir las opciones ideológicas o psicológicas de los comportamientos indumentarios, debe estar listo para captar los códigos mientras se manifiesten, pues inmediatamente se deshacen. Pero el hecho de que sean tan inestables no quiere decir que no sean im-

portantes. Y, en cualquier caso, son más importantes de lo que se suele aceptar. Y su investigación, aunque sea en formas intuitivas y no rigurosas, suele dejarse a los analistas del traje (del traje como *mores*, naturalmente, que se estudia también analizando el traje como *vestimenta*). Cuando, en realidad, el problema debería interesar a quienquiera que decida vivir en la sociedad escuchándola hablar en todas las formas de que es capaz. Porque la sociedad, sea cual sea la forma como se constituya, «habla». Habla porque se constituye y se constituye porque empieza a hablar. Quien no sabe escucharla hablar en los casos en que habla, aun sin usar el habla, la atraviesa a ciegas; no la conoce. No la modifica.

GILLO DORFLES

FACTORES ESTETICOS  
EN EL VESTIR MASCULINO

Desde que los primeros salvajes, hace algunos milenios o centenares de milenios, comenzaron a adornarse con plumas, tatuajes, collares, caracolas, el hombre no ha cesado de «revestir» su cuerpo desnudo con algo que —mejor o peor— debemos considerar como vestido.

Sobre las razones mágicas, religiosas, míticas, psicológicas, antropológicas de ese deseo de revestir y adornar el propio cuerpo se han lanzado infinitas hipótesis, se han escrito numerosos ensayos. Una cosa es cierta: en la mayoría de los casos, el cuerpo desnudo del hombre es, o parece, «feo», a diferencia de lo que ocurre con el de casi todos los animales; y quizás sea ése uno de los rasgos distintivos más importantes del *homo sapiens*. Si, amparándose en la excusa del pudor, el hombre ha encontrado un modo de volverse más atrayente, en ese caso debemos convenir que el *Peccado Original* —primera causa de nuestro pudor y de nuestra vergüenza, y causa de tantas otras desdichas de la humanidad— ha tenido por lo menos el gran mérito de inducir al hombre a vestirse.

La reciente moda del desnudo —el *nude look*—, los espectáculos del tipo de *Hair* y *Oh! Calcutta!*, que colocan en el escenario de forma artificiosa y aburrida a una compañía de actores desnudos, están destinados, con toda probabilidad, a desaparecer del proscenio en cuanto se haya agotado la «novedad» del acontecimiento; y no es necesario repetir que son, y serán siempre,

sobre todo las mujeres las primeras en oponerse a la moda que volvería a un gran porcentaje de ellas inaceptables e inapetecibles una vez privadas de los oropelos y de los alicientes del vestuario.

Por tanto, si el vestido es necesario e indispensable —aunque puede reducirse al mínimo en algunos casos de mujeres (y hombres) particularmente atraentes, anatómicamente perfectos—, veamos qué función puede desempeñar en nuestros días y en el futuro próximo y cómo debe considerarse su razón de ser, al menos en lo referente a su función más específicamente estética o, como mínimo, estético-psicológico-antropológica.

Siempre ha existido una capacidad creadora —creadora de formas que hoy calificamos de «estéticas»—, desde siempre, el hombre —nos lo confirman los monumentos diseminados a lo largo de los milenios—, ha querido imprimir un sello formalmente diferenciado y diferenciador a su *habitat* y, por tanto, también a su propio cuerpo, que constituye una parte integrante de dicho *habitat*. Así, resulta que entre las primeras formas históricas de la prehistoria (y de la prehistoria presente, que es la de tribus primitivas o «salvajés», en el sentido en que lo dice Lévi-Strauss) hay que considerar ante todo la danza.

¿Y qué es la danza sino la conversión del propio cuerpo en un instrumento estético?

Así, pues, aun antes de crear monumentos, estatuas, templos, el hombre ha «estetizado» su cuerpo. Y la danza, como es sabido, no prescinde casi nunca de la creación de formas plásticas que se determinan en la colaboración entre el cuerpo del danzador y su modo de decorarse: ornamentos del propio cuerpo, como tatuajes, u ornamentos puestos, como las formas más diversas de vestidos, velos, cadenas, collares, sombreros, máscaras, son característicos de cualquier danza antigua o reciente.

De la danza a la ceremonia ritual, a la túnica sagrada sacra, a la solana, al vestido que acompaña al sacrificio ritual, a la ceremonia religiosa... no hay más que un paso; y aún más pequeño es el que va de los ceremoniales sacros y de iniciación a los civiles y militares.

El uniforme militar, el traje con condecoraciones, por último los diferentes trajes técnicos y especiales que acompañan a esas otras ceremonias que son los deportes: el traje de cazador, de jugador de tenis, de fútbol, de béisbol, de golf; el chaleco del esgrimidor, el traje del esquiador, del pescador submarino... También en este caso, una simple digresión por un terreno de la extensión de éste exigiría algunos centenares de folios sólo para esbozarlo; desde luego, no es intención mía estudiarlo. Lo que me interesa es recordar a quien no lo tenga presente que el concepto de «traje» es mucho más complejo de lo que se suele creer, cuando se imagina el vestido limitado al traje de chaqueta gris con el que el empleado afronta su jornada laboral o al traje completo, con chaleco, azul o negro «de vestir».

Desde luego, un estudio de las características estructurales —o, mejor, estructuralistas— del vestido —aun en el caso exclusivo del masculino— no sería imposible ni difícil, siquiera, de hacer y merecería que se llevara a cabo de forma científica. Ya Roland Barthes nos ha enseñado que la moda se presta a categorizaciones muy precisas que se pueden superponer fácilmente a las investigaciones estructuralistas relativas a la poesía, a las artes, al lenguaje. Hasta un estudio limitado, por ejemplo, sobre el número de los botones de la chaqueta masculina o de los «ornamentales» de las mangas podría conducirnos a interesantes argumentaciones sobre las sutiles diferenciaciones de tipo sociológico, clasista, psicológico, técnico, profesional, etc., reveladas por ese detalle humilde.

En definitiva, se trata, como saben ya los cronistas de la moda, de descubrir e identificar ese «código» particular que podríamos definir como «lenguaje indumentario», es decir, ese modo particular de expresarse y comunicar intersubjetivamente del hombre a través del traje que se pone o de los detalles que presenta. En otras palabras: el vestido constituye para el hombre —ya sea consciente de ello o no— un medio de comunicación importante y delicado con el prójimo y muchas veces mediante el vestido es como comunica el hombre esa parte de sí que desea comunicar. Naturalmente, dentro de los límites y con las reglas que la sociedad de que forma parte integrante le impone.

Ya esto solo nos revela que cualquier rebelión nuestra subjetiva y particularista contra el tipo de vestido ya generalizado e «institucionalizado» —contra el «código indumentario» de que formamos parte— es imposible o, por lo menos, peligrosa: si salgo a la calle vestido de indio o de japonés, o bien corro peligro de que «me tomen» por tal, y en ese caso voy «disfrazado», o me toman por loco y me llevan a un manicomio.

Por lo demás, sabemos lo que ocurre a esos indios —las crónicas de los periódicos citan por lo menos uno a la semana— que se desnudan de improviso por la calle y van sembrando sus ropas por la acera y que a nadie se le ocurre considerar sanos, aun cuando, en definitiva, podrían perfectamente estarlo. (El caso de personas de sexo femenino que improvisen un *strif-tease* semejante suele ser diferente, porque a una muchacha que se desnuda en público es mucho menos seguro que se la considere alienada que a un hombre.)

Después de estas breves premisas socioantropológicas quisiera abordar más de cerca el que me parece uno de los objetivos fundamentales del vestido humano

en general y, en este caso, del masculino: ¿podemos considerar el vestido del hombre como un factor estético de nuestra civilización? Es decir: ¿podemos considerar que, mediante la forma de vestir, satisface el hombre no sólo una necesidad práctica, higiénica, social, sino también una intencionalidad estética suya precisa?

Recordando una conferencia que tuve ocasión de pronunciar hace años ante los obreros de una fábrica metalúrgica, donde me habían invitado a explicar los secretos del arte moderno. La tarea era muy ardua: resultaba inútil invocar los nombres (y los números) tutelares de Klee, Kandinski, Mondrian. Los únicos nombres parcialmente conocidos eran los de Picasso (pero sólo por razones políticas) y de De Chirico (porque en aquel período habían aparecido en una revista ilustraciones suyas).

Por eso, faltaban completamente los términos de referencia. Y, sin embargo, apenas advertí que, entre los jóvenes presentes en la sala, unos llevaban un jersey rojo, otros uno azul, unos llevaban un pañuelo al cuello, otros una camisa colorada, no me costó ningún trabajo demostrar que —mediante aquellos pequeños signos distintivos que se habían puesto espontáneamente y sin la menor imposición exterior— cada uno de ellos había respondido de forma práctica a la necesidad de un impulso estético en el hombre; impulso que, si bien no siempre puede ponerse en acción mediante la creación de una obra plástica o pictórica, sí que se puede poner de relieve ya mediante la simple «decoración del propio cuerpo».

Así, pues, el hombre, hasta el más simple, realiza con su vestido una elección artística concreta que puede estar apenas marcada, que puede llegar a los extremos del paroxismo, que puede volverse fetichista (los coleccionistas de zapatos, de corbatas, de cintas,

de calzoncillos), pero que, en cualquier caso, refleja un deseo preciso, no sólo de diferenciación social, no sólo de exhibición de un *status symbol* determinado (¡sabido es de sobra cuántas funciones de diferenciación del individuo, de prestigio económico y social desempeña todavía el vestido!), sino también de auténtica realización estética. Y en esto es, creo, en lo que entra en juego el problema de la cuestión—tan debatida—del gusto; del gusto individual y de la generalización de los gustos.

1) ¿Hasta qué punto está el individuo dotado de un gusto innato, o, por lo menos, asimilado a través de factores hereditarios, pero consolidado ya definitivamente?

2) ¿Hasta qué punto se puede influir en su gusto desde el exterior mediante la presencia—digamos incluso la imposición—de productos idóneos?

3) ¿Y hasta qué punto está una educación del gusto en el vestir en conexión con—y puede repercutir en—una educación generalizada del gusto estético, y, por tanto, también en los demás sectores exteriores al vestuario?

Como se ve, se trata de cuestiones nada nimias ni fáciles de resolver, pero creo que merecen que se les preste alguna atención.

En el caso del vestido y de la moda ocurre algo bastante análogo a lo que ocurre en el sector del *design*, del *Industrial Design* (o, si deseamos usar la terminología italiana, y española, ya adoptada oficialmente, del Diseño Industrial), del que se ha hablado tanto recientemente.

¿En qué consiste el diseño industrial? En dar forma, en proyectar objetos que se producirán en serie en la industria, se introducirán en el mercado y comprarán la gran mayoría de los consumidores. En una sociedad como la nuestra, consumista, se ha observado

con frecuencia que la introducción en el mercado de enormes cantidades de objetos ya confeccionados y producidos en serie, acaba por esclavizar completamente el gusto del consumidor.

Cosa que, por otra parte, sólo es cierta en parte. Quien observe, por ejemplo, lo que ocurre en el caso del automóvil, de los electrodomésticos—quizás los dos símbolos máximos de la civilización de consumo actual—, se dará cuenta de que muchísimas veces es el público quien «escoje» el prototipo preferido; y, precisamente para «seguir» el gusto del público, el diseñador acaba proyectando un modelo y no otro. Sobre todo, en el caso del vestido, el aspecto puramente funcional del producto es menos marcado y menos condicionante que en el caso de muchos objetos mecánicos producidos por la industria y, por tanto, la libertad de composición, que debe responder exclusivamente a ciertos requisitos de carácter práctico y económico, es mucho mayor.

El mito de la funcionalidad en el caso del vestido sólo es aceptable en parte, dado que, como es sabido, es mucho menor la importancia del vestido como elemento que cubre que como elemento ornamental, que da prestigio y *status symbol* (basta pensar en la relativa inutilidad de casi todo el vestuario estival en los países de clima templado y, con mayor razón, en los tropicales o subtropicales). Por otra parte, no hay duda de que el diseñador—en el caso del producto industrial—puede influir en el gusto del público y puede incluso educarlo, si sabe conciliar lo que yo llamaría el «código formal» preexistente con la «novedad» de su lenguaje expresivo.

Así, pues, resulta que cualquier operación de educación estética por parte de un proyectista se basa siempre en un equilibrio entre «novedad» y «tradicción». En el caso del vestido, la situación es análoga, pero

extraordinariamente más sutil. La gama de los productos es inmensa (el color, el tejido, la forma, el peso de la tela, el tipo de corte, la variedad de los modelos, de los accesorios: de los botones a la corbata, de la camisa al chaleco, etc.) y, sobre todo, la factura no es necesariamente de serie, sino que es en gran parte artesanal y, por eso, presenta esas diferencias mínimas, pero fundamentales, que constituyen la característica esencial de todo artesano y que, todavía hoy, distinguen claramente el producto en serie hecho por la industria y el «hecho a mano».

Más aún: ese carácter artesanal del vestido constituye uno de sus aspectos más significativos.

Así, que resulta fácil comprender que el vestido puede conocer, por un lado, diferenciaciones sutilísimas por obra del usuario y, por otro, permite al diseñador (en este caso el sastre, o la empresa que regula y planifica la creación de los modelos particulares) una posibilidad de influencia enorme en el consumidor y en el gusto.

Naturalmente, no queremos llegar al extremo de afirmar que de la elección del vestido depende el destino estético de la humanidad ni que el gusto en el vestir corresponda al gusto con respecto a la pintura, la escultura, la música.

Pero creo que puede comprobarse que la elección del vestuario por parte de cualquier individuo particular o incluso de toda una nación tiene una importancia decisiva.

Piénsese, por ejemplo, en la vulgaridad tradicional en el vestir de algunas naciones (Alemania, Rusia) frente a la mayor elegancia de otras (España, Francia), en la impresión de desolación que ciertos países del este europeo nos ofrecen y, por otro lado, en el deses- perante conformismo estilístico (el *styling* aplicado al vestuario) y en la extraordinaria vulgaridad del vestido

estadounidense. Hasta cierto punto, se trata sólo de diferenciaciones debidas a razones económicas, al nivel del bienestar; con mucha mayor frecuencia el empobrecimiento del gusto acompaña a un empobrecimiento análogo de la individualidad de la persona. En el caso de Estados Unidos ese hecho es evidente. En el caso de Italia, por ejemplo, estamos viendo una situación verdaderamente peculiar y que no me parece que se haya analizado suficientemente hasta ahora. Como es sabido, nuestro diseño (de automóviles, de lámparas, de muebles, de trajes) está en este momento a la vanguardia del mundo.

Muchísimas manifestaciones internacionales han reconocido con creces la calidad y la elegancia del diseño italiano.

Pues bien, si observamos a nuestro alrededor, si observamos a las multitudes de nuestras ciudades y de nuestros pueblos y las comparamos con las de otros países de desarrollo económico e industrial igual e incluso superior, debemos reconocer que el pueblo italiano es uno de los «mejor vestidos»; de los zapatos a las corbatas, del *prêt-à-porter* femenino a los trajes deportivos. Desgraciadamente, eso va en detrimento de otros sectores que están vergonzosamente abandonados: el cuidado de la propia casa, el respeto al paisaje, el desarrollo de una conciencia cívica. Pero no corresponde a nuestra presente exposición señalar los defectos de nuestra sociedad. Quizás sea cierto que la sensibilidad del italiano medio está polarizada sobre todo en el aspecto del vestuario más que en los demás aspectos del ambiente en los que vive, se desarrolla y trabaja.

Quizás esa virtud creativa, esa fantasía plástica y cromática, gracias a la cual Italia supo expresar en el pasado sus extraordinarias obras de arte: sus iglesias, sus frescos, sus mosaicos, se haya «degradado» hoy y



se haya convertido en esta manifestación estética más efímera.

O, quizás, precisamente porque la época en que vivimos es tan inestable, tan desarraigada, tan «construimista», la suma de los impulsos creativos de los italianos se ha concentrado en un sector efímero más que en los tradicionalmente estáticos y áulicos.

No corresponde a nosotros juzgar si se trata de un bien o de un mal; quizás tenga ese fenómeno un aspecto positivo y otro negativo. Lo que sí es cierto es que sería absurdo no tener en cuenta la importancia que el factor «estética del vestido» tiene en nuestra civilización y puede tener para una evolución futura de ella.

Y no hay que olvidar tampoco que la relación recíproca y la ósmosis entre productos e invenciones de la moda y del traje y los de las llamadas «artes puras» son mucho más íntimas y provechosas de lo que se cree. Quizás muchos consideren que con la desaparición de los trajes cortesanos, de las telas pespunteadas e historiadas o de los trajes folklóricos, se ha perdido toda clase de relación entre vestuario y artes puras; pero, en cambio, basta considerar algunas de las tendencias recientes del arte visual para darse cuenta de que en nuestros días esa ósmosis sigue existiendo.

Piénsese, por ejemplo, en la influencia ejercida en los últimos años por el llamado «arte op» (óptico-cinético) en la determinación de ciertas clases de diseños de telas estampadas e incluso de tejidos masculinos. Otro tanto puede decirse incluso de la adopción de ciertos colores (propios de Matisse, de Picasso, de Léger) que «destiñen» de la pintura al vestido —especialmente en el femenino, como es lógico—, pero no hay que olvidar la moda de las corbatas pop y neoliberty que se han puesto de moda en los últimos años.

Y ahora, si se me permite formular algunas hipóte-

sis sobre el aspecto que podría presentar una futura evolución del vestido masculino, quisiera observar que, también en este terreno, nos encontramos en un momento particularmente delicado y «de transición».

Hace casi un siglo que el traje masculino ha mantenido invariables algunas de sus características: y asombra que así sea, en una época de tan rápidas transformaciones como la nuestra.

¿Cómo debemos suponer que será una evolución futura del traje masculino? Creo, como decía antes, que ya está produciéndose una transformación. El propio hecho de que, en determinadas circunstancias, se haya eclipsado la presencia imponente y pesada del traje burgués «normal», del «traje de vestir», del «traje de fiesta» y que esté desapareciendo cada vez más el uso de los trajes de ceremonia (el frac, el *right*, los pantalones negros a rayas, el sombrero de copa), que todavía hace treinta años eran de uso bastante frecuente, a favor de modos más libres e imaginativos (jerseys, camisetas, anoraks, y, para la noche, chalecos «*dolce vita*», chaquetas de terciopelo de colores, etc.) demuestra cierto deseo del hombre de adecuarse a la libertad expresiva que hoy es tan viva en todos los sectores artísticos y sociales.

No sólo eso, sino que, además, la «intersexualidad», tantas veces subrayada, que está estableciéndose en nuestra sociedad (y que se revela de forma tan pintoresca —aunque quizás cónica y penosa— en los atavíos de los «melencidos», de los *hippies*, de los estudiantes), está provocando, ya ahora mismo, una feminización del traje masculino (y, naturalmente, una masculinización del femenino, mediante el uso frecuente de pantalones y botas, chaquetas de cuero, etc.). (No es casualidad que una genial creadora de moda nuestra —Germana Marucelli— ya hace algunos años presentase en un desfile parejas vestidas con trajes idénticos de tejido

igual, de corte igual, que al aparecer provocaron el estupor y el horror en los presentes.)

Así, pues, la línea del traje masculino está adquiriendo una mayor libertad, que, por lo demás, se identifica con una mayor funcionalidad del traje: la desaparición de las pesadas y ampulosas hombreras, el aligeramiento de los pantalones y de la chaqueta, la adopción de tejidos más suaves y elásticos, y, sobre todo, menos pesados.

Ese binomio funcionalidad-belleza, que dominó la poética del objeto industrial y de la arquitectura en el período de la Bauhaus, podemos descubrirlo en parte en el traje masculino moderno: muchas veces, el traje, apoyándose en el elemento de la funcionalidad, tiende a alcanzar la meta estética que se ha fijado de antemano. Pero siempre —y eso es lo que ocurre también con el objeto industrial, el mueble, los enseres, etc.— con tal de no sacrificar el aspecto estético, fantástico. En otras palabras: en el concepto de funcionalidad del traje va implícito el carácter imaginativo de su creación; precisamente por esa exigencia de «adornarse a sí mismo», de añadir al propio cuerpo un factor estético y simbólico, del hombre de hoy y de siempre.

No corresponde a nosotros prever si el traje del futuro será un mono y no un frac; una túnica y no una armadura. Sin embargo, es probable que incluso el mono ideal (termorregulado, imperforable, incombustible, impermeable, autolavable, inapollillable, inarrugable, de limpieza permanente...) del futuro sea de muchísimas clases diferentes, de los modelos más variados, de modo que pueda ofrecer al hombre ese «complemento estético», ese «factor simbólico», que permita transformar un cuerpo desnudo (la mayoría de las veces sin gracia y defectuoso) en un instrumento agradable y cargado de las mejores posibilidades de comunicación con el prójimo.