

Dados para catalogação

XAVIER, António de Abreu (2011), *La pasión criolla por el Fashion. Una historia de la pinta en la Venezuela del siglo XIX*. Caracas, Editorial Alfa, Colección Trópicos N° 92, 1ª ed., 280 p., 23 cm, Espanhol, Fontes e Referências bibliográficas (164), ISBN 978-980-354-304-4. Palavras-chaves: Europa, Historia, Mentalidade, Moda, Venezuela. Nota: Investigação ampliada do artigo «La Sensualidad sugerida: la experiencia de viajeros a través de la Venezuela del siglo XIX» (2006. Cf: <http://hdl.handle.net/10174/8994>) e do paper «La sensualidad sugerida en los textos de viajeros del siglo XIX venezolano» apresentado nas II Jornadas sobre Diversidade Sexual, Gênero e Poder. Caracas, Universidad Central de Venezuela, 3-5/Junho/2004.

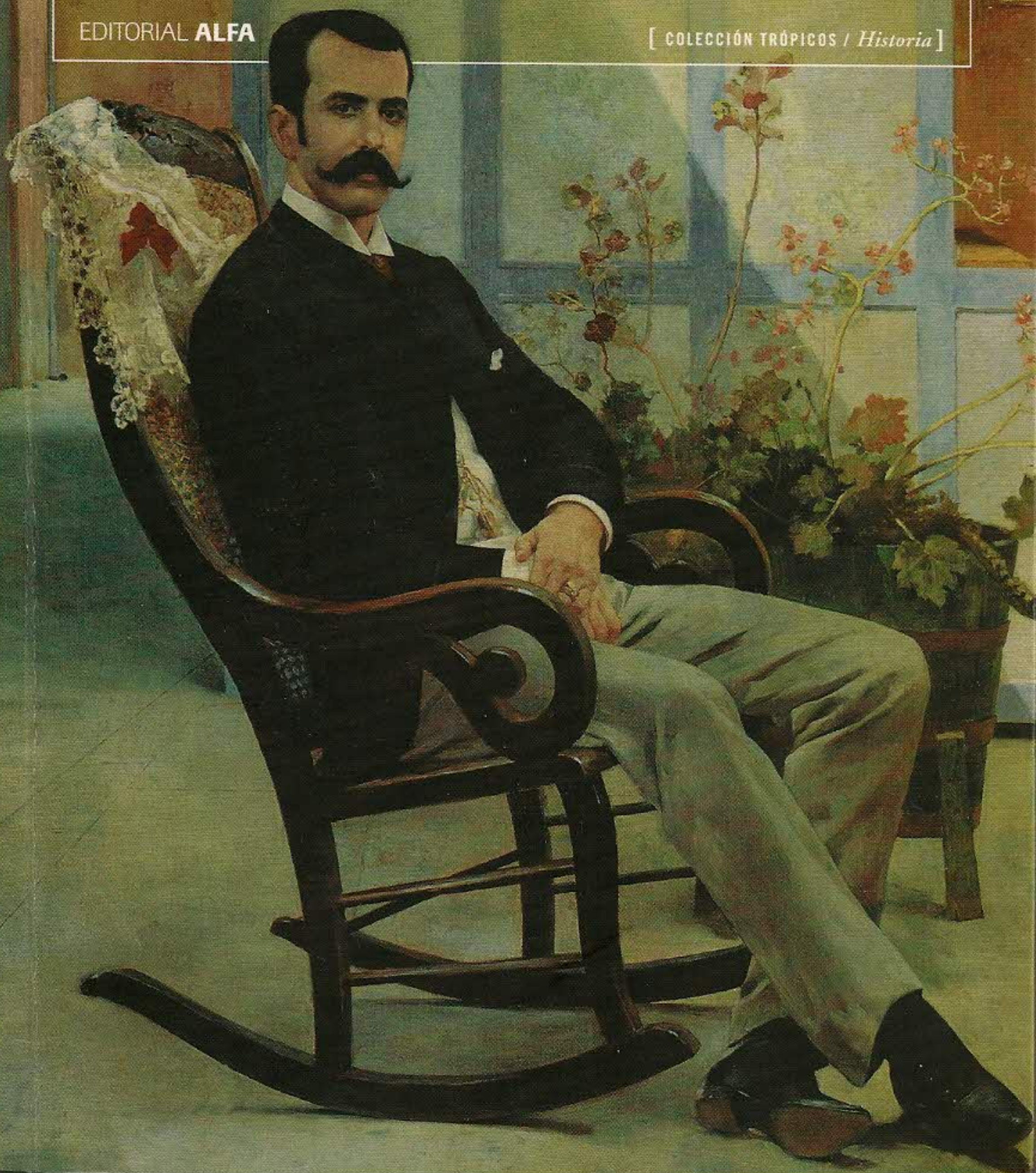
LA PASIÓN CRIOLLA POR EL FASHION

UNA HISTORIA DE LA PINTA EN LA VENEZUELA DEL SIGLO XIX

Antonio de Abreu Xavier

EDITORIAL ALFA

[COLECCIÓN TRÓPICOS / *Historia*]



1ª edición: Abril 2011

© Editorial Alfa, 2011

Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin autorización escrita de los titulares del Copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático.

Editorial Alfa

Apartado postal 50.304. Caracas 1050 A, Venezuela
Teléfono: [+58 212] 762. 30. 36 / Fax: [+58 212] 762. 02. 10
e-mail: contacto@editorial-alfa.com
www.editorial-alfa.com

ISBN: 978-980-354-304-4

Depósito legal: IF5042011800364

Diseño de colección

Ulises Milla Lacurcia

Diagramación

Rozana Bentos Pereira

Corrección

Magaly Pérez Campos

Imagen de portada

Aureliano Otáñez, de Arturo Michelena
Óleo sobre tela (240 x 139,5 cm), 1890.
Colección Galería de Arte Nacional.

Fotografía de solapa

Rodolfo Vanmarcke

Impresión

Gráficas Lauki, C.A.

Printed in Venezuela

**LA PASIÓN CRIOLLA
POR EL *FASHION***

**UNA HISTORIA DE LA PINTA
EN LA VENEZUELA DEL SIGLO XIX**

Antonio de Abreu Xavier



EDITORIAL
ALFA

ÍNDICE

Agradecimientos	9
¡Vístete bien!	11
Crecer entre armarios y vitrinas	17
El armario del caballero	17
Con más brillo que una dama	18
El estilo República	19
Entre suspiros	22
Las damas vitrina	26
Petimetrías, merendonas, bailes y otros excesos	27
Mujeres de calidad	29
Contrapunteo de estilos	32
Las telas de un balón	33
El corte inglés	36
Vestidas desde afuera	41
Cambio espejito por cuentas de vidrio	47
Un adorno antiguo	48
Adornado desde arriba	50
Con la cabeza cubierta	52
Sombreros y picos	57
La mujer: ¿el sombrero o el tocado?	60
Moviendo las plumas	63

La cabeza al descubierto	65
Entre brutos y caracolas	67
¡Ganó el <i>chignon</i> !	69
De lado a lado de la cara	73
Anudado con corbata	76
Un pecho sin resfrío	78
Una mano a la cintura	81
Con la puntera del pie	84
¡Cubiertos para mostrar!	87
De capa en capa	88
Me quedo con mi capa	93
Háblame como si de capas me trataras	97
La ruana: el pariente pobre	99
Bajo la cubierta que todo tapa	103
Voces para confundir	108
Detrás de un velo	111
Tela para mucho paño	115
La mantilla: nuestra señora de los mantos	120
No me hables de mantillas	124
El fetiche del pie desnudo y del calzado	129
Calzado a la moda	130
Las medias respectivas	134
La alpargata: una orgullosa criolla con ancestros	136
Pie y estatura: una cuestión de proporción	141
Con las espuelas a sus pies	146
El uniforme: el fulgor de los galones dorados	151
<i>Figurinos</i> de la Colonia	151
Uniformes, moda y derroche social	152
Libres de usar uniforme	156
¿Llegaron los ingleses?	165

Mientras tanto, un uniforme	171
Cierre de siglo con galón de oro	175
Adán y Eva trastocados	179
Desconfianza, celos y etiqueta	179
Muéstrame lo que te vas a poner	181
Brutos contra bacantes	185
Competir porque se es hombre	187
Hombre con buenos modales	192
Modelos para escoger	195
Sin la malla puesta	198
La feminidad fuera de lugar	201
De maneras poco femeninas	203
A fumar como señorita presa	207
¡Corsé! ¿Eso qué es?	210
Espaldas anchas y poderosas	213
Educación para la pinta	217
Socializar en privado	217
Puro teatro	223
Vamos a la playa	225
¡No hables mucho, muchacho!	230
Con un vasito de cartón	233
Calla porque eres bella	237
Solo para tus ojos	241
Mujer fina no se sienta en escalera	244
Belleza para lucir en casa	246
La jaula de oro	249
Un librito bajo el brazo	251
¡Una moda de muerte lenta!	257
Bibliografía	263

¡VÍSTETE BIEN!

Un gran número de habitantes se muere en Caracas por falta de alimentos causada por el lujo. El lujo, he aquí el verdadero cáncer de esta sociedad; mal que no puede extirparse con medidas gubernativas, sino con educación y costumbres.

RAFAEL VILLAVICENCIO, 1875

La moda en Venezuela no es una tontería, pues todos vivimos bajo la norma general de lucir la pinta; no hay venezolano que, por mandato o por consejo, no le grite ¡vístete bien! a otro que ha descuidado su apariencia. Nos gusta lucir bien, llamar la atención como los pavos reales, y por eso gastamos grandes sumas de dinero en trajes, cosméticos y accesorios. No contentos con esto, copiamos también gestos corporales, formas de andar y saludar y hasta giros del lenguaje para estar al día con la moda.

¿Acaso exagero? Desde hace algunos años he percibido cómo el deseo de ser bellos y estar *in* está muy arraigado en nosotros, sin ninguna distinción: los adultos nos enseñaron desde pequeños; los hombres son tan coquetos como las mujeres y no hay lugar ni ley que nos impida mostrar nuestro delirio de *presencialidad*. Me explico. Una vez, en Sabana Grande, el berreo de una niña logró tapar el ambiente musical de uno de los pasajes comerciales que existen entre la avenida Francisco Solano López y el Bulevar. La vi a la salida del corredor, parada frente a un quiosco. Me fue imposible no prestarle atención: cuando pasé a un lado, los empujones del resto de los peatones me obligaron a oír de cerca el llanto de la pequeña de unos ocho años. De pronto quedé perplejo, pues la madre la templó fuertemente por un brazo y, jamaqueándola, con la voz impaciente de quien tiene rato oyendo el clamor, le gritó: «¡pero bueno, chica, ya te dije! ¡No te voy a comprar esa falda porque no te para el culito!».

Escenas más o menos parecidas se repetían constantemente en este tan frecuentado bulevar, donde los vendedores también hacían gala de sus atributos y de la imagen de hombre a la moda. En una ocasión, tres amigos querían comprar franelas estampadas y se detuvieron frente a un tarantín, pero no quedaron satisfechos con los modelos de *T-shirts* que ofrecían los dos comerciantes informales dueños del puesto; dos morenos claros, gel en el cabello, con torso y bíceps muy bien definidos bajo las ajustadas franelas de tiritas, gestos viriles, un aspecto masculino insospechable y que, con pocas ganas de perder los clientes, los invitaron, en su mejor jerga callejera, a volver, pues «si no encuentran el modelito que buscan, no importa, nosotros somos todoterreno». Las apariencias engañan y la moda contribuye.

Nuestra *presencialidad* tiene muchas aristas: imagen, moda, sensualidad, gestos y hasta el sacrificio por la pinta. Recuerdo la historia de una amiga, meticulosa y comedida en su ornato, que quedó pasmada cuando en una tienda de zapatos costosísimos en un centro comercial a la moda, le pasó lo que le pasó: como no se decidía, porque los zapatos que le gustaban se salían de su presupuesto, se demoró en la tienda y esto le dio oportunidad para apreciar la conducta de otras clientes. Llegó una señora de apariencia muy humilde, que desentonaba aparentemente en la gran tienda de lujo. Como estaban en una zapatería, las miradas se fijaron en sus pies con el calcañar tan reseco y cuarteado que pedía a gritos la pedicura que le debían desde hacía meses; con sus maneras sencillas y en pocos minutos, esta cliente pidió, probó y compró unos tacones más caros que los de mi amiga que, a todas estas, aún meditaba si compraba sus zapatos, y se preguntaba cómo la otra señora podía costearse un calzado más costoso que el de ella, profesora universitaria. Pero el deseo de sentirse bella no tiene precio y da sorpresas: al momento de pagar, la señora se haló el cuello de la franela, se metió la mano derecha en el sostén del lado izquierdo y sacó del pecho un fajo de billetes con el cual pagó los costosos zapatos de marca ¡en efectivo!

El deseo de lucir bien —¡a veces sentirse lindo basta!— es algo muy arraigado y va empatado al «qué dirán». Me acuerdo todavía de una

experiencia doméstica. Yo estaba leyendo justamente el pasaje de las memorias de Elisabeth Gross, en el cual las criadas le impiden salir de casa en dormilona porque era algo mal visto en una señora elegante, cuando escuché la voz de la empleada de servicio que me pregunta si tenía cigarrillos, sabiendo que yo no fumo. La pregunta tenía por segunda intención informarme que iba a la calle por tabaco. No presté mayor atención hasta que, pasados unos quince minutos, oí la puerta principal y pensé que ella había regresado. Me dispuse a hablarle pero no la encontré en el apartamento, un lugar que, por su tamaño, no da para esconderse. Pasada media hora, escuché de nuevo la puerta y cuál no fue mi asombro al ver entrar a aquel cisne negro, magnífico y radiante, maquillado y peinado, tal como ella era, como acostumbraba llegar y salir del trabajo, con los cigarrillos en la mano. ¡Estaba regresando! Osé preguntarle la razón de tanta demora: ella se había arreglado para salir porque no iba a ir vestida como trabajaba en casa; «eso era de gente chimba». ¡Qué respuesta tan obvia! ¡Cómo la había yo ignorado? Su imagen de patito feo la escondía en casa. Esta bella muchacha tenía incluso destellos de gran clase: no le gustaba cargar cosas en sacos plásticos ordinarios o de supermercado; lo de ella eran bolsas de tiendas de marca, así estuvieran arrugaditas.

La moda, la belleza y el *fashion* cuestan caro y todos queremos lucir el *look* de actualidad. Pero ¿no es esta la justificación de Gustavo Rojas al promocionar un sorteo de cirugía de senos para financiar su campaña electoral? ¿Constituye esto una muestra de comprensión de nuestra realidad? Parece que sí. La revista *Producto* de noviembre de 2006 es categórica al afirmar lo siguiente: «Lo cierto es que en este país, con crisis o sin ella, son muy pocos los que no se preocupan por su apariencia física. No en vano, los venezolanos figuran como uno de los grupos más vanidosos del planeta y entre los cinco primeros lugares en el *ranking* de consumo de productos para el cuidado personal».

Pero veamos algunos de los datos de esta edición de *Producto*, que refleja una realidad tan venezolana como el casabe: «Al mal tiempo buena cara». En el artículo «Mercado sin maquillaje» se indica que

los cosméticos mueven más de 1.300 millones de dólares al año en Venezuela. Apoyada en un estudio de Datanálisis, la publicación refiere que «los venezolanos destinan 6 por ciento de sus ingresos mensuales para la compra de artículos de cuidado personal, higiene y belleza. Dos puntos más que la inversión que destinan para la educación (4 por ciento)». No cabe duda alguna: una parte de nuestra educación consiste en aprender a ser bellos pues, de acuerdo a las opiniones de los expertos recogidas en la revista, «la mujer latinoamericana, y en especial la venezolana, siempre se ha preocupado por su apariencia, y en los últimos años son más los caballeros que desean mantener impecable su imagen». Debido a esta preocupación, «el consumidor venezolano es muy vanguardista, está pendiente de las innovaciones y le gusta seguir las tendencias y estilos». En síntesis: el comprador criollo «tiene mucha cultura de belleza».

Este asunto del *fashion* atrapa a todas las clases sociales, incluidas las más pobres. Los expertos entrevistados por *Producto* explican cómo «la población de escasos recursos está gastando ciento por ciento de sus ingresos en consumo básico, donde —además de alimentos y reparación de sus viviendas— destaca la cesta de cuidado personal y belleza». En este mercado, no hay distinción de género pero sí mucha falta de sinceridad, pues sólo «cerca de 10 por ciento de los hombres venezolanos admite usar cosméticos». Los expertos aseguran que «la penetración en otros países de la zona no llega ni a 3 por ciento». No es este el caso de Venezuela donde «en el mercado de cosméticos masculinos masivo se calcula que las categorías de geles y espumas mueven unos 22 millones de dólares al año». Esto a pesar de que una «investigación refleja que muchos caballeros se afeitan con jabón y que uno de los principales problemas del proceso de afeitado es esa sensación de irritación de piel».

La irritación de la barba es, no obstante, una tontería al lado de otras molestias como las causadas por cirugías plásticas; según refiere *Público*, basada en estudios estadísticos de Datanálisis de 2006, 30 por ciento de los operados fueron pacientes masculinos. Toda esta situación no debe extrañarnos ni obligarnos a arrugar la cara como si algo olie-

se mal. Muy por el contrario: podemos respirar tranquilos porque la medidora Euromonitor señala que el mercado de fragancias en Venezuela mueve 142,4 millones de dólares al año con un consumo cercano entre los dos sexos: «59,6 por ciento en esencias femeninas y 40,4 por ciento masculinas». Quiero enfatizar que los datos citados solo hablan de maquillaje y belleza, por lo que yo me pregunto cuál será el gasto en trapos. ¡Imaginen!

Las experiencias personales y los impresionantes datos estadísticos me llevaron a preguntarme desde cuándo nos rodea la pasión por el *fashion*, la locura por la moda y la apariencia. Así que me propuse investigar, de la mano de innumerables viajeros y observadores de la vida venezolana del siglo XIX, qué hicimos cuando empezamos a construir un país por y para nosotros mismos una vez expulsada España de estas tierras. Me encontré con que la evolución del vestuario corría muy a la par de la moda en el resto del mundo y así lo describo en el primer capítulo. La pasión por el accesorio es el tema principal en el aparte siguiente y allí quedan expuestas las razones que nos llevan a colgarnos y ponernos un sinfín de cosas que nos hacen sentir bonitos y elegantes. Entre todos estos objetos, sobresalen las mantas y mantillas, así como otros cobertores, que gozaron de mucha afición y que por su importancia desde tiempos de la Colonia merecían un capítulo aparte.

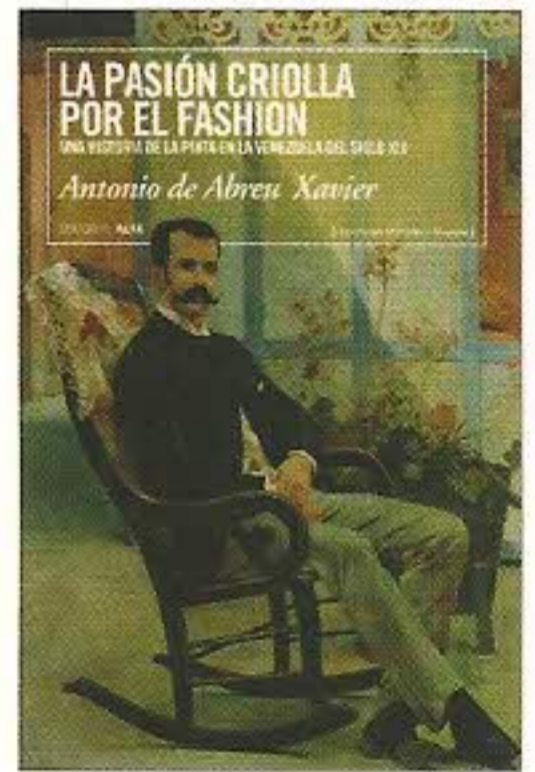
Igual jerarquía comparten el calzado y el pie de los venezolanos, a tal punto que puede hablarse de un fetiche, citado con harta frecuencia por los viajeros que recorrieron el país en el siglo XIX. El tamaño, la forma, la horma, el color, los adornos y todo lo relacionado con la fascinación por el pie están referidos en el capítulo cuatro. De seguidas, expongo una de las mayores pasiones decimonónicas: el uniforme. No podía ser de otra manera, pues en un país donde la organización armada y la montonera significaron un medio de ascenso social, el uniforme representó el camuflaje ideal para quienes querían competir con la vanidad de las personas modernas. Si bien al uniforme se le tenía miedo, a un traje a la moda, veneración. En el sexto capítulo recogí la división que la moda ocasionó entre las personas de avanzada, que copiaban los

nuevos modelos de figura y conducta del momento, y aquellas almas más conservadoras plegadas a cánones tradicionales y menos tolerantes con los cambios. El cierre del libro muestra la decisión de educarnos para el *fashion* desde que somos libres para lucir lo que queremos. La consigna de entonces era: «¡Moda o muerte!».

LA PASIÓN CRIOLLA POR EL FASHION

ANTONIO DE ABREU XAVIER

La moda siempre ha apasionado a los venezolanos. Los primeros en darse cuenta de ello fueron los curas en la época hispánica. Los viajeros que recorrieron el país en el siglo XIX también prestaron atención a esta pasión arrebatadora, quedando pasmados ante sus incontables variables. El historiador Antonio de Abreu Xavier nos revela que esta pasión no solo tiene que ver con trapos, zapatos y adornos, sino que también atañe a los ademanes más inverosímiles, los gestos más afectados, el empleo de palabras rimbombantes y hasta expresiones en otras lenguas que dan cuenta de la supuesta cultura de quien las emplea. En esta revelación radica la importancia de este libro, que no solo penetra en la fascinación criolla por el *fashion*, vale decir, en ese gusto irrefrenable por ponerse un vestido a la última moda o calzarse el zapato más lujoso, en aras de verse y sentirse bien, ante el espejo y terceros, sino también en implicaciones con la dieta, la salud y el presupuesto familiar. Es una pasión que llega hasta el presente, que toca a todas las clases sociales, sin distinción de género: no en vano, los venezolanos son considerados por los analistas del comportamiento de consumo uno de los grupos sociales más vanidosos del planeta.



ISBN 978-980-354-304-4



9 789803 543044


**EDITORIAL
ALFA**